

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

(16 de abril de 2025)

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Radicación N° 20-177872

VERSIÓN ÚNICA

LA DIRECTORA DE INVESTIGACIONES DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

En ejercicio de sus facultades legales, en especial las conferidas por la Ley 1480 de 2011, el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo – Ley 1437 de 2011-, el Decreto 4886 de 2011 y el Decreto 1074 de 2015 y,

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor tuvo conocimiento de la queja radicada con el número 20-177872-0 del 16 de junio de 2020, en contra de **NOVAVENTA S.A.S.**, identificada con NIT. 811.025.289-1, en adelante la investigada, por presuntas infracciones a las normas que regulan los derechos de los consumidores y, concretamente, porque al parecer suministraba información engañosa respecto del tiempo de entrega de los productos vendidos en comercio electrónico y no cumplía las condiciones de las promociones y ofertas anunciadas.

SEGUNDO: Que esta Dirección, en ejercicio de las facultades de inspección, vigilancia y control, inició la correspondiente averiguación preliminar, requiriendo a la investigada mediante el oficio número 20-177872-2 del 28 de agosto de 2020, para que indicara, entre otras cosas, la información previa suministrada a los consumidores sobre los tiempos de entrega de los productos vendidos en su página web, las soluciones brindadas a los consumidores en caso de no entregar el bien, cómo se determinaba el valor del envío y/o domicilio de los productos vendidos en su página web, así como, para que remitiera copia de 10 facturas de venta expedidas en los 3 meses anteriores a la solicitud, copia de quince (15) solicitudes de reversión del pago presentadas entre abril y agosto de 2020 junto con la respuesta brindada, y la relación de peticiones, quejas y reclamos recibidas en el mismo periodo.

TERCERO: Que mediante escrito radicado con el número 20-177872-3 del 2 de septiembre de 2020, la investigada solicitó confirmación del término otorgado para dar respuesta al requerimiento previamente referido, ya que no fue indicado en el oficio. Sin embargo, el 22 de septiembre y el 9 de octubre de 2020, atendió lo solicitado, mediante documentos radicados con los números 20-177872-4 y 20-177872-5, respectivamente.

CUARTO: Que por otra parte, esta Dirección conoció la queja radicada con el número 22-125184-0 del 30 de marzo de 2022, por la presunta vulneración de la investigada a las normas que regulan la información pública de precios.

QUINTO: Que este Despacho también conoció la queja radicada con el número 22-317610-0 del 12 de agosto de 2022, en la que se informó una presunta vulneración a las normas de protección al consumidor por parte de la investigada, debido a que, al parecer, no cumplió lo anunciado respecto de la promoción “POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBON X 2 UNDS. PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORA \$6.500”.

SEXTO: Que igualmente, esta Dirección conoció la queja radicada con el número 22-351033-0 del 06 de septiembre de 2022, en la cual se informó que la investigada

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

habría vulnerado las normas de protección al consumidor, especialmente aquellas relacionadas con información pública de precios, promociones y ofertas.

SÉPTIMO: Que en desarrollo de la averiguación preliminar, este Despacho requirió a la investigada mediante los oficios números 22-125184-5, 22-125184-6, 22-125184-7 y 22-125184-8 del 29 de septiembre de 2022, para que aportara información y documentación relacionada con las máquinas dispensadoras de alimentos y, específicamente, con los precios de venta informados, y las peticiones, quejas y reclamos recibidas por la venta de productos a través de estas.

OCTAVO: Que, para complementar la información recaudada, este Despacho requirió a la investigada mediante los oficios números 22-317610-2 y 22-317610-3 del 18 de octubre de 2022, para que suministrara información y documentación relacionada con la promoción “POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBON X 2 UNDS. PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORA \$6.500”.

NOVENO: Que la investigada dio respuesta al requerimiento enviado por esta Dirección el 29 de septiembre de 2022, mediante los oficios números 22-125184-9, 22-125184-10 y 22-125184-11 del 20 de octubre de 2022, en los cuales informó que los precios de venta de los productos ofrecidos en las máquinas dispensadoras eran anunciados a través de etiquetas ubicadas en la parte inferior de la bandeja y junto al código del producto. Del mismo modo, manifestó que los precios se podían consultar en la pantalla de la máquina, marcando el código del producto antes de introducir el dinero y oprimiendo el botón del bien deseado.

DÉCIMO: De igual manera, dio respuesta a la solicitud relacionada con la promoción “POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBON X 2 UNDS. PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORA \$6.500”, mediante escrito radicado con el número 22-317610-5 del 02 de noviembre de 2022, en el cual señaló que la promoción se ofreció entre el 4 y el 22 de agosto de 2022, a través del catálogo físico y virtual de NOVAVENTA y que los productos incluidos en la misma eran el Cepillo Oral B Pro Salud 7 Beneficios Carbón x 2 unds y una Crema Oral B Carbón y Bicarbonato x 75 ml. También, indicó que la Crema Oral B Carbón y Bicarbonato x 75 ml se agotó, y esto fue informado a través de un documento denominado “comercial”, en el que se relacionaban los productos solicitados y los agotados.

DÉCIMO PRIMERO: Que con el propósito de verificar el cumplimiento de las normas de protección al consumidor, y en ejercicio de las facultades de inspección, vigilancia y control, en especial las establecidas en el Decreto 4886 de 2011, modificado por el Decreto 092 de 2022, y el numeral 4 del artículo 59 de la Ley 1480 de 2011, esta Dirección realizó visita administrativa al sitio web: <https://tiendanovaventa.com/>, el 15 de noviembre de 2022, cuyo desarrollo se consignó en un acta y una grabación de video, radicadas con el número 20-177872-6 del 16 de noviembre de 2022.

DÉCIMO SEGUNDO: Que este Despacho requirió nuevamente a la investigada, mediante los oficios números 22-351033-2 y 22-351033-3 del 09 de diciembre de 2022, para que aportara información y documentación relacionada con la promoción denominada: “Chocotera Bronce Edición Especial Amor y Amistad”.

DÉCIMO TERCERO: Que la investigada dio respuesta mediante documento radicado con el número 22-351033-5 del 26 de diciembre de 2022, en el cual informó, entre otras cosas, que la promoción “Chocotera Bronce Edición Especial Amor y Amistad”, consistió en aplicar un descuento del veintiséis por ciento (26%) sobre el precio regular del producto, y con esto, su valor de venta quedaba en ciento treinta y nueve mil novecientos cincuenta pesos (\$139.950 COP).

DÉCIMO CUARTO: Que adicional a lo anterior, esta Dirección realizó una nueva visita administrativa al sitio web: <https://novaventa.com/>, el 16 de agosto de 2023, con el fin de verificar el cumplimiento de las normas de protección al consumidor, cuyo desarrollo se consignó en un acta y una grabación de video, radicadas con el número 20-177872-8 del 17 de agosto de 2023.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

DÉCIMO QUINTO: Que en atención a la información recaudada en la etapa de averiguación preliminar, esta Dirección por medio de la Resolución N° 2334 del 6 de febrero de 2024¹ inició la presente investigación administrativa mediante formulación de cargos en contra de **NOVAVENTA S.A.S.**, identificada con NIT. 811.025.289-1, con fundamento en lo siguiente:

15.1 En cuanto la imputación N° 1: Presunto incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, este Despacho tuvo en cuenta la relación de peticiones, quejas y reclamos (PQR's) allegada con el radicado 22-125184-10 del 20 de octubre de 2022, en la cual se evidenció que entre el 2 de mayo y el 30 de septiembre de 2022, el sujeto pasivo recibió más de cuarenta mil (40.000) reclamaciones y de estas más de trescientas (300) estaban relacionadas con el presunto incumplimiento en la entrega de los productos comercializados a través de las máquinas dispensadoras o la no devolución del dinero depositado en las mismas; sumado a lo cual, en la comunicación radicada con el número 22-125184-11 del 20 de octubre de 2022, la investigada indicó ser la responsable de dichas máquinas y, por tanto, de las situaciones descritas y que podrían constituir una falla de calidad en las máquinas dispensadoras.

15.2 En cuanto la imputación N° 2: sobre el presunto incumplimiento de lo establecido en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo señalado en los incisos i), ii) y iii) del literal a) y el literal c) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, se tuvieron en cuenta los siguientes fundamentos de hecho:

15.2.1. En el documento radicado con el número 22-351033-5 del 26 de diciembre de 2022, la investigada manifestó que dio a conocer la promoción “Chocotera Bronce Edición Especial Amor y Amistad” a través de una única pieza publicitaria en la cual, al parecer, no indicaba la fecha exacta de inicio y terminación del ofrecimiento. También, en la comunicación antes citada la investigada informó los términos y condiciones aplicables a la promoción, pero en estos, tampoco indicó la fecha de vigencia del incentivo.

Ahora bien, al consultar el enlace del catálogo de ventas ciclo No. 13-2022², relacionado por la investigada en la respuesta radicada con el número 22-351033-5 del 26 de diciembre de 2022, se evidenció que en la página No. 51 se ofrecía la promoción “Chocotera + Chocolito Chocolate x 200g y chocolate Corona x 250g”, acompañada de un texto que indicaba: “ver vigencia de las ofertas, en la última página del catálogo”; sin embargo, en la última página del catálogo referido, al parecer, tampoco se informaba el plazo o vigencia de la mencionada promoción.

15.2.2. Igualmente, al revisar el enlace del catálogo de ventas previamente referido, este Despacho encontró en la página No. 7 que el sujeto pasivo anunciaba diferentes promociones, como la denominada “GRATIS 2 Jumbo Dots por la compra del código 16706”, e incluía la siguiente afirmación: “ver vigencia de las ofertas, en la última página del catálogo”. Sin embargo, al revisar el contenido de dicha página no se encontró información exacta de la fecha de inicio y terminación de la promoción, ni los requisitos y/o condiciones dispuestas para acceder al beneficio.

15.2.3. Por otra parte, al verificar el video de la visita administrativa efectuada el 16 de agosto de 2023, a la página web <https://novaventa.com/>, que hace parte del radicado número 20-177872-8 del 17 de agosto de 2023, este Despacho advirtió que el sujeto pasivo contaba con banners publicitarios en la parte superior de la página de inicio del sitio web, que hacían alusión

¹ Notificada a la investigada el 23 de febrero de 2024, mediante Aviso No. 1495, tal y como lo acredita la certificación radicada con el número 20-177872-23 del 27 de febrero de 2024.

² <https://catalogo.novaventa.com.co/2022/tradicional/c13/helados-ycarnicos-c13-2022>. Radicado No. 22-351033-5.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

a diferentes promociones, como lo era la denominada: “Ofertas Imperdibles Hasta 45% dcto en las mejores marcas de cuidado personal ¡Aprovecha!”. Sin embargo, al revisar la pieza utilizada para dar a conocer la promoción no se observó información sobre los términos y condiciones para acceder al beneficio y cuando se dio clic en el enlace incluido en la pauta no se dirigió a otro sitio donde pudieran consultarse. Asimismo, al ingresar a la pestaña “Términos y condiciones actividades promocionales” que se situaba en la parte inferior del sitio visitado, tampoco se encontraron los términos y condiciones aplicables a dicha promoción.

15.2.4. Por otro lado, al revisar la promoción “POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBON X 2 UNDS. PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORA \$6.500”³, que según la investigada estuvo vigente entre el 4 al 22 de agosto de 2022, este Despacho observó que el producto “Crema Oral B Carbón y Bicarbonato x 75 ml” incluido en la promoción se agotó antes de que finalizara la misma, y si bien se informó dicha circunstancia a través de un documento comercial en el que se relacionaron los productos solicitados y los agotados, al parecer, la investigada no suspendió la promoción tan pronto se agotaron los productos.

15.2.5. Por último, al revisar la relación de peticiones, quejas y reclamos –PQR´S, allegada por NOVAVENTA S.A.S. mediante el radicado número 22-317610-5 del 02 de noviembre de 2022, este Despacho advirtió que la mencionada sociedad recibió entre el 18 de agosto y el 24 de septiembre de 2022, dieciséis (16) reclamaciones relacionadas con la promoción “POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBON X 2 UNDS. PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORA \$6.500.”, vigente entre 4 y el 22 de agosto de 2022, de las cuales, catorce (14) estaban motivadas en que el producto “Cepillo Oral B Pro Salud 7 Beneficios Carbón x 2 unds”, incluido en la oferta referida, aparentemente, era facturado, pero no se entregaba a los compradores.

15.3 **En cuanto la imputación N° 3: por la presunta infracción a lo dispuesto en los literales a), b), g) y el parágrafo del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo señalado en los numerales 1 y 2 del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015.** Este Despacho tuvo en cuenta la visita administrativa **realizada el 15 de noviembre de 2022**, a la página web: <https://tiendanovaventa.com/>⁵, propiedad de la investigada, en la cual se evidenció lo siguiente:

15.3.1. La investigada informaba en la parte final de la pantalla de inicio del sitio web, su razón social (NOVAVENTA SAS) y correo electrónico de contacto (contactodigital@novaventa.com); pero al parecer, no informó en todo momento ni de manera clara y accesible su número de identificación tributaria (NIT), su dirección de notificación judicial ni su teléfono.

15.3.2. Respecto de algunos productos ofrecidos en la página web visitada, como el "Muñeco decorativo con figuras móviles" y la "Cobija sueños de navidad", no se informaban las características esenciales y propiedades tales como: el tamaño, la medida, el material del que estaban fabricados, el origen, el modo de fabricación o cualquier otro factor pertinente, para que el consumidor pudiera hacerse una representación lo más aproximada a la realidad del producto.

15.3.3. Al parecer, la investigada no disponía en su página web de un enlace que le permitiera al consumidor ingresar a la página de la autoridad de protección al consumidor de Colombia, es decir, de esta Superintendencia, el cual debía ser visible y fácilmente identificable.

³ Documento radicado con el número 22-317610-5 del 02 de noviembre de 2022.

⁴ Modificado por la Ley 2439 de 2024.

⁵ Radicada con el número 20-177872-6 del 16 de noviembre de 2022.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

15.3.4. De igual manera, una vez revisada la grabación de la visita administrativa realizada por esta Dirección a la página web de la investigada⁶, **el 16 de agosto de 2023** se encontró que contaba con un enlace en la parte inferior de la pantalla de inicio denominado: “Escríbenos un mensaje”, a través del cual se accedía a un formulario, presuntamente, para que los consumidores presentaran sus peticiones, quejas y reclamos. Sin embargo, al parecer, dicho enlace no permitía al consumidor realizar seguimiento a las PQR’S presentadas.

15.4. **En cuanto la imputación N° 4: sobre la presunta infracción a lo señalado en el numeral 10 del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015**, este Despacho tuvo en cuenta la visita administrativa efectuada el 16 de agosto de 2023, a la página web de la investigada, radicada con el número 20-177872-8 del 17 de agosto de 2023, en la cual advirtió que el sujeto pasivo disponía de un enlace en la parte inferior del sitio visitado, denominado: “Política de devoluciones”, en el cual informaba a los consumidores los términos y condiciones para realizar dicho trámite, así como para ejercer el derecho de retracto y presentar solicitudes de garantía, sin que, al parecer, informara sobre la existencia del derecho a la reversión del pago.

DÉCIMO SEXTO: Que adicional a lo anterior, en la Resolución N° 2334 del 6 de febrero de 2024, se ordenó acumular las actuaciones identificadas con los números 22-125184, 22-317610 y 22-351033, a la investigación tramitada con el número 20-177872, toda vez que, se cumplían los requisitos propios de tal procedimiento (acumulación)⁷.

DÉCIMO SÉPTIMO: Que, con ocasión de los cargos imputados, a la investigada se le concedió un plazo de quince (15) días hábiles contados a partir de la notificación del referido acto administrativo, para presentar los descargos, aportar y/o solicitar las pruebas que pretendiera hacer valer, de conformidad con lo señalado en el inciso 3° del artículo 47 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, Ley 1437 de 2011.

DÉCIMO OCTAVO: Que en el plazo señalado para presentar descargos a la Resolución N° 2334 del 6 de febrero de 2024, la investigada planteó sus argumentos mediante el documento radicado con el número 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024.

DÉCIMO NOVENO: Que esta Dirección mediante la Resolución N° 18214 del 16 de abril de 2024⁸, ordenó la apertura del período probatorio, incorporó y otorgó valor probatorio a los documentos recaudados en la etapa de averiguación preliminar, a los aportados con el escrito de descargos, y decretó pruebas de oficio con el fin de que la investigada, en un término de diez (10) días hábiles contados a partir de la comunicación de la resolución en mención, aportaran las pruebas allí descritas.

VIGÉSIMO: Que dentro del término señalado en la Resolución N° 18214 del 16 de abril de 2024, la investigada allegó los documentos decretados como prueba por este Despacho, mediante escrito radicado con el número 20-177872-33 del 14 de mayo de 2024.

VIGÉSIMO PRIMERO: Que esta Dirección mediante la Resolución N° 25605 del 24 de mayo de 2024⁹, corrigió la Resolución N° 18214 del 16 de abril de 2024, incorporó y otorgó valor probatorio a todas y cada una de las pruebas recaudadas en las etapas del procedimiento administrativo sancionatorio, cerró el término probatorio y corrió traslado a la investigada para presentar sus alegatos de conclusión; los cuales fueron

⁶ Radicada con el número 20-177872-8 del 17 de agosto de 2023.

⁷ Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo. "**ARTÍCULO 36. FORMACIÓN Y EXAMEN DE EXPEDIENTES.** Los documentos y diligencias relacionados con una misma actuación se organizarán en un solo expediente, al cual se acumularán, con el fin de evitar decisiones contradictorias, de oficio o a petición de interesado, cualesquiera otros que se tramiten ante la misma autoridad. (...)”.

⁸ Comunicada en debida forma a la investigada el 26 de abril de 2024, tal y como lo acredita la certificación radicada con el número 20-177872-32 del 29 de abril de 2024.

⁹ Comunicada en debida forma a la investigada el 30 de mayo de 2024, tal y como lo acredita la certificación radicada con el número 20-177872-39 del 4 de junio de 2024.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

presentados mediante documento radicado con el número 20-177872-40 del 18 de junio de 2024.

VIGÉSIMO SEGUNDO: Marco jurídico

La Superintendencia de Industria y Comercio es competente para conocer y adelantar las investigaciones que considere pertinentes para la protección de los derechos de los consumidores, en virtud de lo señalado en los numerales 17, 30, 56 y 57 del artículo 1º del Decreto 4886 de 2011, modificado por el artículo 1º del Decreto 092 del 24 de enero de 2022.

Asimismo, el numeral 1º del artículo 12 del Decreto 4886 de 2011, establece dentro de las funciones de la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor las de decidir y tramitar las investigaciones administrativas que se inicien de oficio o a solicitud de parte por presunta violación a las disposiciones vigentes sobre protección al consumidor cuya competencia no haya sido asignada a otra autoridad, e imponer de acuerdo con el procedimiento aplicable las medidas y sanciones que correspondan de acuerdo con la Ley, así como, por inobservancia de órdenes e instrucciones impartidas por esta Superintendencia.

Finalmente, el artículo 59 de la Ley 1480 de 2011, establece las facultades administrativas con las que cuenta la Superintendencia de Industria y Comercio en materia de protección al consumidor, como la de ordenar las medidas necesarias para evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores por la violación de normas sobre protección al consumidor.

En relación con lo anterior, y respecto a la facultad sancionatoria con la que cuenta esta Superintendencia, el artículo 61 de la Ley 1480 de 2011, establece y enumera las sanciones previstas para tal efecto, así como establece, entre otros aspectos, los criterios de dosificación para la imposición de las sanciones allí establecidas.

Bajo las anteriores consideraciones, queda plasmado el marco jurídico dentro del cual se procederá a tramitar la presente actuación administrativa, con miras a resolver el problema jurídico derivado de la situación fáctica bajo examen.

VIGÉSIMO TERCERO: Imputaciones jurídicas objeto de estudio

La Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor, se encargará de determinar si la conducta desplegada por **NOVAVENTA S.A.S.**, identificada con NIT. 811.025.289-1, configura o no una violación a: **1)** lo dispuesto en el artículo 6º de la Ley 1480 de 2011; **2)** lo establecido en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo señalado en los incisos i), ii) y iii) del literal a) y el literal c) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia; **3)** al mandato contenido en los literales a), b), g) y en el parágrafo del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con los numerales 1 y 2 del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015; y **4)** a lo dispuesto en el numeral 10 del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015.

VIGÉSIMO CUARTO: Consideraciones previas

Previo al estudio del juicio de responsabilidad contra la aquí investigada, este Despacho considera oportuno pronunciarse sobre lo siguiente:

24.1. Frente al Modelo de Negocio de Novaventa S.A.S.

En este punto y teniendo en cuenta los argumentos planteados por la investigada en torno a su modelo de negocio, esta Dirección considera oportuno exponer ciertas consideraciones sobre el particular, con el fin de aclarar la naturaleza de las actividades desarrolladas por esta y su participación en la cadena de consumo, partiendo por el objeto social consignado en el Certificado de Existencia y Representación Legal del sujeto pasivo, recogido en el texto que se transcribe a continuación:

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

“1. La comercialización y la distribución de productos alimenticios, materias primas y elementos utilizados en las industrias de alimentos y la administración de canales especializados para la comercialización de dichos productos y de otros artículos que sean susceptibles de ser distribuidos por los mismos canales.

2. La prestación de servicios de mantenimiento de equipos utilizados para la comercialización de los géneros de que trata el literal anterior”¹⁰. (Subrayas fuera de texto original)

De acuerdo con lo anterior, la investigada se dedica principalmente a la comercialización y distribución de productos alimenticios a través de canales especializados y como lo aclaró en una de sus comunicaciones¹¹ estas actividades se desarrollan a través de comercio electrónico mediante su página web, por catálogos publicados en línea e impresos para circulación física¹² y a través de máquinas dispensadoras.

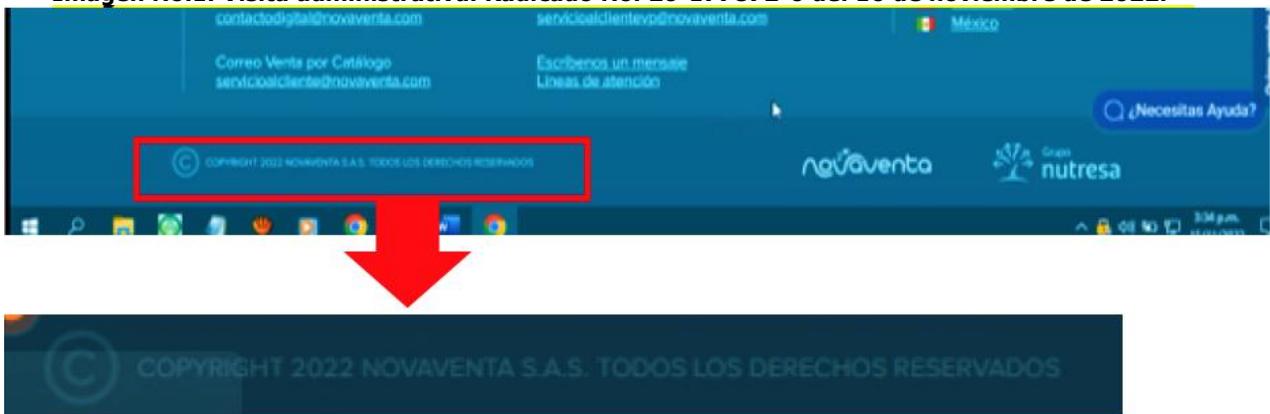
En cuanto a las ventas por catálogo la investigada explicó que este canal de comercialización incluye la participación de vendedores denominados internamente “Mamás Empresarias” o “Papás Empresarios”, que se vinculan a Novaventa para ofrecer los productos de esta última utilizando los catálogos elaborados para el efecto, y que dichos vendedores son considerados clientes¹³.

Bajo tales consideraciones, queda claro que **la investigada es la encargada de poner en el mercado los productos** que ofrece en su página web, los entregados por las máquinas dispensadoras y aquellos que comercializa a través de catálogo más allá de que para la venta de los mismos se apoye en los denominados “Mamás Empresarias” o “Papás Empresarios”, pues de hecho **es quien dispone la información que se publica en su página web y la consignada en los catálogos** para comunicar a los consumidores las características y el precio de los bienes ofrecidos.

Lo expuesto, se evidencia en otros medios probatorios que reposan en el expediente y que se exponen a continuación, con el fin de confirmar el modelo de negocio que maneja la investigada para poner sus productos en el mercado.

En este orden de ideas, al revisar la visita administrativa realizada a la página web del sujeto pasivo¹⁴ encuentra este Despacho que informaba su razón social en la parte inferior de la pantalla de inicio del sitio visitado con la leyenda: “NOVAVENTA S.A.S. TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS”, para aclarar que era la responsable de dicho canal de comercio electrónico, tal como se observa en la siguiente imagen:

Imagen No.1. Visita administrativa. Radicado No. 20-177872-6 del 16 de noviembre de 2022.



De igual manera, con el documento radicado con el número 20-177872-4 del 22 de septiembre de 2020, la investigada allegó evidencia de los términos y condiciones que aplicaban a las ventas realizadas en su página web aclarando que dicho canal de

¹⁰ Certificado de existencia y representación legal, que se encuentra en el Radicado No. 20-177872-25 del 22 de marzo de 2024.

¹¹ Radicado No. 20-177872-4 del 22 de septiembre de 2020.

¹² Descargos, radicado No. 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024, pág. 6.

¹³ Radicado no. 22-317610-5 del 2 de noviembre de 2022.

¹⁴ Radicado No. 20-177872-6 del 16 de noviembre de 2022.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

comercio electrónico **era operado por esta y que en el mismo se mostraban o exhibían productos para ser adquiridos por los consumidores**, siempre que fueran mayores de edad y estuvieran ubicados en Colombia.

En otras palabras, la investigada asumía la responsabilidad por la información publicada en su página web, incluyendo los datos que acompañaban el ofrecimiento de los productos, las condiciones en que se daban a conocer las promociones que tenía vigentes, y demás información incluida en dicho canal, como se lee en el citado documento, que se ilustra a continuación:

Imagen No.2. Radicado No. 20-177872-4 del 22 de septiembre de 2020. Anexo 1 – T&C Canal venta digital”

**TÉRMINOS Y CONDICIONES CONSUMIDORES DE LAS MAMÁS
EMPRESARIAS AFILIADAS A NOVAVENTA CON EL MODELO DE VENTA
DIGITAL**

El presente documento tiene como objetivo describir los términos y condiciones que rigen el uso que cualquier persona le dé a la plataforma digital de comercio electrónico www.tiendavirtual.novaventa.com.co/Consumidor (en adelante El Sitio) operado por Novaventa S. A. S. Sociedad identificada con NIT 811.025.289-1 (en adelante la Compañía. La actividad principal del Sitio, consiste en la muestra o exhibición y comercialización de productos y para su compra en línea por los consumidores, mayores de edad, ubicados en la República de Colombia (en adelante los Usuarios). El Sitio se rige bajo las leyes de la República de Colombia.

