

	Pág.
TITULO II PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.....	1
CAPÍTULO PRIMERO CALIDAD E IDONEIDAD DE LOS BIENES Y SERVICIOS	1
1.1 Condiciones de calidad e idoneidad	1
1.2 Garantías	1
1.2.1. Alcance de la garantía	1
1.2.2. Automotores.....	1
1.2.2.1. Definiciones.....	1
1.2.2.2. Garantía de calidad, idoneidad y servicio postventa	2
1.2.2.2.1. Certificado de garantía.....	3
1.2.2.2.2. Término de la garantía *.....	3
1.2.2.2.3. Alcance de la garantía	4
1.2.2.2.4. El servicio de postventa *.....	4
1.2.2.3. Mecanismos de protección al consumidor	5
1.2.2.3.1. Mecanismo institucional.....	5
1.2.2.3.2. Protección contractual.....	6
1.2.2.3.3. Mecanismo de seguridad.....	7
1.2.2.4. Mecanismos de seguimiento y control	8
1.2.2.4.1. Remisión de información.....	8
1.2.2.4.2. Implementación.....	8
1.2.2.4.3. Información inicial	9
1.2.2.4.4. Información esporádica	10
1.2.2.4.5. Información periódica.....	10
1.2.2.4.6. Información a disposición.....	11
1.2.2.5. Aviso de cumplimiento	11
1.2.3. Baterías (acumuladores de tipo plomo ácido).....	12
1.2.4. Tubería y accesorios de PVC y CPCV.....	13
1.2.4.1. Derogado	13
1.2.5. Derogado	13
1.2.6. Derogado	13
1.2.7. Computadores.....	13
1.2.8. Electrodomésticos* y Gasodomésticos**	13
1.2.8.1. Definiciones.....	13
1.2.8.2. Garantía de calidad, idoneidad y servicio postventa	14
1.2.8.3. Certificado de garantía.....	15
1.2.8.3.1. Alcance de la garantía	15
1.2.8.3.2. El servicio de postventa	15
1.2.8.3.3. Término de la garantía	16
1.2.8.3.4. Mecanismos de protección al consumidor	16
1.2.8.3.5. Mecanismo institucional.....	16
1.2.8.4. Mecanismo de seguridad para Gasodomésticos	17
1.2.8.5. Mecanismos de seguimiento y control	17
1.2.8.5.1. Implementación.....	17
1.2.8.5.2. Información a disposición.....	17

1.2.9	Término de la garantía mínima para productos no perecederos.....	18
CAPÍTULO SEGUNDO INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR.....		18
2.1	Información al consumidor y propaganda comercial *	19
2.1.1.	Información engañosa.....	19
2.1.1.1.	Elementos	19
2.1.1.2.	Criterios	19
2.1.2.	Propaganda comercial	20
2.1.2.1.	Propaganda comercial con incentivos.....	20
2.1.2.2.	Propaganda comercial de precios.....	21
2.1.2.3.	Propaganda comercial con imágenes.....	22
2.1.2.4.	Propaganda comercial de productos nocivos para la salud	22
2.1.2.4.1.	Exhibición del tabaco y sus derivados como los cigarrillos en establecimientos de comercio	22
2.1.2.5.	Propaganda comercial de automotores	23
2.1.2.6.	Propaganda comercial comparativa.....	24
2.2.	Mecanismos de supervisión y medidas administrativas*	24
2.3.	Información pública de precios	25
2.3.1.	Sistemas de indicación pública de precios.....	25
2.3.2.	Indicación de precios por unidad de medida (PUM) y disponibilidad de “vueltas”	26
2.3.2.1.	Definiciones.....	26
2.3.2.2.	Indicación del PUM	26
2.3.2.3.	Cronograma de aplicación	27
2.3.2.4.	Disponibilidad de “vueltas”	29
2.3.2.5.	Mecanismos de seguimiento.....	29
2.3.2.5.1.	Información inicial	29
2.3.1.1.1.	Información esporádica *	30
2.3.2.5.3	(Eliminado) *	30
2.3.2.6.	Aviso de cumplimiento	30
2.4.	Expendio de comidas y/o bebidas	31
2.4.1.	Voluntariedad de la propina	31
2.4.2.	Obligación de informar sobre la voluntariedad de la propina	31
2.5.	Expendio de medicamentos.....	33
2.5.1.	Regla general.....	33
2.6.	Formulario único para la elaboración de informes de los agentes de policía cívica * *	33
2.7.	Refrigeradores y congeladores de uso doméstico*.....	34
2.7.1.	Alcance	34
2.7.2.	Definiciones.....	34
2.7.3.	Requisitos específicos	36
2.7.4.	Evaluación de la conformidad	38
2.8.	Equipos reproductores de sonido	38
2.8.1.	Alcance	38
2.8.2.	Conceptos para la medida de salida en equipos de sonido	38
2.8.3.	Requisitos específicos	39
2.8.4.	Evaluación de la conformidad	39
2.9.	Televisión Digital Terrestre -TDT-	39

2.9.1.	Información al consumidor sobre Televisión Digital Terrestre (TDT)	39
2.9.1.1.	Avisos en los receptores	39
2.9.1.2.	Inclusión de información en la página web	41
2.9.1.3.	Información suministrada por asesores de venta.....	41
2.9.2.	Régimen sancionatorio	42
2.10.	Espectáculos Públicos	44
2.10.1.	Publicación de Información	44
2.10.2.	Mecanismo de Seguridad	45
2.10.3.	Sistema y Procedimiento de peticiones, quejas y reclamos- PQR.....	45
2.10.3.1.	Sistema de peticiones, quejas y reclamos-PQR	45
2.10.3.2.	Procedimiento de peticiones, quejas y reclamos-PQR	45
2.11.	Procedimiento de PQR en los grandes almacenes.....	46
2.11.1.	Definición de gran almacén.....	46
2.11.1.1.	Disponibilidad de un formulario	46
2.11.1.2.	Designación responsable de cumplimiento.....	47
2.11.1.3.	Aviso	47
2.11.2.	Mecanismo de seguimiento	47
2.12.	Comercialización de leche y de productos elaborados a base de lactosueros rehidratados u otros compuestos similares.*	48
2.13.	Información sobre garantías de vehículos usados de servicio particular*	48
2.14.	Excepciones.....	49
2.15.	Receptores de televisión.....	49
2.16.	Bienes inmuebles destinados a vivienda	50
2.17.	LAVADORAS	51
2.17.1.	Instrucciones.....	51
2.17.1.1.	Información de la capacidad de carga	51
2.17.1.2.	Deber de informar	51
2.17.1.3.	Medición de la capacidad.....	52
2.18.	Comercialización de bienes y servicios mediante mecanismos alternativos de venta, tales como bonos de compra, certificados o tarjetas regalo.....	52
2.18.1.	Definiciones.....	52
2.18.2.	Bonos de compra, certificados o tarjetas de regalo, según sea su clase.....	52
2.18.2.1.	Bonos de compra, certificados o tarjetas de regalo nominativos	53
2.18.2.2.	Bonos de compra, certificados o tarjetas de regalo al portador	53
2.18.2.3.	Bonos de compra, certificados o tarjetas de regalo válidos por un monto determinado equiparable a una suma de dinero.....	53
2.18.2.4.	Bonos de compra, certificados o tarjetas de regalo válidos por un bien o servicio específico .	53
2.18.3.	Reglas generales	53
2.18.3.1.	Redención de bonos de compra, certificados o tarjetas de regalo.....	54
2.18.3.2.	Vigencia de los bonos de compra, certificados o tarjetas de regalo	54
2.18.4.	Información mínima que debe suministrarse	55
2.18.5.	Obligaciones especiales del emisor	55
2.18.6.	Obligaciones para el estipulante y/o comprador	55
CAPÍTULO TERCERO ADQUISICIÓN DE BIENES Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS MEDIANTE SISTEMAS DE FINANCIACIÓN		55

3.1.	Definiciones.....	56
3.2.	Contratos objeto de la presente reglamentación.....	57
3.3.	Información que debe constar por escrito **	57
3.4.	Reglas generales para la celebración de los contratos.....	59
3.5.	Obligación de verificación de límites máximos legales de tasa de interés.....	60
3.6.	Obligaciones especiales del productor o proveedor ***	60
3.7.	Información sobre liquidación y pago de cuotas ***	61
3.8.	Elaboración de listas con factores**	61
3.9.	Deber de certificación *	62
3.10.	Mecanismos de información al público *	62
3.11.	Facultad de retractación.....	62
3.12.	Base de datos de quienes desarrollan la actividad *	63
3.13.	Consecuencias legales	63
3.14.	Sanciones	63
CAPÍTULO CUARTO PRESTACIÓN DE SERVICIOS QUE SUPONEN LA ENTREGA DE UN BIEN		63
4.1.	Reglas generales aplicables	63
CAPÍTULO QUINTO DEROGADO.....		64
CAPÍTULO SEXTO INSTRUCCIONES GENERALES PARA DETERMINADOS BIENES Y SERVICIOS. 64		
6.1.	Reglas generales	64
6.2.	Extracto de las decisiones	64

TITULO II PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

CAPÍTULO PRIMERO CALIDAD E IDONEIDAD DE LOS BIENES Y SERVICIOS

1.1 Condiciones de calidad e idoneidad

Todo productor o expendedor tiene la obligación de garantizar plenamente las condiciones de calidad e idoneidad señaladas en las normas técnicas colombianas oficializadas obligatorias o en los reglamentos técnicos y las ordinarias y habituales del mercado.

1.2 Garantías

En materia de garantías, las reglas aplicables son las siguientes:

1.2.1. Alcance de la garantía

Cuando se repare o cambie un bien o servicio a título de efectividad de la garantía, comenzará a correr un nuevo término de ésta a partir de la última entrega o reparación.

1.2.2. Automotores

Según la naturaleza del bien o servicio, la garantía mínima presunta obliga a proporcionar la asistencia técnica indispensable para su utilización y a reparar y suministrar los repuestos necesarios para este último efecto, según lo establecido en el artículo 13 del decreto 3466 de 1982.

En este sentido, se fijan los términos de la garantía mínima presunta y se establecen reglas para el control de las normas sobre protección del consumidor en el sector automotor, aplicables a los productores, ensambladores, importadores, representantes de productor, concesionarios, talleres y expendedores de repuestos autorizados del sector automotor.

1.2.2.1. Definiciones

Para efectos del presente numeral 1.2.2, entiéndase por:

- a) Vehículo: Todo aparato montado sobre ruedas que permita el transporte de personas, animales o cosas de un punto a otro por vía terrestre pública o privada abierta a público, conforme a lo establecido en el artículo 2° de la ley 769 de 2002 (Código Nacional de Tránsito Terrestre). *
- b) Consumidores del sector automotor: Quien adquiera, utilice o disfrute de vehículos automotores, sus partes componentes o accesorios o la prestación de servicios relacionados con éstos, para la satisfacción de una o más necesidades.
- c) Fabricante o productor: Quien se encuentre en los supuestos establecidos en el literal a) del artículo 1 del decreto 3466 de 1982, respecto de uno o más vehículos automotores, sus partes componentes o accesorios originales.
- d) Ensamblador: Quien arma total o parcialmente vehículos automotores. Para los efectos aquí previstos, el ensamblador se reputa productor de los vehículos que ensamble.

* Resolución N° 12674 del 2 de mayo de 2003. Publicada en el Diario Oficial N° 45.182 de Mayo 9 de 2003.

-
- e) Importador: Quien ingresa al territorio colombiano, vehículos automotores terminados y/o partes y accesorios originales de los mismos. Los importadores se reputan productores respecto de los bienes que introduzcan al territorio nacional.
 - f) Representante de productor: Quien actúa por cuenta y en nombre o representación de un productor de vehículos automotores, partes, componentes o accesorios originales.
 - g) Concesionario: Quien tiene como actividad principal la distribución, comercialización y/o mercadeo de vehículos automotores y sus partes, repuestos o accesorios, pudiendo por autorización del fabricante, ensamblador, importador o representante de productor prestar el servicio de postventa y utilizar los bienes intangibles (imagen, posicionamiento comercial, procedimientos, modelos y patentes) de una o varias marcas determinadas.

Cuando un fabricante venda directamente al público vehículos automotores o sus partes, repuestos o accesorios, se le aplicarán las instrucciones previstas para los concesionarios.

- h) Expendedor de repuestos autorizado: Quien suministra u ofrece al público, a cambio de un precio, partes, componentes o accesorios de vehículos automotores, debidamente autorizado por el respectivo fabricante, ensamblador, importador o representante de productor.
- i) Taller autorizado: Quien presta el servicio de mantenimiento, reparación y/o postventa de vehículos automotores, autorizado por el fabricante, ensamblador, importador o representante de productor respectivo.
- j) Red autorizada: Conjunto de productores, ensambladores, importadores, representantes de productor, concesionarios, talleres y expendedores de repuestos autorizados que ejercen su actividad respecto de la misma o mismas marcas de vehículos.
- k) Servicio de postventa: Servicio que asegura el mantenimiento preventivo y correctivo, el cumplimiento de la garantía y la reposición de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores.
- l) Definición PQR: Manifestación de insatisfacción por el presunto incumplimiento de los términos y condiciones de garantía, respecto al producto y/o servicio suministrado, por parte del consumidor.*

1.2.2.2. Garantía de calidad, idoneidad y servicio postventa

Independientemente de que se cumpla con las obligaciones señalada en los numerales subsiguientes, los destinatarios de este numeral 1.2.2 garantizarán al comprador que sus productos satisfacen las especificaciones anunciadas o las corrientes del mercado para vehículos automotores de la clase correspondiente, mediante el otorgamiento de una garantía de calidad, idoneidad y servicio de postventa.

Frente al consumidor, el cumplimiento de los términos de la garantía es obligación solidaria de todos los que hayan intervenido en la cadena de producción y distribución del vehículo respectivo. El consumidor podrá hacer uso de la garantía de calidad, idoneidad y servicio de postventa en cualquiera de los canales de distribución establecidos y autorizados por el productor, importador, representante de productor o concesionario, independientemente de las acciones que quien responda ante el consumidor tenga frente al responsable del daño.

* Resolución N° 12674 del 2 de mayo de 2003. Publicada en el Diario Oficial N° 45.182 de Mayo 9 de 2003.

1.2.2.2.1. Certificado de garantía

Los destinatarios de este numeral deberán tener un documento escrito en el que consten los términos de su garantía de calidad, idoneidad y servicio de postventa, que, como mínimo, implicará los estándares aquí previstos.

Derogado.*

Copia de ese documento deberá entregarse a cada adquirente. En cada operación deberá dejarse constancia expresa de haber entregado el documento.

El certificado de garantía de que trata el presente numeral deberá constar por escrito, en idioma español, en letra legible y contener como mínimo:

- La identificación del fabricante, concesionario o importador;
- La identificación del vendedor;
- La identificación del vehículo con las especificaciones necesarias para su correcta individualización;
- Las condiciones en que se presentará el alistamiento del vehículo;
- Las condiciones de validez de la garantía y su plazo de vigencia;
- La descripción de las partes del vehículo excluidas de la garantía;
- Las condiciones de atención de la garantía y del servicio de postventa especificando los canales de distribución establecidos y autorizados donde podrán hacerse efectivos.

Las exclusiones deberán ser expresas y se entenderán siempre de manera taxativa. Las exclusiones sólo podrán ser respecto de las partes y piezas que usualmente sufren deterioro o desgaste por la operación normal del vehículo.

1.2.2.2.2. Término de la garantía *

La garantía de calidad y servicio de postventa amparará el producto por todos los defectos no imputables al usuario y asegurará la obligación de proporcionar la asistencia técnica necesaria para el mantenimiento, como mínimo, en las condiciones siguientes:

Para vehículos particulares, por doce (12) meses contados a partir de la fecha de entrega del vehículo al comprador original o veinte mil (20.000) kilómetros de recorrido, lo que primero se cumpla.

Para vehículos de servicio público de transporte de pasajeros, por seis (6) meses contados a partir de la fecha de entrega del vehículo al comprador original o cincuenta mil (50.000) kilómetros de recorrido, lo que primero se cumpla.

Para los demás vehículos de servicio público, por cuatro (4) meses contados a partir de la fecha de entrega del vehículo al comprador original o veinte mil (20.000) kilómetros de recorrido, lo que primero se cumpla.

* Inciso segundo derogado mediante Resolución número 35315 del 31 de Mayo de 2012, publicada en el Diario Oficial número 48.448 del 1 de Junio de 2012.

* Circular Externa N° 014 del 3 de diciembre de 2001. Publicada en el Diario Oficial N° 44.639 de Diciembre 7 de 2001.

Para los vehículos comerciales particulares, por doce (12) meses contados a partir de la fecha de entrega del vehículo al comprador original o veinte mil (20.000) kilómetros de recorrido, lo que primero se cumpla.

Para las motos, motonetas y motocarros por seis (6) meses contados a partir de la fecha de entrega del vehículo al comprador original o seis mil (6.000) kilómetros de recorrido, lo primero que se cumpla.

Las motocicletas, motonetas y motocarros que se destinen a competencias deportivas quedan excluidas de esta obligación, quedando por lo tanto en libertad los ensambladores, importadores y representantes de productor en fijar el término de la garantía y condiciones.

El lapso, superior a una semana, durante el cual el consumidor esté privado del uso del vehículo automotor en garantía, por cualquier causa relacionada con su reparación imputable a los responsables de efectuarla, interrumpirá automáticamente el plazo de la garantía otorgada, debiendo computarse dicho tiempo como prolongación del mismo.

1.2.2.3. Alcance de la garantía

Complementando lo señalado en el artículo 29 del decreto 3466 de 1982, la garantía de calidad, idoneidad y servicio de postventa, compromete a sus obligados respecto de los vehículos automotores en cuya fabricación, ensamble, distribución o venta haya participado, como mínimo a:

- Proporcionar la asistencia técnica o el reemplazo de las piezas necesarias que permita el adecuado funcionamiento del automotor durante todo el período que ampare la garantía sin costo alguno para el comprador;
- Garantizar, por un término no menor de diez (10) años, material de reposición para los vehículos nacionales e importados.

Para los efectos previstos en este numeral, el productor, ensamblador, importador, representante de productor, concesionario taller y expendedor de repuestos, deberá mantener un inventario representativo de las partes y piezas de rápido movimiento y garantizar el suministro oportuno de los restantes repuestos, en todas las ciudades en que opere.

1.2.2.4. El servicio de postventa *

El servicio de postventa deberá ser prestado por todo productor, ensamblador, importador, o representante de productor, concesionarios, taller y expendedor de repuestos y garantizar, como mínimo, lo siguiente:

- Talleres adecuados y suficientes para ofrecer la atención de mantenimiento, garantía y reparaciones.

Para el sector de motos, motonetas y motocarros se deberá asegurar la disponibilidad de talleres autorizados, adecuados y suficientes para ofrecer la atención de mantenimiento, garantía y reparaciones en todos los lugares del país en donde haya presencia de la red de ventas (concesionarios) y en donde no habiendo concesionarios se cuenta con 500 vehículos en circulación, y

- Personal técnico capacitado y herramientas especializadas para los modelos y servicios ofrecidos.

* Circular Externa N° 014 del 3 de diciembre de 2001. Publicada en el Diario Oficial N° 44.639 de Diciembre 7 de 2001.

1.2.2.3. Mecanismos de protección al consumidor

1.2.2.3.1. Mecanismo institucional

Los productores, ensambladores, importadores, representantes de productor, concesionarios, talleres y expendedores de repuestos autorizados, deberán disponer de un mecanismo institucional de recepción y trámite de PQR debidamente documentado.

Los productores, ensambladores, importadores y representantes de productor deberán procurar, con una intensidad directamente proporcional al tipo de relación contractual que los vincule, que los concesionarios, talleres y expendedores de repuestos autorizados, dispongan de dicho mecanismo.

Los productores, ensambladores, importadores y representantes de productor de motocicletas, motonetas y motocarros deberán garantizar que los concesionarios, talleres y expendedores de repuestos, autorizados de sus productos o servicios, dispongan de un mecanismo institucional de recepción y trámite de las PQR's relacionadas con la atención al cliente, debidamente documentado.*

El mecanismo institucional de atención al cliente deberá, por lo menos:

- a) Tener a disposición de los consumidores del sector automotor información impresa con las direcciones ordinarias y electrónicas, números de fax y procedimientos aplicables a las PQR, sin perjuicio de la demás información que se considere pertinente. Igualmente deberá informárseles que la presentación de PQR no tiene que ser personal ni requiere de intervención de abogado.
- b) Establecer procedimientos administrativos internos y formularios necesarios para la eficiente recepción y trámite de las PQR, en las condiciones que se destinen para su recepción. El procedimiento adoptado e informado al consumidor deberá prever, en todo caso, lo siguiente: **
 - El tiempo máximo en el cual la PQR será resuelta.
 - Cuando se trate de la segunda reclamación del consumidor por el mismo concepto y/o en la cual lo solicitado sea la devolución del dinero o el cambio del automotor, el agente que se encuentre atendiendo la PQR, deberá garantizar que en el trámite de ésta se cuente con:
 - i. El concepto previo del fabricante, ensamblador, importador o representante de productor respectivo; **
 - ii. Una vez agotada la anterior etapa, si el consumidor considera que su PQR no ha sido resuelta satisfactoriamente, se le deberá informar sobre la posibilidad de acudir ante las autoridades competentes en el tema.* *
- c) Contar con sistemas que permitan identificar y clasificar adecuadamente las PQR. Podría tratarse de un código de atención asignado a cada una de las PQR presentadas y respondidas. El rótulo de radicación deberá permitir ubicar e identificar fácilmente la PQR, la fecha de su presentación, el motivo del reclamo y el código que para el efecto los productores, ensambladores, importadores y representantes de productor asignarán a cada uno de los concesionarios, talleres y expendedores de repuestos. A manera de ejemplo se establece el formato contenido en el anexo 1.1 Rótulo de radicación 3010-F01.

* Circular Externa N° 014 del 3 de diciembre de 2001. Publicada en el Diario Oficial N° 44.639 de Diciembre 7 de 2001.

** Resolución N° 5154 del 26 de febrero de 2003. Publicada en el Diario Oficial 45.115 de Marzo 3 de 2003.

* Resolución N° 12674 del 2 de mayo de 2003. Diario Oficial N°. 45.182 de Mayo 9 de 2003.

d) Llevar una relación detallada de las PQR presentadas por los consumidores del sector automotor, que incluya: *

- Código asignado a cada concesionario, taller o expendedor de repuestos conforme a lo establecido en el numeral 1.2.2.3.1
- Nombre del concesionario, taller o expendedor de repuestos que recibe la PQR.
- Nombre del reclamante y No del documento de identificación
- Fecha de recibo de la PQR (año/mes/día.)
- Datos que individualizan cada vehículo (No de motor, VIN, serie o chasis, placa, línea: de acuerdo a la clasificación comercial).
- Motivo de la PQR: Según la clasificación establecida en el anexo No 2.*
- Kilometraje del vehículo: Registrado al momento del ingreso que dio origen a la PQR.
- Observaciones: Justificación del estado de pendiente de la reclamación.

e) Asignar un código a cada uno de los concesionarios, talleres y expendedores de repuestos, cuyos tres primeros dígitos deben corresponder a los asignados por la Superintendencia de Industria y Comercio en el anexo 1.3, y cuyos tres dígitos siguientes deben identificar el concesionario, taller autorizado y expendedor de repuestos de la siguiente manera:

Si se trata de concesionarios, los tres siguientes dígitos deberán ubicarse entre los números 100 y 199. Si se trata de talleres, los tres siguientes dígitos deberán ubicarse entre los números 200 y 299. Si se trata de expendedores de repuestos, los tres siguientes dígitos deberán ubicarse entre los números 300 y 399.

