

BOLETÍN: CONSUMO MASIVO



20
19

POSSE
HERRERA
RUIZ 

CONTENIDO

- Precisión frente a los errores evidentes en publicidad de productos
- Consumidor debe tener claridad en la información del producto o servicio
- Violación de derechos del consumidor cuando se incumple fecha de reembolso o devolución de dinero
- Posibilidad de utilizar medios alternativos a la facturación electrónica en *E-commerce*
- Protección al consumidor frente al derecho de retracto
- Consecuencias frente a la no renovación de matrícula mercantil
- Se precisan los elementos para determinar la existencia de confusión entre marcas
- Criterios de la jurisprudencia Andina para establecer la conexión competitiva entre productos
- Sobre el derecho del consumidor a recibir productos de calidad
- Sobre la marca figurativa y los signos sujetos a registro

BOLETÍN:

CONSUMO MASIVO



COLOMBIA

Precisión frente a los errores evidentes en publicidad de productos

Por medio de sentencia de la Superintendencia de Industria y Comercio, se expresó que cuando se advierta por parte de un consumidor un precio en una publicidad que cae entre los límites del absurdo, el empresario no tiene el deber de mantener el precio anunciado, sin perjuicio de las posibles acciones que pudiera ejercer el cliente para hacer efectivo sus derechos.

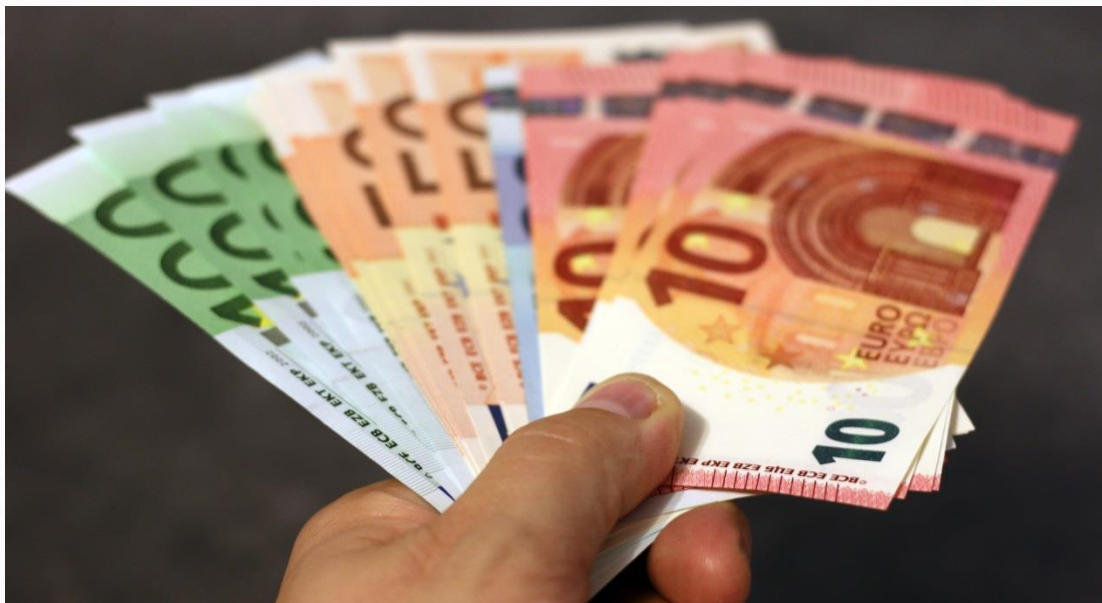
Para más información, puede consultar la Sentencia 1518 de 2019 de la Superintendencia de Industria y Comercio.

COLOMBIA

Consumidor debe tener claridad en la información del producto o servicio

La Superintendencia de Industria y Comercio, mediante sentencia 600 de 2019, resolvió una demanda relacionada con la venta de un objeto que presentó fallas durante el término legal de la garantía lo que ocasionó un accidente y lesiones al consumidor. Al respecto, la parte demandada aludió que el uso del producto (una bicicleta) de manera frecuente, la falta de mantenimiento y el tiempo transcurrido desde la compra del objeto fueron las causantes del accidente. Sin embargo, de acuerdo con la SIC, por un lado, no se mencionaron los métodos que permitieron llegar a dicha conclusión y, por el otro, que es deber del vendedor de dar toda esa información al consumidor con el fin que este pueda tomar las medidas pertinentes y evitar un accidente como el que se presentó. Si no se prueba por parte del vendedor que se brindó dicha información, incurrirá en las sanciones previstas en la ley.