Los Usuarios del Sitio, declaran conocer y aceptar los presentes términos y condiciones y entienden que todas las actividades que realicen dentro del Sitio deberán sujetarse a lo establecido en el presente documento. Quién no acepte los términos y condiciones deberá abstenerse de utilizar o realizar cualquier acto dentro del Sitio pues es claro que los presentes son de carácter obligatorio y vinculante.

Por otro lado, al revisar la información contenida en los catálogos que utilizaba la investigada para ofrecer sus productos¹⁵, se evidencia que eran elaborados por esta última y que podían ser consultados por los consumidores, como se extrae de la leyenda incluida en el catálogo del ciclo No. 12 en la cual se indicaba “Consulta la fecha de pedido con tu Mamá Empresaria”, lo cual se ilustra en la siguiente imagen:

Imagen No.3. Radicado No. 22-317610-5 del 2 de noviembre de 2022.

Por solo \$36.750
Crema Bicarbonato + Cepillo 7 Beneficios Carbón x 2 unids.
Pídelos con el Código: 16947
Antes: \$43.250
Ahorra: \$6.500
Unidades disponibles: 5.000

Cepillo Oral B Pro Salud 7 Beneficios Carbón x 2 unids Código: 32293 \$20.300	Crema Oral B Carbón y Bicarbonato x 75ml Código: 32902 \$22.950 Máximo x \$ 306.00
---	---

75 ml
2 Unidades

Vigencia de Ciclo 12: 4 al 22 de agosto de 2022. Consulta la fecha de pedido con tu Mamá Empresaria
Impreso por: Panamericana Formas e Impresos S.A.

¹⁵ Radicado No. 22-317610-5 del 2 de noviembre de 2022 y 22-351033-5 del 26 de diciembre de 2022.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Lo mismo pasa con la información contenida en los términos y condiciones del catálogo del ciclo No. 13, **donde se informaba al consumidor que podía comunicarse con la “Mamá empresaria”** para informarse sobre las políticas de cambios y devoluciones, dejando claro que la información consignada en los catálogos estaba a disposición de los consumidores, como se observa a continuación:

“Términos y condiciones Catálogo Ciclo 13:

No aplica el retracto de productos de uso personal o de bienes perecederos según lo dispuesto por el Estatuto del Consumidor. En los demás casos, el plazo será de 5 días hábiles desde la entrega del producto. **Infórmate sobre las políticas y el procedimiento de cambios o devoluciones a través de tu Mamá Empresaria, ingresando a la página web o llamando a la línea de atención al cliente.** Consulta el período de vigencia de nuestro catálogo en www.novaventa.com.co • Los productos artesanales y de producción en serie pueden presentar variaciones • Todos los productos de este catálogo incluyen IVA y NO incluyen los elementos decorativos usados en las fotografías • Abreviaturas: g: gramo -Kg: Kilogramo- cm: centímetros -c/u: cada uno - unds: Unidades - ml: mililitros - aprox.: aproximadamente - Litros: L • Las ofertas que contengan amarres no se venden individualmente. *Las ofertas estarán disponibles durante este periodo o hasta agotar existencias”¹⁶. (Negrilla fuera del texto original)

De conformidad con lo expuesto, se encuentra acreditado que era la investigada quien ponía en el mercado los productos distribuidos por los denominados “Mamás o Papás empresarios”, y elaboraba los catálogos utilizados para ofrecerlos.

Aclarado lo anterior y debido a que otro de los canales de comercialización utilizados por la investigada para ofrecer y vender sus productos era su página web, este Despacho encuentra necesario traer a colación la definición de comercio electrónico consignada en el artículo 49 de la Ley 1480 de 2011, que dispone:

“ARTÍCULO 49. Sin perjuicio de lo establecido en el literal b) del artículo 2o de la Ley 527 de 1999, se entenderá por comercio electrónico la realización de actos, negocios u operaciones mercantiles concertados a través del intercambio de mensajes de datos telemáticamente cursados entre proveedores y los consumidores para la comercialización de productos y servicios”. (Subrayas fuera de texto original).

Ahora bien, teniendo en cuenta que de acuerdo con la definición de proveedor consignada en el numeral 11 del artículo 5 de la Ley 1480 de 2011, este último es quien de manera habitual directa o indirectamente, ofrezca, suministre, distribuya o comercialice productos, resulta claro que si ese proveedor realiza sus operaciones a través del intercambio de mensajes telemáticamente cursados como una página web, dicho **proveedor estará ejerciendo comercio electrónico y debe acatar lo dispuesto en el Capítulo VI del Estatuto del Consumidor.**

Así las cosas, aunque la investigada asignara la venta de los productos comercializados en su página web a uno de los denominados “Mamá empresaria o Papá empresario”, quien operaba dicho canal de comercio electrónico, disponía la información consignada en el mismo, se presentaba como responsable frente a los consumidores y era la encargada de establecer los medios de pago y los canales necesarios para que la transacción se concretara directamente por este canal, era la investigada y, por tanto, es evidente que reunía las características de un proveedor en comercio electrónico.

Sumado a lo expuesto y después de revisar lo señalado por el sujeto pasivo en sus descargos¹⁷ para este Despacho es claro que cuando vendía productos en su página web dicha transacción era completamente ajena a sus distribuidores, pues la misma investigada aclaró que “(...) los consumidores que llegan al sitio web, pueden realizar compras eligiendo voluntariamente si comprar en la Tienda Virtual de su Novaempresario de confianza, o si dejar que el Sitio le asigne uno de manera aleatoria (...)”; en otras palabras, no era necesaria la participación del “Novaempresario” para

¹⁶ Radicado No. 22-351033-5 del 26 de diciembre de 2022, página 9. Catálogo Ciclo 13. Pág 254.

¹⁷ Descargos radicados No. 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024. Pág 11.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

concretar la transacción y esta se realizaba entre el sujeto pasivo como responsable de dicho canal de comercio electrónico y el consumidor.

Lo anterior se evidenció durante la visita administrativa ¹⁸ realizada a la página web de la investigada, en la cual quien realizó la diligencia seleccionó los productos para ser agregados al carrito de compras, continuó al formulario dispuesto para realizar el pedido y pagar los bienes seleccionados, todo ello sin la intervención de un “Novaempresario”, tal como se muestra en la siguiente secuencia de imágenes:

Imagen No.4. Radicado No. 20-177872-6 del 16 de noviembre de 2022. Minuto: 19:16

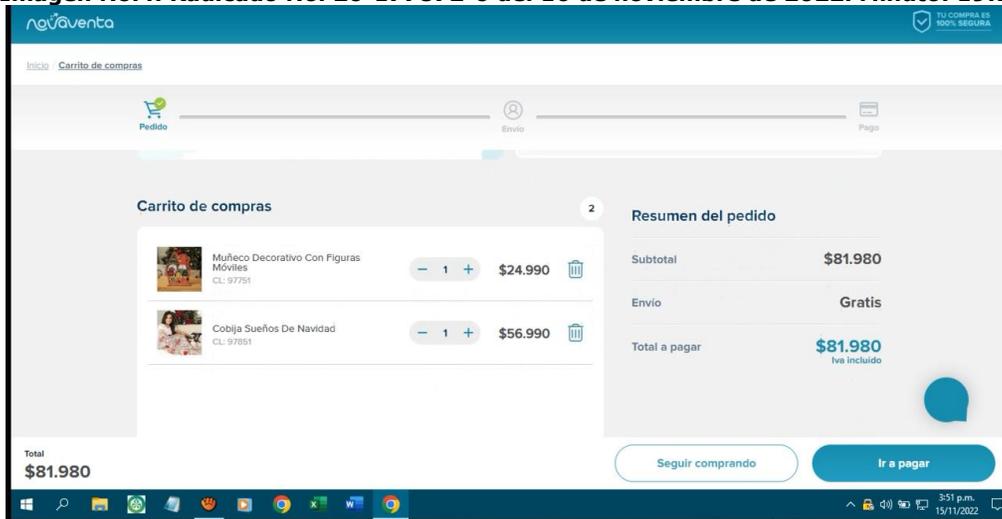


Imagen No.5. Radicado No. 20-177872-6 del 16 de noviembre de 2022. Minuto: 19:27

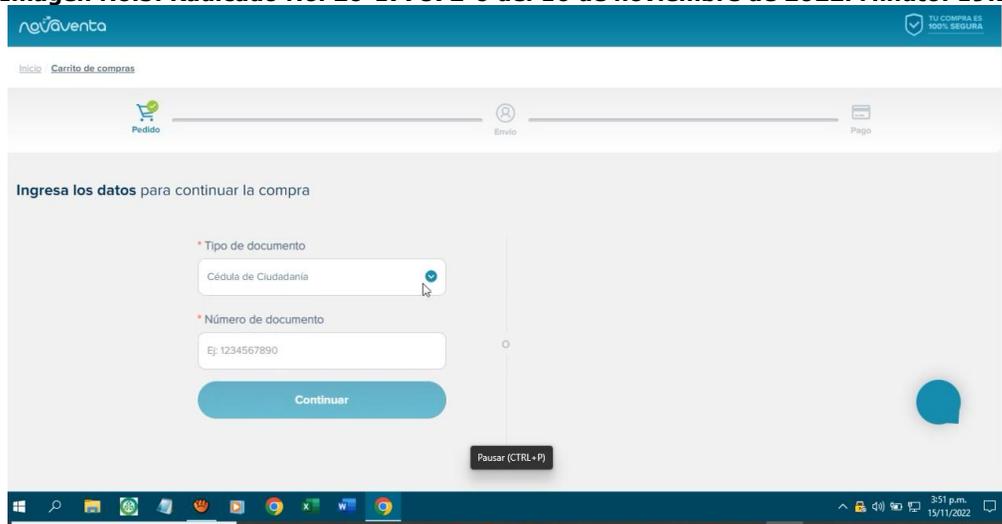


Imagen No.6. Radicado No. 20-177872-6 del 16 de noviembre de 2022. Minuto: 19:39



Por último, esta Dirección encuentra necesario precisar que, de acuerdo con el material probatorio incorporado al plenario, cuando los consumidores presentan peticiones, quejas y reclamos (PQR'S), lo hacen ante el sujeto pasivo y es éste quien las tramita y ofrece las soluciones del caso¹⁹, precisamente porque es el responsable de toda la

¹⁸ Radicado No. 20-177872-6 del 16 de noviembre de 2022.

¹⁹ De acuerdo con las PQRs allegadas con los radicados No. 22-125184-10 del 20 de octubre de 2022, por máquinas dispensadoras y con el radicado No. 22-317610-5 del 02 de noviembre de 2022, por la promoción "POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBON X 2 UNDS. PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORA \$6.500".

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

operación comercial desplegada para poner sus productos en el mercado, independiente del canal utilizado en el marco de su modelo de negocio para ofrecerlos y venderlos, esto es, a través de las máquinas dispensadoras, en su página web o por medio de catálogos.

En conclusión, el modelo de negocio de la investigada incluye la puesta en el mercado de diferentes bienes a través de tres canales de comercialización que son operados y controlados directamente por esta, y corresponden a: **i)** su página web, **ii)** máquinas dispensadoras, y **iii)** catálogos entregados a vendedores denominados “Mamá empresaria, Papá empresario o Novaempresario” para que los muestren a los consumidores; lo cual, **de ninguna manera implica que el sujeto pasivo pierda la condición de proveedor ni lo exime de cumplir lo señalado en el Estatuto del Consumidor en cada uno de los canales utilizados para ofrecer y vender sus productos.**

24.2. Frente al concepto de consumidor, la relación de consumo y los catálogos utilizados por la investigada para ofrecer sus productos

Al respecto se pronunció la investigada en el escrito de descargos²⁰ y señaló que las ventas realizadas por catálogo se hacían mediante la vinculación de clientes denominados “Novaempresarios” quienes comercializaban los productos a los consumidores finales; por lo que —en su criterio— la relación que existía entre el sujeto pasivo y los “Novaempresarios” era una relación comercial y no una relación de consumo. Lo anterior debido a que algunas de las piezas publicitarias en las que se sustentaron los cargos formulados en su contra, se difundieron en los catálogos mencionados.

En atención a lo apenas expuesto, este Despacho estima importante aclarar los conceptos de consumidor y relación de consumo, partiendo por lo dispuesto en el artículo 2 de la Ley 1480 de 2011, que establece:

“Artículo 2º. Objeto. Las normas de esta ley regulan los derechos y las obligaciones surgidas entre los productores, proveedores y consumidores y la responsabilidad de los productores y proveedores tanto sustancial como procesalmente.

Las normas contenidas en esta ley son aplicables en general a las relaciones de consumo y a la responsabilidad de los productores y proveedores frente al consumidor en todos los sectores de la economía respecto de los cuales no exista regulación especial, evento en el cual aplicará la regulación especial y suplementariamente las normas establecidas en esta Ley.

Esta ley es aplicable a los productos nacionales e importados”. (Subrayas fuera del texto original).

Como se evidencia, el artículo antes citado establece como marco general de aplicación de la Ley 1480 de 2011, las relaciones de consumo y la responsabilidad de los productores y proveedores frente al consumidor.

Ahora, sobre las partes en la relación de consumo, los numerales 3, 9 y 11 del artículo 5 de la Ley 1480 de 2011, definen los conceptos de consumidor o usuario, productor, y proveedor o expendedor, en los siguientes términos:

“(…)

3. Consumidor o usuario: Se define como toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica. Se entenderá incluido en el concepto de consumidor el de usuario”.

²⁰ Radicado con el número 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024. Págs. 1 y 2.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

(...)

9. **Productor:** Quien de manera habitual, directa o indirectamente, diseñe, produzca, fabrique, ensamble o importe productos. También se reputa productor, quien diseñe, produzca, fabrique, ensamble, o importe productos sujetos a reglamento técnico o medida sanitaria o fitosanitaria.

(...)

11. **Proveedor o expendedor:** Quien de manera habitual, directa o indirectamente, ofrezca, suministre, distribuya o comercialice productos con o sin ánimo de lucro”. (Subrayas fuera del texto original).

Bajo tales consideraciones resulta claro que una relación de consumo surge entre el productor, proveedor o expendedor y el consumidor, este último entendido como quien adquiere un bien o servicio para la **satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica, e incluso empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica**. De igual manera, el proveedor o expendedor es aquel que **de manera directa o indirecta**, ofrezca, suministre, distribuya o comercialice productos.

Por otra parte, al revisar el escrito de descargos²¹ allegado por el sujeto pasivo esta Dirección evidencia que, si bien existía un **catálogo virtual** a través del cual ofrecía sus productos y al que —según afirma— solo tenían acceso los “Novaempresarios” a través de la “Oficina Virtual” en la cual se requería el diligenciamiento de un usuario y contraseña, la misma investigada señala que **tales catálogos tenían una versión física**; de manera que, las restricciones que dice haber impuesto para la consulta virtual de dichos documentos **no aplicaban para la consulta de la edición impresa**.

Sumado a lo anterior, según informó la investigada²², y como se abordó en el acápite anterior, para el desarrollo de su objeto social de vender y distribuir productos alimenticios, materias primas y elementos utilizados en las industrias de alimentos, empleaba los siguientes canales para poner dichos bienes a disposición de los consumidores: **su página web, catálogos y máquinas dispensadoras**. Asimismo indica que con ocasión a las contingencias generadas por la aparición del Covid-19, habilitó un canal de comercio electrónico para que los consumidores realizaran pedidos directamente.

Así las cosas, los argumentos planteados por la investigada para suponer que la información incluida en los **catálogos utilizados para ofrecer sus productos** no estaba sometida al cumplimiento de lo dispuesto en el Estatuto del Consumidor, resultan infundados, pues como se viene explicando no se encuentra probado que la consulta de tales documentos estuviera restringida a los “Novaempresarios” y contrario a esto resulta claro que las restricciones que dice haber establecido para la consulta de la edición virtual **no se requerían para acceder a la versión física** de dichos catálogos y que **este era uno de los canales utilizados para comercializar y distribuir sus productos**.

Ahora bien, la existencia de la referida promoción y su inclusión tanto en los catálogos físicos como en los catálogos virtuales, sumado al hecho que los “novaempresarios”, se acogen a la política de precios de la empresa, comoquiera que estamos antes un modelo de venta por catálogo, implica una responsabilidad por parte de la investigada que, aun cuando tuviéramos a los “novaempresarios” como distribuidores, lo cierto es que Novaventa sería el anunciante y los “novaempresarios” serían meros ejecutores de la política comercial planteada por la empresa.

Por consiguiente, los argumentos revisados en el presente apartado son incapaces de librar al sujeto pasivo de responsabilidad, pues contrario a lo pretendido, resulta claro que los catálogos utilizados para ofrecer sus productos deben cumplir las condiciones de información, publicidad, promociones y precios, entre otras, establecidas en el Estatuto del Consumidor; razón por la cual, tales argumentos serán desestimados.

²¹ Radicado con el número 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024. Págs. 5 y 6.

²² Radicado No. 20-177872-4 del 22 de septiembre de 2020. Pág. 1.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

24.3. Frente a la presunta violación del derecho al debido proceso por indebida acumulación y pérdida de capacidad sancionatoria

Sobre el particular, se pronunció la investigada en su escrito de descargos²³ señalando que en el caso bajo estudio operó el fenómeno de la caducidad de la facultad sancionatoria regulado en el artículo 52 de la Ley 1437 de 2011, y una indebida acumulación, porque el radicado principal de esta actuación da cuenta de un hecho ocurrido hace más de tres (3) años y corresponde a una queja que —según afirma— fue contestada y atendida de manera oportuna.

Al respecto, debe indicarse que, el derecho al debido proceso está consagrado en el artículo 29 de la Constitución Política de Colombia, en los siguientes términos:

“ARTICULO 29. El debido proceso se aplicará a toda clase de actuaciones judiciales y administrativas.

Nadie podrá ser juzgado sino conforme a leyes preexistentes al acto que se le imputa, ante juez o tribunal competente y con observancia de la plenitud de las formas propias de cada juicio.

En materia penal, la ley permisiva o favorable, aun cuando sea posterior, se aplicará de preferencia a la restrictiva o desfavorable.

Toda persona se presume inocente mientras no se la haya declarado judicialmente culpable. Quien sea sindicado tiene derecho a la defensa y a la asistencia de un abogado escogido por él, o de oficio, durante la investigación y el juzgamiento; a un debido proceso público sin dilaciones injustificadas; a presentar pruebas y a controvertir las que se alleguen en su contra; a impugnar la sentencia condenatoria, y a no ser juzgado dos veces por el mismo hecho.

Es nula, de pleno derecho, la prueba obtenida con violación del debido proceso”.

Como se evidencia, la aplicación del derecho al debido proceso implica, entre otras cosas que se garanticen los principios de legalidad y tipicidad, esto es, que la conducta reprochada se encuentre descrita en una norma anterior a su ocurrencia, al igual que la sanción procedente y cómo calcularla; también, el procedimiento que debe surtir para imponer la sanción y la autoridad competente.

Así las cosas, al revisar el caso que nos ocupa advierte este Despacho que los cargos formulados contra la investigada se fundaron en preceptos normativos anteriores a la ocurrencia de los hechos reprochados, desde el inicio de la investigación se indicaron las sanciones procedentes en caso de confirmarse la infracción y las normas que las regulan, la actuación se adelanta siguiendo el procedimiento administrativo sancionatorio que corresponde a este tipo de investigaciones y ante esta Superintendencia como autoridad competente; con lo cual, **resulta claro que se han respetado los principios de legalidad y tipicidad.**

En línea con lo anterior, al revisar la **Resolución N° 2334 del 6 de febrero de 2024**, con la cual se inició la presente investigación, se evidencia que, en los **numerales primero a quinto** se estableció el marco normativo dentro del cual se adelantaría la actuación y especialmente aquellas disposiciones que otorgan competencia a esta Superintendencia.

De igual manera, entre los numerales **sexto y décimo** se fijaron los antecedentes de la investigación y el material probatorio recaudado en el marco de la averiguación preliminar; de manera que, en el numeral **décimo primero** se indicaron los hechos, actuaciones u omisiones del sujeto pasivo que podrían constituir vulneraciones al Estatuto del Consumidor, al tiempo que, se precisaron las disposiciones presuntamente transgredidas. Finalmente, en el numeral **décimo quinto** se indicaron las sanciones procedentes en caso de confirmarse las infracciones.

²³ Radicado con el número 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024. Pág. 2.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Concluido lo anterior, se concedió a la investigada un término de quince (15) días hábiles para que se pronunciara sobre los cargos formulados en su contra, y aportara o solicitara la práctica de pruebas, como ocurrió con el escrito de descargos radicado bajo el número 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024; acto seguido, mediante la **Resolución N° 18214 del 16 de abril de 2024**, se ordenó la apertura del periodo probatorio, se incorporaron las pruebas recaudadas en el curso de la investigación y se decretaron pruebas de oficio.

Culminada la práctica de pruebas se expidió la **Resolución N° 25605 del 24 de mayo de 2024**, que ordenó el cierre del periodo probatorio y concedió a la investigada diez (10) días hábiles para que presentara sus alegatos de conclusión, los cuales radicó bajo el número 20-177872-40 del 18 de junio de 2024.

Por todo lo expuesto, resulta claro que en el curso de la investigación que nos ocupa **se han garantizado los presupuestos que encierra el derecho al debido proceso**, a saber: **i)** la investigada ha tenido la oportunidad de participar y ser oída desde el inicio de la investigación, durante la etapa de descargos, periodo probatorio y alegatos de conclusión, **ii)** todos los actos administrativos han sido notificados de manera oportuna y conforme a la Ley, **iii)** la investigación se adelanta ante la autoridad competente y siguiendo las formas propias del procedimiento administrativo sancionatorio, **iv)** las imputaciones obedecen a hechos posteriores a las normas presuntamente vulneradas, **v)** se ha permitido a la investigada ejercer su derecho de defensa y contradicción, solicitando y aportando las pruebas que considera favorables y pronunciándose sobre las allegadas en su contra, y **iv)** los hechos reprochados no han sido revisados previamente por esta autoridad.

Aclarado lo anterior, procede este Despacho a pronunciarse sobre la presunta caducidad de la facultad sancionatoria alegada por el sujeto pasivo, para lo cual, partirá por señalar que de conformidad con lo dispuesto en el artículo 52 de la Ley 1437 de 2011 —Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo—, la facultad que tienen las autoridades para imponer sanciones caduca a los **tres (3) años de ocurrido el hecho, la conducta u omisión que pudiere ocasionarlas**, como se lee a continuación:

“ARTÍCULO 52. Caducidad de la facultad sancionatoria. Salvo lo dispuesto en leyes especiales, la facultad que tienen las autoridades para imponer sanciones caduca a los tres (3) años de, término dentro del cual el acto administrativo que impone la sanción debe haber sido expedido y notificado. Dicho acto sancionatorio es diferente de los actos que resuelven los recursos, los cuales deberán ser decididos, so pena de pérdida de competencia, en un término de un (1) año contado a partir de su debida y oportuna interposición. Si los recursos no se deciden en el término fijado en esta disposición, se entenderán fallados a favor del recurrente, sin perjuicio de la responsabilidad patrimonial y disciplinaria que tal abstención genere para el funcionario encargado de resolver.

Cuando se trate de un hecho o conducta continuada, este término se contará desde el día siguiente a aquel en que cesó la infracción y/o la ejecución.

La sanción decretada por acto administrativo prescribirá al cabo de cinco (5) años contados a partir de la fecha de la ejecutoria”. (Subrayas fuera de texto original).

Bajo tales consideraciones, resulta claro que el término de tres (3) años dispuesto en la precitada norma, cuenta a partir de la ocurrencia del hecho, conducta u omisión, **que pudiera generar la imposición de una sanción**; de manera que, para determinar el momento a partir del cual debe contarse dicho plazo, con el fin de establecer si la facultad que tiene esta Autoridad caducó o no, resulta necesario calificar las conductas que dieron origen a la presente investigación atendiendo al factor de tiempo, es decir, si las mismas se consumaron en un solo instante —conducta instantánea—, o si se prolongaron en el tiempo —conducta continuada—.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

En otras palabras, para determinar si la facultad que tiene una autoridad para imponer sanciones caducó, es necesario analizar los hechos, conductas u omisiones **que darían lugar a la sanción**, teniendo en consideración, tanto la conducta imputada como el hecho generador, para establecer el momento en el cual inicia la contabilización del término de tres (3) años señalado en la norma.

Por consiguiente, teniendo en cuenta que en el caso bajo estudio se reprocharon cuatro (4) conductas posiblemente infractoras a la investigada, con fundamento en hechos distintos, este Despacho estima pertinente aclarar el fundamento fáctico de los cargos formulados y el momento en que se presentó cada conducta para establecer la fecha en que inició el cómputo del término establecido en el artículo 52 de la Ley 1437 de 2011, como se expone en la siguiente tabla:

TABLA N° 1 CÓMPUTO DEL TÉRMINO DE CADUCIDAD			
CONDUCTA REPROCHADA	HECHO GENERADOR	FECHA(S) DE OCURRENCIA DEL HECHO	FECHA DE CADUCIDAD
Presunto incumplimiento a lo dispuesto en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011.	Quejas recibidas por la investigada relacionadas con la no entrega de los productos adquiridos a través de las máquinas dispensadoras o la no devolución del dinero.	Desde el 2 de mayo de 2022 hasta el 30 de septiembre de 2022 ²⁴ .	30 de septiembre de 2025.
Presunto incumplimiento de lo establecido en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo señalado con los incisos i), ii) y iii) del literal a) y c) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia.	Piezas publicitarias de la promoción relacionada con el producto "Chocotera".	16 al 29 de agosto de 2022. ²⁵	29 de agosto de 2025.
	Piezas publicitarias de la promoción "GRATIS 2 Jumbo Dots por la compra del código 16706".	Vigencia del 23 de agosto hasta el 8 de septiembre de 2022 ²⁶ .	8 de septiembre de 2025.
	Visita administrativa realizada a la página web de la investigada.	16 de agosto de 2023.	16 de agosto de 2026.
	Pieza publicitaria de la promoción "POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBON X 2 UNDS. PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORA \$6.500".	Vigente entre el 4 y el 22 de agosto de 2022 ²⁷	22 de agosto de 2025.
	16 PQR'S relacionadas con la promoción "POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBON X 2 UNDS. PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORRA \$6.500".	Entre el 10 de agosto y el 24 de septiembre de 2022.	24 de septiembre de 2025.
Presunta infracción a lo dispuesto en los literales a), b), g) y el párrafo del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo señalado en los numerales 1 y 2 del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto 1074 de 2015.	Visita administrativa realizada a la página web de la investigada.	15 de noviembre de 2022.	15 de noviembre de 2025.
	Visita administrativa realizada a la página web de la investigada.	16 de agosto de 2023.	16 de agosto de 2026.

²⁴ De acuerdo con la información consignada en el documento radicado con el número 22-125184-10 del 20 de octubre de 2022.

²⁵ De Acuerdo con la información entregada por la investigada en el documento radicado 22-351033-5 del 26 de diciembre de 2022, en donde advierte que el producto se publicó desde el 16 de agosto al 29 de agosto de 2022.