En caso que un concesionario tenga la calidad de taller y/o expendedor de repuestos simultáneamente, la prioridad para su código de identificación será la siguiente: Concesionarios o talleres o expendedores de repuestos, de forma excluyente.

Todo productor, ensamblador, importador y representante de productor a quien no se le haya asignado un código, por ser nuevo en el sector o por no encontrarse incluido en el anexo 1.3, deberá informar de su presencia a la Delegatura para la Protección del Consumidor y solicitar que le sea asignado un código para los efectos establecidos en el presente numeral.

1.2.2.3.2. Protección contractual

Los contratos celebrados con los consumidores del sector automotor, deberán indicar el derecho a presentar PQR, así como los mecanismos y procedimientos existentes para el efecto. Los contratos

* De acuerdo con la Resolución 12674 del 2 de mayo de 2003 se observa en su Artículo 3, lo siguiente: “(...) **Artículo 3. Modifíquese el título II, capítulo I, numeral 1.2.2.3.1 literal d) de la siguiente manera: “(...) ‘Motivo de la PQR: Según la clasificación establecida en el anexo No. 2’. (...)”.**

De igual forma, en ella se dispone en el artículo 5: “**Artículo 5. Adicionase al título II, capítulo I, numeral 1.2.2.4.5 Información periódica, lo siguiente:**

“La información a que se refiere el literal d del numeral 1.2.2.3.1 deberá contener el detalle de la PQRS (conforme a definición antes citada). No obstante, en el anexo 1.4 Consolidado PQR 3010-F02, se indicara en la casilla de observaciones el total de las solicitudes de atención en garantía recibidas por cada concesionario, taller o expendedor de repuestos y por cada productor o ensamblador cuando no exista red de distribución o atención, sin que sea necesario clasificarlas conforme al anexo No. 1.2”.

Por lo anterior y de los apartes arriba transcritos se evidencia que en número designado para el “anexo 2”, debe ser el “anexo 1.2”.

deberán contener igualmente la normatividad aplicable en materia de efectividad de la garantía contenida, en especial, los artículos 11, 12, 13 y 29 del decreto 3466 de 1982 y esta circular o las disposiciones que los modifiquen o adicionen. Dicha información deberá constar de forma clara, precisa y expresa.

Los productores, ensambladores, importadores y representantes de productor, deberán garantizar que toda cláusula que implique limitaciones o restricciones respecto a los derechos de los consumidores, deberá ser informada previamente al perfeccionamiento del contrato.

Todo contrato deberá acompañarse del certificado de garantía al que se hace referencia en el numeral 1.2.2.2.1.

1.2.2.3.3. Mecanismo de seguridad *

Los productores o fabricantes, ensambladores, importadores y representantes de productor del sector automotor, motocicletas, motonetas y motocarros deberán informar de manera inmediata al Superintendente Delegado para la Protección al Consumidor y Metrología, cuando se tengan indicios serios de que una falla en un sistema o subensamble, o un defecto en una parte o pieza de un vehículo pueda atentar contra la salud, la vida, la integridad o la seguridad de los consumidores, inclusive cuando los responsables de esta obligación conozcan de fallas que les hayan sido reportadas en el extranjero, de vehículos de marcas, líneas y modelos similares, a los que comercializan en Colombia, independientemente de sus referencias.

Simultáneamente, deberán informar el procedimiento y el plazo estimado en el cual se llevará a cabo la campaña de los vehículos puestos en circulación dentro del territorio nacional, o las razones por las cuales no aplica la campaña en el territorio colombiano. Para tales efectos, deberán tener en cuenta las siguientes reglas:

a) Los productores o fabricantes, ensambladores, importadores y representantes de productor de vehículos deberán diligenciar y remitir vía electrónica en formato Excel, al correo automotor@sic.gov.co, según corresponda, los formatos 3ID-V, ó 3ID-VCRC, 3DIV-C Y 3CRO-C los cuales conforman el formato "Remisión Campaña de Seguridad Vehículos", contenido en el Anexo No. 1.6 de la presente Circular.

El formato "Remisión Campaña de Seguridad Vehículos" tiene por objeto fijar el mínimo de información que debe contener el reporte de la Campaña de Seguridad, en el cual se debe especificar la falla, línea y modelo del vehículo involucrado, número de unidades en circulación, cronograma de aplicación, entre otros.

b) Los productores o fabricantes, ensambladores, importadores y representantes de productor deberán disponer de un procedimiento institucional debidamente documentado que garantice que la información reportada por éstos al correo electrónico de la Superintendencia de Industria y Comercio, a través del "Responsable institucional", cuenta con la aprobación del representante legal o está firmada electrónicamente por éste.

c) Se reportará únicamente el formato 3ID-V cuando la campaña de recambio no aplique en Colombia, explicando las razones por las cuales no se hace efectiva.

d) La información reportada al Superintendente Delegado para la Protección al Consumidor y Metrología se deberá publicar en el sitio web del productor o fabricante, ensamblador, importador y

* Circular Externa No. 17 de 19 de julio de 2011. Publicada en el Diario Oficial No. 48.137 de julio 21 de 2011.

representante de productor respectivo, del sector automotor, al momento en que se inicie la campaña.

Las reglas señaladas en los literales a, b, y d también se aplicarán cuando una misma falla o defecto sea el motivo de reclamo de por lo menos el cuatro por ciento (4%) de los vehículos de la misma serie y modelo en circulación, así el defecto no atente contra la salud, la vida, la integridad o la seguridad de los consumidores

e) Los productores o fabricantes, ensambladores, importadores y representantes de productor deberán informar a esta Superintendencia dentro de los primeros 8 días de cada trimestre el avance de la(s) Campaña(s) de Seguridad adoptada(s), en los formatos relacionados en el literal a) del presente numeral, sin perjuicio de que la Superintendencia pueda exigir la presentación de informes con mayor periodicidad en casos particulares. Esta obligación se mantendrá hasta el cierre de la(s) campaña(s), la(s) cual(es) sólo podrá(n) ser cerrada(s) cuando se alcance la revisión de un mínimo del 80% de los vehículos involucrados, siempre que se demuestre que se hizo lo posible para contactar a los consumidores que pudieran verse afectados.

En todo caso, la información relacionada con la(s) Campaña(s) de Seguridad, adelantada(s) por cada productor, fabricante, ensamblador, importador y representante de productor, podrá ser divulgada en la página web de esta Superintendencia conforme a la información remitida por éstos.

f) En el evento en que después de tres (3) meses de iniciada la Campaña de Seguridad, los productores o fabricantes, ensambladores, importadores y representantes de productor no cuenten con una cobertura mínima del cuarenta y cinco por ciento (45%) del total de las unidades afectadas atendidas, o del 80% en el primer año, la Superintendencia de Industria y Comercio podrá emitir todas las órdenes que considere necesarias, a cargo del (los) responsable(s), para lograr un avance significativo en la Campaña.

1.2.2.4. Mecanismos de seguimiento y control

Para efectos del cumplimiento de lo dispuesto en este numeral 1.2.2, se deberán observar las siguientes instrucciones:

1.2.2.4.1. Remisión de información

Los concesionarios, talleres autorizados y expendedores de repuestos deberán remitir a la Superintendencia de Industria y Comercio la información a la que se hace referencia en los numerales siguientes, a través de los respectivos productores, ensambladores, importadores y representantes de productor.

Los productores, ensambladores, importadores y representantes de productor de motocicletas, motonetas y motocarros deberán remitir a la Superintendencia de Industria y Comercio la información a la que se refiere los numerales siguientes. *

1.2.2.4.2. Implementación

Los productores, ensambladores, importadores, representantes de productor, concesionarios, talleres autorizados y expendedores de repuestos, adoptarán e implementarán las instrucciones aquí establecidas. Los productores, ensambladores, importadores y representantes de productor,

* Circular Externa N° 14 del 3 de diciembre de 2001. Publicada en el Diario Oficial N° 44.639 de Diciembre 7 de 2001.

procurarán que los concesionarios, talleres autorizados y expendedores de repuestos, cumplan con esta obligación.

Los concesionarios, talleres autorizados y expendedores de repuestos serán responsables de la observancia y buen funcionamiento de los mecanismos de protección al consumidor establecidos para su red autorizada, verificadas las adecuaciones a que haya lugar en función de las instrucciones impartidas por el Superintendente Delegado para la Protección del Consumidor de la Superintendencia de Industria y Comercio.

Los productores, ensambladores, importadores y representantes de productor de motocicletas, motonetas y motocarros adoptarán e implementarán las instrucciones aquí establecidas e igualmente serán responsables de la observancia y buen funcionamiento de los mecanismos de protección al consumidor establecido para su red autorizada. Además, de común acuerdo con los distribuidores y talleres autorizados adoptarán e implementarán las medidas de control necesarias para atender al cumplimiento de las normas contenidas en esta circular.*

Para el 13 de agosto de 2001,[†] los productores, ensambladores, importadores, representantes de productor, concesionarios, talleres autorizados y expendedores de repuestos, deberán adoptar las acciones y cronogramas a seguir para asegurar la instalación del mecanismo institucional de atención al cliente y el cumplimiento de las demás instrucciones impartidas.

El órgano directivo correspondiente de los productores, ensambladores, importadores y representantes de productor, deberá designar un funcionario “responsable institucional”, encargado de la implementación y cumplimiento de lo aquí establecido y de asegurar la disposición de los medios materiales, administrativos y económicos para dar cumplimiento a los cronogramas establecidos. Constancia de lo anterior, deberá enviarse a la Delegatura de Protección al Consumidor a más tardar el 27 de septiembre de 2001.[‡]

Los concesionarios, talleres y expendedores de repuestos autorizados deberán designar un “responsable local” con idénticas funciones a las señaladas en el inciso anterior.

La implementación total de lo previsto en este numeral 1.2.2, deberá haberse terminado el 27 de septiembre de 2001.[§]

1.2.2.4.3. Información inicial

Para el 28 de agosto de 2001,** los productores, ensambladores, importadores y representantes de productor, deberán enviar a la Delegatura de Protección al Consumidor:

[†] Esta obligación fue establecida en el artículo 4.2 de la circular 09 del 20 de junio de 2001, en la cual se previó que “Dentro de los 30 días siguientes a la vigencia de la presente circular...”. Dicha circular fue publicada en el Diario Oficial N° 44.468 de Junio 27 de 2001.

[‡] Esta obligación fue establecida en el artículo 4.2 de la circular 09 del 20 de junio de 2001, ibídem, en la cual se previó que “Constancia de lo anterior, deberá enviarse a la Delegatura de Protección al Consumidor en el término de 3 meses contados a partir de la entrada en vigencia del presente acto”.

[§] Esta obligación fue establecida en el artículo 4.2 de la circular 09 del 20 de junio de 2001, ibídem, en la cual se previó que “La implementación total de lo previsto en esta circular, deberá haberse terminado en 3 meses, contados a partir de la entrada en vigencia de la misma”.

** Esta obligación fue establecida en el artículo 4.3 de la circular 09 del 20 de junio de 2001, ibídem, en la cual se previó que “Dentro de los 40 días siguientes a la vigencia de la presente circular...”.

- a) Copia del documento donde consten las instrucciones y directrices en las que se definan las acciones y cronogramas a seguir, así como el “responsable institucional” para su red autorizada, en los términos del inciso tercero del numeral 1.2.2.4.2 anterior;
- b) Los procedimientos administrativos internos y los formularios de presentación de PQR para cada uno de los trámites que se hayan de surtir en su red autorizada, así como el sistema de códigos de atención, a los que se hace referencia en los literales b) y c) del numeral 1.2.2.3.1; y
- c) El sistema de códigos asignado a cada uno de los concesionarios, talleres y expendedores de repuestos, al que se hace referencia en el literal e) del numeral 1.2.2.3.1.

La información solicitada deberá hacerse llegar a la Superintendencia por escrito o en mensaje de datos (formato original y formato MS-WORD 95) vía Internet o en medio magnético (disquete 3 ½ ” formateado con MSDOS).

El 15 de diciembre de 2001 los productores, ensambladores, importadores y representantes de productor de motocicletas, motonetas y motocarros deberán informar a la Delegatura de Protección al Consumidor si se presentaron modificaciones al contenido del informe inicial allegado a la Superintendencia de Industria, las cuales deberán detallarse.*

1.2.2.4.4. Información esporádica

Los concesionarios, talleres autorizados y expendedores de repuestos, deberán informar a los productores, ensambladores, importadores o representantes de productor respectivo, dentro de los siete (7) días siguientes a su ocurrencia, toda modificación que se introduzca a los esquemas y documentos adoptados y elaborados conforme a las instrucciones impartidas en este numeral 1.2.2.

En caso de apertura de un nuevo establecimiento que fabrique, importe, ensamble o comercialice vehículos automotores o servicios relacionados con éstos, el representante o propietario deberá acreditar, ante la Delegatura para la Protección del Consumidor de la Superintendencia de Industria y Comercio, dentro de los treinta (30) días hábiles siguientes al inicio de las operaciones, la información inicial exigida en el numeral 1.2.2.4.3 anterior.

1.2.2.4.5. Información periódica

Dentro de la primera semana de cada trimestre, todo concesionario, taller autorizado y almacén de repuestos, allegará al fabricante, ensamblador, importador o representante de productor respectivo, un informe relativo al cumplimiento de los mecanismos institucionales adoptados, indicando las desviaciones que se hubiesen presentado, el responsable de la anomalía y las correcciones adoptadas. Igualmente presentará en los mismos términos, la relación detallada a que se refiere el literal d) del numeral 1.2.2.3.1.

Una vez recibida la información de su red autorizada y dentro de la segunda semana de cada trimestre, los productores, ensambladores, importadores y representantes de productor, informarán al Superintendente Delegado para la Protección del Consumidor del cumplimiento de los esquemas adoptados en su red, indicando los resultados obtenidos, las desviaciones que se hubiesen presentado, el responsable de la anomalía y las correcciones adoptadas. Igualmente remitirá una relación consolidada de las variables a las que se refiere el literal d) del numeral 1.2.2.3.1. Para el efecto, se sugiere aplicar el formato detallado en el anexo 1.4 Consolidado PQR 3010-F02.

Dentro de la segunda semana de cada trimestre, los productores, ensambladores, importadores y representantes de productor de motos, motonetas y motocarros deberán informar al Superintendente

* Circular Externa N° 014 del 3 de diciembre de 2001. Publicada en el Diario Oficial N° 44.639 de Diciembre 7 de 2001.

delegado para la protección al consumidor del cumplimiento de los esquemas adoptados en su red, indicando los resultados obtenidos, las desviaciones que se hubiesen presentado, el responsable de la anomalía y las correcciones adoptadas. Igualmente remitirá una relación consolidada de las variables a las que se refiere el literal d) del numeral 1.2.2.3.1. Para el efecto, se sugiere aplicar el formato detallado en el anexo 1.4 Consolidado PQR 3010-F02.*

La información periódica deberá allegarse certificada por el responsable institucional de cumplimiento y el representante legal. La certificación por parte del revisor fiscal deberá realizarla anualmente, la cual deberá remitirse con el informe periódico correspondiente al mes de enero. *

El 15 de diciembre de 2001 los productores, ensambladores, importadores y representantes de productor de motocicletas, motonetas y motocarros deberán informar a la Delegatura de Protección al Consumidor si se presentaron modificaciones al contenido del informe periódico allegado a la Superintendencia de Industria, las cuales deberán detallarse. ***

La información a que se refiere el literal d del numeral 1.2.2.3.1 deberá contener el detalle de la PQRS (conforme a definición antes citada). No obstante, en el anexo 1.4 Consolidado PQR 3010-F02, se indicara en la casilla de observaciones el total de las solicitudes de atención en garantía recibidas por cada concesionario, taller o expendedor de repuestos y por cada productor o ensamblador cuando no exista red de distribución o atención, sin que sea necesario clasificarlas conforme al anexo No. 1.2.**

1.2.2.4.6. Información a disposición

Los productores, ensambladores, importadores y representantes de productor, deberán mantener a disposición de la Superintendencia de Industria y Comercio, durante un término no inferior al exigido legalmente para los papeles comerciales, copia de los modelos de cláusulas a incluir en los contratos de concesión, conforme a lo establecido en el numeral 1.2.2.3.2. Igualmente deberán conservar en los mismos términos, copia del certificado de garantía de que trata el numeral 1.2.2.2.1.

La Superintendencia podrá solicitar, en cualquier tiempo, las justificaciones técnicas, administrativas, jurídicas y económicas que considere pertinentes.

1.2.2.5. Aviso de cumplimiento

A partir del primero de septiembre de 2001, el siguiente texto deberá mantenerse en cada establecimiento abierto al público de la red autorizada de los productores, ensambladores, importadores y representantes de productor, en un sitio visible al cliente de la sala de ventas y del taller de servicios, de modo que sea legible a simple vista:

“Por disposición de la Superintendencia de Industria y Comercio, este establecimiento debe disponer de un mecanismo institucional de recepción y trámite de las peticiones, quejas y reclamos. Como responsable del cumplimiento de estas disposiciones se ha designado a (nombre del responsable local de cumplimiento) quien atenderá sus inquietudes y reclamos. En caso de persistir la inconformidad, agradecemos informar a (nombre del responsable institucional de cumplimiento) al teléfono número (XXXXXXX o línea 9 800 si existiere)”.

* Circular Externa N° 014 del 3 de diciembre de 2001. Publicada en el Diario Oficial N° 44.639 de Diciembre 7 de 2001.

*** Circular Externa N° 014 del 3 de diciembre de 2001. Publicada en el Diario Oficial N° 44.639 de Diciembre 7 de 2001.

** Resolución N° 12674 del 2 de mayo de 2003. Publicada en el Diario Oficial N° 45.182 de Mayo 9 de 2003.

1.2.3. Baterías (acumuladores de tipo plomo ácido)*

La garantía de calidad, funcionamiento y servicio de las baterías, se sujetará a las siguientes reglas:

a) Término de la garantía. Los fabricantes de acumuladores tipo plomo ácido (baterías) para uso en vehículos automotores, deberán otorgar garantía mínima de calidad funcionamiento y servicio a sus productos a partir de la fecha de su entrega así:

i) Seis (6) meses para baterías cuyo uso corresponda a vehículos de servicio público y demás vehículos comerciales;

ii) Seis (6) meses para baterías cuyo uso corresponda a motos, motonetas y motocarros.

iii) Doce (12) meses para baterías cuyo uso corresponda a vehículos de servicio particular;

b) Tarjeta de garantía. Para asegurar al consumidor el cumplimiento de la garantía de calidad, funcionamiento y servicio de que trata el literal anterior, los fabricantes de acumuladores tipo plomo ácido (baterías) para uso en vehículos automotores, directamente o a través de sus canales de distribución, deberán hacer entrega a cada comprador de una tarjeta de garantía, debidamente diligenciada junto con la unidad vendida. El texto de la tarjeta de garantía deberá contener por lo menos los siguientes datos:

i) Identificación del producto: Marca de fábrica o comercial y número de identificación o serial;

ii) Identificación del fabricante: Nombre (razón social) y NIT;

c) *Alcance de la garantía.* La garantía se prestará conforme a los siguientes términos:

i) La garantía de calidad, funcionamiento y servicio amparará el producto por defectos de fabricación por el término indicado en el literal a);

ii) En cualquier caso de cambio del bien por garantía, el nuevo producto tendrá una garantía igual a la del producto inicialmente adquirido;

iii) El consumidor podrá hacer uso de la garantía en el lugar de compra o a través de los canales de distribución y venta autorizados por el fabricante;

iv) No se podrá supeditar la atención de la garantía a la presentación de la tarjeta de garantía y/o de la factura;

d) Información mínima. En el cuerpo de cada producto (batería) deberá indicarse de manera visible los datos que correspondan a capacidad nominal (corriente eléctrica-tiempo), capacidad de arranque (corriente eléctrica) y capacidad de reserva (tiempo), indicados conforme al sistema internacional de unidades;

e) Para facilitar la atención de la garantía, el fabricante o importador deberá implementar los mecanismos en toda la red de distribución que permitan contar con la información necesaria para identificar el producto, uso, fecha de venta y vigencia de la garantía;

f) Para facilitar el cumplimiento de lo dispuesto en el literal e) de este artículo, toda la cadena de distribución conformada por puntos de venta directos, distribuidores, almacenes de cadena, etc., dentro de los cinco (5) días siguientes a la venta o reemplazo por garantía, deberán reportar al fabricante los datos del producto, que permitan determinar la entrada en vigencia de la garantía de cada batería vendida.

* Resolución N° 2356 del 11 de febrero de 2004. Publicada en el Diario Oficial N° 45.461 de Febrero 13 de 2004.

1.2.4. Tubería y accesorios de PVC y CPCV††

(ESPACIO EN BLANCO)

1.2.4.1. Derogado♦

1.2.5. Derogado♦

1.2.6. Derogado*

1.2.7. Computadores

(Espacio en blanco)

1.2.8. Electrodomésticos* y Gasodomésticos**

1.2.8.1. Definiciones

Para efectos de la presente circular, entiéndase por:

a) Electrodomésticos:*** Son aparatos que utilizan la energía eléctrica o para desarrollar tareas domésticas, actividades de esparcimiento, del cuidado del hogar y el cuidado personal, etc., tales como alisar la ropa en el caso de las planchas, las grecas para preparar un café, calentar o cocinar los alimentos, lavar o secar la ropa, lavar los platos, aspirar el polvo, recibir señales de imagen y

†† †† El Consejo de Estado mediante sentencia del 3 de septiembre del 2004, Consejero Ponente: Doctor Gabriel Eduardo Mendoza Martelo: Declaró “la nulidad de las Resoluciones: 224 de 17 de enero de 2001, “por el cual se fijan unos requisitos técnicos para tubería y accesorios P.V.C. y C.P.V.C.; 29447 de 11 de setiembre de 2001, “por el cual se modifica parcialmente la circular externa No. 10 de 2001”, y 33064 de 4 de octubre de 2001. “por la cual se modifican parcialmente las resoluciones No. 224 y 29447 de 2001”, expedidas por la Superintendencia de Industria y Comercio”

♦ Resolución No. 60093 del 13 de septiembre de 2016. Publicada en el Diario Oficial No. 49995 del 13 de septiembre de 2016. “Por la cual se derogan unos numerales en el Capítulo Primero del Título II de la Circular Única”. Mediante la cual se resuelve derogar los **numerales 1.2.5 y 1.2.6** en el Capítulo Primero del Título II de la Circular Única.

El **Numeral 1.2.5. “Artefactos que funcionan con gas combustible”** se derogó por cuanto en la Resolución No. 680 de 2015 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se expidió el Reglamento Técnico para algunos gasodomésticos que se fabriquen nacionalmente o importen para ser comercializados en Colombia.

♦ Resolución No. 60093 del 13 septiembre de 2016. Publicada en el Diario Oficial No. 49995 del 13 de septiembre de 2016. “Por la cual se derogan unos numerales en el Capítulo Primero del Título II de la Circular Única”. Mediante la cual se resolvió derogar el **numeral 1.2.6 “Requisitos mínimos de idoneidad y calidad de las instalaciones para el suministro de gas en edificaciones residenciales y comerciales”**, por cuanto, por la Resolución 90902 de 2013 del Ministerio de Minas y Energía expidió el Reglamento Técnico de instalaciones internas de gas combustible, que establece los requisitos que se deben cumplir en las etapas de diseño, construcción y mantenimiento de las instalaciones para suministro de gas combustible destinadas a uso residencial, comercial e industrial.