Para más información, puede consultar la sentencia 600 de 24 de enero de 2019 de la Superintendencia de Industria y Comercio.



COLOMBIA

Violación de derechos del consumidor cuando se incumple fecha de reembolso o devolución de dinero

Conforme la Sentencia 609 de 2019 proferida por la Superintendencia de Industria y Comercio, los productores y proveedores deben suministrar información clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea sobre los productos ofrecidos a los consumidores. En el caso que estos adquieran un producto defectuoso, tanto los productores como los proveedores deberán responder por la información errónea brindada.

Para más información, consultar la sentencia 609 de 24 de enero de 2019 de la Superintendencia de Industria y Comercio.

COLOMBIA

Posibilidad de utilizar medios alternativos a la facturación electrónica en E-commerce

De acuerdo con concepto emitido por la DIAN, esta entidad recordó que, siguiendo lo establecido en el Decreto Único Reglamentario 1625 de 2016, las sociedades que comercialicen productos a través de internet, es decir, realicen actividades de E-commerce y que se encuentren obligados o hayan optado de forma voluntaria a expedir factura electrónica, podrán utilizar los tickets de máquinas registradoras POS en caso tal que el modelo de negocio así lo requiera. Asimismo, recordó la DIAN que cuando el adquirente sea responsable del impuesto sobre las ventas del régimen común, podrá solicitar la factura correspondiente al empresario.

Para más información, consultar el Concepto 1950 de 07 de noviembre de 2018 de la DIAN.



COLOMBIA

Protección al consumidor frente al derecho de retracto

En sentencia proferida por la Superintendencia de Industria y Comercio, se estableció que, de conformidad con lo previsto en el artículo 47 del Estatuto del Consumidor, el consumidor está habilitado para modificar su decisión de compra siempre y cuando esto ocurra dentro de los cinco días hábiles contados a partir de la entrega del bien o de la celebración del contrato. Asimismo, se expresó que el productor o proveedor no puede condicionar la devolución del dinero ni presionar al consumidor para aceptar otro bien distinto, ya que la única acción procedente posterior al derecho de retracto es la devolución del dinero cancelado a título de precio.

Para más información, consultar la Sentencia 060 de 14 de enero de 2019 de la Superintendencia de Industria y Comercio.