²⁶ Al ser parte del catálogo Ciclo No. 13, que remite la investigada por medio de radicado No. 22-351033-5 del 26 de diciembre de 2022., en la página No. 54 se establece que la vigencia es del 23 de agosto al 8 de septiembre de 2022.

²⁷ De Acuerdo con la información entregada por la investigada en el documento radicado 22-317610-5 del 2 de noviembre de 2022, en donde advierte que las promociones hacen parte del catálogo de ventas ciclo No. 12 que va del 4 al 22 de agosto de 2022.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

TABLA N° 1 CÓMPUTO DEL TÉRMINO DE CADUCIDAD			
CONDUCTA REPROCHADA	HECHO GENERADOR	FECHA(S) DE OCURRENCIA DEL HECHO	FECHA DE CADUCIDAD
Presunta infracción a lo establecido en el numeral 10 del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015.	Visita administrativa realizada a la página web de la investigada.	16 de agosto de 2023.	16 de agosto de 2026.

Como se observa en la tabla antes incorporada y en la Resolución N° 2334 del 6 de febrero de 2024, con la cual se inició a la presente investigación administrativa, los cargos formulados contra el sujeto pasivo **no se sustentaron en la queja presentada el 16 de junio de 2020**, razón por la cual, no puede ser esta la fecha que se tenga en cuenta para contar el término de caducidad dispuesto en el artículo 52 de la Ley 1437 de 2011, pues, como la misma norma indica, tal fenómeno se presenta si **a los tres (3) años de ocurrido el hecho, la conducta u omisión que pudiere ocasionar una sanción**, o a partir del día siguiente **a aquel en que cesó la infracción**, no se ha expedido y notificado el acto administrativo sancionatorio.

Bajo esta óptica, lo reprochado a la investigada se sustentó tanto en los PQR'S recibidas con ocasión a las ventas realizadas por medio de las máquinas dispensadoras y porque se agotaron algunos productos en promoción, las piezas publicitarias utilizadas para dar a conocer ciertas ofertas y las visitas administrativas realizadas a su página web, hechos que van desde el 1 de mayo de 2022 hasta el 16 de agosto de 2023; por lo que, contrario a lo señalado por el sujeto pasivo, **en el caso bajo estudio no ha operado el fenómeno de la caducidad**.

Ahora bien, sobre la supuesta indebida acumulación efectuada en la Resolución N° 2334 del 6 de febrero de 2024, resulta oportuno traer a colación lo señalado en el artículo 36 de la Ley 1437 de 2011, que establece:

“ARTÍCULO 36. FORMACIÓN Y EXAMEN DE EXPEDIENTES. Los documentos y diligencias relacionados con una misma actuación se organizarán en un solo expediente, al cual se acumularán, con el fin de evitar decisiones contradictorias, de oficio o a petición de interesado, cualesquiera otros que se tramiten ante la misma autoridad.

Si las actuaciones se tramitaren ante distintas autoridades, la acumulación se hará en la entidad u organismo donde se realizó la primera actuación. Si alguna de ellas se opone a la acumulación, podrá acudir, sin más trámite, al mecanismo de definición de competencias administrativas.

Con los documentos que por mandato de la Constitución Política o de la ley tengan el carácter de reservados y obren dentro de un expediente, se hará cuaderno separado.

Cualquier persona tendrá derecho a examinar los expedientes en el estado en que se encuentren, salvo los documentos o cuadernos sujetos a reserva y a obtener copias y certificaciones sobre los mismos, las cuales se entregarán en los plazos señalados en el artículo 14”. (Subrayas fuera de texto original).

Como se evidencia, el precitado artículo fija los parámetros que se deben tener en cuenta para la formación y examen de expedientes, entre los cuales, que aquellos documentos relacionados con una misma actuación y que se tramiten ante la misma autoridad, se organicen en un solo expediente al cual se acumulen. Por consiguiente, teniendo en cuenta que los documentos radicados con los números 22-125184, 22-317610 y 22-351033, daban cuenta de actividades desarrolladas por la investigada y compartían el mismo objeto, esto es, verificar si tales actuaciones constituían o no violaciones a las normas de protección al consumidor, se acumularon a la presente actuación (20-177872).

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

En consecuencia, el procedimiento de acumulación que se surtió en la presente actuación se ajusta a lo dispuesto en las normas que regulan la materia; razón por la cual, el argumento de la investigada resulta infundado y no tiene facultad de prosperar.

Por todo lo expuesto, resulta claro la supuesta caducidad de la facultad sancionatoria de esta Autoridad y la presunta indebida acumulación carecen de soporte y se alejan de la realidad, por lo cual, tales argumentos serán desestimados.

24.4. En cuanto a los cambios realizados por la investigada en su página web

Al respecto se pronunció la investigada en su escrito de descargos²⁸, señalando lo siguiente: “(...) En el pie de página de la sección denominada “Legal”, se ajustaron algunos de los términos para que queden acordes a lo estipulado en la ley (...)” (Subrayas fuera de texto original), cambios que —de acuerdo con lo afirmado— incluyeron la adición de algunos datos de notificación y contacto del sujeto pasivo en la sección legal del pie de página de la pantalla principal de su sitio web.

De igual manera, manifestó que había intensificado sus esfuerzos para que los productos ofrecidos en su página web se acompañaran de una descripción precisa que incluyera la información esencial de los mismos, para lo cual estableció una estrategia que involucraba las siguientes actividades: el área de mercadeo sería la responsable de ingresar los datos del producto a través de la plataforma interna establecida para el efecto y está última exigiría el ingreso de una información mínima por cada bien ofrecido, al tiempo que, estableció un mecanismo para complementar la información de los productos ya publicados y otro encargado de rastrear las páginas del sitio web para identificar productos sin descripción.

También, indicó que se encontraba en proceso de implementación de una lista de chequeo para las publicaciones cargadas por proveedores que pretendieran vender bienes en su página web, con la información esencial de cada artículo ofrecido, así como, que estaba diseñando una pestaña denominada “garantía”, donde se incluirían atributos particulares de cada producto, y algunos requisitos mínimos y guías para acceder y solicitar la garantía correspondiente.

Así mismo, puso en conocimiento las medidas que dice haber adoptado después de iniciar el presente procedimiento administrativo sancionatorio, para que las áreas encargadas de publicar las promociones conocieran lo dispuesto en las normas que rigen la materia. De manera que, en las piezas publicitarias utilizadas para dar a conocer ofertas, además de indicar la vigencia del incentivo se incluyeran las condiciones de tiempo, modo, cantidades disponibles y lugar, y que dicha información se replicara en el enlace “Términos y Condiciones Promocionales”.

En cuanto a los ajustes que dice haber realizado el sujeto pasivo se destaca que si bien la intención es cumplir con lo dispuesto en los literales a) y b) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, e informar en todo momento de forma cierta, fidedigna, suficiente, clara accesible y actualizada la identidad del proveedor y características de los productos ofrecidos, así como lo establecido en el artículo 33 de la misma ley, en relación con los términos de las promociones, tales actos son incapaces de exonerarla de responsabilidad, pues se dan en un escenario posterior al inicio de la presente investigación y soportan hechos ajenos a los evaluados, es decir, que se presentaron después de aquellos que soportaron el reproche.

En otras palabras, aunque con estas medidas se pretenda resarcir el yerro en que posiblemente incurrió la investigada, no constituyen una causal eximente de responsabilidad, más allá de que muestren el ánimo de proteger a los consumidores después de cometida la presunta infracción, lo cual no resta valor al reproche efectuado y en caso de confirmarse las infracciones, de ninguna manera puede tomarse como el cumplimiento de las obligaciones que debía acatar antes de iniciar la presente investigación.

²⁸ Radicado con el No. 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024. Págs 12 y 13.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Lo anterior, comoquiera que este tipo de investigaciones se hace en el ejercicio de las funciones administrativas otorgadas a esta Autoridad para la salvaguarda del interés general; de manera que, adoptar acciones correctivas **de manera tardía** no puede conducir a la terminación de la investigación. Sin embargo, serán revisadas al momento de tasar la sanción a imponer —en caso de que proceda— de cara a los criterios establecidos en el parágrafo 1 del artículo 61 de la Ley 1480 de 2011.

VIGÉSIMO QUINTO: Estudio de las imputaciones

25.1. Frente a la presunta violación de lo dispuesto en el artículo 6 de la ley 1480 de 2011 —Imputación N°1—

En este cargo, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor le imputó una presunta responsabilidad a la investigada, por considerar que su conducta podría vulnerar lo establecido en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, porque al parecer, las máquinas dispuestas para dispensar alimentos no entregaban los productos pagados y solicitados por los consumidores y/o no devolvían el dinero cuando esto ocurría, lo cual podría constituir una falla en la calidad de estas.

Por consiguiente, se procederá al análisis de la presente imputación frente a la conducta de la investigada, los argumentos expuestos y las pruebas que obran en el expediente, pues resulta indispensable en aras de dar una adecuada protección de los derechos de los consumidores, establecer si se vulneró o no la mencionada normativa.

En este orden, sea lo primero indicar que, el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, establece la obligación, en cabeza de productores y proveedores, de asegurar la calidad de los bienes y servicios que ofrecen o ponen en el mercado; y el numeral 1 del artículo 5 del mismo cuerpo normativo define el concepto de calidad como la “(...) condición en que un producto cumple con las características inherentes y las atribuidas por la información que se suministre sobre él”.

De esta manera, el concepto “calidad” en materia de protección al consumidor, hace referencia a la condición en que un determinado bien o servicio —efectivamente— cumple con las características inherentes a él y las atribuidas en la información suministrada a los consumidores. Así, el aspecto de calidad debe estudiarse desde tres perspectivas a saber: **i)** las normas que regulan las condiciones de calidad que debe cumplir un determinado producto; **ii)** la información suministrada a los consumidores respecto del bien o servicio y **iii)** las características propias del producto en cuestión.

Ahora bien, como quiera que los consumidores se encuentran en un marco de información asimétrica y acceden al mercado en condiciones desiguales respecto de los productores o comercializadores, se hace imperativa una especial protección para la garantía de sus derechos²⁹.

Por lo expuesto, en una relación de consumo en la que los consumidores adquieren bienes para satisfacer sus necesidades, existen condiciones particulares, mínimas e intrínsecas de calidad que rodean dicha relación, ya sea porque han sido atribuidas al momento del ofrecimiento o de la venta, o hacen parte de lo que el consumidor espera con ocasión de la información que recibe o de las condiciones habituales del mercado.

Con ocasión a lo expuesto, esta Dirección revisó la relación de peticiones, quejas y reclamos remitida por la investigada mediante escrito radicado con el número 22-125184-10 del 20 de octubre de 2022, en la que se registraban, entre otras, las reclamaciones relacionadas con las máquinas dispensadoras que puso en el mercado, y encontró una cantidad importante de quejas en las cuales se daba cuenta de que el producto pagado por el consumidor no era entregado ni se devolvía el dinero introducido en la máquina para la adquisición del mismo; razón por la cual, inició la presente investigación debido a una aparente falla de calidad en dichas máquinas, lo cual, podría suponer una vulneración de lo dispuesto en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011.

²⁹ CORTE CONSTITUCIONAL. Sentencia C-749 de 2009 M.P.: VARGAS SILVA, Luis Ernesto. Bogotá D.C. 21 de octubre de 2009. Expediente D-7686.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Dicho esto, se procederá al análisis de la presente imputación, y siguiendo con la evaluación del material probatorio incorporado al expediente y relacionado con el reproche efectuado, para continuar con el análisis de los argumentos planteados por el sujeto pasivo y concluir con la adopción de la decisión que en derecho corresponda.

25.1.1. Análisis del material probatorio

25.1.1.1. Documento denominado “Base de datos con reclamo gestionados desde el 1 de abril al 30 de septiembre de 2022”³⁰

El documento fue remitido por la investigada como respuesta a la solicitud elevada por este Despacho con el fin de que allegara la relación de peticiones, quejas y reclamos recibidas en los seis (6) meses anteriores al requerimiento; y contiene dos (2) hojas de cálculo tituladas: i) BD Casos Novaventa en la vía, y ii) Contacto no efectivo; la primera incluye quince mil ochocientos ochenta y tres (15.883) registros y la segunda ocho mil cuatrocientos ochenta (8.480)³¹.

De los quince mil ochocientos ochenta y tres (15.883) registros incluidos en la primera hoja, **siete mil quinientos setenta (7.570) estaban relacionados con el funcionamiento de las máquinas dispensadoras**, y de estos, después de filtrar las reclamaciones que daban cuenta de que la máquina **no entregó o no dispensó el producto, quedaron dos mil seiscientos setenta y un (2671) registros**.

Bajo tales consideraciones, advierte esta Dirección que, entre las peticiones, quejas y reclamos recibidas por la investigada desde 2 de mayo hasta el 30 de septiembre de 2022, **dos mil seiscientos setenta y un (2671) registros** dan cuenta de que los productos adquiridos por los quejosos a través de las máquinas dispensadoras que el sujeto pasivo puso en el mercado, **no les fueron entregados y en algunos casos el dinero pagado tampoco les fue devuelto**. Dicha base incluye, entre otros datos: la fecha de presentación de la queja, el nombre del quejoso, el estado de la reclamación, documentación del caso y respuesta.

Ahora bien, con el fin de revisar las reclamaciones presentadas por los consumidores con ocasión a las fallas de las máquinas dispensadoras suministradas por la investigada, y teniendo en cuenta el alto número de quejas formuladas en este sentido, dicho análisis abarcará un total de cincuenta reclamaciones, que se resumen en la siguiente tabla:

TABLA. 2. PQR ´S MÁQUINAS DISPENSADORAS NO ENTREGA PRODUCTO NI DEVUELVE DINERO				
No.	Fecha de Creación	Número	Documentación del Caso	Observaciones del Despacho
1	2/05/22	3102513	Pagué un producto con mi tarjeta de crédito, fue debitado de mi cuenta, pero el producto nunca fue entregado por la máquina dispensadora de alimentos.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que derivó en que pagara dinero por un producto que no recibí.
2	2/05/22	3102573	Descripción: Hice una compra de una mini pony con billete de \$10000 la máquina me devolvió \$8000 vueltos pero no me hizo entrega del producto.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que derivó en que pagara dinero por un producto que no recibí.
3	2/05/22	3102907	Motivo de la devolución: No entrega el producto Valor: \$3,500.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que derivó en que pagara dinero por un producto que no recibí.
4	2/05/22	3103169	Descripción: La máquina no está entregando producto.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado.

³⁰ Información que se encuentra en el radicado 22-125184-10 del 20 de octubre de 2022.

³¹ Para el cálculo se tuvieron en cuenta únicamente las reclamaciones presentadas desde el 1 de mayo de 2022.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

TABLA. 2. PQR'S MÁQUINAS DISPENSADORAS NO ENTREGA PRODUCTO NI DEVUELVE DINERO				
No.	Fecha de Creación	Número	Documentación del Caso	Observaciones del Despacho
5	2/05/22	3104517	Motivo de la devolución: Solicite un café y el producto solicitado no fue entregado.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado.
6	3/05/22	3104917	Descripción: No entrega producto completo.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado en las condiciones esperadas por el comprador.
7	3/05/22	3105161	Descripción: Desaseo y no está entregando los productos.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado.
8	3/05/22	3105543	Descripción: máquina con billete atorado, no entrega productos.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que tiene un billete atascado y no entregó el producto solicitado.
9	3/05/22	3105624	Descripción: No entrega productos lácteo.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado.
10	3/05/22	3105675	Descripción: No está entregando productos.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado.
11	3/05/22	3105844	La máquina le ingresan dinero y esta no entrega el producto el cliente solicita la devolución.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado ni reintegró el dinero pagado.
12	3/05/22	3105917	La máquina no está entregando los productos y no devuelve el dinero.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado ni reintegró el dinero pagado.
13	3/05/22	3106035	La máquina no está entregando los productos ni el dinero.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado ni reintegró el dinero pagado.
14	3/05/22	3106710	La máquina no entrega los productos ni el dinero.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado ni reintegró el dinero pagado.
15	3/05/22	3107051	La máquina no entrega los productos.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado.
16	4/05/22	3107332	Descripción: La máquina no está entregando producto.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado.
17	4/05/22	3107430	Descripción: Recibe el dinero, pero no entrega el producto	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado.
18	4/05/22	3108020	Descripción: no entrega productos.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado.
19	4/05/22	3108114	Completando la solicitud de reembolso por no entrega de producto.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado ni reintegró el dinero pagado.
20	4/05/22	3108301	La máquina no está entregando los productos, ni devueltas no dispensó un pony malta.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

TABLA. 2. PQR'S MÁQUINAS DISPENSADORAS NO ENTREGA PRODUCTO NI DEVUELVE DINERO				
No.	Fecha de Creación	Número	Documentación del Caso	Observaciones del Despacho
				producto solicitado ni reintegró el dinero pagado.
21	4/05/22	3108455	La máquina no está entregando los productos y tampoco devuelve el dinero.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado ni reintegró el dinero pagado.
22	4/05/22	3108850	Motivo de la devolución: Usuario ingreso 10000 y no entrega producto ni dinero.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado ni reintegró el dinero pagado.
23	4/05/22	3108849	Motivo de la devolución: Usuario ingreso 10000 y no entrega producto ni dinero.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado ni reintegró el dinero pagado.
24	4/05/22	3109269	No entrega producto.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado.
25	4/05/22	3109319	Asunto: Máquina mala Buenas tardes espero que estén muy bien, el motivo de mi correo es porqué la máquina dispensadora, se me ha quedado con 11.500, en dos semanas y media, por favor hacer revisar, es algo constante. La primera vez iba a retirar el producto D1 gaseosa manzana y se me quedó con los 2.500, no entrego ni el producto ni el dinero. Otro día fue una coca cola grande D5 ingresé 3.000, tampoco devolvió ni el dinero ni saco el producto.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado ni reintegró el dinero pagado.
26	5/05/22	3109633	Descripción: La máquina recibe las monedas, se queda con ellas y no entrega el producto.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado ni reintegró el dinero pagado.
27	5/05/22	3110072	Motivo de la devolución: Máquina no entrega producto Valor: \$1,500.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado.
28	5/05/22	3110073	Motivo de la devolución: Máquina no entrega producto Valor: \$1,500.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado.
29	5/05/22	3110182	No entrega producto.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado.
30	5/05/22	3110797	Devolución de dinero no entrega producto.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado.
31	5/05/22	3110940	Descripción: La máquina no está dando la devolución correcta y no entrega el producto, ingresé 2.000 para una compra de 500 y no me devolvió y tampoco me entrego el producto.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado ni reintegró el dinero pagado.
32	5/05/22	3111045	La máquina no está entregando el producto ni el dinero.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado ni reintegró el dinero pagado.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

TABLA. 2. PQR 'S MÁQUINAS DISPENSADORAS NO ENTREGA PRODUCTO NI DEVUELVE DINERO				
No.	Fecha de Creación	Número	Documentación del Caso	Observaciones del Despacho
33	5/05/22	3111085	Motivo de la devolución: La máquina dispensadora no me hizo entrega del producto y se quedó con el dinero. Valor: \$10,000.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado ni reintegró el dinero pagado.
34	5/05/22	3111514	La máquina no está entregando los productos de los espirales.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado.
35	5/05/22	3111533	La máquina de snack no está entregando el producto de la espiral 21.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado.
36	5/05/22	3111543	La máquina no está entregando el producto Espiral jugo de mango 70.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado.
37	5/05/22	3111545	La máquina no está entregando el producto.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado.
38	6/05/22	3111615	Descripción: Deduce el cobro del producto de la tarjeta y no lo entrega.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado ni reintegró el dinero pagado.
39	6/05/22	3112876	Devolución de dinero no entrega producto y dinero.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado ni reintegró el dinero pagado.
40	7/05/22	3114540	Motivo de la devolución: No entrega productos Valor: \$2,000.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado.
41	7/05/22	3114541	Motivo de la devolución: No entrega productos Valor: \$2,000.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado.
42	9/05/22	3115286	La máquina no está entregando los productos.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado.
43	9/05/22	3116392	Descripción: No entrega el producto.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado.
44	9/05/22	3117153	El día miércoles 04 de mayo de 2022, dos de las máquinas dispensadoras, NO me dispensaron Cappuccino. De acuerdo con lo anterior solicito la devolución del dinero que pague por los dos Cappuccinos.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado ni reintegró el dinero pagado.
45	1/06/22	3157084	Descripción: La máquina no entrega producto y no devuelve el dinero.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado ni reintegró el dinero pagado.
46	1/06/22	3157212	Descripción: No ENTREGA productos	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado.
47	2/06/22	3157732	Presenta fallas no dispensa los productos no entrega las bebidas	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado.
48	2/06/22	3157777	No entrega producto ni dinero	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado ni reintegró el dinero pagado.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

TABLA. 2. PQR ´S MÁQUINAS DISPENSADORAS NO ENTREGA PRODUCTO NI DEVUELVE DINERO				
No.	Fecha de Creación	Número	Documentación del Caso	Observaciones del Despacho
49	2/06/22	3158206	No entrega producto.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado.
50	30/09/22	3375186	Motivo de la devolución: Artículo bimboletes no entrega del producto Valor: \$2,500.	La queja pone en conocimiento una falla de la máquina dispensadora que no entregó el producto solicitado.

Así, al revisar la información suministrada por el sujeto pasivo encuentra este Despacho que las reclamaciones de los consumidores relacionadas con fallas en las máquinas dispensadoras que la investigada puso en el mercado, y que derivaron en la no entrega del producto solicitado y/o la no devolución del dinero, corresponden —aproximadamente— a las siguientes:

TABLA NO. 3. RESUMEN DE LAS PQR ´S			
No.	Rango de fechas	Motivo y cantidad (aproximada)	Análisis de la Dirección
1	Entre el 2 de mayo y el 30 de septiembre de 2022.	No entrega del producto: Aprox. 815	Evidencia esta Dirección que en un periodo de 4 meses se registraron, aproximadamente, 815 reclamaciones porque las máquinas dispensadoras de alimentos dispuestas por la investigada presentaron fallas que defraudaron las expectativas generadas en los consumidores.
2	Entre el 1 de mayo de 2022 y el 30 de septiembre de 2022.	No entrega el producto ni devuelve el dinero: Aprox. 382	De igual manera y durante el mismo periodo, se reportaron, aproximadamente, 382 casos en los que la máquina dispensadora falló y además de no entregar el producto solicitado por el consumidor, este indica que no le fue reintegrado el dinero pagado por dicho bien.

En este punto resulta importante mencionar que, las máquinas dispensadoras de alimentos —en palabras de la investigada—³² hacen parte de un **sistema de venta automatizada** y por tanto de los medios que utiliza para comercializar sus productos, en el cual, el consumidor elige el artículo que desea, deposita el dinero en la máquina, recibe el producto seleccionado y las vueltas en caso de que el dinero ingresado supere el valor del bien adquirido.

Por consiguiente, la investigada puso en el mercado este sistema [las máquinas dispensadoras] para vender sus productos, que se caracterizan porque permiten al consumidor adquirir el artículo deseado, esto es, depositar el valor correspondiente, seleccionar el producto y recibirlo; sumado a lo cual, se espera que devuelvan el dinero depositado en exceso cuando proceda, y esto sin la intervención de una persona distinta al usuario, pues como la misma investigada señaló, se trata de un sistema de venta automática³³.

De igual manera, teniendo en cuenta la naturaleza y finalidad de las máquinas dispensadoras de alimentos, resulta claro que cuando estas no puedan entregar el bien solicitado por el consumidor deben reintegrar el dinero depositado sin que sea necesaria la radicación de una solicitud en este sentido o la intervención de una persona.

Así las cosas, teniendo en cuenta que **la calidad es la condición en que un producto cumple con las características que son propias de su naturaleza**, y evidenciando que la relación de peticiones, quejas y reclamos remitida por la investigada incluye siete mil quinientos setenta (7.570) registros relacionados con el funcionamiento de las máquinas dispensadoras, de los cuales, dos mil seiscientos setenta y un (2671)

³² Descargos, radicados con el número 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024. Pág. 3.

³³ Diccionario de la Real Academia Española. Automático "(...) Dicho de un mecanismo: *Que funciona en todo o en parte por sí solo.* (...)". Recuperado de: <https://www.rae.es/drae2001/autom%C3%A1tico>.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

señalan que estas no entregaron el producto adquirido por el consumidor y en algunos casos tampoco reintegraron el dinero pagado; para este Despacho es claro que, al menos en los casos registrados, las máquinas referidas no cumplieron con las características que les son inherentes y, por tanto, presentaron fallas de calidad.

Por consiguiente, después de revisar el material probatorio incorporado a la presente actuación y que sirvió de sustento a la imputación que nos ocupa, esta Dirección encuentra acreditado que la investigada puso en el mercado máquinas dispensadoras de alimentos que presentaron fallas de calidad porque no cumplían las características inherentes a las mismas, lo cual, implica una vulneración de la obligación consignada en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, que impone a los productores y proveedores el deber de asegurar la calidad de los bienes ofrecidos o que ponen en el mercado.

Dicho esto, y en aras de garantizar el derecho de defensa y contradicción que le asiste al sujeto pasivo, procede este Despacho a pronunciarse sobre los argumentos planteados en sus escritos de defensa, con ocasión al cargo revisado en el presente apartado.

25.1.2. Estudio de los argumentos de defensa planteados por la investigada

Sobre el particular, se pronunció la investigada en sus escritos de descargos y alegatos de conclusión³⁴, señalando que por el mismo funcionamiento de las máquinas dispensadoras no era posible garantizar la ausencia de fallas pues, aunque existen controles implementados para disminuir los riesgos, ocasionalmente se presentan fallas por causas inherentes a la máquina o porque el consumidor les da un mal uso.

Asimismo, manifestó que cualquier novedad respecto del funcionamiento de las máquinas puede ser reportada a través de los canales de atención al cliente que funcionan 24/7, mediante líneas gratuitas, correo electrónico y chatbot, en los cuales se orienta al consumidor y se brinda toda la información necesaria para satisfacer su petición.

Por otra parte, señaló que, con el fin de mejorar la calidad del servicio prestado a través de las máquinas dispensadoras, adquirió unidades nuevas que garantizan un mejor desempeño en la entrega del producto y la capacidad de generar un saldo a favor o la devolución del dinero. También, que implementó rutinas de mantenimiento preventivo, herramientas tecnológicas para monitorear los precios informados, tecnologías de comunicación online ("telemetría") que permiten varias acciones de comunicación y soporte en tiempo real.

Con fundamento en lo expuesto, la investigada concluye que ha realizado esfuerzos e inversiones para el adecuado funcionamiento de las máquinas dispensadoras con el fin de prestar un servicio de calidad; sin embargo, en su criterio, no se puede desconocer que la interacción entre la máquina y el ser humano puede fallar y destaca el hecho de que ha atendido todas las peticiones, quejas y reclamos recibidas por inconvenientes con las máquinas brindando una solución a los quejosos.