* El **Numeral 1.2.6. “Requisitos mínimos de idoneidad y calidad de las instalaciones para el suministro de gas en edificaciones residenciales y comerciales”** se derogó por cuanto en la Resolución No. 90902 de 2013 del Ministerio de Minas y Energía expidió el Reglamento Técnico de instalaciones internas de gas combustible.

* Circular Externa N° 004 del 28 de abril de 2003. Publicada en el Diario Oficial N° 45.182 de Mayo 9 de 2003.

** Resolución No. 9747 del 4 de mayo de 2005. Publicada en el Diario Oficial No. 45.905 de mayo 11 de 2005.

***Circular Externa No. 018 del 22 de julio de 2011. Publicada en el Diario Oficial No. 48.142 del 26 de julio de 2011.

sonido y reproducirlas, hacer trabajos en computador y reproducirlos, etc.. Los electrodomésticos utilizan diferentes componentes que pueden ser eléctricos, mecánicos, electrónicos, tecnológicos o algunos que combinan varios de los anteriores. Ejemplos de electrodomésticos son: Neveras, lavadoras, secadoras, lava-torres, lavaplatos, estufas, campanas extractoras, cocinetas, hornos (eléctricos, tostadores, microondas, etc.), aspiradoras, planchas para la ropa, cafeteras, teteras, grecas, ollas (arroceras, vaporeras, freidoras, multiusos, wook, foundue, etc.), exprimidores, licuadoras, batidoras, pica todos, tostadoras, sandwicheras, abrelatas, cuchillos, televisores, reproductores de video (teatro en casa, blu ray, sistema receptores de A/V, VHS, DVD, etc.) video proyectores, computadores (de escritorio, portátiles, etc.), equipos multifuncionales, impresoras, consolas de juegos, cámaras digitales, cámaras filmadoras, equipos de sonido, minicomponentes, radios, grabadoras, reproductores MP3, MP4, IPOD, IPAD, memorias (USB, class, etc.), parlantes, teléfonos (inalámbricos, celulares, etc.) faxes, fotocopiadoras, radiadores eléctricos, calentadores, ventiladores, aires acondicionados, máquinas de coser, planchas, y secadores de cabello, masajeadores de pies, afeitadoras, depiladoras, etc.

b) Representante de productor: Quien actúa por cuenta y en nombre o representación de un productor nacional o extranjero, de electrodomésticos, partes, componentes o accesorios originales y en tal virtud asume las responsabilidades de éste último.

c) Centro de servicio autorizado: Quien presta el servicio de mantenimiento, reparación y/o postventa de electrodomésticos, autorizado por el fabricante, ensamblador, importador o representante de productor respectivo.

d) Servicio de postventa: Servicio que asegura:

- el mantenimiento preventivo y correctivo,
- el cumplimiento de la garantía y
- la reposición de repuestos, partes, piezas, componentes, accesorios e insumos para electrodomésticos.

e) Gasodoméstico: Artefacto de uso doméstico y/o comercial, que funciona con combustible gaseoso.*

1.2.8.2. Garantía de calidad, idoneidad y servicio postventa

Independientemente de que se cumpla con las obligaciones señaladas en los numerales subsiguientes, los destinatarios de esta circular garantizarán al comprador que sus productos satisfacen las especificaciones anunciadas o las corrientes del mercado para electrodomésticos y gasodomésticos, mediante el otorgamiento de una garantía de calidad, idoneidad y servicio de postventa. Frente al consumidor, el cumplimiento de los términos de la garantía es obligación solidaria de todos los que hayan intervenido en la cadena de producción y distribución del electrodoméstico o gasodoméstico. El consumidor podrá hacer uso de la garantía de calidad, idoneidad y servicio de postventa directamente ante el expendedor o comercializador o en cualquiera de los canales establecidos y autorizados por el productor, importador o representante de productor, independientemente de las acciones que quien responda ante el consumidor tenga frente al responsable del daño.

* Resolución No. 9747 del 4 de mayo de 2005. Publicada en el Diario Oficial No. 45.905 de mayo 11 de 2005

1.2.8.3. Certificado de garantía

Los destinatarios de la presente circular deberán tener un documento escrito, en idioma español en letra legible, en el que consten los términos de su garantía de calidad, idoneidad y servicio de postventa, que, como mínimo, implicará los estándares aquí previstos.

El certificado de garantía deberá entregarse a cada adquirente, y contener como mínimo:

- La identificación del productor o importador;
- La identificación del electrodoméstico o gasodoméstico con las especificaciones necesarias para su correcta individualización;
- Las condiciones de validez de la garantía y su plazo de vigencia;
- La descripción de las partes del electrodoméstico o gasodoméstico excluidas de la garantía;
- Las condiciones de atención de la garantía y del servicio de postventa especificando los canales de atención establecidos y autorizados donde podrán hacerse efectivos;
- Declaración del tiempo durante el cual se garantiza el suministro de repuestos e insumos para el adecuado funcionamiento del bien.

Las exclusiones deberán ser expresas y se entenderán siempre de manera taxativa. Las exclusiones sólo podrán ser respecto de las partes y piezas que usualmente sufren deterioro o desgaste por la operación normal del electrodoméstico o gasodoméstico.

1.2.8.3.1. Alcance de la garantía

En desarrollo de lo señalado en el artículo 29 del decreto 3466 de 1982 y sin perjuicio de la obligación de cambiar el bien por otro o devolver el dinero, de conformidad con lo establecido en el artículo 13 del citado decreto, la garantía de calidad, idoneidad y servicio de postventa, compromete a sus obligados respecto de los electrodomésticos y gasodomésticos en cuya fabricación, importación, distribución o venta haya participado, como mínimo a proporcionar la asistencia técnica, reparar y suministrar los repuestos, partes, piezas y accesorios necesarios que permitan el adecuado funcionamiento del electrodoméstico o gasodoméstico durante todo el período que ampare la garantía sin costo alguno para el consumidor.

Para los efectos previstos en este numeral, los productores, importadores, representante de productor y expendedores, deberán disponer directamente, o a través de centros de servicio autorizados o expendedores de repuestos, de un inventario representativo de los repuestos, partes y piezas de mayor rotación y garantizar el suministro oportuno de los restantes repuestos así como de unidades de reposición e insumos. En todo caso, los productores, importadores y representantes de productor deberán garantizar el suministro oportuno de los repuestos partes y piezas en todas las ciudades en que operen.

1.2.8.3.2. El servicio de postventa

El servicio de postventa deberá ser prestado por todo productor, importador o representante de productor directamente o a través de centros de servicio autorizados o por proveedores o expendedores y garantizar, como mínimo, lo siguiente:

- Centros de servicio adecuados y suficientes para ofrecer el mantenimiento y reparaciones;
- Personal técnico idóneo, capacitado y las herramientas mínimas y especializadas para los modelos, referencias y servicios ofrecidos;

- Asegurar la disponibilidad o suministro de repuestos, unidades de reposición, partes, piezas, accesorios e insumos durante la permanencia del electrodoméstico o gasodoméstico en el mercado, que garanticen la idoneidad del mismo.

1.2.8.3.3 Término de la garantía*

Cuando el productor, distribuidor o expendedor de un electrodoméstico o de un gasodoméstico no informe al consumidor sobre el término de la garantía mínima, referida a las condiciones de idoneidad y calidad del mismo y del servicio de postventa, que ampara el producto por todos los defectos no imputables al usuario y asegura la obligación de proporcionar la asistencia técnica necesaria para el mantenimiento, se presumirá que el término de dicha garantía, es de doce (12) meses, contados a partir de la fecha de entrega del electrodoméstico o gasodoméstico al comprador original. No obstante, el productor, distribuidor o expendedor que alegue haber dado una garantía por un término inferior, al de los doce (12) meses acá establecidos, deberá probar que informó el término de la garantía correspondiente al consumidor y que éste lo aceptó de manera expresa.

1.2.8.3.4. Mecanismos de protección al consumidor

1.2.8.3.5. Mecanismo institucional

Los productores, importadores, representantes de productor, proveedores o expendedores y centros de servicio autorizados deberán disponer de un mecanismo institucional de recepción y trámite de atención de garantías y suministros de repuestos, en adelante PQR, debidamente documentado.

Los productores, importadores y representantes de productor deberán contemplar de acuerdo con el tipo de relación contractual que los vincule, que los centros de servicio autorizados y expendedores de repuestos dispongan de dicho mecanismo.

El mecanismo institucional de atención al consumidor deberá, por lo menos:

a) Tener a disposición y entregar a los consumidores del sector de electrodomésticos y gasodomésticos los listados con la información impresa de las direcciones ordinarias y electrónicas, números de teléfonos y de fax de los centros de servicio que conforman su red autorizada a nivel nacional y los procedimientos aplicables a las PQR, sin perjuicio de la demás información que se considere pertinente. Igualmente deberá informárseles que la presentación de PQR no tiene que ser personal ni requiere de intervención de abogado.

b) Establecer procedimientos administrativos internos y formularios necesarios para la eficiente recepción y trámite de las PQR, en las condiciones que se destinen para su recepción. El procedimiento adoptado e informado al consumidor deberá prever, en todo caso, lo siguiente:

- Notificación inmediata al productor, importador o representante de productor respectivo de la PQR presentada directamente o a través de un centro de servicio autorizado;
- El tiempo máximo en el cual la PQR será resuelta;
- Cuando lo solicitado sea la devolución del dinero o el cambio del electrodoméstico o gasodoméstico, el proveedor o expendedor respectivo deberá solicitar el concepto del productor, importador, representante de productor o centro de servicio autorizado respectivo. Si en tres días no se ha presentado el concepto solicitado, el proveedor o expendedor decidirá la forma de hacer efectiva la garantía de conformidad con las normas que regulan la materia;

* Circular Externa No. 018 del 22 de julio de 2011. Publicada en el Diario Oficial No. 48.142 del 26 de julio de 2011.

-
- Si el consumidor considera que su PQR no ha sido resuelta satisfactoriamente, se le informará sobre la posibilidad de acudir ante las autoridades competentes en el tema.

En el caso, en que un consumidor, esté privado del uso del electrodoméstico o gasodoméstico en garantía por cualquier causa relacionada con su reparación imputable a los responsables de efectuarla, por un término superior al tiempo máximo establecido en el cual la PQR debió ser resuelta, se interrumpirá automáticamente el plazo de la garantía otorgada debiendo computarse dicho tiempo como prolongación del mismo.

1.2.8.4. Mecanismo de seguridad para Gasodomésticos*

Los proveedores, importadores y representantes de productos de gasodomésticos cuando tengan indicios graves de que una falla en un sistema o subensamble, o un defecto en una parte o pieza de un gasodoméstico pueda atentar contra la salud y vida o seguridad de los consumidores, deberá informarla por escrito a la Superintendencia de Industria y Comercio dentro de los dos días hábiles siguientes. En los mismos términos, deberá informarse el procedimiento y el plazo estimado en el cual se corregirá la falla o el defecto.

El procedimiento será similar al anterior, cuando una misma falla o defecto sea el motivo de reclamo en un cuatro por ciento (4%) de los gasodomésticos en circulación, debiéndose aportar la propuesta de los correctivos adoptados o que se implementarán para el efecto.

1.2.8.5. Mecanismos de seguimiento y control

Para efectos del cumplimiento de lo dispuesto en esta circular, se deberán observar las siguientes instrucciones:

1.2.8.5.1. Implementación

Los productores, importadores, representantes de productor, proveedor o expendedor y centros de servicio autorizados adoptarán e implementarán las instrucciones aquí establecidas y serán responsables de la observancia y buen funcionamiento de los mecanismos de protección al consumidor.

Dentro de los 3 meses siguientes a la vigencia de la presente circular, los productores, importadores, representantes de productor, talleres autorizados y expendedores, deberán adoptar las acciones y cronogramas a seguir para asegurar la instalación del mecanismo institucional de atención al cliente y el cumplimiento de las demás instrucciones impartidas.

Cada productor, importador, representante de productor y expendedores, deberán designar un funcionario "responsable institucional", encargado de la implementación y cumplimiento de lo aquí establecido y de asegurar la disponibilidad de los medios materiales, administrativos y económicos para dar cumplimiento a los cronogramas establecidos. Constancia de lo anterior, deberá mantenerse a disposición de la Delegatura de Protección al Consumidor, de igual manera lo contenido en los literales a) y b) del numeral 1.2.8.3.1.

La implementación total de lo previsto en esta circular, deberá haberse terminado en 6 meses, contados a partir de la entrada en vigencia de la misma.

1.2.8.5.2. Información a disposición

* Resolución No. 9747 del 4 de mayo de 2005. Publicada en el Diario Oficial No. 45.905 de mayo 11 de 2005

Dentro de los 3 meses siguientes a la vigencia de la presente circular, los productores, importadores, representantes de productor, proveedores y expendedores deberán mantener a disposición de la Delegatura de Protección al Consumidor:

- a) Copia del documento donde consten las instrucciones y directrices en las que se definan las acciones y cronogramas a seguir, así como el “responsable institucional” para su red autorizada, en los términos del inciso tercero del numeral 1.2.8.4.1 de la presente circular;
- b) Los procedimientos administrativos internos y los formularios de presentación de PQR para cada uno de los trámites que se hayan de surtir en su red autorizada;
- c) Listado de los proveedores o expendedores y talleres de servicio que conforman su red autorizada a nivel nacional, indicando dirección y nombre del propietario y/o representante legal.

1.2.9 Término de la garantía mínima para productos no perecederos*

Por regla general, cuando el productor, distribuidor o expendedor de un producto no perecedero no informe al consumidor sobre el término de la garantía mínima, referida a las condiciones de idoneidad y calidad del mismo y del servicio de postventa, que ampara el producto por todos los defectos no imputables al usuario y asegura la obligación de proporcionar la asistencia técnica necesaria para el mantenimiento, se presumirá que el término de dicha garantía es de doce (12) meses, contados a partir de la fecha de entrega del producto al comprador original. No obstante, el productor, distribuidor o expendedor que alegue haber dado una garantía por un término inferior, al de los doce (12) meses acá establecidos, deberá probar que informó el término de la garantía correspondiente al consumidor y que éste lo aceptó de manera expresa.

Sin perjuicio de lo anterior, para los siguientes productos, se presumirá el término de dicha garantía como mínimo, en las siguientes condiciones:

1. Para pisos, por doce (12) meses contados a partir de la fecha de su entrega al comprador original.
2. Para muebles y enseres, por doce (12) meses contados a partir de la fecha de su entrega al comprador original.
3. Para repuestos (de vehículos y motos), por doce (12) meses contados a partir de la fecha de su entrega al comprador original.
4. Para llantas, por seis (6) meses contados a partir de la fecha de su entrega al comprador original.
5. Para monturas y lentes, por seis (6) meses contados a partir de la fecha de su entrega al comprador original.
6. Para calzado, por dos (2) meses contados a partir de la fecha de su entrega al comprador original.

CAPÍTULO SEGUNDO INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

* Circular Externa No. 018 del 22 de julio de 2011. Publicada en el Diario Oficial No. 48.142 del 26 de julio de 2011.

2.1 Información al consumidor y propaganda comercial *

De conformidad con lo señalado en el decreto 3466 de 1982, las marcas, leyendas, propagandas comerciales y, en general, toda la publicidad e información que se suministre al consumidor sobre los componentes, propiedades, naturaleza, origen, modo de fabricación, usos, volumen, peso o medida, precios, forma de empleo, características, calidad, idoneidad y cantidad de los productos o servicios promovidos y de los incentivos ofrecidos, debe ser cierta, comprobable, suficiente y no debe inducir o poder inducir a error al consumidor sobre la actividad, productos y servicios y establecimientos.

Por lo tanto se deben tener en cuenta entre otros los siguientes criterios:

2.1.1. Información engañosa

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

2.1.1.1. Elementos

Para determinar si la propaganda comercial, marca o leyenda o en general cualquier forma de publicidad es engañosa, se tendrán en cuenta entre otros los siguientes elementos:

- a) Las indicaciones sobre las características de los bienes o servicios, tales como su disponibilidad, naturaleza, ejecución, composición, el procedimiento y la fecha de fabricación o de prestación, su carácter apropiado o idóneo, utilizaciones, cantidad, especificaciones, origen geográfico o comercial o los resultados que pueden esperarse de su utilización o los resultados y las características esenciales de las pruebas o controles efectuados sobre los bienes o los servicios.
- b) El precio o su modo de fijación y las condiciones de suministro de bienes o de prestación de servicios.
- c) La naturaleza, características y derechos del anunciante, tales como su identidad y su patrimonio, sus cualificaciones y sus derechos de propiedad industrial, comercial o intelectual, o los premios que haya recibido o sus distinciones.

2.1.1.2. Criterios

Para efectos de lo previsto en los artículos 14, 15, 16 y 17 del decreto 3466 de 1982, o de las normas que los modifiquen, complementen o sustituyan, se entenderá que la información o la propaganda comercial es engañosa, entre otros casos cuando:

- a) Se omite información necesaria para la adecuada comprensión de la propaganda comercial.
- b) Cuando la información indispensable para el adecuado manejo, mantenimiento, forma de empleo, uso del bien y/o servicio así como precauciones sobre posibles riesgos, no esté en idioma castellano.

Cuando un Reglamento Técnico establezca la obligación de dar información a los consumidores, ésta deberá venir en su integridad en idioma castellano.

* Circular Externa N° 011 del 9 de mayo de 2002. Publicada en el Diario Oficial N° 44.802 de Mayo 16 de 2002.

Se considera que la información es suficiente cuando sea representada por símbolos reconocidos internacionalmente y/o con palabras que por costumbre son plenamente reconocidas por los consumidores en cuanto su significado o aplicación.*

- c) Se establecen mecanismos para trasladar al consumidor los costos del incentivo de manera que éste no pueda advertirlo fácilmente, como cuando se disminuye la calidad o cantidad del producto o servicio o se incrementa su precio, entre otros.
- d) La información sobre restricciones, limitaciones, excepciones y condiciones adicionales para la adquisición del producto o servicio, no se incluye en la propaganda comercial y no tiene similar notoriedad al ofrecimiento del producto o servicio que se anuncia.
- e) Se ofrecen productos o incentivos con deficiencias o imperfectos, usados, remanufacturados, remodelados o reconstruidos, próximos a vencerse y de colecciones o modelos anteriores sin indicar tales circunstancias de manera clara y precisa en la propaganda comercial.
- f) Se ofrecen de manera gratuita productos, servicios o incentivos cuando la entrega de los mismos está supeditada al cumplimiento de alguna condición por parte del consumidor que no se indica en la propaganda comercial.

2.1.2. Propaganda comercial

Para efectos del cumplimiento de los requisitos de veracidad, suficiencia y no inducción a error al consumidor se imparten las siguientes instrucciones para algunos casos especiales de propaganda comercial.

2.1.2.1. Propaganda comercial con incentivos

Se entiende por propaganda comercial con incentivos, todo anuncio dirigido al público en general o a un sector específico de la población, en el cual se ofrece en forma temporal, la comercialización de productos o servicios en condiciones más favorables que las habituales las cuales pueden consistir en el ofrecimiento a través de cualquier medio de divulgación o sistema de publicidad de rifas, sorteos, cupones, vales, fotos, figuras, afiches, imágenes o cualquier otro tipo de representación de personas, animales o cosas, dinero o de cualquier retribución en especie, con el fin de inducir o hacer más atractiva la compra de un producto o servicio determinado.

No se entiende como propaganda comercial con incentivos las condiciones más favorables obtenidas de manera individual como resultado de la negociación directa del consumidor.

A continuación se señalan algunos criterios técnicos y jurídicos para la cabal aplicación de los requisitos de veracidad, suficiencia y no inducción a error exigidos por el legislador.

- a) Información mínima
 - i. Identificación del producto o servicio promovido y del incentivo que se ofrece indicando su cantidad y calidad.
 - ii. Requisitos y condiciones para su entrega, como por ejemplo si no es acumulable con otros incentivos, si se limita la cantidad por persona, etc.
 - iii. Plazo o vigencia del incentivo, indicando la fecha exacta de iniciación y terminación de la misma.

* Circular Externa No. 004 del 14 de febrero de 2011. Publicada en el Diario Oficial No. 47.985 febrero 16 de 2011.

-
- iv. Nombre comercial o razón social del oferente.
 - v. Gastos, descuentos, retenciones, impuestos, deducciones y, en general, los costos a cargo del consumidor para la entrega del incentivo, si llegaren a ser aplicables.
 - vi. Si en la propaganda comercial se utilizan imágenes de los productos o incentivos, los elementos entregados deben tener las mismas características de los presentados en la propaganda comercial.
 - vii. Si el incentivo es un descuento ofrecido de manera general al público o sector determinado, en la propaganda comercial debe señalarse expresamente el monto o porcentaje, salvo cuando los descuentos son diferentes y se aplican a varios productos caso en el cual podrán señalarse los montos o porcentajes mínimos y máximos otorgados.

b) Inducción a error

Sin perjuicio de la facultad que existe para señalar libremente el precio de los productos y servicios no sometidos a régimen de control, se entenderá que se induce a error cuando:

- i. Simultáneamente con el ofrecimiento del incentivo y hasta seis meses después del retiro del ofrecimiento de éstos se aumenta el precio del bien o servicio, o
- ii. Se ofrecen incentivos dentro del mes siguiente al aumento del precio del bien o servicio cuya adquisición se promociona.

c) Agotamiento de incentivos

De acuerdo con lo establecido en el artículo 16 del decreto 3466 de 1982 en la propaganda comercial con incentivos deberá indicarse la “fecha exacta hasta la cual será válido el ofrecimiento de los incentivos”.

En los casos en que la entrega del producto, servicio o incentivo se condicione a la disponibilidad de inventarios o existencias, además de la indicación de la fecha de vigencia exigida en el mencionado artículo 16 deberá indicarse el número de productos, servicios e incentivos disponibles.

Cuando se agoten los productos, servicios o incentivos ofrecidos antes de la fecha de vigencia anunciada en la propaganda comercial, deberá advertirse al público dicha circunstancia mediante avisos notorios en el establecimiento y suspenderse de manera inmediata la propaganda comercial.

En adición a lo señalado en el inciso anterior, si las existencias se agotan faltando más de tres (3) días para terminar el plazo de vigencia de la propaganda comercial, conforme con lo dispuesto en el artículo 32 del Decreto 3466 de 1982, la misma debe ser corregida tomando las medidas necesarias para evitar que se induzca a error o se cause daño o perjuicio a los consumidores. En tal sentido, deberá anunciarse el agotamiento de los productos, servicios o incentivos en forma proporcional y adecuada a las condiciones iniciales de difusión de la propaganda comercial y al lapso restante de vigencia.

2.1.2.2. Propaganda comercial de precios

Si en la propaganda comercial se indica el precio del producto o servicio deberá tenerse en cuenta lo siguiente:

- a) El precio debe corresponder al precio total del producto, incluido los impuestos o cualquier cargo adicional a que hubiere lugar y anunciarse en forma clara, visible y legible.