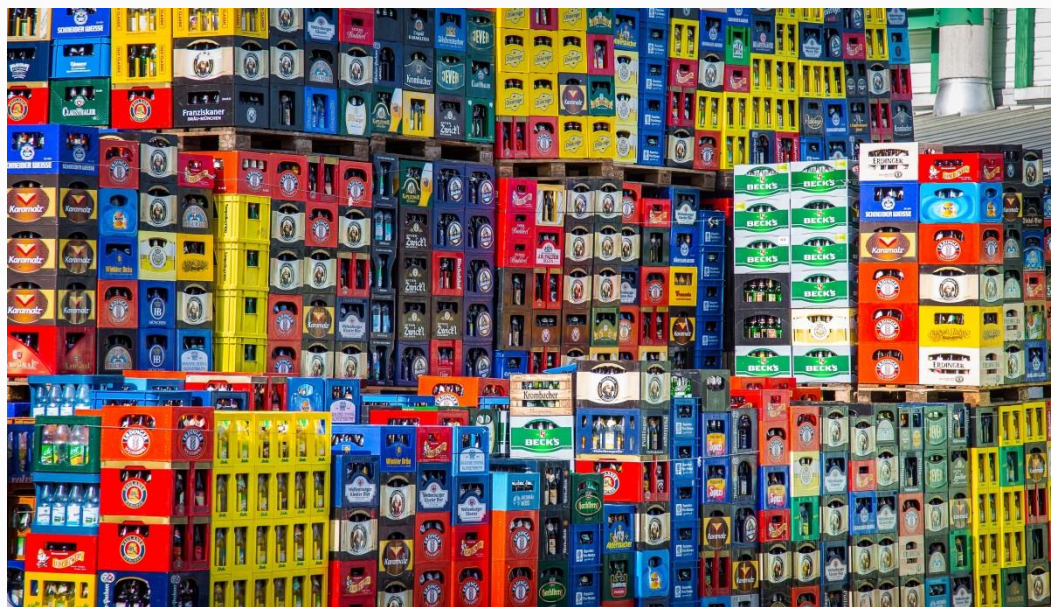
COLOMBIA

Consecuencias frente a la no renovación de matrícula mercantil

La Superintendencia de Sociedades publicó un concepto relativo a la Ley 1727 de 2014 que trata el incumplimiento de la obligación de renovar la matrícula mercantil o el registro de esta ante la entidad respectiva. Al respecto recordó que, de acuerdo con la normativa vigente, si no se registra o renueva la matrícula mercantil durante un periodo de cinco años, las sociedades quedarán disueltas y en estado de liquidación. Cuando se presente esta situación, ya no le corresponde al liquidador o al representante legal realizar la respectiva disolución y liquidación sino que se debe acudir a un proceso de jurisdicción voluntaria tal como lo prevé la normativa procesal colombiana.

Para más información, puede consultar el concepto en el siguiente enlace.

[ENLACE](#)



COLOMBIA

Se precisan los elementos para determinar la existencia de confusión entre marcas

Mediante sentencia proferida por el Consejo de Estado, se precisaron los elementos que se deben analizar para determinar la existencia de confusión entre marcas y el grado de estas. El primer elemento es la fonética, el cual se refiere a la semejanza de los sonidos en conflicto. El segundo elemento, es la ortográfica, la cual se refiere a la semejanza de las letras de los signos en conflicto en cuanto a su configuración. El tercer elemento es el conceptual o ideológico, el cual se refiere a la idea, al valor idéntico o semejante que evocan una idea al público. Por último, se tiene el elemento gráfico o figurativo, el cual se refiere a la semejanza de elementos gráficos de las marcas y signos en conflicto respecto a los trazos y al concepto que evoca cada uno. Asimismo, se abordan otros temas en cuanto a diferenciación de las marcas.

Para más información, puede consultar la sentencia en el siguiente enlace.

ENLACE

COLOMBIA

Criterios de la jurisprudencia Andina para establecer la conexión competitiva entre productos

Mediante sentencia proferida por el Consejo de Estado, esta entidad reiteró la jurisprudencia Andina en relación con los criterios que se deben tener en cuenta para establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos. Los criterios que se tratan y se desarrollan en la sentencia son: productos en una misma clase de nomenclátor, canales de comercialización, medios de publicidad idénticos o similares, relación o vinculación entre productos, uso conjunto o complementario de productos, partes y accesorios, mismo género de los productos, misma finalidad, e intercambiabilidad de los productos. En esta medida, si al revisar esos criterios es posible que un producto pueda ser sustituido por otro, la conexión competitiva es palpable.

Para más información, puede consultar la sentencia en el siguiente enlace.

ENLACE



COLOMBIA

Sobre el derecho del consumidor a recibir productos de calidad

La Superintendencia de Industria y Comercio, mediante Sentencia 1301 de 2019, precisó que es deber de los agentes del mercado respetar y garantizar los derechos de los consumidores. Dentro de estos derechos se encuentra aquel por el cual el consumidor debe recibir productos de calidad, es decir, que cuente con los tres referentes básicos de que trata el artículo 7 de la Ley 1480 de 2011: la garantía legal, que el producto contenga las características que se ofrecen en la publicidad e información, aquellas a características que se consideran como habituales del mercado.

Para más información, puede consultar la Sentencia 1301 de 2019 de la Superintendencia de Industria y Comercio.

COLOMBIA

Sobre la marca figurativa y los signos sujetos a registro

Mediante sentencia proferida por el Consejo de Estado, se realizaron precisiones frente a que un signo puede registrarse como marca si reúne los requisitos, por un lado, de distintividad, y, por otro lado, de susceptibilidad de representación gráfica. Asimismo, este signo no se puede encontrar incurso dentro de las causales de irreregistrabilidad de la Decisión 486 de 2000. Se señaló, además, que las marcas figurativas se pueden entender como aquellas que se encuentran formadas por una gráfica o imagen visual que puede evocar o no un concepto. Esta cuenta con dos elementos: el trazado y el concepto. Por último, el máximo tribunal precisó que para que sea posible el registro de un signo es necesario que a este lo acompañen suficientes elementos novedosos que contribuyan a acrecentar su fuerza distintiva; en caso que así no sea, no será procedente el registro del mismo..

Para más información, puede consultar la sentencia en el siguiente enlace.

ENLACE

Para mayor información, contactar a: Jorge de los Ríos al e-mail jorge.delosrios@phrlegal.com