En atención a lo anterior, este Despacho encuentra necesario precisar que, la obligación consignada en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, implica que tanto los productores como proveedores **deben asegurar la calidad de los bienes y servicios que ofrecen o ponen en el mercado**; en otras palabras, la norma no dispone la alternativa de entregar productos que presenten fallas, más bien, establece el deber legal de asegurar que esto no ocurra.

Bajo tales consideraciones, frente al argumento de la investigada según el cual, debido a que los consumidores deben interactuar con las máquinas dispensadoras para adquirir los productos comercializados por este sistema de venta automatizada, es imposible garantizar la ausencia de fallas; este Despacho considera necesario precisar que el sujeto pasivo **no allegó pruebas para soportar la presunta imposibilidad alegada** y se limitó a señalar que la simple interacción entre el consumidor y la

³⁴ Descargos 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024 y alegatos de conclusión 20-177872-40 del 18 de junio de 2024.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

máquina implicaba la posibilidad de que se presentaran fallas, tanto inherentes al producto, como por el uso inadecuado del mismo.

Así entonces, le correspondía a la parte probar, que las fallas en el servicio se encontraban relacionadas de forma exclusiva con un uso indebido por parte de los consumidores, pues, pese a que algunos consumidores pudieron utilizar de manera “indebida” las máquinas, **para que tal situación resultara ajena al sujeto pasivo debía estar probada en todos los casos registrados**, pero contrario a esto, las fallas reportadas al menos en los dos mil seiscientos setenta y un (2671) casos arrojados después de filtrar el documento allegado por la investigada, dan cuenta de errores propios del mecanismo utilizado por las máquinas dispensadoras para entregar los productos y/o devolver el dinero y no de un uso inadecuado.

Puntualizados estos aspectos, se encuentra que lo argüido por la investigada, para suponer que le era imposible garantizar el buen funcionamiento de las máquinas dispensadoras que puso en el mercado porque podían presentar fallas inherentes a las mismas o derivadas de un mal uso de los consumidores, **no está llamado a prosperar**.

De otra parte, la investigada manifestó que ha realizado esfuerzos e inversiones para mejorar la calidad de las máquinas, entre los cuales, la adquisición de unas nuevas que garantizan un mejor desempeño en la entrega del producto y la capacidad de generar un saldo a favor o la devolución del dinero, y que implementó rutinas de mantenimiento preventivo, herramientas tecnológicas para monitorear los precios informados, y tecnologías de comunicación online (“telemetría”) que permiten varias acciones y soporte en tiempo real.

En consideración a lo anterior, advierte este Despacho que el sujeto pasivo decidió adoptar medidas para garantizar el funcionamiento de las mismas, solo después de que se iniciara la presente investigación; de manera que, dichas acciones son incapaces de exonerarlo de responsabilidad, pues, lo cierto es que, más allá de las medidas que haya implementado, se encuentra acreditado que entre el 2 de mayo y el 30 de septiembre de 2022, algunas de las máquinas dispensadoras que puso en el mercado no reúnen las condiciones de calidad inherentes a las mismas y que esperaban recibir los consumidores.

Por último, sobre el argumento de que las peticiones, quejas y reclamos (PQRS) relacionadas con fallas en las máquinas dispensadoras que puso en el mercado se resolvieron brindando una solución a los consumidores, se destaca que, lo reprochado en la imputación que nos ocupa **nada tuvo que ver con la atención de las reclamaciones** recibidas por el sujeto pasivo, más bien, obedeció al **incumplimiento de la obligación de asegurar la calidad** de los bienes que puso a disposición de los consumidores, consignada en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011; razón por la cual **este argumento resulta impertinente y no tiene facultad de prosperar**.

Bajo tales consideraciones, después de analizar los argumentos expuestos por la investigada, y evidenciando que no existe prueba en el expediente de la concurrencia de una causal eximente de responsabilidad, esta Dirección encuentra probado que la investigada vulneró lo dispuesto en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, pues para el periodo comprendido entre el 2 de mayo y el 30 de septiembre de 2022, las máquinas dispensadoras de alimentos que puso en el mercado presentaron fallas de calidad. Por lo tanto, se impondrá la sanción correspondiente de conformidad con lo dispuesto en el artículo 61 de la Ley 1480 de 2011.

25.2. Presunto incumplimiento de lo establecido en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo señalado en los incisos i), ii) y iii) del literal a) y el literal c) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia —Imputación N° 2—

En este cargo, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor imputó presunta responsabilidad a la investigada por considerar que su conducta podría vulnerar lo dispuesto en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo señalado en los incisos i), ii) y iii) del literal a) y el literal c) del numeral 2.1.2.1 del

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, debido a que al parecer, no informó algunas condiciones de tiempo, modo, lugar y otros requisitos en las piezas publicitarias utilizadas para dar a conocer las promociones que tenía vigentes y por no suspender una oferta después de que se agotaran las unidades disponibles.

Teniendo en consideración lo anterior, esta Dirección estudiara la presente imputación teniendo en cuenta la conducta de la investigada, los argumentos expuestos y las pruebas que obran en el expediente, pues resulta indispensable para este Despacho, en aras de dar una adecuada protección de los derechos de los consumidores, establecer si se vulneró o no la mencionada normatividad.

En este orden, resulta necesario precisar que el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, establece, entre otras cosas, que cuando se utilice publicidad para dar a conocer promociones y ofertas, **las condiciones de tiempo, modo, lugar** y cualquier otro requisito para acceder a tales beneficios **deberán informarse al consumidor en la publicidad utilizada**, y sin perjuicio de las sanciones administrativas a que haya lugar, de no indicarse la fecha de inicio de la promoción, se entenderá que rige a partir del momento en que se anunció.

De igual manera, la omisión de la fecha hasta la cual está vigente la oferta, o de la condición de que es válida hasta agotar inventario determinado, hará que la promoción se entienda válida hasta que se dé a conocer la revocatoria por los mismos medios y con la misma intensidad con que se anunció originalmente.

En línea con lo anterior, el numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, define el concepto de promociones y ofertas, como todo anuncio dirigido al público en el cual se ofrece de forma temporal, la comercialización de productos o servicios en condiciones más favorables a las habituales, y establece algunos criterios técnicos y jurídicos para la aplicación de los requisitos de veracidad, suficiencia y no inducción a error en el marco de las promociones y ofertas.

Así, entre los requisitos establecidos en la precitada norma, se encuentra la información mínima que debe suministrarse a los consumidores en el ofrecimiento de promociones y ofertas, como: i) la identificación del producto promovido y del incentivo que se ofrece indicando su cantidad y calidad; ii) los requisitos y condiciones para su entrega; iii) el plazo o vigencia del incentivo, indicando la fecha exacta de inicio y término, y señala que, cuando 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 artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, deberá indicarse el número de productos, servicios e incentivos disponibles.

También, que cuando se agoten los productos, servicios o incentivos ofrecidos antes de la fecha de vigencia anunciada en la publicidad, **deberá advertirse al público dicha circunstancia** mediante avisos notorios publicados en el establecimiento **y suspenderse de manera inmediata la promoción**.

En atención a lo apenas expuesto, este Despacho inició la investigación administrativa que nos ocupa, porque la conducta de la investigada podría constituir una infracción a lo dispuesto en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo señalado en los incisos i), ii) y iii) del literal a) y en el literal c) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, después de revisar las piezas publicitarias con las que se anunciaron las siguientes promociones por las razones que se exponen a continuación:

- i. Respecto de las promociones “Chocotera Bronze Edición Especial Amor y Amistad”, y “Chocotera + GRATIS + Chocolista Chocolate x 200g y Chocolate Corona x 250g”³⁵, porque al parecer, no informó el plazo o vigencia de las promociones en la publicidad utilizada para darlas a conocer.

³⁵ Publicidad remitida por la investigada con el documento radicado bajo el número 22-351033-5 del 26 de diciembre de 2022.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

- ii. Sobre la publicidad utilizada para ofrecer la promoción “GRATIS 2 Jumbo Dots por la compra del código 16706”³⁶, debido a que, al parecer, no informó la vigencia de la promoción ni los términos y condiciones para acceder al beneficio.
- iii. En cuanto a la promoción “Ofertas Imperdibles Hasta 45% dcto en las mejores marcas de cuidado personal ¡Aprovecha!”, con ocasión a la posible omisión de los términos y condiciones para acceder al incentivo³⁷.
- iv. Respecto de la promoción “POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBON X 2 UNDS. PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORA \$6.500”³⁸, debido a que uno de los productos ofrecidos se agotó antes de que finalizara la promoción y, al parecer, el sujeto pasivo no suspendió la oferta de manera inmediata, así como, porque varias de las quejas presentadas por los consumidores³⁹ daban cuenta de que no se habrían entregado los artículos incluidos en la promoción por falta de stock, lo cual supondría un incumplimiento de lo prometido.

Por lo anterior, teniendo en cuenta que tres (3) de las promociones estudiadas fueron publicitadas a través de catálogos, se analizará en primera media dicho canal de comercialización y luego se entrará a revisar el material probatorio incorporado al sumario y relacionado con los hechos que soportaron la presente imputación, y los argumentos expuestos sobre el particular por el sujeto pasivo, en numerales separados de acuerdo con cada cargo formulado, para adoptar la decisión que en derecho corresponda, como se expone a continuación:

25.2.1. En cuanto a las promociones “Chocotera Bronce Edición Especial Amor y Amistad”, y “Chocotera + GRATIS + Chocotero Chocolate x 200g y Chocolate Corona x 250g”

25.2.1.1. Análisis del material probatorio

Al respecto, informó la investigada mediante documento radicado con el número 22-351033-5 del 26 de diciembre de 2022, que la promoción “Chocotera Bronce Edición Especial Amor y Amistad” se dio a conocer a través de una pieza publicitaria difundida en el catálogo de ventas del ciclo No. 13, lo cual, acompañó de la imagen que se ilustra a continuación:

Imagen No. 7. pieza publicitaria de la promoción; extraída del documento radicado 22-351033-5 del 26 de diciembre de 2022.



Como se observa en la pieza publicitaria previamente referida, la investigada ofreció la promoción “CHOCOTERA BRONCE EDICION ESPECIAL DE AMOR Y AMISTAD” con un incentivo del 26% de descuento, pasando de ciento ochenta y nueve mil novecientos

³⁶ Ídem.

³⁷ Visita administrativa realizada a la página web de la investigada, radicada con el número 20-177872-8 del 17 de agosto de 2023.

³⁸ Publicidad remitida por la investigada con el documento radicado bajo el número 22-351033-5 del 26 de diciembre de 2022.

³⁹ Reclamaciones recibidas entre el 10 de agosto y el 24 de septiembre de 2022, de acuerdo con el documento radicado bajo el número 22-317610-5 del 02 de noviembre de 2022.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

pesos (\$189.900) a ciento treinta y nueve mil novecientos cincuenta pesos (\$139.950), lo cual suponía un ahorro de cuarenta y nueve mil novecientos cincuenta pesos (\$49.950). De igual manera, la pieza indicaba que el producto podía comprarse a una cuota por el valor total o en tres (3) cuotas de cuarenta y seis mil seiscientos cincuenta pesos (\$46.650).

No obstante, después de revisar la pieza antes ilustrada se observa que **no incluye información sobre las condiciones de tiempo para acceder al beneficio**, es decir, plazo o vigencia de la promoción, indicando la fecha de inicio y fin de esta.

Siendo así, y teniendo en cuenta que cuando se anuncian productos o servicios en condiciones más favorables a las habituales o en promoción, a través de cualquier medio de divulgación, el anunciante está obligado a indicar las condiciones de tiempo, modo, lugar y cualquier otro requisito para acceder al beneficio ofrecido, **en la misma publicidad**, resulta claro que el ofrecimiento revisado en el presente apartado omitió la indicación de las condiciones de tiempo que rodearon el incentivo.

Por lo tanto, para este Despacho resulta claro que la investigada omitió información sobre la fecha de vigencia de la promoción denominada “*CHOCOTERA BRONCE EDICION ESPECIAL DE AMOR Y AMISTAD*”, con lo cual, desconoció lo dispuesto en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo señalado en el inciso iii) del literal a) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia.

Por otra parte, sobre la publicidad utilizada para ofrecer la promoción “Chocotera + Chocolisto Chocolate x 200g y chocolate Corona x 250g”, difundida en la página No. 51 del catálogo de ventas del ciclo No. 13⁴⁰, relacionado por la investigada en su respuesta radicada con el No. 22-351033-5 del 26 de diciembre de 2022, se evidenció que ofrecía el producto “Chocotera” por un valor de doscientos veintisiete mil setecientos pesos (\$227.700) y como incentivo la entrega gratuita de los artículos “Chocolisto Chocolate x 200g” y “chocolate Corona x 250g”.

Lo anterior, como se muestra en la imagen que se incorpora a continuación tomada del catálogo de ventas del ciclo No. 13, previamente referido:

Imagen No. 8; extraída del catálogo de venta contenido en el enlace remitido mediante escrito radicado con el número 22-351033-5 del 26 de diciembre de 2022.

Gratis Chocolisto Chocolate x 200g + Chocolate Corona x 250g por la compra de los códigos 16707 ó 19967

Unidades disponibles: 2.500

MULTIBEBIDAS CALIENTES Y FRÍAS

Gratis

1 Clic en el botón (bebida caliente)
2 Clic en el botón (espuma bebida fría)

Chocotera
Haceb

LA CHOCOTERA EVOLUCIONO

CONOCE LA NUEVA CHOCOTERA MULTIBEBIDAS. PREPARA TUS BEBIDAS CALIENTES, MEZCLA Y ESPUMA TUS BEBIDAS EN FRÍO (NO ENFRÍA).

Garantía y respaldo de servicio Haceb

NUEVA Chocotera Multibebidas
Medidas en cm: 14 de ancho x 0,50 de alto x 21,5 de largo.
Material: Acero / Plástico
Capacidad: 600ml

1 Cuota de \$227.700
Código: 16707

3 Cuotas de \$75.900
Código: 19967

Despensa 51

*Ver vigencia de las ofertas, en la última página del catálogo

De la pieza publicitaria arriba ilustrada se destaca que, en la parte inferior se informaba al consumidor lo siguiente: “Ver vigencia de las ofertas, en la última página del catálogo”; sin embargo, **al consultar la última página del documento contenido**

⁴⁰ <https://catalogo.novaventa.com.co/2022/tradicional/c13/helados-ycarnicos-c13-2022>.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

en el enlace remitido por la investigada⁴¹, se evidencia que corresponde a la siguiente:

Imagen No. 9; extraída del catálogo de venta contenido en el enlace remitido mediante escrito radicado con el número 22-351033-5 del 26 de diciembre de 2022

¿Quieres vender Novaventa?
Emprende tu propio negocio con Novaventa y vende los catálogos de las marcas más reconocidas para toda la familia.

¿Por qué emprender con Novaventa?

- Cuentas con el portafolio de marcas que más compran tus clientes.
- Acumulas puntos por ventas para elegir el premio que más te guste.
- Recibes ganancias con productos fáciles de vender y ahorras en las compras de tu hogar.
- Puedes solicitar un crédito sin intereses para emprender tu negocio.

Antómate y pide tus productos favoritos ¡así de fácil!

- Haz clic en el botón "Agrega" ubicado en la parte inferior de cada página del catálogo digital.
- Escoge los productos de la lista e ingresa la cantidad que necesitas.
- Repite los pasos anteriores con todos los productos que desees.
- Finalmente, selecciona la opción "Envía por WhatsApp a tu Mamá Empresaria" para que ella gestione tu pedido.

Síguenos en nuestras redes sociales

Como se evidencia, la última página de la versión digital del catálogo de ventas del ciclo No. 13, que correspondía a la 237, no indicaba la vigencia de la promoción "Chocotera + Chocolista Chocolate x 200g y chocolate Corona x 250g", difundida en la página No. 51 del mismo documento; de manera que, la publicidad utilizada para dar a conocer la oferta **careció de información relevante para que los consumidores conocieran las condiciones de tiempo que debían tener en cuenta para acceder al incentivo**, es decir, la vigencia de la promoción.

Ahora bien y en gracia de discusión, si lo pretendido por el sujeto pasivo era indicar que dicha información se encontraba en alguna de las dos páginas que se observaban cuando el catálogo digital se consultaba directamente en internet, este Despacho evidenció que en estas **tampoco se encuentra la fecha de inicio y fin de la promoción "Chocotera + Chocolista Chocolate x 200g y chocolate Corona x 250g"**, como se ilustra en la siguiente captura de pantalla, que muestra las últimas páginas del catálogo del ciclo No. 13, en versión digital:

Imagen No. 10; extraída del catálogo de venta contenido en el enlace remitido mediante escrito radicado con el número 22-351033-5 del 26 de diciembre de 2022

Precio especial

LOREAL ELVIVE

CON UN SHOT DE ÁCIDO HIALURÓNICO

¡NADIE HIDRATA COMO EL NUEVO ELVIVE!

"Con la tecnología Bionix & Care exclusive de L'Oréal, que se deposita en la cutícula, formando una fina y homogénea película protectora de la fibra."

Cremá para pelear Elvive Hidra Hialurónico x 300ml
Código: 33730
Precio: \$13.999
\$14.300
Ahorro: \$1.600 (Incluye impuestos e IVA)
Módulo: \$ 347,67

Shampoo Elvive Hidra Hialurónico x 370ml
Código: 31880
Precio: \$18.999
\$18.450
Ahorro: \$1.200 (Incluye impuestos e IVA)
Módulo: \$ 349,89

Accondicionador Elvive Hidra Hialurónico x 370ml
Código: 31879
Precio: \$18.999
\$18.450
Ahorro: \$1.200 (Incluye impuestos e IVA)
Módulo: \$ 349,89

Tratamiento Elvive Hidra Hialurónico x 300g
Código: 31818
Precio: \$17.999
\$17.000
Ahorro: \$1.900 (Incluye impuestos e IVA)
Grano: \$ 55,87

NOVA EMPRESA

novaventa

AGREGAR

¿Quieres vender Novaventa?
Emprende tu propio negocio con Novaventa y vende los catálogos de las marcas más reconocidas para toda la familia.

¿Por qué emprender con Novaventa?

- Cuentas con el portafolio de marcas que más compran tus clientes.
- Acumulas puntos por ventas para elegir el premio que más te guste.
- Recibes ganancias con productos fáciles de vender y ahorras en las compras de tu hogar.
- Puedes solicitar un crédito sin intereses para emprender tu negocio.

¡Inscríbete aquí!

Antómate y pide tus productos favoritos ¡así de fácil!

- Haz clic en el botón "Agrega" ubicado en la parte inferior de cada página del catálogo digital.
- Escoge los productos de la lista e ingresa la cantidad que necesitas.
- Repite los pasos anteriores con todos los productos que desees.
- Finalmente, selecciona la opción "Envía por WhatsApp a tu Mamá Empresaria" para que ella gestione tu pedido.

Síguenos en nuestras redes sociales

Sumado a lo anterior, este Despacho encuentra necesario precisar que, cuando se revisa el contenido del artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, se evidencia que lo pretendido por la norma es exigir a quien utilice publicidad para dar a conocer promociones y ofertas, que las condiciones de tiempo, modo, lugar y cualquier otro

⁴¹ escrito radicado con el número 22-351033-5 del 26 de diciembre de 2022

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

requisito para acceder al beneficio **se informen en la misma pieza publicitaria**; razón por la cual, dentro de la información mínima que debe incluir la publicidad con incentivos, se incluye **la indicación de la fecha exacta en que inicia y finaliza la oferta**, como dispone el inciso iii) del literal a) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia.

Así las cosas, aunque la investigada haya decidido acompañar la pieza publicitaria utilizada para dar a conocer la promoción “Chocotera + Chocolisto Chocolate x 200g y chocolate Corona x 250g”, con un texto que indicaba “Ver vigencia de las ofertas, en la última página del catálogo”, lo cierto es que **dicho texto no informaba las condiciones de tiempo para acceder al incentivo** como exige el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011 y el inciso iii) del literal a) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, y más bien le imponía la carga al consumidor de **consultar datos en espacios distintos a la pieza publicitaria** para conocer las condiciones que aplicaban al ofrecimiento.

En otras palabras, la pieza publicitaria utilizada por la investigada para ofrecer la promoción “Chocotera + Chocolisto Chocolate x 200g y chocolate Corona x 250g”, **estaba contenida en la página No. 51 del catálogo** de ventas del ciclo No. 13, y **no en todo el documento** como pretende el sujeto pasivo, pues, una interpretación en tal sentido desconoce la finalidad de lo dispuesto en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, que busca garantizar el acceso del consumidor a la información necesaria para la adecuada comprensión del ofrecimiento en la misma pieza publicitaria utilizada para darlo a conocer.

En conclusión, esta Dirección encuentra probado el incumplimiento por parte de la investigada, de lo dispuesto en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo ordenado en el inciso iii) del literal a) numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única expedida por esta Autoridad, debido a que, en la publicidad utilizada para dar a conocer la promoción “Chocotera + Chocolisto Chocolate x 200g y chocolate Corona x 250g”, no se informó la fecha de vigencia del incentivo.

25.2.1.2. Estudio de los argumentos planteados por la investigada

Sobre el fundamento del cargo que nos ocupa, se pronunció el sujeto pasivo en sus escritos de defensa⁴² y adujo que la **promoción “CHOCOTERA BRONCE EDICION ESPECIAL DE AMOR Y AMISTAD”** no estaba dirigida a los consumidores, porque se encontraba contenida en un documento al que solo tenían acceso los denominados “Novaempresarios”, y afirmó que tales ofertas son exclusivas para ellos, a fin de promover su negocio o emprendimiento y se hacen durante la vigencia de la respectiva campaña, que para el caso fue del 23 de agosto al 8 de septiembre de 2022⁴³.

Sumado a lo anterior, explicó que el producto objeto de la promoción, fue ofrecido a través de dos modalidades de adquisición, identificadas con dos (2) códigos: el primero No. 30076, ofrecía la opción de adquirir el producto por un valor de ciento treinta y nueve mil novecientos cincuenta pesos (\$139.950), pagando a una (1) cuota; y el segundo No. 10194, ofrecía la opción de pagar el producto en tres (3) cuotas, cada una por cuarenta y seis mil seiscientos cincuenta pesos (\$46.650).

Asimismo, señaló que en dicho ciclo de ventas se cometió un error en el sistema y los pedidos realizados con el código No. 10194 fueron facturados con el precio normal del producto; razón por la cual y para resarcir el error, aplicó una nota crédito a quienes compraron el bien mediante la opción de pago en tres (3) cuotas disminuyendo el saldo pendiente de pago que tenían los “Novaempresarios” que accedieron a la promoción.

En atención a lo señalado por el sujeto pasivo, esta Dirección encuentra necesario reiterar lo señalado en el numeral **24.2** del presente acto administrativo, en el cual se aclaró que una relación de consumo surge entre el productor, proveedor o expendedor y el consumidor, este último entendido como quien adquiere un bien o servicio para la

⁴² Descargos, radicado No. 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024. Pág. 6. Y alegatos de conclusión radicados con el número 20-177872-40 del 18 de junio de 2024. Pág. 3.

⁴³ En el documento radicado con el número 22-351033-5 del 26 de diciembre de 2022, la investigada informó que la vigencia de esta promoción había sido del 16 al 29 de agosto de 2022.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica, e incluso empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica.

Por otro lado, es necesario resaltar que la misma investigada por medio de radicado No. 22-351033-5 del 26 de diciembre de 2022, informó respecto de esta promoción que: “La promoción se **publicitó a través del Catálogo de Ventas en el ciclo No. 13**, el cual va del veintitrés (23) de agosto al ocho (8) de septiembre de 2022,” indicando así que, al estar en el catálogo de ventas del Ciclo No. 13, estaba a disposición de los consumidores.

De igual manera se tuvo en cuenta lo señalado por la misma investigada en su escrito de descargos, donde aclaró que los catálogos utilizados para ofrecer sus productos tenían una versión digital y otra impresa, y aunque indicó que existían restricciones para consultar la versión digital porque debía suministrarse un usuario y contraseña, tales condiciones no aplicaban para la consulta de la edición física, con lo cual, **resulta claro que los catálogos impresos podían consultarlos personas distintas a los “Novaempresarios”**.

Lo anterior, se evidencia al consultar el mensaje incluido en la parte final de la página No. 235 del catálogo de ventas del ciclo 13, que se ilustra en la **imagen No. 11** del presente acto administrativo, en la cual se lee el mensaje: “Vigencia de ciclo 13:23 de agosto al 8 de septiembre de 2022. Consulta la fecha de pedido con tu Mamá Empresaria (...)” (Subrayas fuera de texto original); lo cual, **deja claro que los catálogos elaborados por el sujeto pasivo para ofrecer sus productos podían ser consultados por personas distintas a los “Novamepresarios” o “Mamá empresaria”⁴⁴**.

Así las cosas, este Despacho insiste en que los argumentos planteados por la investigada para suponer que la información incluida en los catálogos utilizados para ofrecer sus productos no estaba sometida al cumplimiento de lo dispuesto en el Estatuto del Consumidor, **resultan infundados** por lo siguiente: **i)** los catálogos de venta estaban dirigidos a personas distintas a los “Novaempresarios”; y **ii)** tales documentos eran uno de los canales utilizados por el sujeto pasivo para comercializar y distribuir sus productos⁴⁵.

Ahora bien, sobre las medidas que dijo haber adoptado la investigada con ocasión al error que presentó el sistema y que facturó a los compradores de la promoción “CHOCOTERA BRONCE EDICION ESPECIAL DE AMOR Y AMISTAD” el precio regular del producto, este Despacho aclara que, lo reprochado al sujeto pasivo fue que la pieza publicitaria utilizada para dar a conocer el incentivo no indicaba el plazo de validez de la oferta; de manera que, **el hecho de haber solucionado el inconveniente experimentado por los compradores del producto promocionado, nada tiene que ver con el cargo que nos ocupa** y, por tanto, tal argumento resulta improcedente y será descartado.

Por otra parte, respecto de la **promoción “Chocotera + Chocolista Chocolate x 200g y chocolate Corona x 250g”**, señaló la investigada⁴⁶ que todas las ofertas publicadas en el catálogo de ventas ciclo No. 13, indicaban que la vigencia del ofrecimiento podía consultarse en la última página, pero aclara que el catálogo digital era un espejo del catálogo físico y este último tenía una portada (cubierta frontal), y una contraportada (cubierta posterior). Por esta razón, en el catálogo digital la última imagen correspondía a la contraportada, pero la última página era la inmediatamente anterior, que para el caso del documento referido era la página No. 235, e ilustra su dicho con la imagen que se reproduce a continuación:

Imagen No. 11. Tomada del documento de descargos radicado No. 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024.

⁴⁴ Denominación utilizada por el sujeto pasivo para identificar a los vendedores de sus productos, de acuerdo con lo señalado en el documento radicado con el número 22-317610-5 del 2 de noviembre de 2022. Pág. 1.

⁴⁵ Radicado No. 20-177872-4 del 22 de septiembre de 2020. Pág. 1.