-
- b) Cuando se afirme que el precio del producto o servicio es el más barato, el de menor precio o el más económico o se compare con el precio del mercado de otros establecimientos o empresas, dicha información deberá tener los soportes documentales pertinentes.
 - c) Cuando se anuncie que los bienes son vendidos al costo o a precio de fábrica el precio deberá corresponder al costo de venta, de acuerdo con la descripción definida en la clase 6 "Costo de Ventas" del plan Único de Cuentas para los Comerciantes establecido en el decreto 2650 de 1993, más los impuestos a que haya lugar.
 - d) Cuando en la propaganda comercial se ofrezca la venta de productos o servicios a plazo a través de sistemas de financiación y se incluya información sobre el costo de la misma, será necesario indicar la tasa de interés efectiva anual que se aplica. Si la financiación no es otorgada por el oferente debe indicarse esta circunstancia y el nombre de la persona que la otorga.
 - e) Se considera que se induce a error al consumidor cuando se compara el nuevo precio con el antiguo y éste último es mayor y ha sido incrementado durante el mes anterior a la fecha en la que se efectúe el anuncio.

2.1.2.3. Propaganda comercial con imágenes

En la propaganda comercial con imágenes deberá observarse lo siguiente:

- a) La imagen del producto o servicio utilizada en la propaganda comercial debe corresponder con la del producto o servicio promocionado.
- b) La cantidad del producto que aparezca en la propaganda comercial debe corresponder a la que efectivamente contiene el envase o empaque del producto promocionado.
- c) En las ventas por catálogo deberán indicarse las características y dimensiones o medidas de los productos.

2.1.2.4. Propaganda comercial de productos nocivos para la salud

Sin perjuicio del cumplimiento de los requisitos señalados en la ley para productos específicos, como por ejemplo el tabaco y las bebidas alcohólicas, en la propaganda comercial de productos nocivos para la salud o que impliquen riesgos para la misma, deberá advertirse claramente sobre su nocividad o peligrosidad e indicarse la necesidad de consultar las condiciones para su uso correcto y las contraindicaciones, las cuales según lo dispuesto en el decreto 3466 de 1982 deben informarse en las etiquetas, envases o empaques, o en anexos que se incluyan dentro de éstos.

2.1.2.4.1. Exhibición del tabaco y sus derivados como los cigarrillos en establecimientos de comercio^{##}

En concordancia con lo dispuesto en las Leyes 1109 de 2006 y 1335 de 2009 y en la Resolución 3961 de 2009 del Ministerio de Protección Social y las normas que las modifiquen o sustituyan, la

^{##} Circular Externa No. 005 del 27 de enero de 2012. Publicada en el Diario Oficial No. 48.328 del 30 de enero de 2012. Mediante Circular Externa No. 011 de 2012 se dispuso que la Circular Externa 005 del 27 de enero de 2012, así como la No. 011, entrarán en vigor pasados tres (3) meses contados a partir de la publicación de esta última en el Diario Oficial, esto es, a partir del 26 de marzo de 2012, para Grandes Almacenes y pasados seis (6) meses para los demás destinatarios.

exhibición de productos de tabaco y sus derivados como el cigarrillo, en los establecimientos de comercio para venta al público, tales como tiendas, minimercados, licorerías y grandes almacenes, deberá observar los siguientes criterios:

a) De conformidad con lo dispuesto en el literal b) del artículo 16 de la Ley 1109 de 2006 y el párrafo 3 del artículo 2 de la Ley 1335 de 2009, el tabaco y sus derivados como el cigarrillo para la venta no pueden ser directamente accesibles por el público consumidor. Se hace necesario que el producto se encuentre detrás del mostrador o caja registradora del establecimiento donde no esté a libre disposición del público y no pueda ser manipulado. Está prohibido el denominado “autoservicio” para la adquisición de tabaco y sus derivados como los cigarrillos, donde el consumidor escoge, toma y paga en caja registradora los productos.

b) La exhibición de pacas, cajetillas y cartones de cigarrillos y en general todos los empaques de tabaco y sus derivados en vitrinas o mostradores y en el punto de venta de los establecimientos de comercio debe efectuarse de manera tal que se revele plenamente la totalidad de la cara principal del empaque, de acuerdo con la definición del artículo 2º de la Resolución 3961 de 2009 del Ministerio de Protección Social, por ser el área donde se ubican las advertencias sanitarias, las cuales deben ser completamente visibles al público de manera permanente, sin ser obstruidas, disimuladas, veladas o susceptibles de ser separadas.

c) La exhibición de las cajetillas de cigarrillos que se haga en cada establecimiento de comercio, debe implementarse de manera tal que solo sea visible al consumidor final una referencia de marca de cada producto disponible para la venta, salvo lo indicado en los párrafos dispuestos a continuación. Cualquier repetición de exhibición de referencias de marca en el mismo establecimiento de comercio, se entenderá como promoción y se sancionará en los términos de la ley 1335 de 2009. §§

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

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

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

d) Se encuentra prohibida la exhibición de cajetillas de cigarrillos y empaques de tabaco o sus derivados en vitrinas exteriores de los establecimientos de comercio.

2.1.2.5. Propaganda comercial de automotores

§§ Circular Externa No. 011 del 23 de marzo de 2012. Publicada en el Diario Oficial No. 48.384 del 26 de marzo de 2012. La Circular Externa 005 del 27 de enero de 2012 y la presente Circular Externa entrarán en vigor pasados tres (3) meses contados a partir de la publicación de esta última en el Diario Oficial para Grandes Almacenes y pasados seis (6) meses para los demás destinatarios.

Cuando en la propaganda comercial utilizada por los concesionarios, talleres y expendedores de repuestos autorizados del sector automotor, involucren de una u otra manera a los productores, ensambladores, importadores o representantes de productor respectivos, estos últimos deberán disponer y garantizar el cumplimiento de un reglamento que contenga las orientaciones específicas sobre la manera como la propaganda comercial, oferta, promoción, descuento o incentivo dirigido al público debe presentarse al consumidor.

El reglamento adoptado por el fabricante, ensamblador, importador o representante de productor correspondiente en cada caso particular, deberá adjuntarse a la información de que trata el Título II Capítulo I numeral 1.2.2.4.6 de la presente Circular.

2.1.2.6. Propaganda comercial comparativa

Se entiende por propaganda comercial comparativa aquella en la cual se alude explícita o implícitamente a un competidor o a los bienes o servicios ofrecidos por un competidor de forma que se realice una confrontación entre la actividad, las prestaciones mercantiles, servicios o el establecimiento propios o ajenos con los de un tercero. La comparación o confrontación no podrá referirse a extremos que no sean análogos, ni comprobables, ni utilizar indicaciones o aseveraciones incorrectas o falsas, u omitir las verdaderas.

Para la cabal aplicación de los requisitos señalados en la ley, a continuación se señalan algunos criterios técnicos y jurídicos aplicables a la propaganda comercial comparativa:

- a) La comparación debe ser entre bienes, servicios o establecimientos que satisfagan las mismas necesidades o tengan la misma finalidad.
- b) La comparación debe referirse a características objetivas o comprobables de las actividades, los establecimientos y bienes o servicios, por lo tanto debe efectuarse entre una o más características esenciales, pertinentes, verificables y representativas de los mismos. Los juicios o apreciaciones subjetivas no constituyen término válido de comparación ante el consumidor pues corresponden a la afirmación personal de quien emite el juicio.
- c) Deberán indicarse las características reales de las actividades, establecimientos, productos y servicios que se comparan y no podrá inducirse a error sobre las mismas.
- d) Se considera que los extremos no son análogos y que se induce a error cuando se comparan actividades, establecimientos, productos y servicios de calidades diferentes sin indicar su precio, o en los casos en que se informa el precio y no se advierte sobre la diferencia de calidad.

2.2. Mecanismos de supervisión y medidas administrativas *

Información disponible

Sin perjuicio de lo dispuesto en las normas comerciales, los anunciantes, productores, importadores y comerciantes deberán conservar a disposición de la Superintendencia de Industria y Comercio la información y documentación relativa a la propaganda comercial por un término no inferior a tres años contados a partir de la fecha de su última publicación, y en todo caso la siguiente:

* Circular Externa N° 011 del 9 de mayo de 2002. Publicada en el Diario Oficial N° 44.802 de Mayo 16 de 2002.

-
- a) Copia de la propaganda comercial utilizada, esto es, del anuncio, folleto, volante, video, cassette, etiqueta, empaque y en general del medio de difusión o sistema de publicidad utilizado.
 - b) Constancia escrita del propietario del establecimiento o representante legal de la persona jurídica en la que manifieste que verificó el cumplimiento de las normas que regulan la propaganda comercial y en especial que estableció la veracidad de la información contenida en la misma con la realidad del producto o servicio ofrecido.
 - c) En el caso de la propaganda comercial con incentivos adicionalmente deberá conservarse la siguiente información:
 - i. Informe que refleje las modificaciones del precio del producto o servicio en el establecimiento o empresa que realiza la propaganda comercial, desde el mes anterior a la utilización de la misma y hasta seis meses después del retiro del incentivo.
 - ii. Documentos que acrediten la entrega de los incentivos.
 - d) Cuando el anunciante, productor, importador o comerciante haya sido sancionado por violación a las disposiciones relativas a la propaganda comercial, deberá implementar en la empresa o establecimiento mecanismos administrativos para controlar que la propaganda comercial utilizada cumple con los requisitos de veracidad, suficiencia y no inducción a error señalados en la ley, los cuales deberán ser informados a la Superintendencia dentro del mes siguiente a la fecha en que quede en firme la decisión.

Medidas administrativas

Sin perjuicio de las sanciones contempladas en el código penal por ofrecimiento engañoso de productos y servicios de conocimiento de los jueces penales, la Superintendencia de Industria y Comercio podrá adoptar las siguientes medidas:

- a) Ordenar la corrección de la propaganda comercial.
- b) Ordenar las medidas necesarias para evitar que se incurra nuevamente en error o que se cause daño a perjuicio a los consumidores.

2.3. Información pública de precios

El artículo 18 del decreto 3466 de 1982 dispone que todo proveedor o expendedor está obligado a fijar los precios máximos al público de los bienes o servicios que ofrezca. En consecuencia, aún cuando de manera general existe libertad de precios, todo proveedor o expendedor está obligado a fijar los precios máximos al público de los bienes y servicios, según la reglamentación de la autoridad competente o, a falta de ésta, según sus posibilidades o conveniencias, en los bienes mismos, en góndolas, anaqueles o estantes.

2.3.1. Sistemas de indicación pública de precios

En cualquier sistema de información sobre precios dirigida a los consumidores, se deberá indicar el precio total del producto, el cual incluirá cualquier cargo adicional o impuesto a que hubiere lugar, sin perjuicio de su discriminación en las facturas conforme a las disposiciones tributarias. La indicación pública de precios puede hacerse en listas, en los bienes mismos, en góndolas, anaqueles o estantes.

2.3.2. Indicación de precios por unidad de medida (PUM) y disponibilidad de “vueltas”

2.3.2.1. Definiciones

Para los efectos del presente numeral, entiéndase por:

- a) Unidad de medida: Magnitud de masa, volumen o longitud en que se expresa la cantidad de un bien. La unidad de masa es el kilogramo, la de volumen el litro y la de longitud el metro.
- b) Precio por unidad de medida (PUM): Cifra en pesos resultante de dividir el precio total de cada bien por la cantidad neta de masa, volumen o longitud correspondiente.
- c) Gran almacén: Todo establecimiento de comercio que venda bienes de consumo masivo al detal y cuyos ingresos brutos bimestrales sean iguales o mayores a tres mil (3.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes, tales como almacenes de cadena, almacenes por departamentos, supermercados e hipermercados.*

Para determinar los ingresos brutos se tendrán en cuenta todos los ingresos de los establecimientos de un mismo gran almacén y los bimestres se contarán como se señala para la presentación del impuesto de industria y comercio. La entidad que en un bimestre adquiera la condición de gran almacén, la conservará durante seis (6) bimestres más, contados a partir del último en que sus ventas así lo hubieran determinado.

- d) Bienes por medida: Los bienes que se empaquen al momento de adquirirse y cuyo precio se determina en función de la masa, volumen o longitud y aquellos preempacados cuando la intensidad, grado o cantidad de consumo dependa la masa, el volumen o la longitud.

2.3.2.2. Indicación del PUM

Los grandes almacenes deberán indicar el PUM para cada bien por medida que ofrezcan al público. Para el efecto se tendrán en cuenta las siguientes reglas:

- a) La obligación contenida en este numeral podrá ser cumplida mediante la indicación del PUM en los bienes mismos, en sus empaques, etiquetas, adhesivos, envases o en las góndolas o anaqueles en que se exhiba el producto, independientemente de la forma como se proceda en relación con el precio total.
- b) El PUM deberá ser legible para el consumidor. Con tal propósito, la altura de los caracteres del PUM no podrá ser inferior al cincuenta por ciento (50 %) de la altura de los caracteres del precio total de venta. En todo caso, cuando el PUM se fije en góndola, estante o anaquel, la altura de todos sus caracteres no podrá ser inferior a tres (3) milímetros.
- c) Excepcionalmente, la indicación del PUM podrá expresarse usando unidades de masa, volumen o longitud diferentes a las señaladas en el literal a) del numeral 2.3.2.1 anterior, siempre y cuando: Se haga de manera idéntica para todos los productos del mismo género; la forma seleccionada facilite la comparación de precios por unidad de medida; y, la unidad utilizada sea múltiplo o submúltiplo de las unidades del sistema internacional de unidades, de acuerdo con las tablas incluidas en el Título VII relativo a la Metrología.

Hasta el 31 de diciembre de 2001, los grandes almacenes podrán indicar el PUM usando como unidad de medida la libra, siempre y cuando junto a éste aparezca de forma clara, inconfundible

* Circular Externa No. 005 del 23 de febrero de 2011. Publicada en el Diario Oficial No. 47.994 del 25 de febrero de 2011.

y en caracteres de mayor tamaño, el PUM conforme al sistema internacional de unidades aplicable en Colombia.

- d) En promociones y combos. *
- i. En promociones: Cuando una promoción involucre un extracontenido, extraproducto, un obsequio o un descuento, la indicación del PUM solo deberá hacerse con respecto del producto y cantidad bases a los que accede la oferta.
 - ii. En combos: Cuando varios productos sean vendidos en conjunto tipo “combo” se indicará un solo precio total equivalente a la suma de los precios de cada bien y, respecto de cada producto, se indicará individualmente su respectivo precio por unidad de medida, esta regla es aplicable solo en los casos en que en el mismo establecimiento se vendan los productos integrantes del combo individualmente en la misma presentación incorporada en éste.
 - iii. Las anchetas se excluyen de la obligación de indicar el PUM para los productos que componen la misma, sin perjuicio de informar el precio de cada producto y el valor que se pagará por los accesorios que conforman la anqueta.
- e) En relación con los productos ofrecidos en las áreas de delikatessen existentes al interior de los almacenes, si en ellos concurren las definiciones contenidas en el numeral 2.3.2.1 y sus subdivisiones, la misma les es aplicable.
- f) Para los productos ofrecidos en las cafeterías de los almacenes, no es aplicable la indicación del PUM. La indicación de precios de dichos productos, deberá dar cumplimiento a lo establecido para el expendio de comidas y/o bebidas en el numeral 2.4 del presente título.

2.3.2.3. Cronograma de aplicación

A partir del 1 de agosto de 2000, el 20% de los puntos de venta de los grandes almacenes deberán indicar al público el PUM en la forma establecida en este capítulo de los siguientes productos: Arroz, azúcar, lenteja, garbanzo, arveja, frijol, maíz, haba, panela, mantequilla, margarina, grasas y aceites comestibles, cebada, trigo, harinas, féculas, chocolate, café, sal y condimentos, pastas alimenticias, gaseosas, cervezas, jugos y refrescos, leche y sus derivados, carnes, pescados y mariscos, agua potable, salsa y pasta de tomate y mayonesa, frutas y verduras.

A partir del 31 de diciembre de 2000, el 30% de los puntos de venta de los grandes almacenes deberán indicar al público el PUM en la forma establecida en este capítulo, en cuanto a los productos básicos previstos en el párrafo inmediatamente anterior.

A partir del 30 de junio de 2001, el 50% de los puntos de venta de los grandes almacenes deberán indicar al público el precio por unidad de medida, en la forma establecida en este capítulo, en cuanto a los productos básicos previstos en el inciso primero del presente numeral.

A partir del 31 de diciembre de 2001, el 100% de los puntos de venta de los grandes almacenes deberán indicar al público el PUM en la forma establecida en este capítulo, en cuanto a todos los bienes susceptibles de ser vendidos por unidad de medida.

A partir del 30 de junio de 2003, todo aquel que ofrezca al público bienes por medida, diferentes a los señalados en los incisos anteriores, deberán indicar el PUM en la forma establecida en este capítulo. *

Los bienes que se relacionan a continuación quedan exceptuados de indicar el precio por unidad de medida: *

- Cosméticos

Para tal efecto se entenderán:

* Circular Externa N° 04 del 11 de marzo de 2002. Publicada en el Diario Oficial N° 44.739 de Marzo 14 de 2002.

-
- Cosméticos para el área de los ojos
 - Pestañinas
 - Delineadores
 - Cremas
 - Geles
 - Sombras
 - Lápices
 - Cosméticos para la piel
 - Cremas
 - Limpiadoras
 - Nutritivas
 - Humectantes
 - Protectoras de uso diario
 - Manos y cuerpo
 - De noche
 - Polvos
 - Faciales: sueltos y compactos
 - Talcos para el cuerpo
 - Polvos en suspensión
 - Rubores
 - Lociones tónicas y astringentes
 - Productos para antes y después de la afeitada
 - Espumas
 - Jabones
 - Lociones
 - Geles
 - Productos antisolares, bronceadores y de autobronceado
 - Productos para adelgazamiento localizado y para masajes
 - Mascarillas faciales
 - Productos exfoliantes Productos depilatorios
 - Ceras
 - Cremas
 - Cosméticos para los labios
 - Labiales
 - Delineadores
 - Protectores
 - Brillos
 - Lápices
 - Cosméticos capilares
 - Tinturas
 - Productos para ondular, alisar y aclarar el cabello
 - Champúes
 - Acondicionadores
 - Brillantinas
 - Fijadores
 - Rinses o enjuagues
 - Tónicos, masajes, mascarillas capilares y tratamientos capilares en general
 - Champú y acondicionador en uno

* Circular Externa N° 15 del 15 de junio de 2002. Publicada en el Diario Oficial N° 44.849 de Junio 28 de 2002.

-
- Cosméticos para las uñas
 - Esmaltes
 - Endurecedores
 - Removedores y disolventes
 - Cremas
 - Productos de perfumería
 - Aguas de colonia
 - Colonia
 - Loción
 - Agua de toilette
 - Perfume
 - Extractos
 - Crema
 - Aceite
 - Pasabocas
 - Diferentes productos contenidos en un solo paquete cuando es necesario preparar la mezcla

2.3.2.4. Disponibilidad de “vueltas”

Para la fijación del precio al público se deberán utilizar denominaciones en moneda de curso legal. Será responsabilidad del establecimiento disponer de las denominaciones necesarias para suministrar al consumidor el cambio correcto. En ningún caso el cambio podrá ser inferior al que arroje la cuenta.

Esta obligación rige a partir del 1 de junio de 2000.

2.3.2.5. Mecanismos de seguimiento

Para efectos del cumplimiento de lo dispuesto en los numerales 2.3.2 y siguientes, se deberán observar las siguientes instrucciones:

2.3.2.5.1. Información inicial

Los grandes almacenes deberán adoptar internamente las medidas indispensables para que se garantice el cumplimiento de lo dispuesto en los numerales 2.3.2.2 y siguientes, a más tardar el 15 de junio de 2000.

Dentro de las políticas definidas por cada gran almacén para dar cumplimiento a las instrucciones, se deberá justificar la utilización de múltiplos y submúltiplos de la unidad de medida seleccionada para anunciar los precios, los cuales deberán ser idénticos para todos los productos de un mismo género. El aspecto deberá incluirse en los informes que de esas políticas se debe allegar a esta Superintendencia.

El órgano con competencia para adoptar la decisión deberá pronunciarse como mínimo para señalar:

- a) Criterios institucionales para dar permanente cumplimiento a lo previsto.

-
- b) Procedimiento operativo que se seguirá en cada establecimiento abierto al público para dar permanente cumplimiento a lo previsto.
 - c) Cronograma que se seguirá para implementar lo acordado en relación con los puntos a) y b) anteriores.
 - d) Designación de un funcionario responsable de la implementación y cumplimiento de los puntos a), b) y c) anteriores a nivel de la entidad, "responsable institucional de cumplimiento", y uno en cada establecimiento abierto al público, "responsable local de cumplimiento".
 - e) Procedimiento, sitio, horario, formularios y demás aspectos necesarios para hacer viables los reclamos directos por parte de consumidores en relación con los temas de que se ocupa este capítulo.

Un informe autorizado por la junta directiva si existiera, de la manera como se cumplió lo contemplado en este número deberá allegarse al Superintendente Delegado para la Protección del Consumidor, el 15 de junio de 2000 a más tardar.

Cada gran almacén será responsable de cumplir con su propio procedimiento, verificadas las adecuaciones a que haya lugar en atención a las instrucciones del Superintendente Delegado para la Protección del Consumidor.

2.3.1.1.1. Información esporádica *

Los grandes almacenes deberán informar al Superintendente Delegado para la Protección al Consumidor las modificaciones que se introduzcan a los esquemas adoptados de acuerdo con lo señalado en el subnumeral anterior, así como las desviaciones que se hubieren presentado, el responsable de la anomalía y los correctivos adoptados, dentro del mes siguiente a su ocurrencia. Dicho informe deberá venir certificado por el representante legal, el institucional y el revisor fiscal.

2.3.2.5.3 (Eliminado) *

2.3.2.6. Aviso de cumplimiento

El siguiente texto deberá mantenerse en cada establecimiento abierto al público de los grandes almacenes, de modo que sea legible a simple vista desde todas las registradoras o cajas:

"Por disposición de la **Superintendencia de Industria y Comercio**, este establecimiento debe informar al público, además del valor de cada artículo, el precio por unidad de medida, esto es, cuántos pesos se pagan por cada kilogramo, litro o metro, de los bienes que ofrece. Igualmente, este establecimiento debe contar con las denominaciones necesarias para dar al consumidor el cambio o "vueltas" correctas y, en ningún caso, el cambio podrá ser inferior al que arroje la cuenta. Como responsable del cumplimiento de estas disposiciones se ha designado a (nombre del responsable local del cumplimiento) quien atenderá sus inquietudes y reclamos. En caso de persistir el incumplimiento, agradecemos informar al 9 800 910165."

* Resolución N° 31713 del 19 de Noviembre de 2003. Publicada en el Diario Oficial 45.382 de Noviembre 25 de 2003.

Sin perjuicio de lo anterior, a partir del 15 de junio de 2000, y en todos los puntos de venta deberá mantenerse el siguiente texto legible a simple vista desde todas las registradoras o cajas:

“Por disposición de la **Superintendencia de Industria y Comercio**, este establecimiento debe contar con las denominaciones necesarias para dar al consumidor el cambio o "vueltas" correctas y, en ningún caso, el cambio podrá ser inferior al que arroje la cuenta. Como responsable del cumplimiento de estas disposiciones se ha designado a (nombre del responsable local del cumplimiento) quien atenderá sus inquietudes y reclamos. En caso de persistir el incumplimiento, agradecemos informar al 9 800 910165”

En el texto de los avisos donde se fije el número 9800910165 de la Superintendencia de Industria y Comercio, se deberá aclarar que éste solo opera a nivel nacional y excluye a Bogotá, D.C. de su cobertura, por tal motivo se destinará para esta ciudad el número 4049044 para la recepción de cualquier reclamo. *

2.4. Expendio de comidas y/o bebidas

El precio de venta al público de cada uno de los productos que se expendan en los establecimientos para el consumo de comidas y/o bebidas debe ser informado mediante el sistema de lista, fijada en un lugar suficientemente visible para los consumidores.