⁴⁶ Descargos, radicado No. 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024. Págs. 6 y 7. Alegatos de conclusión radicados con el número 20-177872-40 del 18 de junio de 2024. Pág. 3.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Imagen No. 2: Pág. 235 (última página) Catálogo de Campaña 13 de 2022

The image shows a promotional catalog page for Cycle 13, page 235. It features several product offers with prices and promotional codes. Red arrows point to specific details: one points to the 'Vigencia de Ciclo 13' text at the bottom, another points to a price tag for a 'Cambio Belleza Litoral' offer, and a third points to a 'Precio especial' offer for 'Máscara de ojos'. The page includes 'AGREGAR' buttons and a 'Belleza' category label.

NUEVO
Kit Primavera
\$23.500
180 ml
120 ml

Gratis
Rasadora Axe
por la compra de 100 Hamburguesas
Pídelos con el código 16097

Gratis
Máscara de ojos
\$54.850

Por solo \$25.500
Ahorra: \$4.490
Precio con el Código 16781

Precio especial

Vigencia de Ciclo 13: 23 de agosto al 8 de septiembre de 2022.
Consulta la fecha de validez con tu Mamá Empresaria
Impreso por: Panamericana Formas e Impresos S.A.

De igual manera, indicó que la página consultada por esta Autoridad y en la que extraña información sobre la vigencia de la promoción difundida en la página No. 51 del catálogo de ventas ciclo No. 13, correspondía a la contraportada y no a la última página de dicho documento, por eso también allí se publicitaba una oferta en la cual se indicaba que la vigencia podía ser consultada en la última página, porque esta correspondía a la No. 235, debidamente numerada.

En atención a lo anterior, este Despacho revisó nuevamente la versión digital del catálogo de ventas del ciclo No. 13, evidenciando que la vigencia de las promociones difundidas en el mismo se informaba en la página No. 235; sin embargo, **contrario a lo señalado en las piezas publicitarias y a lo que aduce la investigada, dicha página no corresponde a la última del documento referido**, porque a esta le siguen las páginas ilustradas en la imagen No. 10 del presente acto administrativo.

En otras palabras y como se aclaró en líneas precedentes, las últimas páginas de la versión digital del catálogo de ventas ciclo No. 13, eran las ilustradas en las imágenes identificadas con los números 3 y 4 del presente acto administrativo, **y en estas no se observa información alguna sobre la vigencia de la promoción**; de manera que, más allá de lo pretendido por el sujeto pasivo con la inclusión de la frase “Ver vigencia de las ofertas, en la última página del catálogo”, lo cierto es que, las condiciones de tiempo para acceder al incentivo publicitado en la página No. 51 del catálogo, **no se informaban en la misma pieza publicitaria ni en la última página del documento referido, como se indicaba en el anuncio.**

Sumado a lo expuesto, este Despacho insiste en que, el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, exige a quien utilice publicidad para dar a conocer promociones y ofertas, que las condiciones de tiempo, modo, lugar y cualquier otro requisito para acceder al beneficio **se informe en la misma pieza publicitaria**; y dentro de la información mínima que debe incluir la publicidad con incentivos, se incluye **la indicación de la fecha exacta en que inicia y finaliza la oferta**, como dispone el inciso iii) del literal a) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia.

Así las cosas, aunque la investigada haya incluido en la pieza publicitaria utilizada para dar a conocer la promoción “Chocotera + Chocolito Chocolate x 200g y chocolate Corona x 250g”, un texto que indicaba “Ver vigencia de las ofertas, en la última página del catálogo”, **dicho texto no informaba las condiciones de tiempo para acceder al incentivo** en los términos dispuestos, tanto en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, como en el inciso iii) del literal a) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo 2 del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia.

Con ocasión a todo lo expuesto, el argumento de la investigada según el cual informaba la vigencia de la promoción publicitada en la página No. 51 de la versión digital del

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

catálogo de ventas ciclo No. 13, en la última página de este, carece de fundamento y es **incapaz de librarla del juicio de responsabilidad, por lo cual será descartado.**

25.2.2. En cuanto a la promoción “GRATIS 2 Jumbo Dots por la compra del código 16706”

25.2.2.1. Análisis del material probatorio

Al igual que la publicidad revisada en el numeral anterior, la pieza utilizada por la investigada para dar a conocer la promoción “GRATIS 2 Jumbo Dots por la compra del código 16706”, fue difundida en la página No. 7 de la versión digital del catálogo de ventas ciclo No. 13⁴⁷, como se ilustra en la siguiente imagen:

Imagen No. 12; pieza publicitaria extraída del catálogo de venta radicado 22-351033-5 del 26 de diciembre de 2022



Como se observa al revisar el contenido completo de la pieza publicitaria, la única condición informada para acceder al beneficio ofrecido, esto es, para recibir 2 Jumbo Dots gratis, era **comprar el código 16706** que correspondía a “2 Mezcla lista Brownies Chocolate Jumbo x 355g c/u”, no se indicaban condiciones adicionales ni se informaba la vigencia de la promoción, señalando la fecha exacta de inicio y fin.

Así las cosas y como se aclaró en el presente acto administrativo, aunque en la parte inferior de la pieza se informaba al consumidor lo siguiente: “Ver vigencia de las ofertas, en la última página del catálogo”; al consultar las últimas páginas del documento contenido en el enlace remitido por la investigada⁴⁸, se evidencia que **corresponden a las ilustradas en las imágenes 3 y 4 de esta resolución**, y en estas no se indicaba la vigencia de la promoción “GRATIS 2 Jumbo Dots por la compra del código 16706”, difundida en la página No. 7 del mismo documento.

Por consiguiente, la publicidad utilizada para dar a conocer la oferta **careció de información relevante para que los consumidores conocieran las condiciones de tiempo que debían tener en cuenta para acceder al incentivo**, es decir, la vigencia de la promoción.

Sumado a lo anterior, este Despacho reitera que, después de revisar el contenido del artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, resulta claro que lo pretendido por la norma es exigir a quien utilice publicidad para dar a conocer promociones y ofertas, que las condiciones de tiempo, modo, lugar y cualquier otro requisito para acceder al beneficio **se informe en la misma pieza publicitaria**; razón por la cual, dentro de la información mínima que debe incluir la publicidad con incentivos, se incluye **la indicación de los requisitos y condiciones para su entrega y de la fecha exacta en que inicia y finaliza la oferta**, como disponen los incisos ii) y iii) del literal a) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia.

⁴⁷ Contenido en el enlace incorporado al documento radicado con el número 22-351033-5 del 26 de diciembre de 2022.

⁴⁸ escrito radicado con el número 22-351033-5 del 26 de diciembre de 2022

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Al respecto, resulta importante traer a colación lo expuesto por la investigada en sus escritos de defensa sobre el hecho de que **las condiciones de modo** para acceder a la promoción “2 Mezcla lista Brownies Chocolate Jumbo x 355g c/u”, eran informadas en la publicidad, debido a que, **lo único que debían hacer los consumidores para recibir 2 Jumbo Dots gratis, era comprar el código 16706** que correspondía a “2 Mezcla lista Brownies Chocolate Jumbo x 355g c/u”, como se indicaba en la pieza revisada.

En atención a lo apenas expuesto y teniendo en cuenta que **no obra prueba en el expediente de que se hayan exigido condiciones de modo adicionales** las informadas en la publicidad utilizada para ofrecer la promoción “2 Mezcla lista Brownies Chocolate Jumbo x 355g c/u”, distintas a la compra del código 16706, **este Despacho descarta** la presunta vulneración de la investigada a lo dispuesto en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, **en concordancia con lo señalado en el inciso ii)** del literal a) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo 2 del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia.

De manera que, el estudio de la imputación que nos ocupa, respecto de la información suministrada en la publicidad utilizada para dar a conocer la promoción “2 Mezcla lista Brownies Chocolate Jumbo x 355g c/u”, **tendrá en cuenta —únicamente— la posible transgresión a lo señalado en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo establecido en el inciso iii)** del literal a) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia.

Bajo tales consideraciones, aunque la investigada haya incluido en la publicidad utilizada para anunciar la promoción “2 Mezcla lista Brownies Chocolate Jumbo x 355g c/u”, un texto que indicaba “Ver vigencia de las ofertas, en la última página del catálogo”, **dicho texto no informaba las condiciones de tiempo para acceder al incentivo señalando la fecha exacta de inicio y fin del ofrecimiento**, como exige el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011 y el inciso iii) del literal a) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, y más bien le impuso la carga al consumidor de **consultar datos en espacios distintos a la pieza publicitaria para conocer las condiciones de tiempo** que aplicaban al ofrecimiento.

En conclusión, esta Dirección encuentra probado el incumplimiento por parte de la investigada, de lo dispuesto en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo ordenado en el inciso iii) del literal a) numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única expedida por esta Autoridad, debido a que, en la publicidad utilizada para dar a conocer la promoción “2 Mezcla lista Brownies Chocolate Jumbo x 355g c/u”, **no se informó la fecha de vigencia del incentivo**.

25.2.2.2. Estudio de los argumentos planteados por la investigada

Al respecto, la investigada señaló en sus escritos de defensa⁴⁹ que tal y como había indicado respecto de la publicidad utilizada para ofrecer la promoción de la “chocotera” analizada en el acápite anterior, la vigencia de la promoción “2 Mezcla lista Brownies Chocolate Jumbo x 355g c/u”, se encontraba en la página No. 235 de la versión digital del catálogo de ventas ciclo No. 13⁵⁰, y que dicha vigencia era del 23 de agosto al 8 de septiembre de 2022.

Igualmente manifestó que las **condiciones de modo** para acceder al beneficio se informaban en la misma publicidad; argumento que fue revisado en el numeral inmediatamente anterior y, por tanto, **resulta innecesario emitir un nuevo pronunciamiento sobre el particular**.

Dicho esto, sobre el argumento planteado por la investigada en torno a que la vigencia de la promoción “2 Mezcla lista Brownies Chocolate Jumbo x 355g c/u”, se informaba en la última página de la versión digital del catálogo de ventas ciclo No. 13, esta Dirección reitera lo señalado en el numeral inmediatamente anterior, en el sentido de

⁴⁹ Descargos, radicado No. 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024.

⁵⁰ Contenido en el enlace incorporado al documento radicado con el número 22-351033-5 del 26 de diciembre de 2022.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

indicar que, las últimas páginas del citado documento se ilustraron en las imágenes identificadas con los números 3 y 4 del presente acto administrativo y en las mismas **no se informaba la vigencia del incentivo**.

En otras palabras, más allá de lo pretendido por el sujeto pasivo con la inclusión de la frase “Ver vigencia de las ofertas, en la última página del catálogo”, lo cierto es que, las condiciones de tiempo para acceder al incentivo publicitado en la página No. 7 de la versión digital del catálogo de ventas ciclo No. 13, **no se informaban en la misma pieza publicitaria ni en la última página del documento referido, como se indicaba en el anuncio**.

Sumado a lo expuesto, este Despacho insiste en que, el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, exige a quien utilice publicidad para dar a conocer promociones y ofertas, que las condiciones de tiempo, modo, lugar y cualquier otro requisito para acceder al beneficio **se informe en la misma pieza publicitaria**; y dentro de la información mínima que debe incluir la publicidad con incentivos, se incluye **la indicación de la fecha exacta en que inicia y finaliza la oferta**, como dispone el inciso iii) del literal a) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia.

Así las cosas, aunque la investigada haya incluido en la pieza publicitaria utilizada para dar a conocer la promoción “2 Mezcla lista Brownies Chocolate Jumbo x 355g c/u”, un texto que indicaba “Ver vigencia de las ofertas, en la última página del catálogo”, **dicho texto no informaba las condiciones de tiempo para acceder al incentivo** en los términos dispuestos, tanto en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, como en el inciso iii) del literal a) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia.

Con ocasión a todo lo expuesto, el argumento de la investigada según el cual informaba la vigencia de la promoción publicitada en la página No. 7 de la versión digital del catálogo de ventas ciclo No. 13, en la última página de este, desconoce las normas que regulan la materia y no tiene facultad de prosperar, **por lo cual será descartado**.

25.2.3. Respecto de la promoción “Ofertas Imperdibles Hasta 45% dcto en las mejores marcas de cuidado personal ¡Aprovecha!”

25.2.3.1. Análisis del material probatorio

Este cargo se fundamentó en la visita administrativa realizada el 16 de agosto de 2023, a la página web de la investigada, en la cual se advirtió que el sujeto pasivo utilizaba piezas publicitarias ubicadas en la parte superior de la pantalla de inicio del sitio visitado, entre las cuales, la utilizada para dar a conocer la promoción “Ofertas Imperdibles Hasta 45% dcto en las mejores marcas de cuidado personal ¡Aprovecha!” , que se ilustra a continuación:

Imagen No. 13; tomada de la visita Administrativa Radicado No. 20-177872-8 del 17 de agosto de 2023 (Min: 06:36)



Así, al revisar la imagen antes incorporada se observa que incluye: **i)** información del porcentaje máximo de descuento que aplicaría a los productos ofertados (hasta 45% dcto), **ii)** imágenes que parecen ilustrar los bienes que se podrían adquirir con el

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

beneficio anunciado y el texto “en las mejores marcas de cuidado personal”, y **iii)** las leyendas: “ENVÍO GRATIS Por compras superiores a \$65.000” y “Aplican T&C. Válido para todo Colombia Ciclo 12. 04 al 24 de agosto, de 2023. Disponible en novaventa.com”.

Sobre el particular, resulta importante señalar que, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, las condiciones de tiempo, **modo**, lugar y **cualquier otro requisito** para acceder a las promociones y ofertas deben ser informadas en la publicidad utilizada para dar a conocer el beneficio, y según la Real Academia Española la palabra “Modo”, implica entre otras cosas, el procedimiento o conjunto de procedimientos para realizar una acción⁵¹.

En línea con lo expuesto, los incisos i) y ii) del literal a) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, exigen que la publicidad en la que se anuncien promociones, incluya la identificación **del producto o productos que se ofrece(n) indicando su cantidad y calidad**, e información de todos **los requisitos y condiciones para su entrega**, como por ejemplo si no es acumulable con otros incentivos, si se limita la cantidad por persona, etc.

Bajo tales consideraciones, resulta claro que el procedimiento establecido para acceder al incentivo ofrecido y el beneficio que recibirá el consumidor deben ser informados en la publicidad; por lo cual, al revisar el anuncio difundido en la página web del sujeto pasivo este Despacho evidencia que **carecía de información sobre** los productos a los que aplicaba la promoción, incluyendo su cantidad y calidad, pues incorporaba la imagen de **cinco artículos** y el texto “en las mejores marcas de cuidado personal”, lo cual impedía que el consumidor tuviera claro si **el descuento aplicaba únicamente a los productos ilustrados, así como su cantidad y calidad, o si aplicaba a bienes adicionales**.

De igual manera, la pauta **no señaló cuál era el porcentaje de descuento** que recibiría el consumidor porque el anuncio “Hasta 45%” daba a entender que los descuentos podían ir entre el 1% y el 45% sin aclarar de qué dependía la aplicación de uno u otro porcentaje.

Sumado a lo anterior, la pauta incluía la frase “Aplican T&C.”, **sin especificar cuáles eran esos términos y condiciones** que aplicaban a la promoción anunciada. En otras palabras, tal indicación daba a entender que habían condiciones adicionales, como por ejemplo si la oferta no era acumulable con otros incentivos, o si se limitaba la cantidad de productos que podía comprar cada consumidor, **que no eran informadas en la misma pieza de comunicación**.

Con ocasión a todo lo expuesto, este Despacho evidencia que la publicidad difundida por la investigada en su página web para dar a conocer la promoción “Ofertas Imperdibles Hasta 45% dcto en las mejores marcas de cuidado personal ¡Aprovecha!”, no incluyó la identificación de los bienes ofertados indicando su cantidad y calidad, el porcentaje de descuento que aplicaba a cada producto incluido en la promoción ni todas las condiciones necesarias para acceder al incentivo, como por ejemplo, si el beneficio podía acumularse con otros, o se limitaba la cantidad de unidades que podía comprar cada persona.

Sin embargo, pese a las omisiones evidenciadas en la publicidad revisada, esta Dirección repasó nuevamente el contenido completo de la visita administrativa realizada a la página web del sujeto pasivo el 16 de agosto de 2023, cuya duración fue de 7 minutos y 39 segundos, evidenciando que durante la diligencia **se navegó por la pestaña “Términos y condiciones actividades promocionales”** (minutos 2:00 a 2:32) ubicada en la parte inferior de la página web, en la cual se encontraba publicada la siguiente información:

“i) Términos & Condiciones cupón quincenazo – versión 15-08-2023-vigencia de la promoción: del 15 de agosto 2023 hasta 15 de agosto 2023.

⁵¹ Diccionario de la Real Academia Española. Tomado de: <https://www.rae.es/drae2001/modo>.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

- ii) Cupón reactivaciones pauta digital c12 – versión: 08-08-2023-Vigencia de la promoción: del 08 agosto 2023 hasta 24 agosto 2023.
- iii) Cupón quincenazo – Versión: 02-08-2023-Vigencia de la promoción: del 02 agosto 2023 hasta 02 de agosto 2023.
- iv) Cupón quincenazo – Versión: 30-07-2023- Vigencia Promoción: del 30 julio 2023 hasta 31 julio 2023.
- v) Novaventa te premia – Versión: 29-07-2023- Vigencia Promoción: del 29 julio 2023 hasta 01 de septiembre 2023.
- vi) Cupón reactivaciones c11 – Versión: 21-07-2023 - Vigencia promoción: del 21 julio 2023 hasta 03 de agosto 2023.
- vii) Cupón colaboradores Novaventa – Versión: 19-07-2023- Vigencia de la promoción: del 19 de julio 2023 hasta 03 de agosto 2023.
- viii) Cupón ganadores 100k – Versión: 18-07-2023 – Vigencia promoción: del 18 julio 2023 hasta 24 agosto 2023.
- ix) Cupón colaboradores grupo Nutresa – Versión: 01-07-2023 – Vigencia Promoción: del 18 julio 2023 hasta 24 de agosto 2023.
- x) Cupón tiendavirtual15 – Versión:27-06-2023 – Vigencia Promoción: del 27 junio 2023 hasta 16 julio 2023.
- xi) Cupón tienda virtual – Versión: 15-06-2023 – Vigencia promoción: del 15 junio 2023 hasta 25 junio 2023.
- xii) Cupón curso mi formación – Versión: 06-06-2023 – Vigencia Promoción: del 06 junio 2023 hasta 20 julio 2023.
- xiii) Vacaciones con tienda virtual – Versión: 25-04-2023 – Vigencia promoción: del 25 abril 2023 hasta 01 junio 2023.
- xiv) Actividad apple watch – Versión: 25-04-2023 – Vigencia Promoción: del 25 abril 2023 hasta 14 de mayo 2023.
- xv) Day son Nutresa – Versión: 14-04-2023 – Vigencia Promoción: del 14 de abril 2023 hasta 30 abril 2023.
- xvi) Cupón tienda virtual Novaventa – Versión: 19-01-2023 – Vigencia promoción: del 19 enero 2023 hasta 13 de marzo 2023”.

Lo anterior, como se ilustra en la secuencia de imágenes que se incorporan a continuación:

Imagen No. 14; tomada de la visita Administrativa radicada con el No. 20-177872-8 del 17 de agosto de 2023 (Min: 02:08)

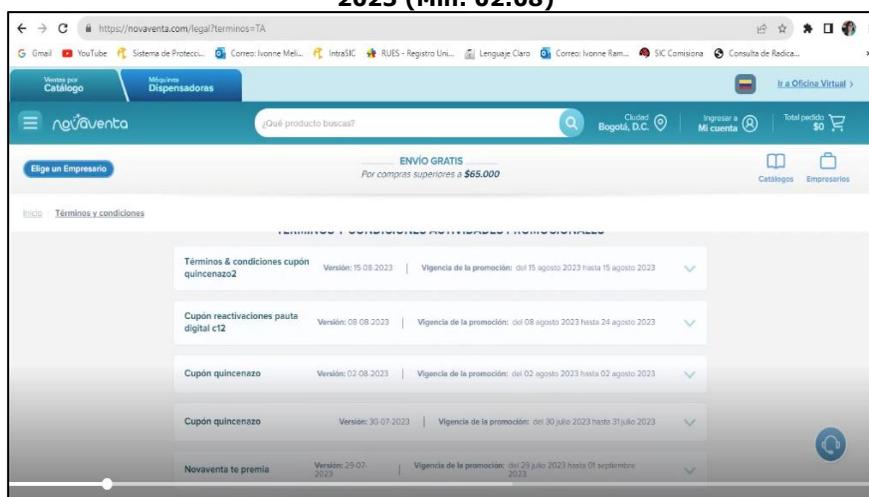


Imagen No. 15; tomada de la visita Administrativa radicada con el No. 20-177872-8 del 17 de agosto de 2023 (Min: 02:20)

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

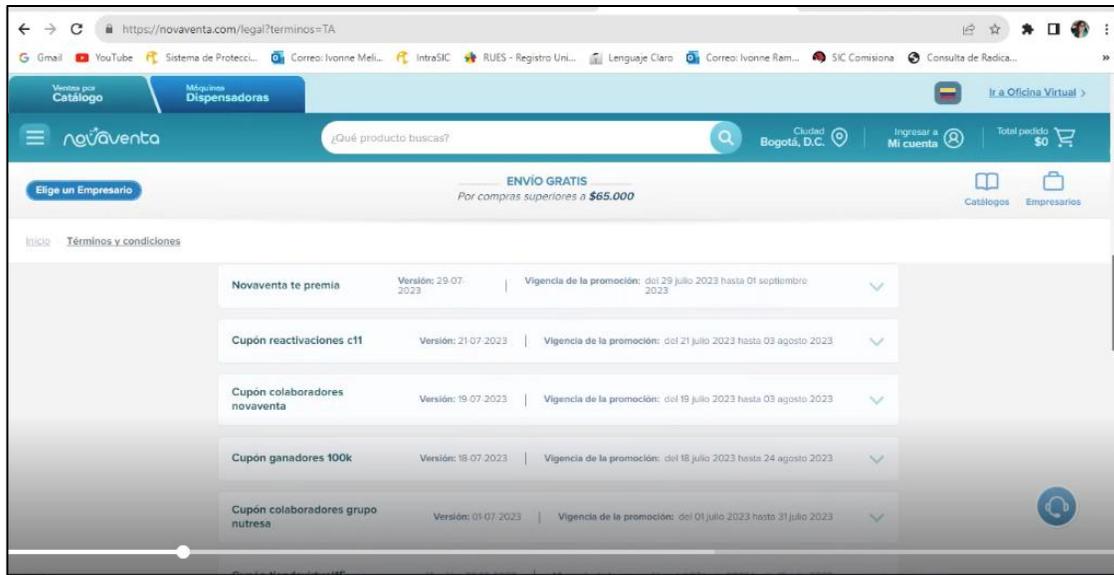


Imagen No. 16; tomada de la visita Administrativa radicada con el No. 20-177872-8 del 17 de agosto de 2023 (Min: 02:25)

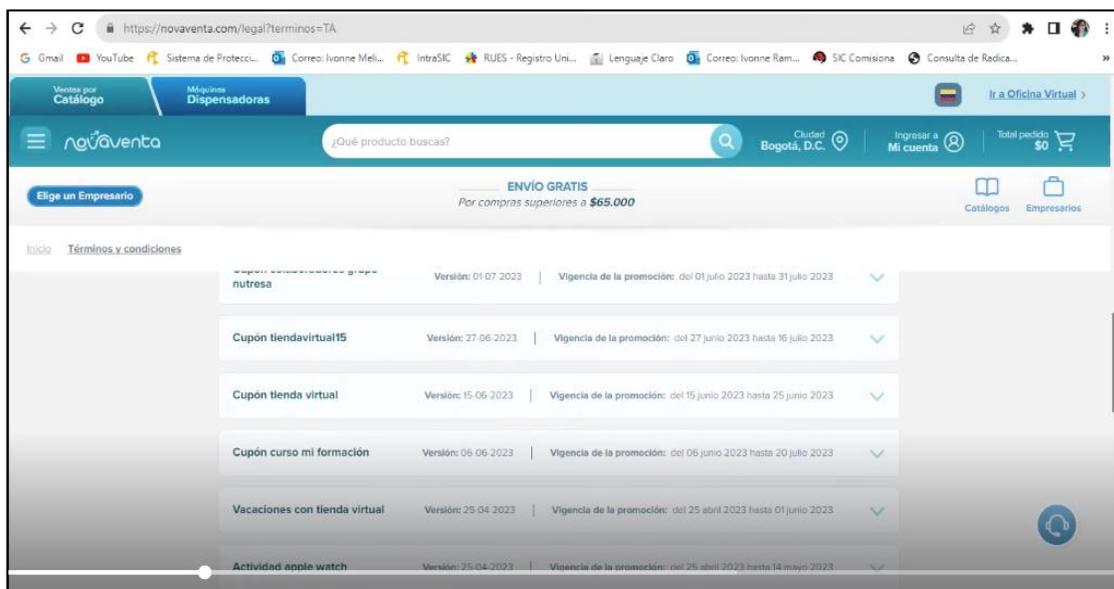
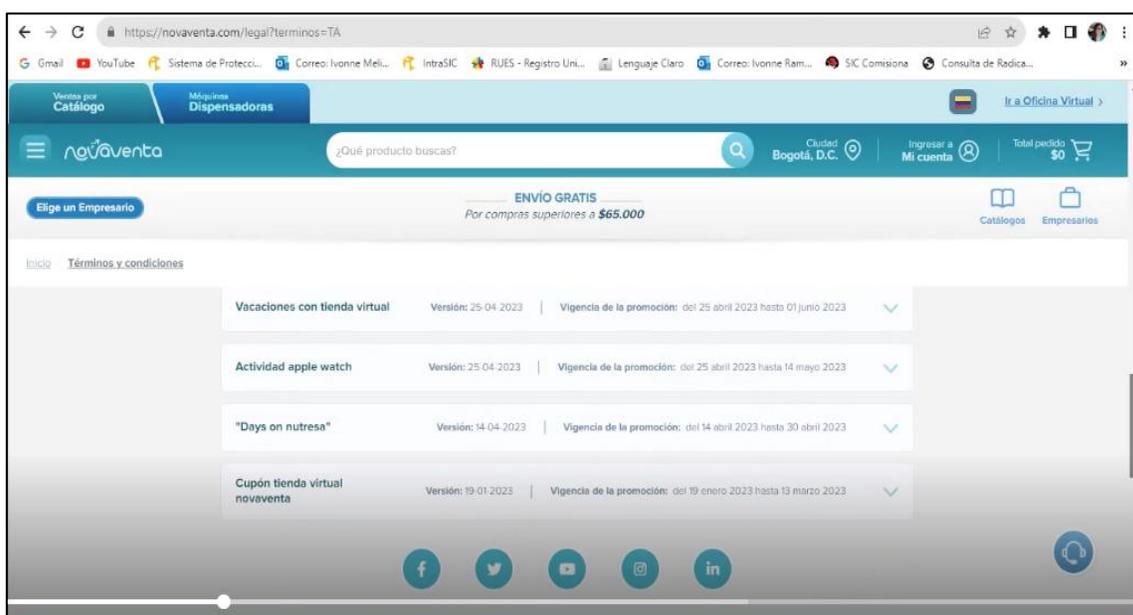


Imagen No. 17; tomada de la visita Administrativa radicada con el No. 20-177872-8 del 17 de agosto de 2023 (Min: 02:29)



Como se observa, después de concluir la navegación por la pestaña “Términos y condiciones actividades promocionales” no se encontró información relacionada con la promoción “Ofertas Imperdibles Hasta 45% dcto en las mejores marcas de cuidado personal ¡Aprovecha!”, pues, **ninguno de los vínculos incluidos en dicha pestaña hacía referencia a una oferta identificada como “Ciclo 12” o que estuviera vigente entre el 4 y el 24 de agosto de 2023**, como indicaba el texto incluido en

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

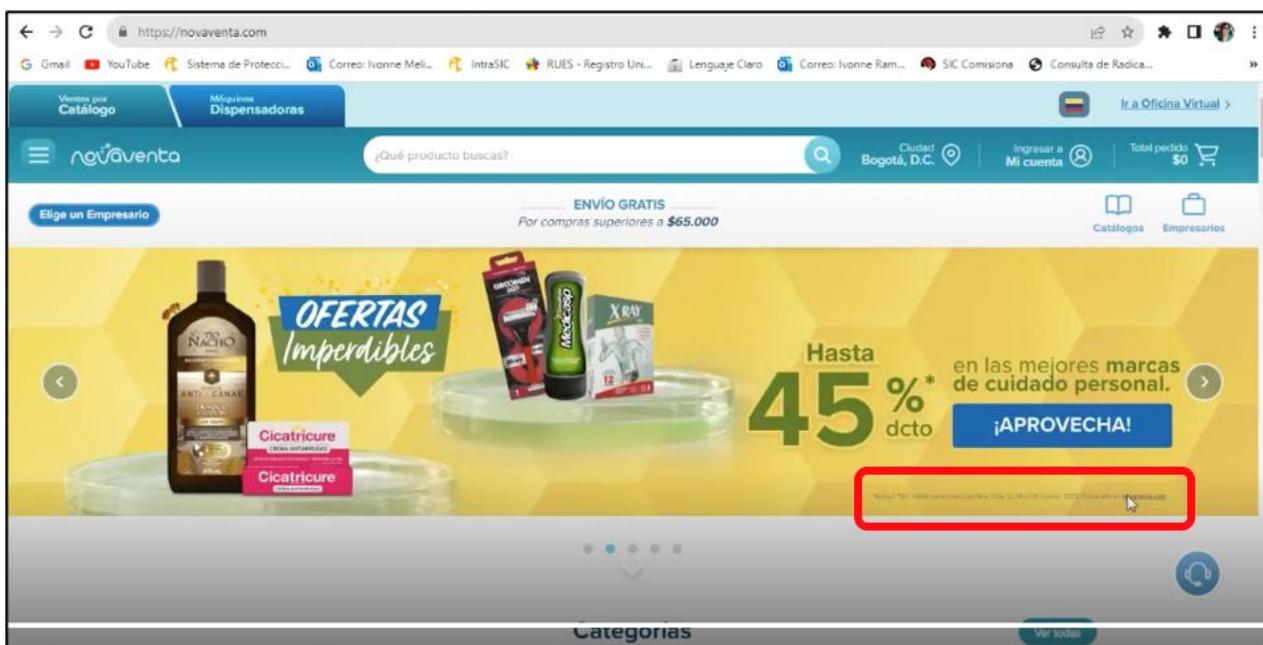
“Por la cual se decide una actuación administrativa”

la pieza publicitaria, en el cual se informaba: “Aplican T&C. Válido para todo Colombia Ciclo 12. 04 al 24 de agosto, de 2023. Disponible en novaventa.com”.