Adicionalmente pueden ser utilizadas cartas en las que igualmente deberá indicarse el precio de cada uno de los productos que se expendan, el cual debe siempre coincidir con el fijado en la respectiva lista.

2.4.1. Voluntariedad de la propina

La propina corresponde a una retribución por el servicio prestado y a una muestra de agradecimiento por la forma en que fue atendido por cierta persona, que tiene a su cargo el servicio en establecimientos para el consumo de comidas y/o bebidas. La propina tiene el carácter de voluntaria, por lo que obedece a la decisión del consumidor pagarla o no.

La determinación del consumidor de no pagar la propina o la de modificar su cuantía cuando ésta le sea sugerida, puede adoptarse en cualquier momento, incluso después de expedida la factura de venta, si al cliente no se le preguntó con antelación a su expedición, conforme a lo establecido en el numeral 2.4.2. de la presente circular.*

2.4.2. Obligación de informar sobre la voluntariedad de la propina**

Los propietarios y administradores de establecimientos para el consumo de alimentos y bebidas (Restaurantes, bares, clubes sociales o culturales, griles, discotecas, cafeterías y similares) en los que se sugiera el pago de la propina deberán informar a los consumidores acerca de la voluntariedad de la propina, su destinación y el correlativo derecho que les asiste de no pagarla o de modificar su cuantía cuando ésta les sea sugerida, mediante avisos fijados a la entrada del establecimiento de comercio con

* Circular Externa N° 04 del 11 de marzo de 2002. Publicada en el Diario Oficial N° 44.739 de Marzo 4 de 2002.

* Circular Externa No. 015 de 2011. Publicada en el Diario Oficial No. 48.094 del 8 de junio de 2011.

** Circular Externa No. 02 de 2012. Publicada en el Diario Oficial No. 48.321 del 23 de enero de 2012.

tamaño y ubicación adecuado de forma que sea visible a los consumidores que ingresen, y en las cartas y listas de precios que se entreguen a los consumidores, con el siguiente texto:

ADVERTENCIA PROPINA: *Se informa a los consumidores que este establecimiento de comercio sugiere a sus consumidores una propina correspondiente al XX% (indicar el porcentaje que se sugiere) del valor de la cuenta, el cual podrá ser aceptado, rechazado o modificado por usted, de acuerdo con su valoración del servicio prestado. Al momento de solicitar la cuenta, indíquelo a la persona que lo atiende si quiere que dicho valor sea o no incluido en la factura o indíquelo el valor que quiere dar como propina.*

En este establecimiento de comercio los dineros recogidos por concepto de propina se destinan a (indicar si se reparte el 100% entre los trabajadores del área de servicios o si algún porcentaje o la totalidad de ese dinero se destina a otros usos diferentes, y en caso de que así sea, indicar su destino).

En caso de que tenga algún inconveniente con el cobro de la propina, comuníquese con la Línea exclusiva dispuesta en Bogotá para atender las inquietudes sobre el tema: 6 51 32 40 o a la Línea de Atención al Ciudadano de la Superintendencia de Industria y Comercio: 5 92 04 00 en Bogotá o para el resto del país línea gratuita nacional: 018000-910165, para que radique su queja”.

Sin perjuicio de la obligación de fijar los avisos señalada en el presente numeral, se deberá preguntar al consumidor al momento de solicitar la liquidación de su cuenta que manifieste si opta por pagar o no la propina o por pagar una cantidad diferente de la sugerida. ***

2.4.3. Obligación de expedir la factura de venta***

Los propietarios y administradores de establecimientos para el consumo de alimentos y bebidas (Restaurantes, bares, clubes sociales o culturales, griles, discotecas, cafeterías y similares) están en la obligación legal de expedir la factura de venta o documento equivalente de conformidad con las disposiciones legales vigentes sobre la materia.

Queda prohibido expedir al consumidor documentos diferentes a la factura, independientemente de que sea denominada como prefactura, cuenta de cobro, precuenta, orden de pedido o similares.†††

2.4.4 Control de consumo en los hoteles##

De forma excepcional, la Superintendencia de Industria y Comercio autoriza a los hoteles para que cuando un huésped^{§§§} disfrute de los bienes y servicios que ofrece el hotel en diferentes momentos de su estadía, éste le presente al consumidor un “control de consumos parciales” como mecanismo documental o digital que permita informarle los consumos que va realizando durante su estancia para que sean aprobados por éste y totalizados al final de la prestación del servicio en una factura.

*** Circular No. 007 del 10 de febrero de 2012. Publicada en el Diario Oficial No. 48342 del 13 de febrero de 2012.

*** Circular Externa No. 015 de 2011. Publicada en el Diario Oficial No. 48.094 del 8 de junio de 2011.

††† Circular Externa No. 20 del 19 de septiembre de 2011. Publicada en el Diario Oficial No. No.48.198 del 20 de septiembre de 2011.

Circular Externa No. 20 del 19 de septiembre de 2011. Publicada en el Diario Oficial No. No.48.198 del 20 de septiembre de 2011.

§§§ www.rae.es, Diccionario de la Lengua Española, Real Academia de la Lengua: "Huésped: Persona alojada en un establecimiento de hostelería."

El mecanismo de “control de consumos parciales” deberá ser totalmente diferente a la factura y expresar que no constituye una factura y que su única finalidad es llevar un control de consumos.

2.5. Expendio de medicamentos*

2.5.1. Regla general

La fijación de precios de los medicamentos deberá realizarse mediante la indicación en el empaque, el envase o el cuerpo del bien o en etiquetas adheridas a cualquiera de ellos.

Esta obligación corresponde al proveedor o expendedor que ofrece al público los medicamentos, entre ellos, los almacenes de cadena, las cajas de compensación familiar, boticas y droguerías en general.

Se exceptúan de la regla general, aquellos medicamentos de libre acceso al público en los que se utilice código de barras en el envase, empaque, cuerpo del bien o mediante etiquetas adheridas a los bienes, caso en el cual, el proveedor o expendedor podrá indicar el precio en la góndola, anaquel o estante donde se encuentren ubicados los bienes.

Cuando el expendio de medicamentos no sea de libre acceso al público, realizándose mediante la modalidad de farmacia atendida, el expendedor podrá optar por indicar el precio al consumidor mediante la pantalla de un verificador y/o lector electrónico, que utilizando la tecnología POS o su equivalente, procese la información del código de barras impreso o adherido al envase, empaque, o en el cuerpo del medicamento.

El precio informado al consumidor mediante las modalidades antes descritas, deberá ser claro y legible y deberá coincidir con el que efectivamente se cobre al consumidor. En caso de inconsistencia, el consumidor tendrá derecho a pagar el precio más bajo.

2.5.2. Respecto del PUM

La indicación del PUM sólo se aplica a los medicamentos de libre acceso al público, siempre y cuando dichos productos correspondan a la definición de bienes por unidad de medida establecida en el numeral 2.3.2.1 del presente título.

2.6. Formulario único para la elaboración de informes de los agentes de policía cívica **

Adoptar como formato único para la práctica de diligencias de los agentes de policía cívica, pertenecientes a toda liga o asociación de consumidores, el formulario N° 3000-F02 (02-11-08) contenido en el anexo número 1.8 de esta Circular.

* Resolución N° 34460 del 4 de diciembre 2003. Publicada en el Diario Oficial 45.399 de Diciembre 12 de 2003.

** Este numeral fue adicionado a la Circular Única mediante Resolución N° 33265 del 22 de octubre de 2002, que a su vez fue modificada por la Resolución N° 40462 del 18 de diciembre de 2002, publicada en el Diario Oficial N° 45.047 del 28 de diciembre de 2002.

Para la práctica de toda diligencia adelantada por cualquier agente de policía cívica, será necesario el diligenciar el respectivo formulario que para el efecto elabore la Superintendencia de Industria y Comercio.

2.7. Refrigeradores y congeladores de uso doméstico *

2.7.1. Alcance

Los requisitos que se establecen en el numeral 2.7 aplican a los siguientes productos para uso doméstico: refrigeradores con o sin compartimiento de bajas temperaturas, artefactos para almacenar alimentos congelados y congelador de alimentos. Los requisitos establecidos serán exigibles para aquellos productos que se comercialicen en el territorio nacional a partir del primero (1) de octubre de 2003.

2.7.2. Definiciones

Para el cumplimiento de las instrucciones emitidas en el numeral 2.7 se deben aplicar las siguientes definiciones:

- a) Volumen bruto: Es el volumen total dentro de las paredes interiores del artefacto, o de un compartimiento con puerta externa, sin accesorios interiores, estando las puertas o tapas cerradas.

El volumen bruto es calculado sustrayendo del volumen total, el volumen ocupado por accesorios como, conductos de aire, evaporador, ventilador y otros accesorios asociados.

- b) Volumen nominal bruto: Es el volumen bruto declarado por el fabricante.
- c) Volumen de almacenamiento: Parte del volumen bruto de cualquier compartimiento que sobra después de la deducción del volumen de espacios reconocidos como inutilizables para el almacenamiento de alimentos.
- d) Volumen total de almacenamiento: Es la suma de los volúmenes de almacenamiento de los compartimientos para almacenar alimentos frescos, compartimiento frigorífico, compartimiento para conservar vegetales, compartimiento de baja temperatura, incluso si sus puertas son independientes.
- e) Volumen nominal total de almacenamiento: Es el volumen total de almacenamiento declarado por el fabricante.
- f) Compartimiento para almacenamiento de alimentos frescos: Es aquel previsto para el almacenamiento de alimentos no congelados, que a su vez puede estar dividido en subcompartimientos, en donde las temperaturas se pueden mantener de acuerdo con la tabla 1 del numeral 2.7.3.
- g) Compartimiento para conservar vegetales: Compartimiento previsto para almacenar alimentos particulares o bebidas a una temperatura mayor que la del comportamiento para alimentos frescos, y en la cual las temperaturas se pueden mantener de acuerdo con la tabla 1 del numeral 2.7.3.
- h) Compartimiento de baja temperatura: Este puede ser:

* Resolución N° 19629 del 15 de julio de 2003. Publicada en el Diario Oficial 45.252 de Julio 18 de 2003.

- Para fabricación de hielo, o
- Para almacenar alimentos congelados.

Un refrigerador puede tener uno o varios compartimientos de baja temperatura. Alternativamente puede no tener un compartimiento de baja temperatura.

- i) Compartimiento para fabricar hielo: Aquel previsto específicamente para congelar agua y almacenar hielo.
- j) Compartimiento para el almacenamiento de alimentos congelados: Aquel previsto específicamente para el almacenamiento de alimentos congelados. Se clasifican de acuerdo con su temperatura de almacenamiento, en la siguiente forma:
 - Compartimiento “una estrella” : Aquel en el cual la temperatura de almacenamiento tiene un enfriamiento mínimo de -6 °C.
 - Compartimiento “dos estrellas”: Aquel en el cual la temperatura de almacenamiento tiene un enfriamiento mínimo de -12 °C.
 - Compartimiento “tres estrellas”: Aquel en el cual la temperatura de almacenamiento tiene un enfriamiento mínimo de -18 °C.
 - Sección “dos estrellas”: Parte de un compartimiento para almacenamiento de alimentos congelados o de un compartimiento de “tres estrellas”, que no es independiente (es decir que no tiene su propia tapa o puerta para acceso individual), en la cual la temperatura de almacenamiento no supera los -12 °C.
- k) Compartimiento frigorífico: Compartimiento destinado específicamente para almacenar alimentos altamente perecederos, en el cual las temperaturas se pueden mantener entre -2 °C y +3 °C.
- l) Compartimiento para congelar alimentos: Aquel apropiado para congelar alimentos y para el almacenamiento de alimentos congelados bajo condiciones de almacenamiento de “tres estrellas”
- m) Sistema sin escarcha: Aquel en el cual el enfriamiento es proporcionado por la circulación de aire forzado y el (los) evaporador (es) se descongela (n) por un sistema automático.

Las características del sistema sin escarcha son:

- El sistema es operado automáticamente para prevenir la formación permanente de escarcha en todas las superficies internas del artefacto.
- No se acumula hielo o escarcha en los alimentos almacenados.
- Las temperaturas de almacenamiento en el compartimiento de alimentos frescos, compartimiento para almacenar alimentos congelados y en la bodega (si hay alguna), se mantienen dentro de los límites especificados en las definiciones contenidas en este numeral 2.7.

- El agua del descongelamiento se evacua automáticamente.
- n) Refrigerador doméstico (también denominado “refrigerador”): Gabinete aislado con el equipo y volumen adecuado para uso doméstico, enfriado por una o más fuentes de energía, y con uno o más compartimientos previstos para la conservación de alimentos, al menos uno de ellos adecuado para el almacenamiento de alimentos frescos.
- o) Refrigerador doméstico sin escarcha: Aquel que posee un sistema sin escarcha, con compartimiento para la conservación o almacenamiento de alimentos frescos y/o compartimiento de baja temperatura.
- p) Refrigerador-congelador doméstico sin escarcha (también denominado “refrigerador-congelador”): Artefacto sin escarcha que tiene al menos un compartimiento para almacenar alimentos frescos y otro para congelación de alimentos.
- q) Artefacto doméstico sin escarcha para almacenar alimentos congelados (denominado “artefacto para almacenar alimentos congelados”): Artefacto libre de escarcha con uno o más compartimientos, el (los) cual (es) es (son) apropiado (s) para el almacenamiento de alimentos congelados bajo condiciones de almacenamiento “tres estrellas”.
- r) Congelador de alimentos doméstico sin escarcha (denominado “congelador de alimentos”): Artefacto sin escarcha con uno o más compartimientos apropiados para congelación.
- s) Clase de clima: Corresponde a la aptitud con respecto a la capacidad de los productos para operar en las temperaturas ambiente extremas en las cuales los productos han sido destinados al uso y por lo cual las temperaturas de los compartimientos de almacenamiento requeridas deben cumplirse.

Las clases de clima se definen de la siguiente forma:

Clase	Símbolo	Intervalo de temperaturas ambiente en grados Celsius en las que está previsto usar los artefactos y para los cuales se deben mantener las temperaturas de almacenamiento requeridas (ver letra d, numeral 2.7.3)
Templada extendida	SN	+10 a +32
Templada	N	+16 a +32
Subtropical	ST	+18 a +38
Tropical	T	+18 a +43

- t) **Refrigerante:** Fluido usado para transferir el calor en un sistema de refrigeración, el cual absorbe el calor a una temperatura y a una baja presión del fluido y cede el calor a una alta temperatura y a una alta presión del fluido, usualmente implicando cambios de estado del fluido.
- u) **Sistema de refrigeración:** Sistema cerrado que utilizando un refrigerante logra por transferencia de calor las temperaturas correspondientes a cada compartimiento de los productos descritos en el alcance de este numeral.

2.7.3. Requisitos específicos

- a) Cada producto correspondiente al numeral 2.7.1, ya sea importado o producido nacionalmente, debe llevar adherida o impresa, tanto en su rotulado, en su empaque y/o embalaje, como en cualquier medio de información que se suministre a los consumidores, de manera permanente y sobre un lugar fácilmente visible para el consumidor, en idioma castellano, mínimo la siguiente información:
- Volumen nominal bruto expresado de acuerdo con el sistema internacional de unidades.
 - Volumen nominal total de almacenamiento expresado de acuerdo con el sistema internacional de unidades.
 - Clase de clima para la cual fue fabricado el producto
 - Tipo y cantidad de refrigerante expresado de acuerdo con el sistema internacional de unidades.
 - Sistema sin escarcha (cuando aplique) o carente de este sistema.
- b) Los volúmenes que trata el numeral anterior, medidos por la autoridad de vigilancia y control, no deben ser inferiores que el volumen nominal en más del tres por ciento (3%).
- c) Los distribuidores y expendedores de los productos correspondientes al numeral 2.7.1. deben suministrar la información de los productos exhibidos al público, relacionada en el literal a), de este numeral.
- d) Cada producto determinado para una clase de clima debe cumplir, en el momento de verificación por la autoridad de vigilancia y control, con los parámetros de temperatura establecidos en las definiciones del numeral 2.7.2 de esta resolución, y las correspondientes a los parámetros establecidos en la tabla 1.

Tabla 1

Clase de Clima	Temperatura ambiente ¹	Compartimiento para almacenar alimentos frescos		Compartimiento congelador y de "tres estrellas"	Compartimiento y secciones de "dos estrellas"	Compartimiento de "una estrella"	Compartimiento para conservar vegetales	Compartimiento frigorífico
		t ₁ , t ₂ , t ₃	t _m , máx	t ^{***}	t ^{**}	t [*]	T _{cm}	t _m , max
SN	+10 hasta +32	0 < t ₁ , t ₂ , t ₃ < +10	+5	≤ -18	≤ -12	≤ -6	+8 < t _{cm} < +14	-2 < t _m , max < +3
N	+16 hasta +32	0 < t ₁ , t ₂ , t ₃ < +10	+5	≤ -18	≤ -12	≤ -6	+8 < t _{cm} < +14	-2 < t _m , max < +3
ST	+18 hasta +38	0 < t ₁ , t ₂ , t ₃ < +10	+5	≤ -18	≤ -12	≤ -6	+8 < t _{cm} < +14	-2 < t _m , max < +3
T	+18 hasta +43	0 < t ₁ , t ₂ , t ₃ < +10	+5	≤ -18	≤ -12	≤ -6	+8 < t _{cm} < +14	-2 < t _m , max < +3

t: temperaturas en grados Celsius.

t_1, t_2, t_3 : temperaturas instantáneas dentro de un mismo compartimiento.

t_m : temperatura media.

T_{cm} : temperatura correspondiente al promedio aritmético de las temperaturas instantáneas del compartimiento para conservar vegetales.

¹ Rango de temperaturas del recinto para el cual el producto es destinado al uso.

e) El sistema de refrigeración debe ser herméticamente sellado.

f) Los agentes refrigerantes que hagan parte del sistema de refrigeración y los aislantes térmicos, o los agentes utilizados en su elaboración, que formen parte de los productos incluidos en el numeral 2.7.1. de este capítulo, no deben encontrarse dentro de las sustancias controladas en el Protocolo de Montreal al que adhirió Colombia mediante Ley 29 de 1992 y en la resolución 528 de junio 16 de 1997 del Ministerio del Medio Ambiente –hoy Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial- y el Ministerio de Comercio Exterior –hoy Ministerio de Comercio, Industria y Turismo-.

2.7.4. Evaluación de la conformidad

La Superintendencia de Industria y Comercio en ejercicio de las facultades de vigilancia y control establecidas en los decretos 3466 de 1982 y 2153 de 1992, podrá en cualquier momento, verificar la conformidad de la información suministrada en los rótulos, placas o en los demás medios de información en que se haga alusión a los requisitos a que se refiere el presente numeral 2.7, con lo efectivamente ofrecido, así como su sujeción a las condiciones de calidad e idoneidad legalmente exigibles.

2.7.5. Régimen sancionatorio

El incumplimiento de las disposiciones del numeral 2.7 dará lugar a las sanciones que se establecen en el artículo 32 del decreto 3466 de 1982.

2.8. Equipos reproductores de sonido*

2.8.1. Alcance

Los requisitos que se establecen en el presente numeral aplican a los siguientes productos: equipos de sonido, mini y midicomponentes, home theatre, radios, radiograbadoras, grabadoras y parlantes. Los requisitos establecidos serán exigibles para aquellos productos que se comercialicen en el territorio nacional a partir del 1º de junio de 2004.

2.8.2. Conceptos para la medida de salida en equipos de sonido

La potencia expresada en RMS es la razón a la cual la energía eléctrica fluye por unidad de tiempo y que realmente emite a la salida el amplificador de sonido, que representa el promedio sostenido de potencia de salida.

Resolución No. 2357 del 11 de febrero de 2004 “*Por la cual se adiciona el numeral 2.8 al Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio*”. Publicada en el Diario Oficial No. 45463 del 16 de febrero de 2004.

* Resolución 2357 del 11 de febrero de 2004 “*Por la cual se adiciona el numeral 2.8 al Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio*”. Publicada en el Diario Oficial No. 45463 del 16 de febrero de 2004.

La potencia PMPO, potencia musical pico de salida, informa la máxima potencia que un amplificador puede suministrar o soportar, sin sufrir daños, por un corto periodo de tiempo.

2.8.3. Requisitos específicos

Los productores, importadores, proveedores y/o expendedores de productos detallados en el numeral 2.8.1, deberán utilizar la siguiente leyenda según la instrucción que se imparte más adelante:

"Por expresa instrucción de la Superintendencia de Industria y Comercio se informa a los consumidores que para comparar el desempeño de los equipos reproductores de sonido, se debe utilizar la potencia expresada en términos de RMS, debido a que la potencia en PMPO no es comparable entre productos similares de fabricantes diferentes".

Los productores e importadores deberán adherir y/o imprimir en los empaques de los productos detallados en el numeral 2.8.1 la leyenda anterior.

Los proveedores y/o expendedores deberán mantener la leyenda antes citada en cada establecimiento abierto al público, en sitio donde se expendan los productos detallados en el numeral 2.8.1, de modo que sea legible a simple vista.

Los productores, importadores y proveedores deberán utilizar la información de potencia expresada en RMS en todo tipo de publicidad y material POP, de igual manera en las capacitaciones dirigidas a vendedores y promotores, se les instruirá en relación con el contenido de la presente resolución.

2.8.4. Evaluación de la conformidad

La Superintendencia de Industria y Comercio en ejercicio de las facultades de vigilancia y control establecidas en los Decretos 3466 de 1982 y 2153 de 1992, podrá, en cualquier momento, verificar la conformidad de la información suministrada a los consumidores tal y como quedó establecido en el numeral 2.8.3.

2.9. Televisión Digital Terrestre -TDT-*

2.9.1. Información al consumidor sobre Televisión Digital Terrestre (TDT)*

2.9.1.1. Avisos en los receptores

Sin perjuicio del cumplimiento de las obligaciones adicionales de información y publicidad a los consumidores establecidas por la Ley y demás normas complementarias, con el fin de garantizar que el consumidor esté informado acerca de las condiciones técnicas de los receptores de televisión (televisor y/o Set Top Box-STB) al momento de la compra, a todo receptor de televisión (televisor y/o Set Top Box- STB) que se venda, distribuya o comercialice en el país se le deberá fijar tanto al equipo exhibido como a todas las cajas del producto, en lugar visible a primera vista por parte del consumidor, el aviso informativo que corresponda según las siguientes reglas:

* Circular Externa No. 4 de mayo 21 de 2010, publicada en el Diario Oficial No. 47.719 del 24 mayo de 2010, modificada por la Circular Externa No. 028 del 14 de diciembre de 2011, publicada en el Diario Oficial No. 48.284 del 15 de diciembre de 2011.

* Circular Externa No. 02 del 2 de febrero de 2017. Publicada en el Diario Oficial No. 50139 del 6 de febrero de 2017. Modifica el numeral 2.9 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única.

2.9.1.1.1. Si se trata de un receptor de televisión que cuenta con un decodificador interno para el servicio de Televisión Digital Terrestre compatible con el estándar DVB-T2 adoptado en el país, se le deberá fijar el siguiente aviso:



Tamaño mínimo de aviso	13,91 cm de diámetro
Ubicación	Esquina superior derecha del receptor de televisión -vista frontal

2.9.1.1.2. Si se trata de un receptor de televisión que no cuente con un decodificador interno para el servicio de Televisión Digital Terrestre compatible con el estándar DVB-T2 adoptado en el país, se le deberá fijar el siguiente aviso.



Tamaño mínimo de aviso	13,91 cm de diámetro
Ubicación	Esquina superior derecha del receptor de televisión -vista frontal

2.9.1.1.3. Tratándose de receptores de televisión que sean comercializados utilizando métodos no tradicionales o a distancia, el aviso correspondiente deberá aparecer junto a la imagen del equipo ofrecido, en un tamaño que permita claramente identificar si el receptor ofrecido tiene o no un decodificador de señales TDT bajo el estándar DVB-T” adoptado en el país.

2.9.1.2. Inclusión de información en la página web

Toda persona que fabrique, importe, distribuya o comercialice aparatos receptores de televisión en el territorio nacional deberá disponer en su página web de un vínculo que dirija al consumidor a la página web www.tdtparatodos.tv o a la página que la Agencia Nacional de Televisión o la Comisión de Regulación de Comunicaciones señale para el efecto. Este vínculo deberá denominarse “TODO LO QUE DEBES SABER SOBRE LA TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE” y deberá ubicarse de manera visible y fácilmente identificable en el home o página de inicio del sitio web, contiguo al vínculo de la Superintendencia de Industria y Comercio.

2.9.1.3. Información suministrada por asesores de venta

Toda persona que fabrique, importe, distribuya o comercialice aparatos receptores de televisión en el territorio nacional y disponga de forma permanente con asesores de ventas, deberá asegurarse de que este asesor tenga a disposición del consumidor la información contenida en la página web www.tdtparatodos.tv o en la página que la Agencia Nacional de Televisión o la Comisión de Regulación de Comunicaciones señale para el efecto, acerca del significado de la TDT, sus ventajas, su cobertura, la forma de instalación y de recepción, entre otros aspectos, de manera que a solicitud de éste, puedan ser entregadas por escrito.

2.9.2. Régimen sancionatorio

El incumplimiento de las disposiciones contenidas en el numeral 2.9 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio dará lugar a las sanciones previstas en el artículo 61 de la Ley 1480 de 2011, o en las normas que lo modifiquen o sustituyan”.

Anexo No. 1 PREGUNTAS Y RESPUESTAS**

1.- ¿Qué es la Televisión Digital Terrestre- TDT?

La Televisión Digital Terrestre – TDT es el nuevo sistema adoptado por Colombia para transmitir la señal de televisión abierta (tanto canales públicos como privados), y se define por la tecnología que utiliza para transmitir esta señal. Contrario a la televisión tradicional, que envía sus ondas de manera analógica, la TDT codifica sus señales de forma binaria, habilitando nuevas opciones:

- Multiprogramas – posibilidad de más canales
- Mejor calidad de video
- Mejor calidad de sonido
- Interactividad
- Movilidad

2.- ¿Qué es la televisión abierta?

Es aquella en la que la señal puede ser recibida libremente por cualquier persona ubicada en el área de servicio de la estación, sin perjuicio de que, de conformidad con las regulaciones que al respecto expida la Comisión Nacional de Televisión o quien haga sus veces, determinados programas se destinen únicamente a determinados usuarios.

3.- ¿Cómo acceder a la Televisión Digital Terrestre – TDT?

Puede disfrutar de la Televisión Digital Terrestre – TDT sin cambiar el televisor que tiene actualmente; para lograrlo, debe adquirir un decodificador con el estándar para la transmisión de televisión digital terrestre escogido para Colombia (DVB-T).

Otra opción es adquirir un televisor con el estándar DVB-T incorporado desde su fabricación.

De modificarse el estándar DVB-T por el DVB-T2 (este último es una evolución tecnológica del estándar DVB-T), una vez que finalice el período de coexistencia de las tecnologías, el equipo (televisor o decodificador) adquirido para el estándar DVB-T no le permitirá recibir la señal emitida en el estándar DVB-T2; deberá, en consecuencia, adquirir un nuevo decodificador o cambiar su televisor.

4.- ¿Debo cambiar mi televisor actual?

No necesariamente. Si quiere recibir señal de Televisión Digital Terrestre –TDT puede comprar un decodificador que debe conectar a su televisor actual y así podrá recibir el servicio.

** Circular Externa No. 028 del 14 de diciembre de 2011, publicada en el Diario Oficial No. 48.284 del 15 de diciembre de 2011.

5.- ¿Cuándo disfrutaré de la Televisión Digital Terrestre – TDT?

Ya se iniciaron las primeras emisiones de Televisión Digital Terrestre – TDT, tanto para los canales públicos como privados.

La implementación se hará gradualmente y la Comisión Nacional de Televisión (CNTV), o la entidad que haga sus veces, estará informando oportunamente las fechas de inicio de las emisiones. Hasta el 2019 se podrán recibir simultáneamente señales analógicas (actuales) y digitales. Por lo tanto, para ese momento, si no tiene un decodificador o un televisor con el estándar TDT no será posible ver la señal de la televisión abierta nacional.

6.- ¿Cuál es la diferencia entre la Televisión Digital Terrestre – TDT y la televisión por suscripción?

La televisión por suscripción es un servicio pago que se puede recibir satelitalmente o por cable, en tanto que la Televisión Digital Terrestre – TDT corresponde al servicio de televisión abierta nacional que se transmite sin costo.

Si usted tiene televisión por suscripción, el operador se encargará de decodificar la señal y enviársela a su televisor sin necesidad de que usted tenga decodificador.

7.- ¿Qué debo hacer si no tengo televisión por suscripción y quiero recibir la señal de Televisión Digital Terrestre – TDT con todas las opciones que ésta brinda?

Debe comprar un decodificador o televisor que esté preparado para recibir la señal del estándar escogido para Colombia (DVB-T).

8.- ¿El estándar actualmente adoptado para Televisión Digital Terrestre – TDT puede cambiar?

En la actualidad la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) estudia la posibilidad de cambiar el estándar DVB-T por el DVB-T2, que ofrecería mayores beneficios tecnológicos.

9.- ¿Si se cambia el estándar actual (DVB-T) por el nuevo (DVB-T2), el primero desaparecerá?

Si se produce el cambio, tenga presente que, en cualquier caso, el estándar actual no desaparecerá en forma inmediata; habrá un período de transición en el que coexistirán tanto el estándar actual (DVB-T) como el nuevo (DVB-T2).

10.- ¿Si se modifica el estándar para TDT, qué pasará con el televisor o decodificador que se adquiriera para el estándar actual (DVB-T)?

De modificarse el estándar DVB-T por el DVB-T2, una vez que finalice el período de coexistencia de las tecnologías, el equipo (televisor o decodificador) adquirido para el estándar DVB-T no le permitirá recibir la señal emitida en el estándar DVB-T2; deberá, en consecuencia, adquirir un nuevo decodificador o cambiar su televisor.

2.10. Espectáculos Públicos*

Para efectos de la presente circular entiéndase por espectáculo público toda forma de recreación colectiva que congrega a las personas que asisten a ellos, para expresar sus emociones, disfrutar y compartir las expresiones artísticas, donde la invitación al público sea abierta, general e indiferenciada.

2.10.1. Publicación de Información

2.10.1.1. Las personas naturales o jurídicas que organicen y/o promuevan espectáculos públicos deberán proporcionar los siguientes datos al público, directamente o por medio de las personas que vendas boletería para efectos, desde la primera vez que se anuncie la realización del espectáculo y en todas las locaciones donde se realicen los actos de promoción a venta de boletería, independientemente del medio empleado para realizar dicha difusión:

- a) Municipio y ubicación del lugar donde se llevará a cabo el evento;
- b) Clase de actividad que se realiza en el espectáculo;
- c) Fecha y horario en que se llevará a cabo el evento;
- d) Responsable del evento; Nombre, número de identificación tributaria NIT; y domicilio del empresario, persona natural o jurídica organizador y/o promotor del espectáculo público.
- e) Empresas y/o canales autorizados para la venta de boletas.
- f) Artistas principales y secundarios que se presentan en el espectáculo, si es del caso.
- g) Horario de apertura al público y orden de las presentaciones.
- h) La dirección de Internet y/o línea de servicio al cliente donde se pueden ver todas las condiciones particulares del evento, incluyendo precios y descripción del evento.

2.10.1.2.

Las personas naturales o jurídicas que organicen y/o promuevan espectáculos públicos deberán proporcionar en la dirección de Internet y/o línea de servicio al cliente que tengan dispuesta para la promoción del evento en forma directa o por medio de las personas que vendan boletería para estos efectos, los siguientes datos, además de la información contenida en el numeral anterior:

- a) Condiciones de admisión (incluidas las restricciones en razón de edad), normas particulares o instrucciones relacionadas con el desarrollo del espectáculo.
- b) Características físicas del recinto, número de sillas, número de localidades, ubicación de las localidades, modalidades de acomodación y condiciones de acceso para personas discapacitadas y mujeres embarazadas.
- c) Número total de entradas disponibles. En caso de que se prevean descuentos por compras de boletas en fechas determinadas, el número de boletas disponibles para cada período. En caso de que el espectáculo prevea la disposición del público en localidades, el número de boletas disponibles por localidad.

2.10.1.3 Las personas naturales o jurídicas que vendan boletería para espectáculos públicos deberán proporcionar, además de la información que debe suministrar el organizador y/o promotor, los siguientes datos al público:

- a) El precio total de las boletas (incluido el IVA), discriminando los cargos que fueran adicionados, tales como impresión de boletas y costo del servicio a domicilio;

* Circular Externa No. 5 del 17 de junio de 2010. Publicada en el Diario Oficial No. 47744 del 18 de junio de 2010.

-
- b) Tiempo de entrega de la boleta, cuando se haya solicitado un envío a domicilio;
 - c) Plazo y condiciones para la declinación de compra de la boleta, por parte del consumidor, si están previstos;
 - d) Procedimiento para la devolución del dinero, opción de abono o recambio para otro evento, en los casos de cancelación o modificación de las condiciones inicialmente anunciadas;

2.10.2. Mecanismo de Seguridad

Las personas naturales o jurídicas dedicadas a la organización y/o promoción de espectáculos públicos y a la venta de boletería para espectáculos de este tipo, cuando ocurra su cancelación o sean modificadas las condiciones inicialmente anunciadas, deberán informar, dentro de los tres (3) días siguientes a la concurrencia del hecho, al Superintendente para la Protección al Consumidor y Metrología acerca de las medidas que se están adoptando relacionadas con:

- a) Los medios utilizados para dar a conocer la novedad;
- b) El procedimiento para la devolución del dinero;
- c) El procedimiento para ejercer la opción de abono o recambio para asistir a otro evento, indicando la fecha de realización del mismo.

2.10.3. Sistema y Procedimiento de peticiones, quejas y reclamos- PQR

2.10.3.1. Sistema de peticiones, quejas y reclamos-PQR

Las personas naturales o jurídicas dedicadas a la organización y/o promoción de espectáculos públicos y a la venta de boletería para espectáculos de este tipo deberán implementar un sistema de registro de peticiones, quejas y reclamos-PQR-, el cual deberá contener como mínimo la siguiente información:

- a) Fecha de presentación de la PQR;
- b) Medio de presentación de la PQR (personas, escrito o electrónico);
- c) Nombre e identificación del solicitante;
- d) Teléfono, dirección y correo electrónico del solicitante;
- e) Motivación de la PQR;
- f) Tiempo máximo en el cual será resuelta;
- g) Estado de tramitación de la queja

2.10.3.2. Procedimiento de peticiones, quejas y reclamos-PQR

Dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a la interposición de la petición, queja o reclamo, se deberá enviar una comunicación física o electrónica al peticionario quejoso o reclamante, informándole el número bajo el cual quedó registrada su solicitud, salvo que lo haya hecho de manera personal.

La PQR será tramitada en el término fijado por el sistema anteriormente descrito, en un plazo superior a treinta (30) días hábiles y en todo caso se deberá comunicar al peticionario, quejoso o reclamante el motivo del retraso en la respuesta, cuando ésta sea dado por fuera del término indicado para dar la respuesta.

Adicionalmente, se deberá informar al consumidor a cerca de la posibilidad de acudir a la Superintendencia de Industria y Comercio o a las alcaldías, cuando la inconformidad persista.

2.10.4. Garantía del Servicio de Venta de Boletería

Las empresas que se dediquen a la venta de boletas, deberán contar con un soporte de servicio al cliente que funciones de manera continua en el horario en que se realizan las ventas. Adicionalmente, deberán contar con una página web en donde se informe al consumidor los términos del servicio, los procesos de devoluciones y la línea directa de contacto para elevar preguntas que deberán ser resueltas en un tiempo inferior a 24 horas.

2.10.5. Régimen Sancionatorio

El incumplimiento de las disposiciones previstas en el numeral 2.10 del Capítulo II, del Título II, de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio dará lugar a las sanciones consagradas en el artículo 32 del Decreto 3466 de 1982.

2.11. Procedimiento de PQR en los grandes almacenes*

2.11.1. Definición de gran almacén

Todo establecimiento de comercio que venda bienes de consumo masivo al detal y cuyos ingresos brutos bimestrales sean iguales o mayores a tres mil (3.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes, tales como almacenes de cadena, almacenes por departamentos, supermercados e hipermercados.

La anterior definición reemplaza la señalada en el numeral 2.3.2.1, literal c), del presente título.

El gran almacén deberá adoptar un procedimiento al interior de cada uno de los puntos de venta atendiendo lo siguiente:

2.11.1.1. Disponibilidad de un formulario

El formulario deberá contener como mínimo la siguiente información:

- a) Nombre del gran almacén
- b) Punto de venta donde sucedieron los hechos
- c) Fecha y hora
- d) Nombre completo del consumidor
- e) Documento de identificación
- f) Dirección, teléfono, email.
- g) Ciudad
- h) Espacio para que el consumidor consigne su denuncia o reclamo; con una indicación de que en este espacio el interesado debe describir los hechos sucedidos en el punto de venta.
- i) Firma e identificación del consumidor
- j) Nombre, firma e identificación de la persona que atiende la denuncia o el reclamo en el punto de venta (que es la persona designada como responsable local de cumplimiento)

* Circular externa No. 005 del 23 de febrero de 2011. Publicada en el Diario Oficial No. 47.994 del 25 de febrero de 2011.

El formulario se deberá poner a disposición del consumidor en el punto de pago o en el de atención al cliente durante todo el tiempo en que el almacén esté abierto al público y deberá incluir la siguiente leyenda:

“Señor consumidor, relate los motivos de su reclamo y solicite copia de este formulario debidamente firmado por el “responsable local del cumplimiento.

¡RECUERDE! En caso de tener que presentar un reclamo ante las entidades competentes (Superintendencia de Industria y Comercio o alcaldías), es recomendable que anexe fotocopia del presente formulario, ya que los hechos allí consignados pueden servirle como fundamento para su denuncia.”

2.11.1.2. Designación responsable de cumplimiento

Los grandes almacenes deberán designar un responsable de las PQRs por establecimiento, quien deberá firmar el formulario en el cual el consumidor consigne los hechos motivo de inconformidad. El cargo del responsable que para estos efectos se haya elegido, se informará en el texto del aviso. Se debe garantizar que durante todo el tiempo en que esté abierto el establecimiento al público, haya un responsable para la recepción de las quejas y la entrega de la correspondiente copia al consumidor.

2.11.1.3. Aviso

El siguiente aviso debe publicarse en cada establecimiento abierto al público, en un lugar visible, en los puntos de pago y en el área de atención al cliente. Los números telefónicos de contacto de esta Superintendencia deben permanecer actualizados.

AVISO DE CUMPLIMIENTO

“Señor consumidor: Por disposición de la Superintendencia de Industria y Comercio, este establecimiento tiene a su disposición formularios de Peticiones, Quejas y Reclamos (PQR). Si requiere presentar una PQR, solicite el formulario al responsable (*nombre del cargo*), consigne los hechos motivo de inconformidad, especificando claramente la fecha y hora de los hechos y en la medida de lo posible las personas que conocieron directamente el reclamo y pida una copia firmada por el responsable del almacén para la recepción de la PQR.

En caso de que el almacén no tenga disponibles formularios o no haya responsable de la recepción de la queja o reclamo, comuníquese con la línea de atención al cliente _____ (línea del almacén) e informe de tal hecho a la Superintendencia de Industria y Comercio a los siguientes teléfonos: Línea Gratuita Nacional 018000910165 y en Bogotá 6513240****, al correo electrónico: info@sic.gov.co o en la página web www.sic.gov.co”.

2.11.2. Mecanismo de seguimiento

Los representantes legales de los Grandes Almacenes deberán remitir a la SIC dentro de los 30 días siguientes a la fecha de publicación de la circular mediante la cual se imparten las presentes instrucciones, el formato de formulario y el documento contentivo de las instrucciones impartidas al interior de la organización para cumplir con el mecanismo de PQR's.

**** Nueva línea de atención al ciudadano en Bogotá 5920400 PBX: 5870000 Ext. 1190/1191

2.12. Comercialización de leche y de productos elaborados a base de lactosueros rehidratados u otros compuestos similares.*

En consideración a las diferencias existentes entre la leche y aquellos productos elaborados a base de lactosueros rehidratados y otros compuestos similares, en especial respecto de su composición, calidad nutricional y precio, los comercializadores y expendedores de estos dos últimos tipos de productos deberán adoptar todas las medidas que sean necesarias para evitar que los consumidores los confundan, en especial las siguientes:

2.12.1 Cuando en los supermercados y demás puntos de venta se comercialicen o expendan los productos elaborados a base de lactosueros rehidratados y otros compuestos similares, mediante la localización en góndolas, anaqueles o estantes, estos productos deberán estar claramente separados de la leche e identificados siempre con un aviso situado en lugar visible en el que se indique expresamente:

“ESTE PRODUCTO NO ES LECHE.

Su composición y calidad nutricional difieren de las propias de la leche”

En todo caso, deberá eliminarse la posibilidad de que el consumidor tenga a la vista, en forma simultánea, el PUM de la leche, enfrentado al PUM de un producto elaborado a base de lactosueros rehidratados y otros compuestos similares.

2.12.2 La leche y los productos elaborados a base de lactosueros rehidratados y otros compuestos similares no podrán ser presentados al público o promocionados en los mismos puntos de exhibición, a menos que se indique en forma claramente visible que los productos elaborados a base de lactosueros rehidratados y otros compuestos similares no son iguales a la leche en su composición y calidad nutricional. Esta obligación sólo se entenderá satisfecha con la utilización del aviso a que hace referencia el numeral 2.12.1 de la presente Circular.

2.12.3 En consonancia con lo previsto en el numeral 2.1.2.6 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única, la propaganda comercial comparativa realizada entre productos elaborados a base de lactosueros rehidratados u otros compuestos similares y la leche, se considera engañosa por no tratarse de extremos análogos.

2.12.4. En los eventos en que los productos elaborados a base de lactosueros rehidratados y otros compuestos similares se comercialicen o expendan mediante la localización en góndolas, anaqueles o estantes, la fijación del precio al público no deberá incluir indicaciones o expresiones que sugieran que se trata de leche.

2.13. Información sobre garantías de vehículos usados de servicio particular*

Definición de vehículo automotor usado

Para efectos de aplicación de lo consagrado en esta circular, se entenderá por vehículo automotor usado aquel que tiene un kilometraje recorrido y ha sido objeto de un registro inicial.

Información sobre garantías

* Circular Externa No. 012 del 25 de abril de 2011. Publicada en el Diario Oficial No. 48.053 del 27 de abril de 2011

* Circular Externa No. 014 del 26 de abril de 2011. Publicada en el Diario Oficial No. 48.053 del 27 de abril de 2011.

La persona natural o jurídica que venda, distribuya o provea en un establecimiento de comercio vehículos automotores usados de servicio particular deberá cumplir con lo siguiente:

- a) Adoptar la “Guía sobre garantías para vehículos usados de servicio particular” que se incluye como anexo No. 2.8 de la presente circular.
- b) Reglas de diligenciamiento.
 - i. El proveedor, expendedor o distribuidor de vehículos usados de servicio particular deberá diligenciar los espacios en blanco, en los que se consignará la información relacionada con las garantías que se ofrecen. También podrá complementar la guía con la información adicional que considere importante sobre las condiciones del vehículo; en ningún caso la guía podrá contener información menor a la determinada en la presente Circular.
 - ii. La guía deberá presentarse en papel tamaño oficio y su contenido en los tamaños de letra arial que se especifican a continuación: 24 para el texto, 28 para los títulos y 36 para el título principal “GUÍA SOBRE GARANTÍAS PARA VEHICULOS USADOS DE SERVICIO PARTICULAR”, el cual deberá encabezar cada una de las páginas. Los títulos deberán ir resaltados en negrilla y mayúsculas sostenidas.
- c) Ubicación. Adherir la guía en un lugar visible de cada uno de los vehículos que se encuentren exhibidos (como por ejemplo el panorámico o las ventanas) de manera que sea accesible y legible para el consumidor.
- d) Entrega. A solicitud del consumidor, el proveedor, expendedor o distribuidor deberá entregarle una copia de la guía.

2.14. Excepciones

Las instrucciones impartidas en la presente Circular, no serán aplicables a las transacciones que se realicen como resultado de un remate, venta judicial o subasta ni venta entre particulares no comerciantes.

2.15. Receptores de televisión††††

Todas las personas naturales o jurídicas que produzcan, ensamblen, importen y/o comercialicen receptores de televisión, deberán observar las siguientes instrucciones:

Medida pantallas

De acuerdo con el Sistema Internacional de Unidades, la medición de la pantalla de los receptores de televisión debe realizarse en la magnitud de longitud, cuya unidad básica es el metro.

Para expresar el resultado de la medición se deberá utilizar el submúltiplo centímetros, cuyo valor se obtiene midiendo la diagonal de la pantalla visible, en ningún caso, se podrá incluir la medida correspondiente al marco.

Deber de informar

†††† Circular Externa No. 24 del 30 de noviembre de 2011. Publicada en el Diario Oficial No. 48.270 del 1 de diciembre de 2011. La presente circular entrará en vigor pasados seis (6) meses contados a partir de la fecha de su publicación en el Diario Oficial

En todo caso y sin perjuicio de la magnitud que se utilice para declarar o manifestar la dimensión de la pantalla de los receptores de televisión, en la información que se suministre al consumidor a través de todos los medios en que se publicite y/o promocione la venta de receptores de televisión, incluidos adhesivos, empaques o embalajes, tal dimensión deberá estar expresada en centímetros.

Régimen sancionatorio

El incumplimiento de las disposiciones previstas en el numeral 2.15 dará lugar a las sanciones consagradas en el artículo 32 del Decreto 3466 de 1982 o la normas que lo sustituyan.

2.16. Bienes inmuebles destinados a vivienda^{###}

Todas las personas naturales o jurídicas que vendan y/o promocionen bienes inmuebles destinados a vivienda, deberán observar la siguiente instrucción:

Deber de informar

En la información que se brinde en la etapa de preventas en la sala de ventas y en los brochures o plegables que se utilicen para promover la venta de proyectos inmobiliarios, se deberá informar el área privada construida^{§§§§}, sin perjuicio de que se indiquen otras áreas, como el área privada libre o las áreas comunes de uso exclusivo^{*****}. Lo anterior sin perjuicio de que éstas puedan sufrir modificaciones como consecuencia directa de modificaciones ordenadas por la curaduría o la alcaldía competente en la expedición de la licencia de construcción.