En suma, durante la visita administrativa, el funcionario que adelantó la diligencia intentó seleccionar el mensaje “Aplican T&C. Válido para todo Colombia Ciclo 12. 04 al 24 de agosto, de 2023. Disponible en novaventa.com”, incorporado en la publicidad utilizada por la investigada para dar a conocer la promoción “Ofertas Imperdibles Hasta 45% dcto en las mejores marcas de cuidado personal ¡Aprovecha!”, evidenciando que **dicho texto no correspondía a un enlace que concediera acceso a información adicional**.

Lo anterior, se ilustra en la captura de pantalla tomada de la diligencia antes citada, que se incorpora a continuación:

Imagen No. 18; tomada de la visita Administrativa radicada con el No. 20-177872-8 del 17 de agosto de 2023 (Min: 06:34)



En atención a todo lo expuesto, y con base en la revisión detallada del material probatorio en el cual se sustentó el cargo que nos ocupa, esta Dirección encuentra acreditado que la pieza publicitaria utilizada por la investigada para ofrecer la promoción “Ofertas Imperdibles Hasta 45% dcto en las mejores marcas de cuidado personal ¡Aprovecha!” **careció de información relevante para la comprensión del ofrecimiento**, como las condiciones de modo para acceder al beneficio, el descuento que podría obtener el consumidor y otros requisitos establecidos para recibir al incentivo.

Lo precedente debido a que: **i)** el anuncio no incluyó información de los productos que hacían parte de la promoción, especificando su cantidad y calidad; **ii)** no aclaró cuál era el porcentaje de descuento que recibiría el consumidor entre el 1% y el 45% anunciado; y porque **iii)** incorporó la frase “Aplican T&C.”, sin especificar cuáles eran esos términos y condiciones.

Por consiguiente, esta Dirección encuentra probado que la investigada vulneró lo dispuesto en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo señalado en los incisos i) y ii) del literal a) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia.

25.2.3.2. Estudio de los argumentos planteados por la investigada

Al respecto, la investigada señaló en sus escritos de defensa⁵² que en los banners publicitarios difundidos en su página web, incluía información sobre la vigencia de las promociones que ofrecía. Sin embargo, indicó que, en adelante, incluiría en dichas

⁵² Descargos, radicado No. 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024 y alegatos de conclusión radicado No. 20-177872-40 del 18 de junio de 2024.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

pautas las condiciones de tiempo, modo, cantidades disponibles y lugar; sumado a lo cual, incorporaría la misma información en el enlace “Términos y Condiciones Promocionales”, que hace parte de su sitio de comercio electrónico.

De igual manera, adujo⁵³ que había iniciado un proceso de comunicación entre las áreas encargadas de publicar las promociones con el fin de que cada parte involucrada conociera lo dispuesto en las normas que rigen la materia y afirmó que para la fecha en que remitió sus alegatos de conclusión, cumplía lo establecido en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, y en los incisos i), ii) y iii) del literal a) y el literal c) del numeral 2.1.2.1. del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Unica de esta Autoridad. Información que acompañó de dos (2) capturas de pantalla que dice haber tomado de su página web y en las cuales se evidencia una pieza publicitaria utilizada para dar a conocer una promoción difundida en la pantalla de inicio de dicho sitio, y la información de una oferta incluida en el espacio titulado “Términos y condiciones actividades promocionales”.

Con ocasión a los argumentos planteados por la investigada, este Despacho estima pertinente aclarar que lo reprochado en el cargo que nos ocupa **fue la ausencia de información relacionada con las condiciones de modo y otros requisitos establecidos para acceder a la promoción** “Ofertas Imperdibles Hasta 45% dcto en las mejores marcas de cuidado personal ¡Aprovecha!”, **no el término de vigencia** del ofrecimiento; razón por la cual, lo señalado por el sujeto pasivo sobre la indicación de la fecha de inicio y fin del incentivo, **es incapaz de librarla del juicio de responsabilidad.**

Ahora bien, sobre las medidas que dice haber adoptado después de iniciar el presente procedimiento administrativo sancionatorio, para que las áreas encargadas de publicar las promociones conocieran lo dispuesto en las normas que rigen la materia; de manera que, en las piezas publicitarias utilizadas para dar a conocer ofertas, además de indicar la vigencia del incentivo se incluyeran las condiciones de tiempo, modo, cantidades disponibles y lugar, y que dicha información se replicara en el enlace “Términos y Condiciones Promocionales”.

Este Despacho insiste en que, el reproche efectuado a la investigada tuvo que ver con la publicidad utilizada para difundir la promoción “Ofertas Imperdibles Hasta 45% dcto en las mejores marcas de cuidado personal ¡Aprovecha!”, y la información contenida en su página web para el 16 de agosto de 2023, fecha en que se realizó la visita administrativa; con lo cual, las medidas adoptadas con posterioridad a tal fecha resultan improcedentes frente al cargo que nos ocupa, como se estableció en el numeral **24.4** del presente acto administrativo y, por tanto, **el argumento planteado en este sentido será desestimado.**

Bajo tales consideraciones, después de revisar el material probatorio que sustentó el presente cargo, y evidenciando que no concurren causales eximentes de responsabilidad, para esta Dirección está acreditado que la investigada vulneró lo dispuesto en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo señalado en los incisos i) y ii) del literal a) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Unica de esta Superintendencia.

25.2.4. Respecto de la promoción “POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBON X 2 UNDS. PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORA \$6.500”

Sobre el particular y antes de realizar el estudio del juicio de responsabilidad frente a esta sub-imputación, resulta necesario precisar que, aunque al momento de formular el cargo que nos ocupa⁵⁴ se indicó una posible vulneración de lo dispuesto en los incisos i), ii) y iii) del literal a) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Unica de esta Superintendencia, en el marco de la promoción “POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBON X 2 UNDS.

⁵³ Alegatos de conclusión radicados con el número 20-177872-40 del 18 de junio de 2024. Pág. 3.

⁵⁴ Numeral 11.2.4. de la Resolución 2334 de 2024. Págs. 11 y 12.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORRA \$6.500.”, no se indicaron los hechos que fundamentaban tal reproche.

Por lo anterior, el cargo que nos ocupa se estudiará –únicamente– respecto del incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, **en concordancia con lo señalado en el literal c) del numeral 2.1.2.1** del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, y será sobre este que se adopte la decisión correspondiente.

25.2.4.1. Análisis del material probatorio

25.2.4.1.1. Documento radicado con el número 22-317610-5 del 02 de noviembre de 2022

Al revisar el documento referido, esta Dirección evidencia que la investigada informó sobre la promoción denominada “POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBON X 2 UNDS. PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORA \$6.500”, lo siguiente:

“(…)

1. Informar en qué consiste la promoción (en adelante, la Promoción) anunciada en la imagen 1, por medio de la cual ofreció lo siguiente: ‘POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBON X 2 UNDS. PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORRA \$6.500’.”

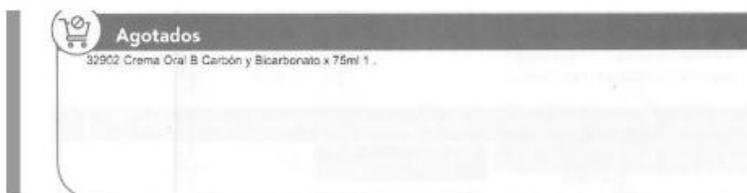
La promoción consistió en que si el Cliente solicitaba en su pedido **el código 16947 del ciclo 12**, podía adquirir, por un valor de \$36.750 pesos, los productos “Cepillo Oral B Pro Salud 7 Beneficios Carbón x 2 unds” y “Crema Oral B Carbón y Bicarbonato x 75 ml” (en adelante, los Productos) con un ahorro de \$6.500 pesos, toda vez que los Productos, en condiciones normales, tendrían un valor conjunto de \$43.250, tal y como se puede ver en la siguiente imagen
(…)

3. Allegar la totalidad de piezas publicitarias por medio de las cuales se ofreció la promoción, indicando la frecuencia, los medios a través de los cuales se anunció y última fecha de emisión de las mismas.

La Promoción **únicamente se ofreció para el ciclo 12 de 2022, esto es, entre el 4 de agosto de 2022 y el 22 de agosto de 2022, a través del catálogo físico y virtual de Novaventa.** La imagen de la pieza publicitaria se encuentra relacionada en el punto 1 de este acápite.

4. Indicar cuáles productos se encontraban incluidos en la promoción.

Los productos incluidos en la promoción eran “Cepillo Oral B Pro Salud 7 Beneficios Carbón x 2 unds” y “Crema Oral B Carbón y Bicarbonato x 75 ml”, sin embargo, el producto Crema Oral B Carbón y Bicarbonato x 75 ml se agotó. **Lo anterior fue informado a los Clientes a través de un documento comercial en el que se relacionan los productos solicitados y los agotados.** A continuación, se adjunta una imagen correspondiente a la sección de agotados de estos documentos y en los cuales se evidencia que Novaventa informó a los Clientes que la Crema Oral B Carbón y Bicarbonato x 75 ml estaba agotada (Anexo No.1)



(…)”. (Negrilla y subraya fuera de texto original)

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Sumado a lo anterior, en el escrito de respuesta revisado en el presente apartado, la investigada señaló⁵⁵ que **su modelo de negocio de ventas por catálogo** consistía en que, **un(a) vendedor(a), a quien internamente se le denominaba “Mamá Empresaria o Papá Empresario”** y que identifica como “los Clientes”, se vinculaba a Novaventa para ofrecer los productos contenidos en los catálogos de esta última a los consumidores, quienes adquirirían a través de ellos los artículos deseados, y con ocasión a esto afirma que dicha situación configuraba entre “los Clientes” y los consumidores una la relación de consumo.

En atención a lo apenas expuesto, este Despacho considera necesario señalar que la definición de proveedor o expendedor consignada en el Estatuto del Consumidor⁵⁶, incluye a quien de manera habitual ofrezca, suministre, distribuya o comercialice bienes y/o servicios, ya sea que lo haga de manera **directa o indirecta**.

Por consiguiente, como la relación de consumo surge entre el productor, proveedor o expendedor y el consumidor⁵⁷, resulta claro que la investigada hace parte de la relación de consumo que surge entre las personas que distribuyen sus productos (Novaempresarios) y los compradores de tales artículos, aun cuando no sea quien tiene interacción directa con los mismos.

Así las cosas, el argumento del sujeto pasivo según el cual la relación de consumo se configura entre quienes denomina “los Clientes” y los consumidores, como si tal interacción fuera ajena a su actividad económica **resulta infundado y no tiene facultad de prosperar**, pues como se viene explicando, la investigada es quien pone en el mercado los productos distribuidos por “los Clientes” y elabora los catálogos utilizados para ofrecerlos; razón por la cual, **ostenta la calidad de proveedora, hace parte de la relación de consumo y responde ante los consumidores de acuerdo con lo previsto en el artículo 2 de la Ley 1480 de 2011**.

En este entendido, y en tanto fue la investigada quien **publicó en el catálogo de ventas del ciclo No. 12, la promoción** denominada “POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBÓN X 2 UNDS. PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORA \$6.500”, mediante el anuncio que se reproduce en la siguiente imagen:

Imagen No. 19; tomada del documento radicado con el número 22-317610-5 del 02 de noviembre de 2022. Página 2



⁵⁵ Documento radicado con el número 22-317610-5 del 2 de noviembre de 2022. Pág. 1.

⁵⁶ Numeral 11 del artículo 5 de la Ley 1480 de 2011.

⁵⁷ Artículo 2 de la Ley 1480 de 2011.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

No obstante, cuando la “Crema Oral B Carbón y Bicarbonato x 75 ml” incluida en el incentivo se agotó, el sujeto pasivo decidió informar lo pertinente **mediante un documento comercial remitido a “los Clientes”** en el cual, según indica, se relacionaban los productos solicitados y los agotados⁵⁸.

En otras palabras, aunque la investigada dio a conocer la promoción “POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBON X 2 UNDS. PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORA \$6.500”, **en el catálogo de ventas del ciclo No. 12**, y que este era el **documento utilizado para ofrecer sus productos a los consumidores**, cuando uno de los artículos incluidos en la oferta se agotó, **decidió informar tal situación mediante un documento comercial** al que tenían acceso **únicamente** los denominados “Clientes o Novaempresarios”.

Sobre el particular, resulta necesario precisar que, de conformidad con lo señalado en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, **la revocatoria de una promoción debe darse a conocer por los mismos medios y con la misma intensidad en que se dio a conocer originalmente**. Y, de acuerdo con lo dispuesto en el literal c) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, si las existencias de uno o varios de los productos ofertados se agotan, **deberá suspenderse inmediatamente la promoción**.

Así las cosas, al revisar el documento radicado con el número 22-317610-5 del 02 de noviembre de 2022, este Despacho encuentra acreditado que uno de los productos incluidos en la promoción “POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBON X 2 UNDS. PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORA \$6.500”, se agotó antes de finalizar la vigencia de la oferta. Sin embargo, **la investigada no suspendió de manera inmediata la promoción**; y contrario a esto, informó tal situación únicamente a su canal de comercialización (Clientes o Novaempresarios), mediante un documento en el cual relacionaba los productos solicitados y los agotados.

25.2.4.1.2. Documento denominado “Anexo 4- Relación de PQRS Ciclo12 y Ciclo13”⁵⁹

En este orden de ideas, al revisar la información consignada en el archivo de Excel denominado “Anexo No. 4 – relación de PQR’S Ciclo 12 y Ciclo13”, que recoge las peticiones, quejas y reclamos recibidas por la investigada, entre otras cosas, con ocasión a la promoción “POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBON X 2 UNDS. PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORA \$6.500”, se evidencia que, tal documento incluye, entre otros datos, el nombre del cliente, ID del cliente, motivo de la queja, trámite dado a la misma, fecha de respuesta, medio de respuesta, estado del caso y ciclo.

Por consiguiente, para realizar un análisis detallado de las reclamaciones recibidas por el sujeto pasivo en relación con lo ofrecido en la promoción “POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBON X 2 UNDS. PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORA \$6.500”, este Despacho las trasladó a la siguiente tabla y emitirá un pronunciamiento respecto de lo evidenciando en cada caso, así:

TABLA NO. 4. PQR ´S POR NO ENTREGA DE PRODUCTO EN PROMOCIÓN				
No.	Fecha	Descripción	Tramite	Observaciones del Despacho
1	10/08/2022	Informa que no le llegó el producto: 32902 Crema Oral B Carbón y Bicarbonato x 75ml – 0, pero que en su factura aparece relacionado.	Se le indica que el producto aparece agotado y que por tanto no está cobrado en la factura, se le brinda el nuevo saldo.	Se evidencia un incumplimiento de lo ofrecido porque uno de los productos solicitados en el pedido no fue entregado.

⁵⁸ Documento radicado con el número 22-317610-5 del 2 de noviembre de 2022. Pág. 3.

⁵⁹ Radicado como anexo al documento de respuesta identificado con el consecutivo 22-317610-5 del 02 de noviembre de 2022.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

TABLA NO. 4. PQR'S POR NO ENTREGA DE PRODUCTO EN PROMOCIÓN				
No.	Fecha	Descripción	Tramite	Observaciones del Despacho
2	18/08/2022	Informa que tuvo novedades con su pedido. Producto: 32293 Cepillo Oral B Pro Salud 7 Beneficios Carbón x 2 unds - 1.	Se le aplica el descuento por los productos que le cobraron y no le llegaron.	Se evidencia un incumplimiento de lo ofrecido porque uno de los productos solicitados en el pedido no fue entregado y si facturado.
3	23/08/2022	Informa que tuvo novedades con su pedido. Producto: 32293 Cepillo Oral B Pro Salud 7 Beneficios Carbón x 2 unds 1. Lo facturado no es lo entregado.	Se le aplica el descuento por los productos que le cobraron y no le llegaron.	Se evidencia un incumplimiento de lo ofrecido porque uno de los productos solicitados en el pedido no fue entregado y si facturado.
4	26/08/2022	Informa que tuvo novedades con su pedido. 32293 Cepillo Oral B Pro Salud 7 Beneficios Carbón x 2 unds - 1, 26607 Cepillo Oral B Complete x 3 unds - 1. Lo facturado no es lo entregado.	Se le aplica el descuento por los productos que le cobraron y no le llegaron.	Se evidencia un incumplimiento de lo ofrecido porque uno de los productos solicitados en el pedido no fue entregado y si facturado.
5	31/08/2022	Informa que tuvo novedades con su pedido. Producto: 32293 Cepillo Oral B Pro Salud 7 Beneficios Carbón x 2 unds - cantidad 1. Lo facturado no es lo entregado.	Se le aplica el descuento por los productos que le cobraron y no le llegaron.	Se evidencia un incumplimiento de lo ofrecido porque uno de los productos solicitados en el pedido no fue entregado y si facturado.
6	6/09/2022	Reporta faltantes en su pedido. Producto: 32293 Cepillo Oral B Pro Salud 7 Beneficios Carbón x 2 unds - 1 Cantidad: 1.	Se le aplica el descuento por los productos que le cobraron y no le llegaron.	Se evidencia un incumplimiento de lo ofrecido porque uno de los productos solicitados en el pedido no fue entregado y si facturado.
7	09/09/2022	Informa que tuvo novedades con su pedido. Producto: 32293 Cepillo Oral B Pro Salud 7 Beneficios Carbón x 2 unds - 2.	Se le aplica el descuento por los productos que le cobraron y no le llegaron.	Se evidencia un incumplimiento de lo ofrecido porque uno de los productos solicitados en el pedido no fue entregado y si facturado.
8	14/09/2022	Informa que tuvo novedades con el pedido. Producto: 32293 Cepillo Oral B Pro Salud 7 Beneficios Carbón x 2 unds. Lo facturado no es lo entregado.	Se le aplica el descuento por los productos que le cobraron y no le llegaron.	Se evidencia un incumplimiento de lo ofrecido porque uno de los productos solicitados en el pedido no fue entregado y si facturado.
9	14/09/2022	Informa que tuvo novedades sobre su pedido. Producto: 32293 Cepillo Oral B Pro Salud 7 Beneficios Carbón x 2 unds - 1 y 28865 Cepillo Pro Doble Acción 1000 x 2 unds 1. Lo facturado no es lo entregado.	Se le aplica el descuento por los productos que le cobraron y no le llegaron.	Se evidencia un incumplimiento de lo ofrecido porque uno de los productos solicitados en el pedido no fue entregado y si facturado.
10	14/09/2022	Informa que tuvo novedades con su pedido. Producto: 32293 Cepillo Oral B Pro Salud 7 Beneficios Carbón x 2 unds - 1. Lo facturado no es lo entregado.	Se le aplica el descuento por los productos que le cobraron y no le llegaron.	Se evidencia un incumplimiento de lo ofrecido porque uno de los productos solicitados en el pedido no fue entregado y si facturado.
11	16/09/2022	Informa que tuvo novedades con su pedido. Producto: 32293 Cepillo Oral B Pro Salud 7 Beneficios Carbón x 2 unds - 1. Lo facturado no es lo entregado.	Se le aplica el descuento por los productos que le cobraron y no le llegaron.	Se evidencia un incumplimiento de lo ofrecido porque uno de los productos solicitados en el pedido no fue entregado y si facturado.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

TABLA NO. 4. PQR'S POR NO ENTREGA DE PRODUCTO EN PROMOCIÓN				
No.	Fecha	Descripción	Tramite	Observaciones del Despacho
12	19/09/2022	Informa que tuvo novedades con su pedido. Producto: 32293 Cepillo Oral B Pro Salud 7 Beneficios Carbón x 2 unds - cantidad 1. Lo facturado no es lo entregado.	Se le aplica el descuento por los productos que le cobraron y no le llegaron.	Se evidencia un incumplimiento de lo ofrecido porque uno de los productos solicitados en el pedido no fue entregado y si facturado.
13	21/09/2022	Informa que tuvo novedades con su pedido. Producto: 32293 Cepillo Oral B Pro Salud 7 Beneficios Carbón x 2 unds - 1 cantidad.	Se le aplica el descuento por los productos que le cobraron y no le llegaron.	Se evidencia un incumplimiento de lo ofrecido porque uno de los productos solicitados en el pedido no fue entregado y si facturado.
14	22/09/2022	Informa que tuvo novedades con su pedido. Producto: -32293 Cepillo Oral B Pro Salud 7 Beneficios Carbón x 2 unds. Lo facturado no es lo entregado.	Se le aplica el descuento por los productos que le cobraron y no le llegaron.	Se evidencia un incumplimiento de lo ofrecido porque uno de los productos solicitados en el pedido no fue entregado y si facturado.
15	24/09/2022	Informa que tuvo novedades con su pedido. Producto: 32293 Cepillo Oral B Pro Salud 7 Beneficios Carbón x 2 unds. Lo facturado no es lo entregado.	Se le aplica el descuento por los productos que le cobraron y no le llegaron.	Se evidencia un incumplimiento de lo ofrecido porque uno de los productos solicitados en el pedido no fue entregado y si facturado.
16	24/09/2022	Informa que tuvo novedades con su pedido. Producto: 32293 Cepillo Oral B Pro Salud 7 Beneficios Carbón x 2 unds. Lo facturado no es lo entregado.	Se le aplica el descuento por los productos que le cobraron y no le llegaron.	Se evidencia un incumplimiento de lo ofrecido porque uno de los productos solicitados en el pedido no fue entregado y si facturado.

Como se observa al revisar la información suministrada por el sujeto pasivo, **recibió dieciséis (16) quejas** por motivo de “lo facturado no es lo entregado”, en relación con los productos “Cepillo Oral B Pro Salud 7 Beneficios Carbón x 2 unds” o “Crema Oral B Carbón y Bicarbonato x 75 ml”, incluidos en la promoción “POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBON X 2 UNDS. PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORRA \$6.500.”; lo cual, evidencia un incumplimiento de lo ofrecido y confirma que cuando se agotó uno de los productos incluidos en el incentivo, la promoción no se suspendió de manera inmediata.

Bajo tales consideraciones, para este Despacho se encuentra acreditado que la investigada vulneró lo dispuesto en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo señalado en el literal c) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, por las siguientes razones:

1. **No suspendió la promoción** “POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBON X 2 UNDS. PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORRA \$6.500.”, **inmediatamente** después de conocer que uno de los productos incluidos en la misma se había agotado, dando a conocer dicha revocatoria por los mismos medios de difusión del ofrecimiento original.

2. **No cumplió lo ofrecido en la promoción** “POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBON X 2 UNDS. PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORRA \$6.500.”, a todos los consumidores que compraron los productos incluidos en la misma.

25.2.4.2. Estudio de los argumentos planteados por la investigada

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Al respecto se pronunció la investigada en su escrito de descargos⁶⁰ y afirmó que había comunicado los productos agotados en el marco de la promoción, sumado a lo cual, había adoptado las siguientes acciones correctivas:

1. No cobró la crema dental, y envió un cepillo de dientes con el precio comunicado en el incentivo.
2. La estrategia se comunicó en el catálogo y se informó un código diferente para esta, con el fin de que el usuario pudiera identificar en su factura la estrategia y el ahorro que obtenía con la adquisición de los productos en combo.
3. Aclaró la situación frente a los Novaempresarios que se comunicaron, explicándoles que solo se cobró el producto “cepillo dental 7 beneficios carbón x 2 unidades” que efectivamente se entregó, pero no la crema dental.

De igual manera indicó que todo lo anterior encontraba respaldo en los términos y condiciones para clientes que al momento de presentación de los descargos, se encontraban publicados en su página web, lo cual, acompañó de la siguiente imagen:

Imagen No. 20; tomada del documento de descargos. Radicado 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024.