En caso de que no se identifique claramente el área que se está anunciando en la información o publicidad, se presumirá que es área privada construida.

Cuando los parqueaderos de los propietarios estén ubicados en áreas comunes de uso exclusivo, se deberá informar a los consumidores que una vez constituida la propiedad horizontal, la asamblea de copropietarios, con la decisión de más del 70% del coeficiente de la copropiedad, podrá modificar la destinación de las áreas comunes de uso exclusivo.

^{###} Circular Externa No. 006 del 8 de febrero de 2012. Publicada en el Diario Oficial No. 48338 del 9 de febrero de 2012. La presente Circular Externa entrará en vigor pasados tres meses contados a partir de su publicación en el Diario Oficial.

^{§§§§} Ley 675 de 2001, artículo 3: "**Área privada construida:** Extensión superficiaria cubierta de cada bien privado, excluyendo los bienes comunes localizados dentro de sus linderos, de conformidad con las normas legales".

^{*****} Ídem, artículo 22: "**Bienes comunes de uso exclusivo.** Los bienes comunes no necesarios para el disfrute y goce de los bienes de dominio particular, y en general, aquellos cuyo uso comunal limitaría el libre goce y disfrute de un bien privado, tales como terrazas, cubiertas, patios interiores y retiros, podrán ser asignados de manera exclusiva a los propietarios de los bienes privados que por su localización puedan disfrutarlos.

Los parqueaderos de visitantes, accesos y circulaciones y todas las zonas comunes que por su naturaleza o destino son de uso y goce general, como salones comunales y áreas de recreación y deporte, entre otros, no podrán ser objeto de uso exclusivo.

Los parqueaderos destinados a los vehículos de los propietarios del edificio o conjunto podrán ser objeto de asignación al uso exclusivo de cada uno de los propietarios de bienes privados de manera equitativa, siempre y cuando dicha asignación no contrarie las normas municipales y distritales en materia de urbanización y construcción."

Así mismo, se deberá informar si el proyecto que se va a construir es o no por etapas, el valor aproximado de la cuota de administración de manera estimativa, el estrato socioeconómico que tendrá el inmueble (el cual podrá estar sujeto a modificación por parte del respectivo municipio o distrito), las características de las zonas de parqueo y, de manera general, las características de los muebles y equipos que se van a entregar y el tipo y calidad de los acabados.

En caso de que el proyecto se realice por etapas, deberá indicar claramente qué zonas comunes se entregarán con cada etapa y el estimado de cuándo se desarrollarán las etapas posteriores, sin perjuicio de que las fechas propuestas varíen.

Régimen sancionatorio

El incumplimiento de las disposiciones previstas en el numeral 2.16 dará lugar a las sanciones consagradas en el artículo 32 del Decreto 3466 de 1982.

2.17. LAVADORAS^{TTTT}

Alcance

Los requisitos que se establecen en el presente numeral aplican a los siguientes productos:

Máquinas lavadoras de ropa, para uso doméstico, con dispositivos de calentamiento o sin ellos, y con suministro de agua fría y/o caliente y además, se aplica a aparatos para lavado y secado de textiles (llamados lavadoras-secadoras) respecto al desempeño de su lavado. Los requisitos establecidos serán exigibles para aquellos productos que se produzcan, ensamblen, importen o comercialicen en el territorio nacional.

2.17.1. Instrucciones

Todas las personas naturales o jurídicas que produzcan, ensamblen, importen y/o comercialicen lavadoras, deberán observar las siguientes instrucciones:

2.17.1.1. Información de la capacidad de carga

Sistema Internacional de Unidades:

La declaración que se realice en relación con la capacidad de carga de las lavadoras, debe estar expresada en la magnitud de masa, cuya unidad básica es el **kilogramo**, independientemente que la máquina lavadora (lavadoras- secadoras) provenga de otro país en donde la capacidad de carga esté expresada en otras unidades.

En virtud de lo anterior, todas las lavadoras que se comercialicen en el país tendrán que informar su capacidad de carga en kilogramos o en sus múltiplos o submúltiplos, independientemente si conservan o no información sobre su capacidad de carga en unidades que no están cubiertas por el Sistema Internacional de Unidades – SI.

2.17.1.2. Deber de informar

En todo caso y sin perjuicio de que puedan utilizar de forma adicional otras unidades de medida diferentes, la información que se suministre a los consumidores sobre la capacidad de carga de las

^{TTTT} Numeral adicionado mediante Circular Externa No. 016 del 9 de Agosto de 2012, publicado en el Diario Oficial No. 48518 del 10 de agosto de 2012.

lavadoras a través de todos los medios en que se publicite y/o promocióne la venta de lavadoras (lavadoras- secadoras), incluidos manuales, adhesivos, empaques o embalajes, deberá estar expresada en kilogramos, sus múltiplos o submúltiplos.

Se debe garantizar que durante la exhibición del producto en punto de venta se informe la capacidad de carga en lugar visible para el comprador.

2.17.1.3. Medición de la capacidad

La capacidad de carga de las lavadoras (lavadoras – secadoras) debe corresponder a la masa máxima de prendas secas en kilogramos que según el fabricante, el tanque puede contener durante la operación sin generar ningún riesgo para el usuario y el producto, según lo establecido en la NTC 4469 numerales 3.1.9. y 7.12.

En relación con lo anteriormente señalado, el ensayo de reducción del 50% de carga de prendas prevista en el numeral 3.1.9. de la NTC 4469 no aplica, y para la práctica de la prueba la temperatura del agua debe ser la ambiente.

2.18. Comercialización de bienes y servicios mediante mecanismos alternativos de venta, tales como bonos de compra, certificados o tarjetas regalo*

2.18.1. Definiciones

Sin perjuicio de lo establecido en la Ley 1480 de 2011 y de la existencia de otras modalidades de bonos, certificados o tarjetas de compra, tales como los expedidos a título de promoción y oferta, o de tarjetas de puntos redimibles como las utilizadas dentro de un sistema de fidelización de clientes, para efectos de lo previsto en el presente numeral 2.18, se entiende por:

- a) Comprador. Es la persona natural o jurídica que realiza la redención del bono de compra, certificado o tarjeta de regalo, indistintamente de que se trate de su mismo adquirente, de un tercero beneficiario previamente determinado por él o de su portador. Se entenderá incluido en el concepto de comprador el de beneficiario.
- b) Emisor. Es la persona natural o jurídica responsable de la expedición del bono de compra, certificado o tarjeta de regalo, y de la efectiva redención a favor de su adquirente, de un tercero beneficiario previamente determinado por él o de su portador.
- c) Estipulante. Es la persona natural o jurídica que adquiere el bono de compra, certificado o tarjeta de regalo, y que por tal condición asume el pago anticipado de una suma de dinero a título de precio. Junto con el emisor acuerdan, de forma previa, las condiciones de compra y redención.
- d) Redención. Se trata de un procedimiento a través del cual se utiliza el bono de compra, certificado o tarjeta de regalo en las tiendas y demás sitios autorizados por el emisor, con el fin de acceder a bienes y servicios.

2.18.2. Bonos de compra, certificados o tarjetas de regalo, según sea su clase

Los bonos de compra, certificados o tarjetas de regalo, son documentos soporte que verifican el pago anticipado de una suma de dinero a título de precio o como parte de él, según sea el caso; no

* Circular No. 06 del 28 de noviembre de 2014. Publicada en el Diario Oficial No. 49349 del 28 de noviembre de 2014. "La presente Circular entra a regir tres (3) meses después de su publicación en el Diario Oficial".

constituyen un título valor, ni un medio de pago, ni de cambio y la finalidad de su redención no es recibir una cantidad de dinero en efectivo. Tampoco se trata de documentos recargables.

Estos instrumentos dan derecho a su titular o portador, dentro del plazo en ellos señalado, a obtener bienes y servicios en los sitios previamente autorizados por el emisor, ya sea para el beneficio propio de quien lo adquiere, de un tercero previamente determinado por él o de su portador.

Por sus características, los bonos de compra, certificados o tarjetas de regalo pueden ser nominativos o al portador, y los hay de dos tipos diferentes: i.) Los válidos por un monto determinado equiparable a una suma de dinero y ii.) Los válidos por un bien o servicio específico.

2.18.2.1. Bonos de compra, certificados o tarjetas de regalo nominativos

Los bonos de compra, certificados o tarjetas de regalo nominativos son aquellos expedidos a favor de determinada persona, condición que exige del emisor la individualización del documento que soporta el pago anticipado, con el nombre y/o identificación del beneficiario previamente determinado por el estipulante.

2.18.2.2. Bonos de compra, certificados o tarjetas de regalo al portador

Los bonos de compra, certificados o tarjetas de regalo al portador, son aquellos que no se expiden a favor de persona determinada; en consecuencia, la simple exhibición del instrumento legitima su redención.

2.18.2.3. Bonos de compra, certificados o tarjetas de regalo válidos por un monto determinado equiparable a una suma de dinero

Los bonos de compra, certificados o tarjetas de regalo emitidos por un monto determinado, son válidos para obtener cualesquiera de los productos que se comercialicen en los sitios previamente autorizados por el emisor, hasta por un valor equivalente a la suma de dinero que representan, esto, sin perjuicio que sean tenidos como parte del precio en el evento que se prefiera un bien o servicio de mayor costo.

2.18.2.4. Bonos de compra, certificados o tarjetas de regalo válidos por un bien o servicio específico

Los bonos de compra, certificados o tarjetas de regalo emitidos por un bien o servicio específico, son válidos para obtener el o los productos previamente determinados al momento de su adquisición.

2.18.3. Reglas generales

Por la expedición del bono de compra, certificado o tarjeta de regalo, su titular o legítimo portador adquiere la condición de acreedor frente al emisor, último obligado a responder por su efectiva redención.

Cuando se trate de bonos de compra, certificados o tarjetas de regalo nominativos, en caso de disputa del derecho entre quien pagó de manera anticipada el precio y el tercero beneficiario que fue previamente determinado por él, se preferirá a quien exhiba el documento soporte. Ocurrido su extravío o destrucción, y en caso de que el emisor cuente con los medios necesarios para identificarlo, se tendrá con interés legítimo en la redención, al titular del bono de compra, certificado o tarjeta de regalo, es decir, al tercero beneficiario que fue previamente determinado por el estipulante. De no ser posible dicha individualización, se preferirá a quien ostente la calidad de estipulante, la cual se probará por cualquier medio.

No podrá redimirse bono de compra, certificado o tarjeta de regalo al portador sin que medie su previa exhibición, toda vez que resultan necesarios para legitimar el ejercicio del derecho que en ellos se incorpora. Sin embargo, quien logre probar su calidad de estipulante ante el emisor y en caso que la redención no hubiese sucedido, tendrá derecho a solicitar su reposición ante el emisor, ocurrido su extravío o destrucción.

La transferencia de bienes y la prestación de servicios se tiene por perfecta una vez cumplida la redención del bono de compra, certificado o tarjeta de regalo, salvo que se trate de aquellos productos sujetos a registro. En todo lo demás, este negocio jurídico se rige por las reglas generales de los contratos mercantiles y las normas de protección al consumidor.

En todo caso y sin perjuicio de lo establecido en el presente numeral, se deben entender a salvo las acciones legales que pueden instaurar los consumidores en cualquier momento para la defensa de sus derechos.

2.18.3.1. Redención de bonos de compra, certificados o tarjetas de regalo

Por la redención de los bonos de compra, certificados o tarjetas de regalo, el comprador accede a los bienes y servicios en las condiciones que han sido fijadas previamente entre el emisor y el estipulante. Sin embargo, dichos instrumentos deberán permitir la realización de consumos parciales por el monto que se escoja hasta agotar el total de la suma de dinero que representan o hasta que se cumpla el plazo para su redención o vigencia. Lo mismo sucederá con los servicios que no requieran para su prestación de una redención total inmediata.

La redención parcial de los bonos de compra, certificados o tarjetas de regalo no prorroga de manera automática el plazo o vigencia previamente acordada entre el emisor y el estipulante.

En caso de que el valor del bien o servicio que se desee comprar sea superior al monto representado en el instrumento, podrá abonarse la diferencia por cualquier medio de pago que el emisor tenga autorizado. El adquirir un bien o servicio de valor inferior al monto representado en el instrumento, no da lugar a la entrega de dinero en efectivo (vueltas o cambio) salvo que las partes acuerden lo contrario.

Del mismo modo, podrán expedirse bonos de compra, certificados o tarjetas de regalo válidos por un porcentaje del valor total del bien o servicio específico, según lo convengan las partes.

2.18.3.2. Vigencia de los bonos de compra, certificados o tarjetas de regalo

Los bonos de compra, certificados o tarjetas de regalo tendrán como mínimo una vigencia de un (1) año, término que se empezará a contar a partir de la fecha de su expedición y/o activación, según corresponda. Las partes podrán pactar plazos diferentes pero nunca inferiores.

En caso que los bonos de compra, certificados o tarjetas de regalo no se rediman en el lugar y plazo establecido para ese fin, tal situación será tenida como incumplimiento del comprador a la obligación de recibir el producto. Esta circunstancia podrá originar la pérdida total del precio pagado anticipadamente o del saldo no utilizado, según lo convenido por la partes.

En ningún caso procederá a título de indemnización, perjuicios, pena u otro concepto semejante, el pago de sumas de dinero superiores a las reportadas como saldo a favor del comprador.

El plazo de vigencia que se fije no se suspende, ni se interrumpe, ni se renueva, ni se prorroga de manera automática, cuando la redención del bono de compra, certificado o tarjeta de regalo resulte

de consumos parciales, salvo estipulación en contrario. Esta circunstancia debe ser expresamente informada al momento de la adquisición del bono de compra, certificado o tarjeta de regalo.

2.18.4. Información mínima que debe suministrarse

Sin perjuicio de lo previsto sobre la información mínima señalada en la Ley 1480 de 2011 –Estatuto del Consumidor- y, en regulaciones especiales, sea cual fuere la presentación del documento soporte, como por ejemplo, tarjetas con banda magnética, tarjetas regalo, certificados impresos, o similares, en dichos instrumentos, se deberá anunciar por lo menos lo siguiente:

- Nombre del emisor.
- Categoría del documento soporte: Nominativo o al portador.
- Para el caso del documento soporte nominativo, el nombre y/o identificación del beneficiario.
- Valor, cuando son válidos por un monto determinado equiparable a una suma de dinero.
- El bien o servicio, cuando son válidos para obtener un producto específico previamente determinado.
- Fecha de expedición.
- El plazo para su redención o vigencia, atendiendo lo establecido en el último párrafo del numeral 2.18.3.2.
- Las consecuencias derivadas del vencimiento del plazo.
- Exclusiones (Establecimientos de comercio, productos, etc.)

2.18.5. Obligaciones especiales del emisor

Dentro de las obligaciones especiales a adoptar por parte del emisor se encuentran las siguientes:

- Adaptar un procedimiento que permita la habilitación, redención y consulta de los bonos de compra, certificados o tarjetas de regalo.
- Atender fielmente las instrucciones del estipulante, como adquiriente del bono de compra, certificado o tarjeta de regalo.
- Entregar un comprobante que permita verificar la adquisición del bono de compra, certificado o tarjeta de regalo.
- Cumplir con el deber de informar, con observancia de lo previsto en este numeral, en la Ley 1480 de 2011 y en las demás regulaciones especiales.
- Responder por la efectiva prestación de los derechos una vez verificada la legitimidad del comprador, en los términos señalados en este numeral 2. 17.

2.18.6. Obligaciones para el estipulante y/o comprador

Son obligaciones del estipulante y/o comprador, las siguientes:

- Asumir el pago anticipado de una suma de dinero a título de precio o como parte de él, a efectos de la expedición del bono de compra, certificado o tarjetas de regalo.
- Informarse de manera suficiente, anticipada y expresa sobre la existencia, efectos y alcance de las condiciones generales que gobiernan el contrato.
- Redimir el bono de compra, certificado o tarjeta de regalo dentro de los plazos estipulados y en los sitios previamente autorizados.

CAPÍTULO TERCERO ADQUISICIÓN DE BIENES Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS MEDIANTE SISTEMAS DE FINANCIACIÓN *

* Resolución N° 19097 del 24 de junio de 2002. Publicada en el Diario Oficial N° 44.848 de Junio 27 de 2002.

3.1. Definiciones

Para la correcta aplicación e interpretación de este capítulo se entenderá por:

- a) **Interés:** Sin perjuicio de lo dispuesto por el artículo 717 del código civil, el interés corresponde a la renta que se paga por el uso del capital durante un periodo determinado. Así mismo, de acuerdo con lo establecido en el artículo 68 de la ley 45 de 1990, se reputarán también como intereses, las sumas que el acreedor reciba del deudor sin contraprestación distinta al crédito otorgado, aun cuando las mismas se justifiquen por concepto de honorarios, comisiones u otros semejantes. En esa medida, los seguros contratados que protejan el patrimonio de los deudores o de sus beneficiarios no se reputan como intereses. **

También se incluirán dentro de los intereses las sumas que el deudor pague por concepto de servicios vinculados directamente con el crédito, tales como costos de administración, estudio del crédito, papelería, cuotas de afiliación, etc. Los cobros correspondientes a IVA, bien sea que se deriven del cobro de intereses o de seguros contratados, no se reputan como intereses. **

- b) **Interés remuneratorio:** Es el que devenga un crédito mientras el deudor no está obligado a restituirlo.
- c) **Interés de mora:** Es aquel al que el deudor queda obligado desde el momento en que se constituye en mora de pagar las cuotas vencidas o el capital debido.
- d) **Tasa de interés:** Es una relación porcentual que permite calcular los intereses que causa un capital en un periodo.
- e) **Tasa de interés efectiva anual:** Es la tasa de interés expresada en términos equivalentes de la tasa de interés que causaría un capital al concluir un periodo de un año.
- f) **Tasa de interés nominal anual:** Es el interés expresado como el número de periodos en que se causa el interés en el año multiplicado por la tasa de interés del periodo de causación. Indica el periodo de causación y si el interés se causa al inicio o al final del periodo.
- g) **Tasa de interés vencida:** Aquella que indica los intereses que se causan al final de cada periodo.
- h) **Periodo:** Intervalo de tiempo durante el cual se causa o liquida el interés.
- i) **Cuota:** Valor del pago periódico al que se obliga el deudor.
- j) *** Límite legal para el cobro de intereses:** De conformidad con lo establecido por los artículos 884 del Código de Comercio, 2231 del Código Civil, y el artículo 305 del Código Penal, el límite máximo legal para el cobro de intereses tanto remuneratorios como moratorios corresponde a una y media veces el interés bancario corriente certificado por la Superintendencia Bancaria. Lo anterior, sin perjuicio de las normas que en el futuro modifiquen o adicionen las antes mencionadas.*
- k) **Precio de contado:** Es el menor precio al que el vendedor o expendedor está dispuesto a vender el producto o servicio por pago en efectivo o cheque pagadero a la fecha de compra. No

* Resolución N° 22905 del 21 de agosto de 2003. Publicada en el Diario Oficial 45.292 de Agosto 27 de 2003.

** Resolución N° 41280 del 23 de diciembre de 2002. Publicada en el Diario Oficial N° 45.047 de Diciembre 28 de 2002.

obstante lo anterior, para esta definición no se considerarán los descuentos adicionales que se obtengan por el cumplimiento de condiciones diferentes a las de pago indicado y que sólo son acreditables por algunos compradores o que se ofrezcan limitados en el tiempo para el público en general. *

- l) Cláusula aceleratoria: Conforme con lo establecido en el artículo 69 de la ley 45 de 1990, se trata del pacto celebrado entre las partes del contrato en virtud del cual, ante el incumplimiento por parte del deudor del pago de uno o varios de los instalamentos o cuotas debidas, se hace exigible la totalidad de la obligación.
- m) Pacto con reserva de dominio: Según lo establecido por el artículo 952 del código de comercio, corresponde a la cláusula en el contrato de compraventa en virtud de la cual, el vendedor se reserva el dominio de la cosa vendida hasta que el comprador haya pagado la totalidad de la obligación.

3.2. Contratos objeto de la presente reglamentación

Lo dispuesto en el presente capítulo se aplica a todos aquellos contratos de adquisición de bienes muebles o prestación de servicios mediante sistemas de financiación que se celebren con el consumidor.

No estará sometida a lo dispuesto en el presente capítulo la adquisición de bienes muebles o prestación de servicios en los cuales se otorga plazo para pagar el precio sin cobrar intereses sobre el monto financiado, siempre y cuando el precio de venta sea igual al precio de contado.

3.3. Información que debe constar por escrito **

La información que se relaciona a continuación deberá constar por escrito y ser entregada al consumidor a más tardar en el momento de la celebración del contrato. Este deberá tener la firma del deudor como constancia de su recibo. *

Se exceptúa de lo anterior, el caso de los tiquetes de máquinas registradoras emitidos por el comerciante que incluyan la información básica sobre las condiciones del crédito, entendiéndose surtido con su entrega, el requisito de firma del deudor: *

- a) Lugar y fecha de celebración del contrato.
- b) Nombre o razón social y domicilio de las partes.
- c) Descripción del bien o servicio objeto del contrato, con la información suficiente para facilitar su identificación inequívoca.
- d) El precio de contado así como los descuentos concedidos.
- e) El valor de la cuota inicial, su forma y plazo de pago, o la constancia de haber sido cancelada.

* Resolución N° 22905 del 21 de agosto de 2003. Publicada en el Diario Oficial N° 45.292 de Agosto 27 de 2003.

** Resolución N° 41280 del 23 de diciembre de 2002. Publicada en el Diario Oficial N° 45.047 de Diciembre 28 de 2002.

-
- f) El saldo del precio pendiente de pago o saldo que se financia, el número de cuotas periódicas en que se realizará el pago o plazo de financiación.
 - g) La tasa de interés remuneratorio que se cobrará por la financiación del pago de la obligación adquirida, expresada como tasa de interés efectiva anual y en términos nominales, si no se liquida anual vencida. *

En aquellos contratos en que se haya pactado una tasa de interés variable se deberá señalar la fuente y la fecha de referencia. Si la tasa así pactada, incluye un componente fijo, este último se deberá informar expresamente.

Deberá incluirse igualmente la tasa de interés moratorio, la cual podrá expresarse en función de la remuneratoria o de otra tasa de referencia, caso en el cual se deberá citar la fuente y fecha en que se refiere. En cualquier evento deberán observarse los máximos legales.

- h) La tasa de interés máxima legal vigente al momento de celebración del contrato.
- i) El monto de la cuota que deberá pagar mensualmente o con la periodicidad acordada. En el evento en que la cuota o la tasa pactada sea variable, el acreedor deberá informar el valor de la primera cuota y mantener a disposición del deudor, la explicación de cómo se ha calculado la cuota en cada período subsiguiente, así como la fórmula o fórmulas que aplicó para obtener los valores cobrados. Dichas fórmulas deberán ser suficientes para que el deudor pueda verificar la liquidación del crédito en su integridad. *
- j) Si como medio de pago se extendieran títulos valores, deberá indicarse el valor o monto, número, fecha de otorgamiento, vencimiento y demás datos que identifiquen a las partes de la obligación contenida en el título.
- k) Enumeración y descripción de las garantías reales o personales del crédito.
- l) Indicación del monto que se cobrará como suma adicional a la cuota por concepto de contratos de seguro si se contrataren y los que corresponden a cobros de IVA.
- m) Copia textual del número 3.11 de la presente circular, respecto de la facultad de retractación.
- n) En la parte final del documento, en caracteres destacados, negrilla y un tamaño de letra del doble del tamaño de la utilizada en el resto del texto, se deberá consignar una advertencia para el deudor con el siguiente texto: *

Por expresa instrucción de la Superintendencia de Industria y Comercio, se informa a la parte deudora que durante el período de financiación la tasa de interés no podrá ser superior a 1.5 veces el interés bancario corriente que certifica la Superintendencia Bancaria.

Cuando el interés cobrado supere dicho límite, el acreedor perderá todos los intereses. En tales casos, el consumidor podrá solicitar la inmediata devolución de las sumas que haya cancelado por concepto de los respectivos intereses.

Se reputarán también como intereses las sumas que el acreedor reciba del deudor sin contraprestación distinta al crédito otorgado, aun cuando las mismas se justifiquen por concepto de honorarios, comisiones u otros semejantes. También se incluirán dentro de los intereses las sumas que el deudor pague por concepto de servicios vinculados directamente con el crédito,

* Resolución N° 22905 del 21 de agosto de 2003. Publicada en el Diario Oficial N° 45.292 de Agosto 27 de 2003.

* Resolución N° 22905 del 21 de agosto de 2003. Publicada en el Diario Oficial N° 45.292 de Agosto 27 de 2003.

tales como costos de administración, estudio del crédito, papelería, cuotas de afiliación, etc. (artículo 68 de la Ley 45 de 1990).

En caso de que el comerciante no consigne la anterior advertencia por escrito, deberá mantenerla en lugar visible, en todos los puntos de pago de cada uno de los establecimientos abiertos al público.

3.4. Reglas generales para la celebración de los contratos

Para los efectos previstos en las letras g y h del artículo 43 del decreto 3466 de 1982, en los contratos a los que se refiere el presente capítulo se deberán aplicar las siguientes reglas en su celebración:

- a) *Los productores o proveedores podrán pactar libremente con sus clientes la tasa de interés tanto remuneratoria como moratoria que les será cobrada a estos últimos. La tasa de interés que se pacte al momento de la celebración del contrato, no podrá sobrepasar en ningún período de la financiación el límite máximo legal, de acuerdo con lo establecido en el literal j) del numeral 3.1 del presente capítulo.
- b) El monto financiado se calculará como el precio de contado menos la cuota inicial si la hubiere. No obstante, si para determinar el monto financiado se utiliza un precio superior diferente al de contado, la diferencia cobrada se reputará intereses.
- c) No será posible por parte del vendedor-acreedor el cobro simultáneo de intereses remuneratorios y moratorios respecto del mismo saldo o cuota y durante el mismo período. *
- d) Sin perjuicio de lo previsto en el artículo 886 del código de comercio, los intereses pendientes no generarán intereses.
- e) En ningún caso se podrá exigir por adelantado el pago de intereses moratorios.
- f) El deudor podrá pagar anticipadamente el saldo pendiente de su crédito, por lo tanto no podrán establecerse cláusulas penales o sanciones por pago anticipado ni exigirse el pago de intereses durante el período restante.
- g) Salvo que se haya pactado la cláusula aceleratoria, de acuerdo con lo previsto en el artículo 69 de la ley 45 de 1990, los intereses moratorios sólo se causarán respecto del monto de las cuotas vencidas.
- h) Se reputarán como intereses las sumas que el vendedor-acreedor reciba del deudor sin contraprestación distinta al crédito otorgado, incluyendo aquellas que se paguen por concepto de servicios vinculados directamente con el crédito, tales como costos de administración, estudio del crédito, papelería, cuotas de afiliación, etc. No se incluyen los valores pagados por concepto de los seguros a los que se hace referencia en el siguiente párrafo.

* Resolución N° 22905 del 21 de agosto de 2003. Publicada en el Diario Oficial 45.292 de Agosto 27 de 2003.

- i) Podrán contratarse seguros cuyo objeto sea amparar la vida de los deudores o el bien financiado. En tales casos deberá presentarse al consumidor por lo menos dos cotizaciones de compañías de seguros diferentes, en las que se le informen los riesgos cubiertos, los beneficiarios, las exclusiones, la suma asegurada y el monto de la prima; así mismo deberá advertirse que no es obligación contratar con dichas compañías y que por lo tanto está en libertad de escoger otra aseguradora. Si el deudor elige una de las aseguradoras sugeridas por el vendedor éste deberá entregar al deudor un documento mediante el cual se pueda probar la existencia del contrato de seguro y en el que se indique la información antes mencionada.

3.5. Obligación de verificación de límites máximos legales de tasa de interés

Será obligación de todo proveedor o comerciante que celebre alguno de los contratos a los que se refiere el presente capítulo, revisar mensualmente si la tasa de interés que está cobrando a sus deudores se encuentra dentro de los límites máximos legales para el periodo correspondiente. De acuerdo con lo anterior deberá:

- Verificar mensualmente que los intereses cobrados están dentro del límite máximo legal vigente para el cobro de intereses. ***
- Concluye que la tasa de interés pactada está por encima del máximo legal permitido por la ley, la misma deberá ser reducida a dicho límite.
- Si el límite máximo legal en un periodo siguiente vuelve a ser superior a la tasa inicialmente pactada se podrá liquidar y cobrar para dicho periodo la tasa inicialmente pactada.

3.6. Obligaciones especiales del productor o proveedor ***

Todo productor o proveedor que celebre los contratos a los que se refiere el presente capítulo deberá cumplir las siguientes obligaciones:

- ** Sin perjuicio de lo consignado en las disposiciones legales sobre conservación y archivo de documentos, se deberá conservar a disposición de la Superintendencia de Industria y Comercio la historia de cada crédito que se haya otorgado, por un término mínimo de tres (3) años, contados a partir de la fecha de vencimiento del último pago. La obligación de conservación se podrá cumplir con medios tecnológicos siempre y cuando se observe lo dispuesto en la parte I de la Ley 527 de 1999 y demás normas que la sustituyan o modifiquen. **
- Tener a disposición del público puntos de información o personal específico que cuente con la información y conocimientos requeridos para informar al cliente la integridad de las obligaciones que contrae con la firma del correspondiente contrato, la forma como se van a calcular y liquidar los intereses, la cuota y el crédito. **

* En adición a lo anterior, los productores o proveedores que, además de encontrarse en alguna de las circunstancias previstas en el numeral 3.12 del presente capítulo, tengan un volumen total anual de ventas a través de sistemas de financiación, iguales o superiores a cinco mil (5000) salarios mínimos mensuales legales, deberán informar a esta Superintendencia a más tardar el 30 de septiembre de 2003, las medidas que han adoptado en su establecimiento con el fin de dar cumplimiento a esta reglamentación. *

*** Resolución N° 41280 del 23 de diciembre de 2002. Publicada en el Diario Oficial N° 45.047 de Diciembre 28 de 2002.

** Resolución N° 22905 del 21 de agosto de 2003. Publicada en el Diario Oficial 45.292 de agosto 27 de 2003.

* Resolución N° 19104 del 7 de julio de 2003. Publicada en el Diario Oficial N° 45.244 de Julio 10 de 2003.

** Resolución N° 22905 del 21 de agosto de 2003. Publicada en el Diario Oficial N° 45.292 de Agosto 27 de 2003.

3.7. Información sobre liquidación y pago de cuotas ***

Información periódica al deudor

El productor o proveedor que realice ventas a través de sistemas de financiación, deberá suministrar o tener a disposición de los deudores la información sobre liquidación y pago de cuotas que a continuación se señala:

- a) El monto a cancelar por concepto de la cuota del mes o periodo correspondiente, discriminando el monto correspondiente a pago de capital, intereses y seguros si los hay.
- b) El capital pendiente de pago al inicio y al final del periodo.
- c) La tasa de interés aplicada en dicho periodo y la tasa de referencia utilizada, en el caso en que se haya pactado una tasa de interés variable. Se deberá además indicar si con ocasión de la revisión del límite legal se presentó modificación de la tasa de interés.
- d) Una explicación acompañada de los datos necesarios para la liquidación de la respectiva cuota con el fin de que el deudor pueda verificar la exactitud de los cálculos y constatar dichos datos con el contrato y las fuentes oficiales que los producen.

Envío de información al domicilio del deudor **

Cuando el plazo del crédito otorgado sea superior a tres (3) meses, o la cuantía del crédito o el monto adeudado sea superior a tres (3) salarios mínimos legales mensuales, la anterior información deberá ser remitida al domicilio del deudor y entregada con una antelación no inferior a cinco (5) días hábiles a la fecha de pago de la cuota correspondiente. Lo anterior deberá cumplirse incluso en los eventos en que haya la necesidad de reliquidar los períodos restantes cuando la tasa de financiación cambie como consecuencia de variaciones de la tasa máxima legal. En dicho informe, en caracteres destacados, negrilla y tamaño de letra del doble del tamaño de la utilizada en el resto del texto, se deberá consignar una advertencia para el deudor con el siguiente texto:

Los contratos de adquisición de bienes muebles o de prestación de servicios mediante sistemas de financiación se encuentran reglamentados por la Superintendencia de Industria y Comercio, en el capítulo tercero título II de la Circular Única, la cual puede ser consultada en la página web de esta entidad www.sic.gov.co En caso de tener alguna queja relacionada con su crédito, puede dirigirla a esta Superintendencia.

No obstante lo anterior, el proveedor o expendedor podrán eximirse del envío de esta información al domicilio del deudor si:

- a) *El crédito es de cuota y tasa fija y se le entrega al deudor la liquidación completa del crédito al momento de otorgarlo lo cual se podrá hacer mediante talonarios u otro medio que incluya toda la información señalada en los literales precedentes para cada uno de los períodos del crédito, o,
- b) *Cuando en el momento y sitio de pago se le entrega al deudor la información señalada en los literales anteriores que aplique al pago que se efectúa.*

3.8. Elaboración de listas con factores**

***Resolución N° 41280 del 23 de diciembre de 2002. Publicada en el Diario Oficial N° 45.047 de Diciembre 28 de 2002.

** Resolución N° 41280 del 23 de diciembre de 2002. Publicada en el Diario Oficial N° 45.047 de Diciembre 28 de 2002

* Resolución N° 22905 del 21 de agosto de 2003. Publicada en el Diario Oficial N° 45.292 de Agosto 27 de 2003.

Cuando los productores y proveedores que ofrezcan la adquisición de bienes y servicios a través de sistemas de financiación, utilicen una tabla con factores predeterminados en función de la tasa de interés y/o el periodo para efectos de ofrecerlos, deberán observar las siguientes instrucciones:

- a) La tabla deberá ser revisada dentro de los cinco días siguientes a la fecha en que la Superintendencia Bancaria certifique el interés bancario corriente, señalando la fecha en la cual fue efectuada la revisión. En ella se deberá expresar con caracteres destacados y negrilla la tasa de interés en términos efectivos que para el periodo respectivo se esté cobrando al público y que haya servido para el cálculo de los factores.
- b) Las tablas de factores de por lo menos los últimos (3) años, deberán permanecer a disposición de la superintendencia de Industria y Comercio.

3.9. Deber de certificación *

El gerente del establecimiento de comercio, el representante legal de la sociedad o el funcionario que tenga a cargo el área que administra los sistemas de financiación deberá emitir a 31 de diciembre de cada año una certificación que mantendrá a disposición de la Superintendencia de Industria y Comercio, en la que se haga constar que se implementaron y revisaron durante el año, los mecanismos y procedimientos idóneos para cumplir con las obligaciones derivadas del presente capítulo y que mensualmente se verificaron que los intereses cobrados se encontraban dentro de los límites máximos vigentes. La primera de estas certificaciones deberá expedirse con corte a 31 de diciembre de 2003.

3.10. Mecanismos de información al público *

Con el propósito de que el público cuente con la información indispensable para tomar conscientemente sus decisiones de endeudamiento en las mejores condiciones que ofrezca el mercado, todo productor o proveedor que celebre contratos a los que se refiere este capítulo deberá disponer, de manera permanente, de una cartelera o tablero visible, que deberá situarse en los lugares de atención al público o de exhibición, en forma tal que atraiga su atención y resulte fácilmente legible. No obstante, podrán utilizarse mecanismos alternos que permitan el acceso indiscriminado de la información al menos con la facilidad que ofrecen las carteleras. En cualquiera de dichos medios deberá anunciarse:

- a) Tasa de interés que se esté cobrando para el mes en curso, expresada en términos efectivos anuales.
- b) Porcentaje mínimo que debe pagarse como cuota inicial.
- c) Plazos que se otorgan.
- d) Incentivos que se ofrezcan. Si se trata de descuentos deberán expresarse sobre el precio de contado.
- e) En caso de que la financiación sea otorgada por un tercero diferente del productor o proveedor, indicar su nombre o razón social.

3.11. Facultad de retractación

En todos los contratos de adquisición de bienes muebles y prestación de servicios mediante el sistema de financiación, excepción hecha de los relativos a alimentos, vestuarios, drogas, atención

* Resolución N° 41280 del 23 de diciembre de 2002. Publicada en el Diario Oficial N° 45.047 de Diciembre 28 de 2002.

**** Artículo décimo primero Resolución N° 41280 del 23 de diciembre de 2002: "Vigencia. Las modificaciones introducidas mediante la presente resolución entrarán en vigencia el 27 de diciembre de 2002, o en la fecha de su publicación si esta es posterior." Diario Oficial N° 45047 del 28 de diciembre de 2002.

hospitalaria y educativa, se entenderá pactada la facultad de retractación de cualquiera de las partes, dentro de los dos (2) días hábiles siguientes a la entrega del bien.

En el evento en que cualquiera de las partes haga uso de la facultad de retractación se resolverá el contrato y por consiguiente, las partes restablecerán las cosas al estado en que se encontraban antes de su celebración. La facultad de retractación es irrenunciable.

3.12. Base de datos de quienes desarrollan la actividad *

Todo productor o proveedor que ofrezca la adquisición de bienes muebles o la prestación de servicios a través de sistemas de financiación y que mensualmente celebre más de cien (100) contratos a los que se refiere el presente capítulo o que sus ventas a través de sistemas de financiación en el año inmediatamente anterior excedan los 1500 salarios mínimos mensuales legales vigentes, deberá reportar a la Superintendencia de Industria y Comercio si se encuentra en alguna de estas condiciones, dentro de los tres meses siguientes a la entrada en vigencia de la resolución N° 41280 del 23 de diciembre de 2002^{§§§§§} y posteriormente durante el mes de enero de cada año, si en el anterior hubiese alcanzado esta condición. Para el efecto deberá anexar un certificado de existencia y representación legal expedido por la cámara de comercio respectiva con una vigencia no superior a treinta días. La condición informada por los proveedores o productores se presumirá vigente hasta tanto no informen lo contrario.

3.13. Consecuencias legales

De acuerdo con lo establecido en la ley, cuando se cobren intereses que sobrepasen los límites fijados en la ley, el acreedor perderá todos los intereses, bien sea los remuneratorios, los moratorios o ambos según se trate. En tales casos, el consumidor podrá solicitar la inmediata devolución de las sumas que haya celebrado por concepto de los respectivos intereses.

3.14. Sanciones

Por violación a lo establecido en el Decreto 3466 de 1982 o en las normas e instrucciones impartidas por la Superintendencia de Industria y Comercio sobre ventas o prestación de servicios mediante sistemas de financiación o bajo la condición de la adquisición o prestación de otros bienes o servicios, la sanción prevista en la letra h) del artículo 43 del decreto 3466 de 1982. Igualmente, los proveedores o expendedores estarán sujetos a las sanciones previstas en el artículo 33 del Decreto 3466 de 1982 en caso de incumplimiento a las normas relacionadas con la fijación pública de precios.

CAPÍTULO CUARTO PRESTACIÓN DE SERVICIOS QUE SUPONEN LA ENTREGA DE UN BIEN

4.1. Reglas generales aplicables

- a) Toda persona o establecimiento que preste servicios que impliquen la entrega de un bien respecto del cual se desarrolla la actividad (reparación de vehículos en talleres, reparación de electrodomésticos, parqueaderos, servicio de lavandería, entre otros), debe expedir un recibo donde conste, además de las obligaciones establecidas en el artículo 39 del decreto 3466 de 1982, como mínimo, lo siguiente:

*Resolución N° 41280 del 23 de diciembre de 2002. Publicada en el Diario Oficial N° 45.047 de Diciembre 28 de 2002.

-
- Nombre o razón social del prestador del servicio;
 - Dirección y teléfono del establecimiento;
 - Nombre e identificación del usuario;
 - Dirección y teléfono del usuario;
 - Número de recibo;
 - Fecha y hora de la recepción;
 - Identificación del bien;
 - Indicación expresa de los defectos o averíos del bien y sus accesorios
 - Clase de servicio;
 - Plazo para la prestación del servicio;
 - Valor del servicio, así como las sumas que se abonan como parte del precio; y
 - Término de caducidad.
- b) En caso de no existir anotación expresa en cuanto a los defectos o averíos del bien y sus accesorios, se entenderá que éste ingresó o fue entregado en perfectas condiciones y con todos los elementos inherentes a él.
- c) La persona obligada a la prestación del servicio, asume la custodia del bien en depósito y, por lo tanto, de la integridad de los elementos que lo componen, así como la de sus equipos anexos o complementarios si los hubiere.
- d) En caso que el bien objeto de la prestación sufra pérdida, variación o algún deterioro por causas diferentes al caso fortuito o fuerza mayor debidamente probados, deberá subsanarse el daño, cambiando el bien por otro de igual calidad y valor o pagando el valor acordado por las partes o, en su defecto, el que fije la Superintendencia de Industria y Comercio.
- e) Al vencimiento del plazo indicado en el recibo procederá, en su caso, la devolución del bien al usuario, de conformidad con el artículo 39 del decreto 3466 de 1982.

CAPÍTULO QUINTO Derogado.*

CAPÍTULO SEXTO INSTRUCCIONES GENERALES PARA DETERMINADOS BIENES Y SERVICIOS*

6.1. Reglas generales

Las decisiones adoptadas por la Delegatura para la Protección del Consumidor, la Dirección de Investigación de Protección de Usuarios de Servicios de Comunicaciones o la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor de la Superintendencia de Industria y Comercio, a través de actos administrativos de carácter general expedidos en materia de protección al Consumidor, se incorporarán en este Capítulo Sexto, según lo señalado en la parte resolutive de los mismos.

6.2. Extracto de las decisiones

* Capítulo Quinto, Derogado Mediante Resolución No. 35315 del 31 de Mayo de 2012, publicada en el Diario Oficial número 48.448 del 1 de Junio de 2012, así como el Anexo 2.6 Formulario General de Solicitud de Depósito.

* Resolución No. 61959 del 16 de octubre de 2014. Publicada en el Diario Oficial No. 49.307 del 17 de octubre de 2014.

A continuación se presenta el extracto de las decisiones de carácter general, según se ordenó su incorporación. El texto completo de estos actos administrativos puede ser consultado en la página web de la Superintendencia www.sic.gov.co. Igualmente, copia de los mismos podrá ser solicitada en la oficina de atención al ciudadano de la Entidad.

-Resolución No. 67541 del 1 de noviembre de 2012 *“Por la cual se levanta la medida preventiva impuesta mediante resolución No. 47629 del 3 de agosto de 2012 sobre el producto “Esferas Acuáticas”, “Esferas Acuáticas Inflables”, “Burbujas Acuáticas”, “Esfera para Agua”, “Acuesferas”, “Burbujas Humanas”, “Balón para caminar”, “WaterBall”, “Pealota inflable para caminar”, “Balón inflable para caminar” u otro cualquiera en el que se verifiquen iguales características y especificaciones no obstante su denominación; y se adoptan medidas definitivas para evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores con su uso”.* **Los artículos a incorporar de la parte resolutive son el segundo, tercero, cuarto, quinto y sexto.**

-Resolución No. 33 del 9 de enero de 2013 *“Por la cual se levanta la medida preventiva impuesta mediante resolución No. 60220 del 12 de octubre de 2012 sobre toda “máscara” que, independientemente del material en que haya sido elaborada, obstaculice e impida ejecutar el proceso de respiración en forma normal; y se adoptan medidas definitivas para evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores con su uso”.* **Los artículos de la parte resolutive a incorporar, son el segundo, tercero, cuarto y quinto.**

-Resolución No. 11638 del 20 de marzo de 2013 *“Por la cual se levanta la medida preventiva impuesta mediante Resolución No. 78644 del 19 de diciembre de 2012 sobre la producción y comercialización de todo juguete –incluido el control remoto con el que opere- que no cuente con un sistema de seguridad que restrinja al usuario la manipulación directa de pilas o baterías; y se adoptan medidas definitivas para evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores con su uso”.* **Los artículos de la parte resolutive a incorporar son el segundo, tercero, cuarto y quinto.**

-Resolución 38973 del 28 de junio de 2013 *“Por la cual se adoptan medidas definitivas para evitar que se cause daño o perjuicio a la salud o integridad de los consumidores con el uso de un producto”.* Los artículos de la parte resolutive a incorporar son el primero, tercero, cuarto y quinto.

-Resolución No. 53956 del 10 de septiembre de 2013 *“Por la cual se adoptan medidas definitivas para evitar que se cause daño o perjuicio a la salud o integridad de los consumidores con el uso de un producto”.* **Los artículos de la parte resolutive a incorporar son el primero, tercero, cuarto y quinto.**

-Resolución No. 59061 del 4 de octubre de 2013 *“Por la cual se establecen las condiciones que debe reunir la información que se indica sobre un producto y la forma de suministrarla a los consumidores”.* **Los artículos de la parte resolutive a incorporar son el primero, segundo, tercero, cuarto y quinto.**

-Resolución No. 31229 del 25 de mayo de 2016 *“Por la cual se fija un criterio de interpretación dirigido a todos los proveedores de servicios de comunicaciones móviles que a su vez comercialicen equipos terminales móviles”.* **El artículo de la parte resolutive a incorporar es el primero.** El cual señala:

“ARTÍCULO PRIMERO “TENER como criterio de interpretación del aparte reseñado en la parte considerativa de la presente resolución, contenido en el parágrafo 2 del artículo 56 de la Resolución CRC 3066 de 2011, que todos los proveedores de servicios de comunicaciones móviles que comercialicen equipos terminales móviles, ajusten su facturación a fin que se otorgue a los usuarios, la posibilidad de efectuar el pago del

equipo terminal de manera independiente al pago de los servicios de comunicaciones adquiridos, desde el instante de la expedición de la factura.

PARÁGRAFO PRIMERO: Para tal efecto, se otorga un plazo de dos (2) meses contados a partir de la publicación de la presente resolución en el Diario Oficial para que los proveedores de servicios de comunicaciones que a su vez comercialicen equipos terminales móviles procedan a dar cumplimiento a la presente medida administrativa, de acuerdo a lo expuesto en la parte motiva de la presente resolución.

PARÁGRAFO SEGUNDO: El incumplimiento de lo señalado en el presente acto administrativo, podrá generar la imposición de las sanciones previstas en el artículo 65 de la Ley 1341 de 2009”.

- Resolución No. 57151 del 29 de agosto de 2016 “*Por la cual se levanta la medida preventiva impuesta en la Resolución No. 33767 del 31 de mayo de 2016, y se adoptan medidas definitivas para evitar que los apuntadores láser mayores e iguales 1 mW (milivatio) ocasionen daño o perjuicio a los consumidores”.* **Los artículos de la parte resolutive a incorporar son: primero, segundo, tercero, cuarto, quinto, sexto, séptimo y octavo.**