Productos sustitutos y Agotados: Cuando un producto se agota, éste no estará disponible en la Tienda Virtual, para que no se puedan solicitar y así tengan claridad de qué les va a llegar en su pedido. Cuando se tiene un producto agotado, en ocasiones se le enviará al cliente de la Nova Empresa Digital un producto sustituto que supla o exceda las características del producto original agotado. En caso que el cliente no desee el producto sustituto, puede solicitar la devolución del mismo a través de los canales determinados.

Es posible que se presente un producto agotado en el momento de empaquetar el pedido, este caso este no le será cobrado al cliente y se procederá con la devolución del dinero.

Por otro lado, el sujeto pasivo informó las acciones adoptadas en relación con las promociones publicitadas tanto en la página web como en el catálogo digital, que corresponden a las siguientes:

1. A los Novaempresarios que no reciban el incentivo prometido por motivos de logística, materia prima o, en general, por cualquier causa ajena a la Compañía, no se les factura dicho producto o se les genera una nota de crédito por el mismo valor, todo esto en atención a los términos y condiciones que los clientes aceptan.
2. El sistema de pedidos está automatizado en gestión de agotados, y si se hace una compra de un código que corresponde a productos ofrecidos en combo y uno de ellos está agotado, el sistema no permitirá su facturación, por lo que no habrá despachos del producto individual, a menos que se pida con el código correspondiente.
3. En la Oficina Virtual, esto es, la plataforma indicada para que los Novaempresarios monten sus pedidos, rediman puntos, actualicen datos de contacto, etc., el sistema de pedidos está automatizado en la gestión de agotados, comunicando que un producto ofertado en el catálogo se encuentra agotado, en el evento en que aplique.

En atención a lo expuesto por la investigada, este Despacho reitera que, si bien informó que uno de los productos incluidos en la promoción “POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBON X 2 UNDS. PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORA \$6.500”, se encontraba agotado, lo hizo a través de un documento al que tenían acceso **únicamente los miembros de su**

⁶⁰ Radicado No. 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

cadena de comercialización (Clientes o Novaempresarios); de manera que, no suspendió la promoción de manera inmediata.

Así las cosas, como se aclaró en el presente acto administrativo, de conformidad con lo señalado en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, **la revocatoria de una promoción debe darse a conocer por los mismos medios y con la misma intensidad en que se dio a conocer originalmente.** Y, de acuerdo con lo dispuesto en el literal c) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, si las existencias de uno o varios de los productos ofertados se agotan antes de concluir la vigencia del incentivo, **deberá suspenderse inmeditamente la promoción.**

Por consiguiente, el medio utilizado por la investigada para dar a conocer que uno de los productos incluidos en la promoción “POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBON X 2 UNDS. PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORA \$6.500”, se había agotado, desconoció lo dispuesto en las normas previamente referidas, porque no garantizó la suspensión del incentivo como ordenan dichos mandatos; con lo cual, el argumento planteado en torno a la información que compartió con los miembros de la cadena de comercialización de sus productos resulta incapaz de librarla del juicio de responsabilidad.

En línea con lo anterior, aunque en los términos y condiciones publicados en la página web del sujeto pasivo, se informara que cuando un producto se agotaba no estaría disponible en la tienda virtual, **esto no garantizó que los consumidores a los que se ofrecían los productos por catálogo tuvieran conocimiento de tal situación;** con lo cual, resulta claro que dicho anuncio no suple la obligación de suspender inmediatamente las promociones afectadas con esta novedad, como disponen, tanto el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, como el literal c) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo 2 del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia. Razón por la cual, el argumento planteado en este sentido no tiene facultad de prosperar.

Ahora bien, sobre las medidas correctivas que dijo haber adoptado la investigada con ocasión a los incumplimientos que se presentaron en el marco de la promoción “POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBON X 2 UNDS. PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORA \$6.500”, para reintegrar el valor cobrado por el artículo que se agotó y entregar el producto adicional con el descuento anunciado, hacen parte de la obligación que tiene en el marco de la garantía legal; pero de ninguna manera suplen el incumplimiento del deber de suspender la promoción una vez se enteró de la falta de unidades disponibles.

Lo mismo pasa con las medidas que dice haber adoptado para mitigar el riesgo de que se generen pedidos de productos agotados, pues lo cierto es que en el marco de la promoción “POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBON X 2 UNDS. PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORA \$6.500”, se facturaron pedidos después de que uno de los productos incluidos en el incentivo se agotó.

Por lo expuesto, este Despacho insiste en que, el reproche efectuado al sujeto pasivo tuvo que ver con la promoción “POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBON X 2 UNDS. PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORA \$6.500”, y los incumplimientos que se presentaron en el marco de la misma; de manera que, las medidas adoptadas con posterioridad a dicho ofrecimiento y a que se agotaran los productos incluidos en la promoción, resultan incapaces de librarlo de responsabilidad y, por tanto, **los argumentos planteados en este sentido serán desestimados.**

Así las cosas, después de revisar el material probatorio que sustentó el cargo que nos ocupa y evidenciando que no concurre una causal eximente de responsabilidad, esta Dirección encuentra probado el incumplimiento por parte de la investigada, de lo dispuesto en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo ordenado en el literal c) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única expedida por esta Autoridad.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

25.2.6. Conclusiones frente a la Imputación N° 2

Frente a la responsabilidad de la investigada, por los cargos formulados en el marco de la imputación que nos ocupa, este Despacho concluye lo siguiente:

- i. Respecto de las promociones “Chocotera Bronce Edición Especial Amor y Amistad”, y “Chocotera + GRATIS + Chocolista Chocolate x 200g y Chocolate Corona x 250g”⁶¹, se encuentra probado el incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo ordenado en el inciso iii) del literal a) numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única expedida por esta Autoridad.
- ii. Sobre la publicidad utilizada para ofrecer la promoción “GRATIS 2 Jumbo Dots por la compra del código 16706”⁶², se encuentra probado el incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo ordenado en el inciso iii) del literal a) numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única expedida por esta Autoridad.

Sin embargo, este Despacho no encuentra probado el incumplimiento de lo señalado en el inciso ii) del literal a) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, reproche que será desestimado.

- iii. En cuanto a la promoción “Ofertas Imperdibles Hasta 45% dcto en las mejores marcas de cuidado personal ¡Aprovecha!”, se encuentra probado el incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo señalado en los incisos i) y ii) del literal a) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia.
- iv. Respecto de la promoción “POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBON X 2 UNDS. PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORA \$6.500”, se encuentra acreditado el incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo señalado en el literal c) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia.

Pero, este Despacho no encontró probada la vulneración de lo dispuesto en los incisos i), ii) y iii) del literal a) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, reproche que será desestimado.

Por lo anterior, esta Dirección procederá a imponer la sanción administrativa a que haya lugar, de conformidad con lo señalado en el artículo 61 de la Ley 1480 de 2011.

25.3. Frente a la presunta infracción a lo dispuesto en los literales a), b), g) y en el parágrafo del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo señalado en los numerales 1 y 2 del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015 –Imputación N° 3–

En este cargo, se imputó una presunta responsabilidad a la investigada, por considerar que con su actuación podría haber vulnerado lo previsto en los literales a), b), g)⁶³ y en el parágrafo del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo establecido en los numerales 1 y 2 del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto 1074 de 2015, debido a que, al parecer, no informó en su página web, en todo momento, ni de manera clara y accesible, su número de identificación tributaria (NIT), su dirección de notificación judicial ni su teléfono, tampoco informó sobre las características esenciales del “Muñeco decorativo con figuras móviles” y la “Cobija sueños de navidad”; porque

⁶¹ Publicidad remitida por la investigada con el documento radicado bajo el número 22-351033-5 del 26 de diciembre de 2022.

⁶² Ídem.

⁶³ Modificado por la Ley 2439 de 2024. El texto imputado fue el consignado en la norma antes de la modificación referida.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

no contaba con un mecanismo que permitiera hacer seguimiento a las PQR'S y no disponía de un enlace que le permitiera al consumidor ingresar a la página de la autoridad de protección al consumidor de Colombia.

Teniendo en cuenta lo anterior, este Despacho procederá a realizar un estudio de la imputación frente a la conducta de la investigada, los argumentos planteados y las pruebas que obran en el expediente, pues resulta indispensable para esta Dirección, en aras de dar una adecuada protección de los derechos de los consumidores, establecer si se vulneró o no la mencionada normatividad.

Sobre el particular, esta Dirección considera oportuno traer a colación lo dispuesto en el artículo 49 de la Ley 1480 de 2011, que establece la definición de comercio electrónico, en los siguientes términos:

“ARTÍCULO 49. Sin perjuicio de lo establecido en el literal b) del artículo 2o de la Ley 527 de 1999, se entenderá por comercio electrónico la realización de actos, negocios u operaciones mercantiles concertados a través del intercambio de mensajes de datos telemáticamente cursados entre proveedores y los consumidores para la comercialización de productos y servicios”.

Por lo expuesto, resulta claro que, si un proveedor realiza negocios, actos u operaciones para comercializar sus productos mediante el uso de herramientas como internet, por ejemplo: a través de una página web, utilizando sus cuentas de redes sociales, u otros medios digitales, dicho proveedor estará ejerciendo comercio electrónico y, en consecuencia, debe acatar lo dispuesto en el Capítulo VI del Estatuto del Consumidor.

Así las cosas, debe precisarse que, el artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, establece entre las obligaciones que deben cumplir los proveedores o expendedores en comercio electrónico, las siguientes:

- i. Informar en todo momento de forma cierta, suficiente, clara, accesible y actualizada su identidad especificando su nombre o razón social, Número de Identificación Tributaria (NIT), dirección de notificación judicial, teléfono, correo electrónico y demás datos de contacto.
- ii. Suministrar en todo momento información cierta, fidedigna, suficiente, clara y actualizada respecto de los productos y/o servicios que ofrezca, especialmente, sus características y propiedades tales como: el tamaño, el peso, la medida, el material del que está fabricado, su naturaleza, el origen, el modo de fabricación, los usos, la calidad, la idoneidad, o cualquier otro factor pertinente, independientemente que se acompañe de imágenes, de tal forma que el consumidor pueda hacerse una representación lo más aproximada a la realidad del producto.
- iii. Disponer en el mismo medio en que realiza comercio electrónico, de mecanismos para que el consumidor pueda radicar sus peticiones, quejas o reclamos, de tal forma que le quede constancia de la fecha y hora de la radicación, incluyendo un mecanismo para su posterior seguimiento.
- iv. Establecer en el medio de comercio electrónico utilizado, un enlace visible, fácilmente identificable, que le permita al consumidor ingresar a la página de la autoridad de protección al consumidor de Colombia”

En línea con lo anterior, el artículo 2.2.2.37.8 del Decreto 1074 de 2015, enlista la información previa que el vendedor debe suministrar al consumidor en las transacciones de ventas a través de métodos no tradicionales o a distancia, como en comercio electrónico, entre la cual se encuentra: i) su identidad e información de contacto, ii) las características esenciales del bien o servicio ofrecido y iii) la disponibilidad del producto.

En atención a lo dispuesto en las precitadas normas, esta Dirección realizó una visita

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

administrativa a la página web de la investigada el 15 de noviembre de 2022⁶⁴ evidenciando que, al parecer, el sujeto pasivo no suministraba información relacionada con: i) su identidad, especificando Número de Identificación Tributaria (NIT), dirección de notificación judicial y teléfono; ii) las características esenciales de los productos “Muñeco decorativo con figuras móviles” y “Cobija sueños de navidad”, tales como: el tamaño, la medida, el material del que están fabricados, el origen, el modo de fabricación o cualquier otro factor pertinente; y que iii) no disponía de un enlace que permitiera al consumidor ingresar a la página de la autoridad de protección al consumidor.

Por otro lado, este Despacho adelantó una nueva visita administrativa a la página web del sujeto pasivo el 16 de agosto de 2023⁶⁵, y en esta observó que incluía en su canal de comercio electrónico un formulario denominado “Escríbenos un mensaje” a través del cual presuntamente se podían presentar peticiones, quejas y reclamos, pero al parecer, dicho mecanismo no permitía al consumidor realizar seguimiento a su reclamación.

En atención a lo apenas expuesto, este Despacho inició la investigación administrativa que nos ocupa, después de revisar la información suministrada por la investigada en su página web, debido a que, al parecer, estaría incumpliendo las siguientes obligaciones como proveedor en comercio electrónico:

- i. Informar en todo momento de forma cierta, suficiente, clara, accesible y actualizada su identidad especificando su nombre o razón social, Número de Identificación Tributaria (NIT), dirección de notificación judicial, teléfono, correo electrónico y demás datos de contacto.
- ii. Suministrar en todo momento información cierta, fidedigna, suficiente, clara y actualizada respecto de los productos y/o servicios que ofrezca, especialmente, sus características y propiedades tales como: el tamaño, el peso, la medida, el material del que está fabricado, su naturaleza, el origen, el modo de fabricación, los usos, la calidad, la idoneidad, o cualquier otro factor pertinente, independientemente que se acompañe de imágenes, de tal forma que el consumidor pueda hacerse una representación lo más aproximada a la realidad del producto.
- iii. Disponer en el mismo medio en que realiza comercio electrónico, de mecanismos para que el consumidor pueda radicar sus peticiones, quejas o reclamos, de tal forma que le quede constancia de la fecha y hora de la radicación, incluyendo un mecanismo para su posterior seguimiento.
- iv. Establecer en el medio de comercio electrónico utilizado, un enlace visible, fácilmente identificable, que le permita al consumidor ingresar a la página de la autoridad de protección al consumidor de Colombia.

Por lo anterior, se revisará el material probatorio incorporado al sumario y relacionado con los hechos que soportaron la presente imputación y los argumentos expuestos sobre el particular por el sujeto pasivo, en numerales separados de acuerdo a cada cargo formulado, para adoptar la decisión que en derecho corresponda, como se expone a continuación:

25.3.1. Frente a la obligación de informar en todo momento de forma cierta, suficiente, clara, accesible y actualizada su identidad especificando su nombre o razón social, Número de Identificación Tributaria (NIT), dirección de notificación judicial, teléfono, correo electrónico y demás datos de contacto

25.3.1.1. Análisis del material probatorio

En el marco de la visita administrativa realizada por esta Dirección el 15 de noviembre

⁶⁴ Radicado 20-177872-6 del 16 de noviembre de 2022.

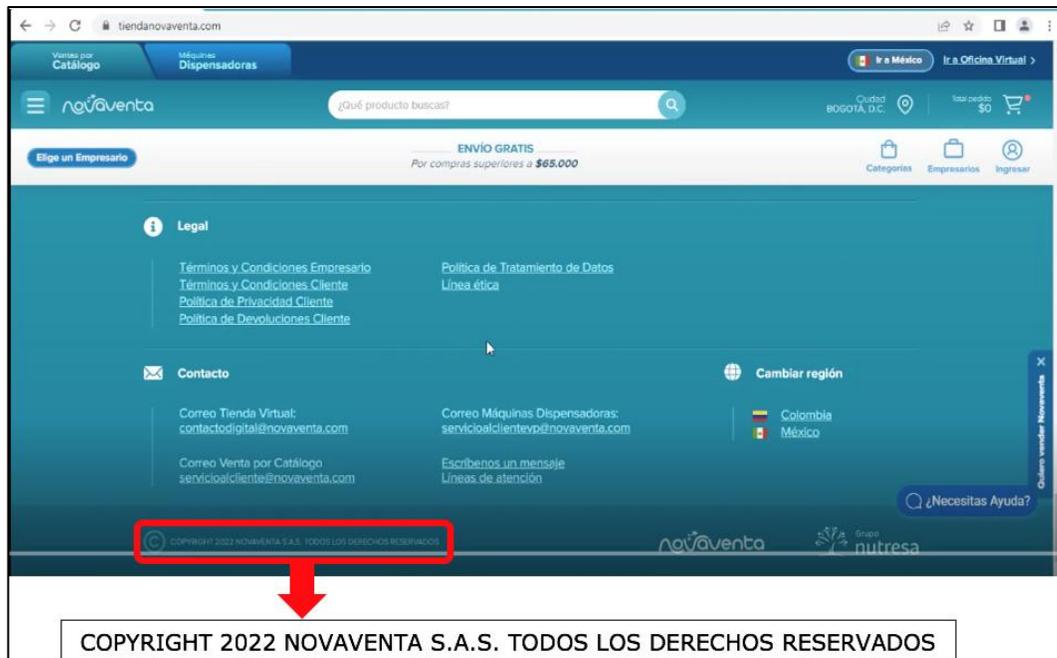
⁶⁵ Radicado No. 20-177872-8 del 17 de agosto de 2023.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

de 2022, a la página web de la investigada⁶⁶, se navegó por dicho canal de comercio electrónico, se hizo un recorrido por la pantalla de inicio hasta la parte final en la que se encontraban los enlaces e información que se observa en la siguiente imagen:

Imagen N° 21; tomada de la visita administrativa radicada con el N° 20-177872-6 del 16 de noviembre de 2022. (Minuto: 1:41)



Ahora bien, al revisar la información suministrada para el momento de la vista en la parte inferior de la pantalla de inicio de la página web del sujeto pasivo, se observan enlaces para acceder a los términos y condiciones, a las políticas de privacidad, devoluciones y tratamiento de datos; así como, los correos electrónicos de la tienda virtual, la venta por catálogo y las máquinas dispensadoras, las líneas de atención y un espacio denominado “Escríbenos un mensaje”; por último se incluía el texto “COPYRIGHT 2022 NOVAVENTA S.A.S. TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS”.

De igual manera, este Despacho evidenció que durante la visita administrativa se navegó por cada una de las pestañas dispuestas en la página web de la investigada, incluyendo, entre otros espacios, las pestañas: “Términos y condiciones Clientes”, “Términos y condiciones Empresario”, “Política de privacidad”, “Políticas de devoluciones”, “Política de tratamiento de datos”, “necesitas ayuda”, “Preguntas frecuentes”, “¿Qué son los puntos CEN?”, y “Contáctanos”.

En desarrollo de la revisión antes citada, esta Dirección advirtió que en la pestaña denominada “Políticas de privacidad”, el sujeto pasivo se identificaba informando su razón social, número de identificación tributaria (NIT), teléfono y dirección de notificación, tal como se muestra en la captura de pantalla que se incorpora a continuación:

Imagen N° 22; tomada de la visita administrativa radicada con el N° 20-177872-6 del 16 de noviembre de 2022. (Minuto: 10:38)



⁶⁶ Radicada con el N° 20-177872-6 del 16 de noviembre de 2022.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

No obstante lo anterior, resulta importante mencionar que, el literal a) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, exige que quienes venden productos por comercio electrónico se identifiquen dentro de dicho canal con su nombre o razón social, número de identificación y datos de contacto, información que **debe suministrarse en todo momento, de forma cierta, fidedigna, suficiente, clara, accesible y actualizada.**

De igual manera, el artículo 2.2.2.37.8 del Decreto 1074 de 2015, en el cual se establece **la información previa** que el vendedor debe suministrar al consumidor en las ventas no tradicionales o a distancia como el comercio electrónico, incluye en el numeral 1 **la obligación de informar su identidad y datos de contacto.**

Así las cosas, el hecho de que el sujeto pasivo haya informado su número de identificación tributaria (NIT), teléfono y dirección de notificación judicial **en la pestaña denominada “Políticas de privacidad”,** no cumple con el criterio de disponibilidad, **requisito que se desprende de la interpretación** del literal a) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, esto es, que la información se encuentre durante toda la navegación y sea **accesible para los consumidores, aun cuando estos no consulten alguna de las pestañas o ingresen a los enlaces incluidos en la página web.**

En conclusión, si bien la razón social y el correo electrónico del sujeto pasivo se informaban en la pantalla de inicio de la página web visitada y cualquier consumidor podía conocerlos sin necesidad de consultar alguna pestaña o ingresar a los enlaces publicados en dicho canal, tal información no se acompañó del número de identificación tributaria (NIT), ni de la dirección de notificación judicial y el teléfono; de manera que, **la identidad del sujeto pasivo no fue clara ni suficiente porque carecía de datos relevantes como los previamente señalados.**

Bajo tales consideraciones, después de revisar el material probatorio que sustentó el cargo que nos ocupa, este Despacho encuentra acreditado que la investigada incumplió la obligación consignada en el literal a) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo señalado en el numeral 1 del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015.

25.3.1.2. Estudio de los argumentos planteados por la investigada

Al respecto, se pronunció el sujeto pasivo en sus escritos de defensa⁶⁷, señalando de manera previa, que su página web permitía la adquisición de diferentes productos tanto para los “Novaempresarios” como para los consumidores, y que estos últimos podían realizar compras eligiendo voluntariamente si comprar en la tienda virtual de su Novaempresario de confianza, o si dejar que el sitio les asignara uno de manera aleatoria.

Sobre el particular, este Despacho reitera que, más allá del modelo de negocio que la investigada decidió establecer para poner sus productos en el mercado, lo cierto es que, actúa como proveedora y expendedora, hace parte de la relación de consumo y responde por la información publicada en su canal de comercio electrónico.

Sumado a lo anterior, el sujeto pasivo adujo que se encontraba debidamente identificado en los términos y condiciones de uso del sitio visitado, dirigidos a los consumidores.

Asimismo, con respecto a los números telefónicos manifestó que se encontraban en una pestaña denominada “Líneas de atención” en donde se informaban las diferentes opciones que tenían los usuarios para comunicarse con la investigada, y como soporte de lo afirmado, trajo a colación las siguientes imágenes:

⁶⁷ Descargos radicados con el No. 20177872-24 del 15 de marzo de 2024 y Alegatos de conclusión radicado No. 20-177872-40 del 18 de junio de 2024.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Imagen N° 23; tomada de los descargos radicados con el No. 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024.
Página 11

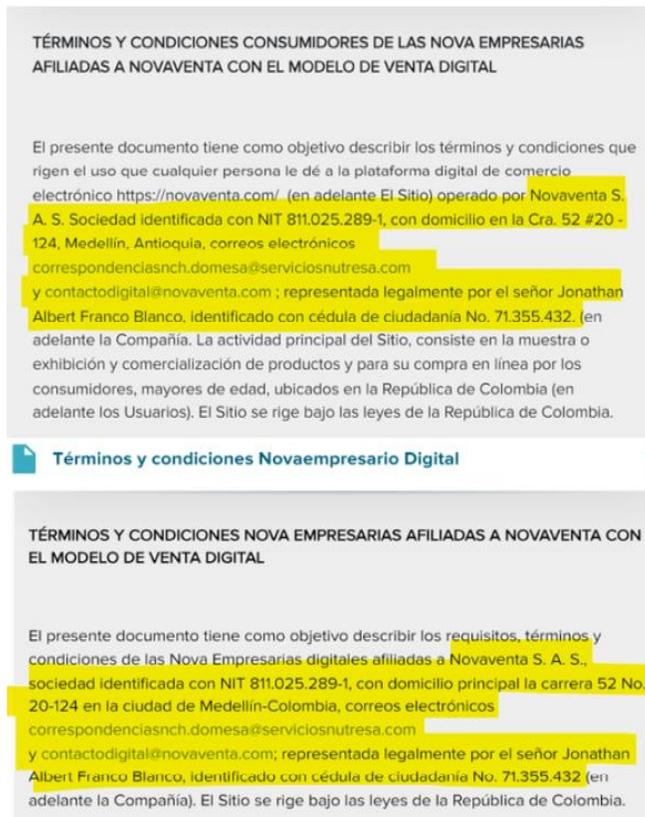
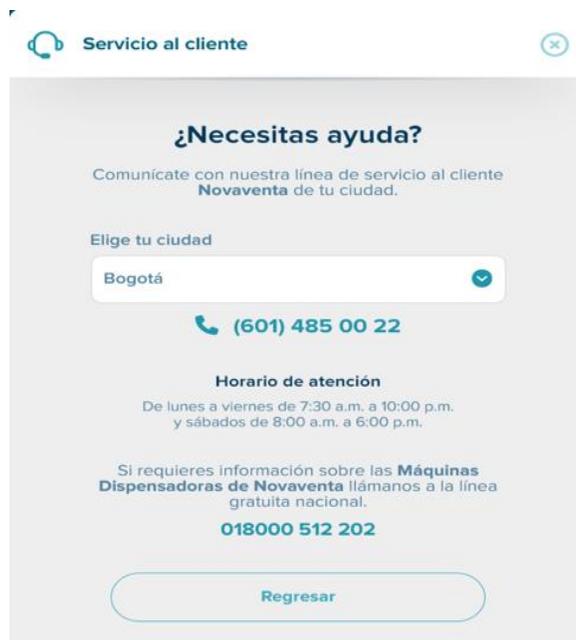


Imagen N° 24; tomada de los descargos radicados con el No. 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024.
Página 12



En atención a lo expuesto por el sujeto pasivo, este Despacho reitera que, lo exigido en el literal a) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, es que quienes venden productos por comercio electrónico se identifiquen dentro de dicho canal con su nombre o razón social, número de identificación, dirección de notificación, teléfono y correo electrónico, y que dicha información **debe suministrarse en todo momento**; de manera que, los datos incluidos en la pestaña “Términos y condiciones novaempresario digital”, no cumplen con la **disponibilidad** porque no están visibles durante la navegación, y contrario a esto, para conocerlos se debe acceder a un espacio que **no permanece a la vista del consumidor**.

Bajo tales consideraciones, el argumento del sujeto pasivo para suponer que cumplía con la obligación de informar su identidad con los datos que dice haber incluido en la pestaña “Términos y condiciones novaempresario digital”, **carece de fundamento**, pues como se explicó dicha información debía estar disponible en todo momento para que el consumidor la conociera antes de concluir la compra, lo cual, no sucede con los

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

datos incorporados al enlace referido. Razón por la cual, **este argumento es incapaz de librar a la investigada de responsabilidad y será descartado.**

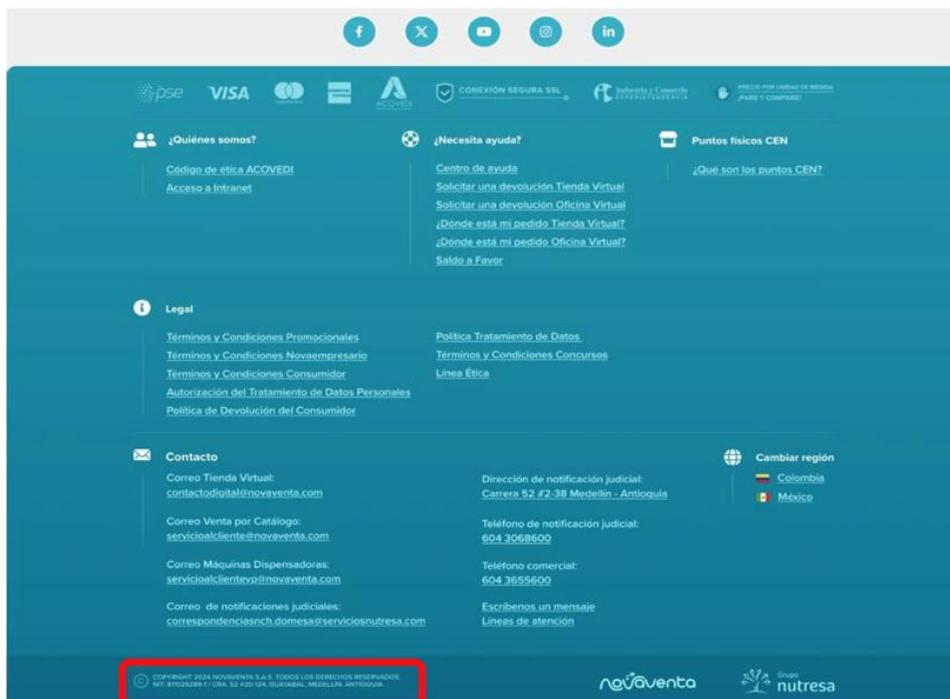
En la misma línea, aunque los números de teléfono que tenía disponibles el sujeto pasivo hubieran sido informados en la pestaña “Líneas de atención”, tal información **no estaba disponible en todo momento** como exigen las normas imputadas; sumado a lo cual, no se acompañaba de la razón social del sujeto pasivo, su número de identificación tributaria (NIT), ni su dirección de notificación; de manera que, **tampoco era clara ni suficiente**, con lo cual, **dicho argumento desconoce las normas que regulan la materia y no tiene facultad de prosperar.**

Por último, la investigada manifestó que había reacomodado la información que la identifica en un espacio dentro de su página web que fuera más visible para sus usuarios e hizo una breve reseña de los cambios realizados para la fecha de presentación de sus descargos, indicando que en la sección denominada “Legal” había ajustado algunos de los términos para que estuvieran acorde a lo estipulado en la ley.

También, que en la pantalla de inicio de su página web había adicionado algunos datos de notificación y contacto con el fin de darles mayor visibilidad, como: su razón social, teléfono comercial, dirección de notificación judicial, correo electrónico de notificación judicial y teléfono de notificación judicial.

Argumento que acreditó con la siguiente imagen:

Imagen N° 25; tomada de los descargos radicados con el No. 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024. Página 12



Al respecto, esta Dirección debe poner de presente que el hecho de ajustar la información suministrada a los consumidores en su página web con posterioridad al inicio de la investigación que nos ocupa, desconoce las condiciones de tiempo en las que se basó la presente imputación, pues, el reproche efectuado tuvo en cuenta lo evidenciado **durante el 15 de noviembre de 2022**, fecha en que se adelantó una visita a su página web, advirtiendo que **no informaba en todo momento y de manera clara y suficiente sus datos de identidad**; razón por la cual, las medidas adoptadas con posterioridad a dicha fecha **resultan improcedentes y, por tanto, el argumento planteado en este sentido será desestimado.**

Finalmente, sobre la afirmación realizada por el sujeto pasivo en sus alegatos de conclusión⁶⁸, según la cual, se encuentra debidamente identificada tal y como se acreditó en los descargos y como se evidencia en la imagen antes incorporada, esta Dirección destaca que, como se evidencia en la **imagen No. 21** del presente acto

⁶⁸ Radicados con el número 20-177872-40 del 18 de junio de 2024. Pág. 3.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

administrativo y en el video que recoge el desarrollo de la visita que sustentó este cargo, **para el 15 de noviembre de 2022, dicha información no estaba publicada en la pantalla de inicio de su sitio web**; de manera que, tal afirmación resulta descontextualizada y es incapaz de librarla del juicio de responsabilidad por los hechos imputados.

Así las cosas, esta Dirección encuentra probada la infracción por parte de la investigada, a lo dispuesto en el literal a) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo señalado en el numeral 1 del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015.

25.3.2. Frente a la obligación de informar las propiedades de los productos ofrecidos en comercio electrónico, tales como: el tamaño, la medida, el material del que están fabricados, el origen, el modo de fabricación o cualquier otro factor pertinente, para que el consumidor pueda hacerse una representación lo más aproximada a la realidad del producto

25.3.2.1. Análisis del material probatorio

También, durante la visita administrativa realizada por esta Dirección el 15 de noviembre de 2022, a la página web de la investigada⁶⁹, se realizó un ejercicio de simulación de compra en el cual se consultó la información suministrada sobre los productos "Muñeco decorativo con figuras móviles" y "Cobija sueños de navidad", como se ilustra en las siguientes imágenes:

Imagen N° 26; tomada de la visita administrativa radicada con el N° 20-177872-6 del 16 de noviembre de 2022. (Minuto: 16:51)

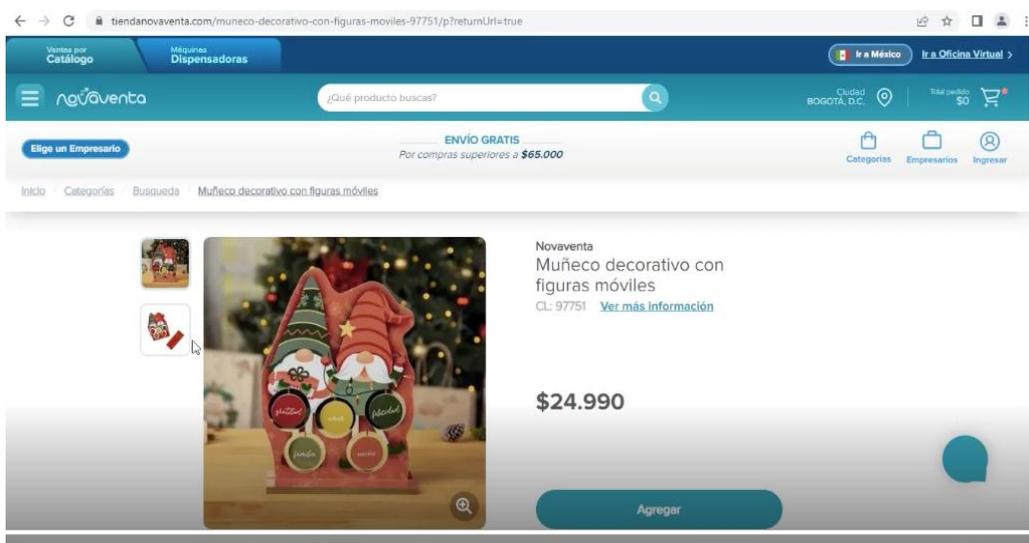
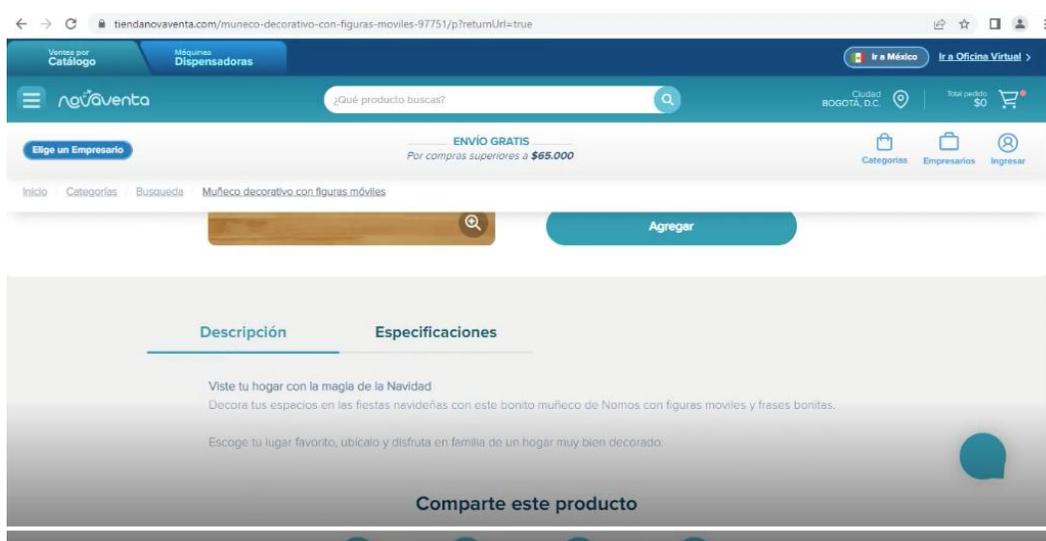


Imagen N° 27; tomada de la visita administrativa radicada con el N° 20-177872-6 del 16 de noviembre de 2022. (Minuto: 17:08)



⁶⁹ Radicada con el N° 20-177872-6 del 16 de noviembre de 2022.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Imagen N° 28; tomada de la visita administrativa radicada con el N° 20-177872-6 del 16 de noviembre de 2022. (Minuto: 17:12)

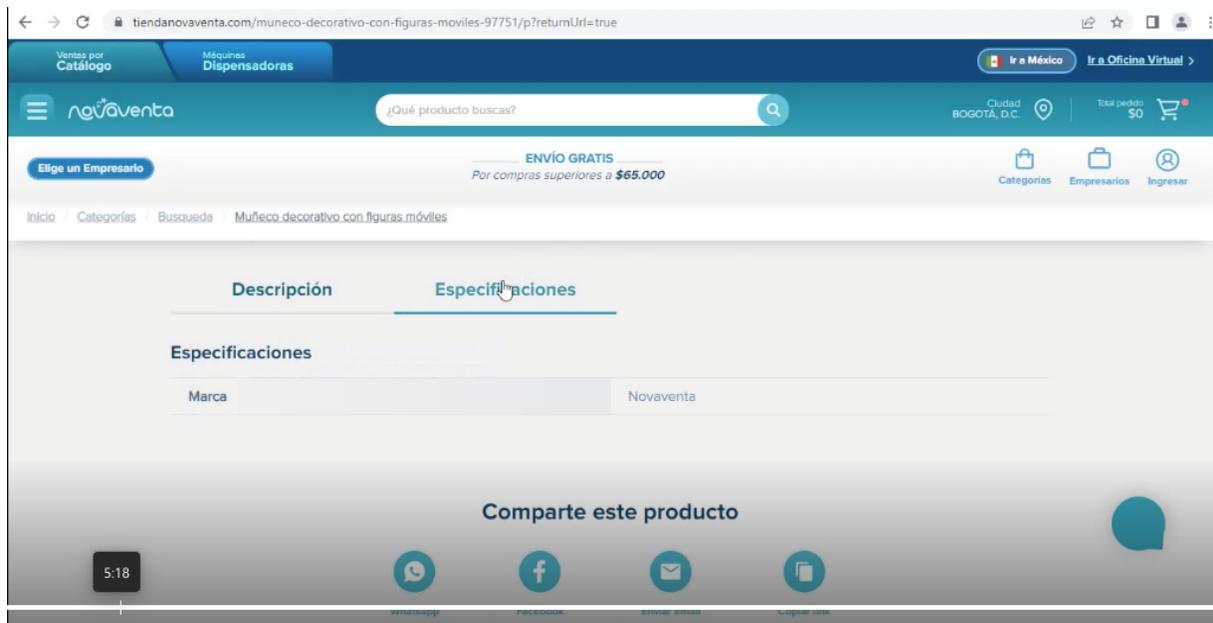


Imagen N° 29; tomada de la visita administrativa radicada con el N° 20-177872-6 del 16 de noviembre de 2022. (Minuto: 18:24)

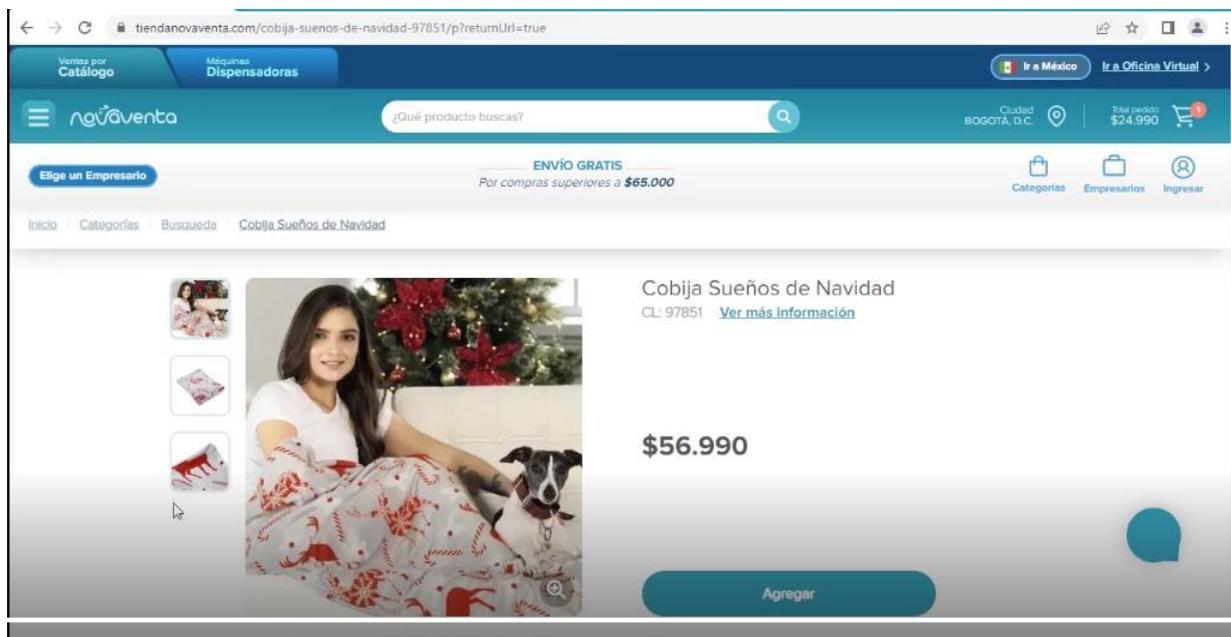
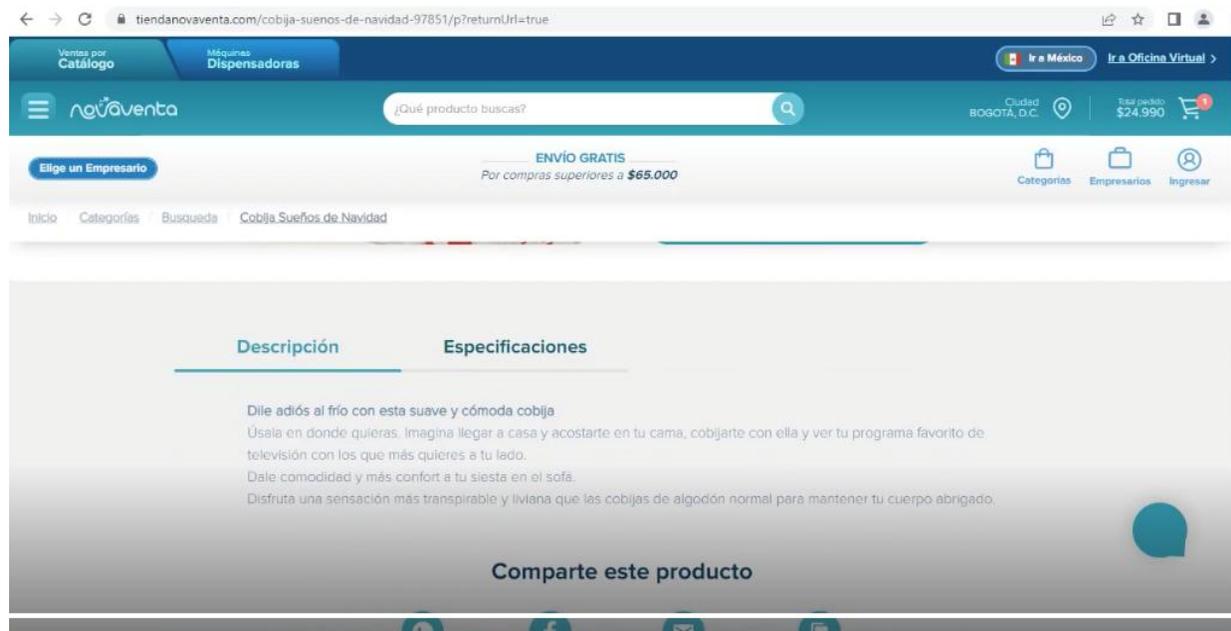


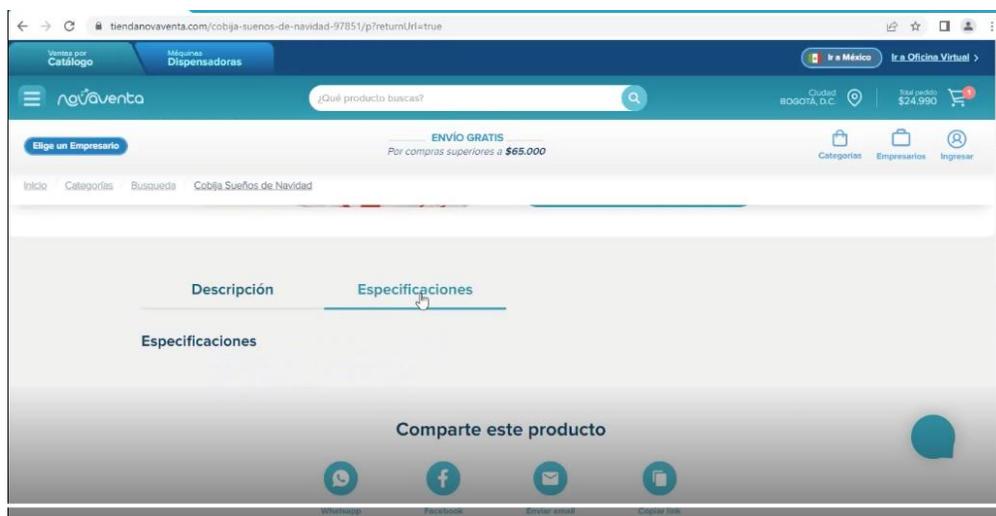
Imagen N° 30; tomada de la visita administrativa radicada con el N° 20-177872-6 del 16 de noviembre de 2022. (Minuto: 18:34)



RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Imagen N° 31; tomada de la visita administrativa radicada con el N° 20-177872-6 del 16 de noviembre de 2022. (Minuto: 18:38)



Sobre el particular, resulta importante señalar que el literal b) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, establece la obligación en cabeza de los proveedores en comercio electrónico, de informar de manera cierta, fidedigna, suficiente, clara y actualizada las características de los productos que ofrezcan y, especialmente, **el tamaño, el peso, la medida, el material del que están fabricados**, su naturaleza, **el origen, el modo de fabricación**, los componentes, los usos, la forma de empleo, las propiedades, la calidad, la idoneidad, la cantidad, **o cualquier otro factor pertinente**, independientemente que se acompañen de imágenes, **de tal forma que el consumidor pueda hacerse una representación lo más aproximada a la realidad del producto.**

Por su parte, el numeral 2 del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto 1074 de 2015, incluye entre la información previa que el vendedor debe suministrar a los consumidores en las transacciones de ventas a distancia, como el comercio electrónico, la información relativa a las **características esenciales del producto.**

Bajo tales consideraciones y después de revisar en su integridad la visita administrativa realizada a la página web de la investigada el 15 de noviembre de 2022, este Despacho evidencia que, al momento de ofrecer los productos "Muñeco decorativo con figuras móviles" y "Cobija sueños de navidad", se incluían las fotografías de los mismos, se informaba el nombre del producto y el número de referencia, junto a un enlace denominado "Ver más información", como se observa en las **imágenes identificadas con los números 21 y 24** del presente acto administrativo.

De igual manera, después de hacer clic en el enlace denominado "Ver más información", se dirigía a la pestaña "descripción" que para el caso del producto "**Muñeco decorativo con figuras móviles**" (Imagen No. 26), indicaba: "Viste tu hogar con la magia de la navidad – decora tus espacios en las fiestas navideñas con este bonito muñeco de Nomos con figuras móviles y frases bonitas. Escoge tu lugar favorito, ubícalo y disfruta en familia de un hogar muy bien decorado.". Y a la pestaña "Especificaciones" (Imagen No. 28), en la cual se informaba: "Marca - Novaventa".

Ahora bien, para el caso del producto "**Cobija sueños de navidad**" (Imagen No. 29), en la pestaña "descripción" se indicaba: "Dile adiós al frío con esta suave y cómoda cobija – Úsala en donde quieras, imagina llegar a casa y acostarte en tu cama, cobijarte con ella y ver tu programa favorito de televisión con los que más quieres a tu lado. Dale comodidad y más confort a tu siesta en el sofá. Disfruta una sensación más transpirable y livana que las cobijas de algodón normal para mantener tu cuerpo abrigado". Y en la pestaña "Especificaciones" (Imagen No. 31), solo se informaba la palabra: "Especificaciones".

Así las cosas, advierte este Despacho que la investigada omitió información sobre las características esenciales de los productos "Muñeco decorativo con figuras móviles" y "Cobija sueños de navidad", tales como: **el tamaño, la medida, el material del que estaban fabricados, el origen, el modo de fabricación, y otros factores**

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

pertinentes para que el consumidor pudiera hacerse una representación lo más aproximada a la realidad de los productos.

Por consiguiente, después de revisar la prueba que sustentó el presente cargo, esta Dirección encuentra acreditado el incumplimiento de lo dispuesto en el literal b) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo señalado en el numeral 2 del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015.

25.3.2.2. Estudio de los argumentos planteados por la investigada

Al respecto la investigada señaló en sus escritos de defensa⁷⁰ que, intensificó sus esfuerzos para ampliar la información que suministraba sobre los productos ofrecidos en su página web y puso en marcha un proceso operativo con el fin de garantizar que se incluyera la descripción de los bienes publicados en dicho canal; al tiempo que, estableció lineamientos integrados para gestionar el ingreso de información en su sitio de comercio electrónico, lo cual involucró a todas las áreas que intervenían en el proceso, como mercadeo y gestión digital. Y como soporte de lo anterior compartió un enlace en el que se podía consultar el plan de estrategia implementado con el objeto de acatar lo dispuesto en las normas imputadas.

Asimismo, manifestó que dentro de los lineamientos estratégicos se estableció un proceso a cargo del área de mercadeo para ingresar los datos del producto a través de un sistema interno de creación de productos llamado TreeM, que exigía la inclusión de datos como: nombre, talla, medida, material, garantía y color, entre otros, para cada producto ingresado en las diferentes categorías.

Igualmente, señaló que para verificar si algún producto había sido cargado sin la información de las características esenciales, desde abril de 2023, implementó la herramienta denominada “Screaming Frog”, la cual, permite rastrear todas las páginas del sitio web y genera información de los productos que no tienen la descripción para garantizar el cumplimiento de las normas que regulan la materia; sumado a esto, indica que hace revisiones diarias para verificar faltantes de información.

A su vez el sujeto pasivo manifestó que la compañía se encontraba en proceso de implementación de una lista de chequeo, para que los proveedores externos ingresaran las especificaciones esenciales de cada uno de sus productos; y que estaba diseñando la pestaña “Garantía” para incluirla junto a la descripción de cada producto, con el fin de que se informen los aspectos particulares que aplican a la garantía del artículo ofrecido, así como, algunos requisitos mínimos y guías para acceder y solicitar la garantía correspondiente.

Sobre los argumentos planteados por la investigada en torno a las medidas que implementó para garantizar que los productos ofrecidos en su página web contaran con la información ordenada en el literal b) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, este Despacho reitera que, tales medidas **fueron adoptadas con posterioridad al inicio de la presente actuación administrativa** y, por tanto, son incapaces de desvirtuar el cargo formulado en su contra con fundamento en hechos ocurridos antes de la implementación de los ajustes referidos.

En otras palabras, la adopción de tales medidas no implica que la conducta revisada en la presente actuación se tenga en cuenta para exonerarlo de responsabilidad, pues el reproche efectuado encuentra sustento en los hechos documentados el **15 de noviembre de 2022**, momento en el cual se evidenció que el sujeto pasivo ofrecía productos en su página web y, concretamente, los denominados “Muñeco decorativo con figura móviles” y “Cobija sueños de Navidad”, sin informar el tamaño de dichos bienes, la medida, el material en que estaban fabricados, el origen, el modo de fabricación o cualquier otro factor pertinente.

Así las cosas, los argumentos planteados por el sujeto pasivo sobre las acciones que

⁷⁰ Descargos Radicado No. 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024 y alegatos de conclusión radicado No. 20-177872-40 del 18 de junio de 2024.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

implementó después de iniciada la presente actuación para asegurar el cumplimiento de lo dispuesto en las normas imputadas, **son incapaces de librarlo del juicio de responsabilidad y serán descartados.**

Sumado a lo expuesto la investigada manifestó, frente al caso de la publicitación de los productos “Muñeco decorativo con figura móviles” y “Cobija sueños de Navidad” en su página web, que la información de las características y propiedades de dichos artículos, de acuerdo con lo señalado en el artículo 50 de la Ley 1480, fueron informadas durante todo el ciclo 17 del año 2022, a través del catálogo de navidad, y también de la oficina virtual.

Con ocasión a lo anterior, incorporó dos (2) imágenes a su escrito de descargos, con la representación gráfica de la publicación realizada en los canales previamente referidos, para dar a conocer los productos “Muñeco decorativo con figura móviles” y “Cobija sueños de Navidad”, especificando la información consignada en cada imagen, y que en su criterio, corresponde a la ordenada en las normas imputadas.

Para mayor claridad, a continuación se reproducen las imágenes referidas por el sujeto pasivo:

Imágenes N° 32 y 33; tomadas de los descargos radicados con el No. 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024. Página 18



Al respecto, evidencia este Despacho que las publicaciones descritas por la investigada **fueron difundidas en canales distintos a su página web**, concretamente en el catálogo de ventas del ciclo No. 17 del 2022, según informó. Por consiguiente, aunque dichos anuncios hayan incluido información sobre las medidas de los productos “Muñeco decorativo con figura móviles” y “Cobija sueños de Navidad”, y el material en que estaban fabricados, **tales datos fueron suministrados en un medio distinto al utilizado para ejercer comercio electrónico y, por tanto, fueron ajenos a los consumidores que consultaron o adquirieron los bienes por este canal.**

Dicho de otra forma, el literal b) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, exige que quienes ofrezcan y vendan productos en comercio electrónico informen, **en el mismo medio**, de manera cierta, fidedigna, suficiente, clara y actualizada las características de los productos que ofrezcan, y especialmente, **el tamaño, el peso, la medida, el material del que están fabricados**, su naturaleza, **el origen, el modo de fabricación**, los componentes, los usos, la forma de empleo, las propiedades, la calidad, la idoneidad, la cantidad **o cualquier otro factor pertinente, de tal forma que el consumidor pueda hacerse una representación lo más aproximada a la realidad del producto.**

Por su parte, el numeral 2 del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto 1074 de 2015, incluye entre la **información previa** que el vendedor debe suministrar a los consumidores en las transacciones de ventas a distancia, como el comercio electrónico, la información relativa a las **características esenciales del producto.**

Lo anterior toda vez que, el consumidor en comercio electrónico no tiene la oportunidad de entrar en contacto directo con el producto ofrecido por este canal para saber si reúne las condiciones que busca y, por tanto, **depende de la información previa suministrada por el proveedor para decidir si compra o no el bien;** de

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

manera que, datos como el tamaño, la medida, el material del que está fabricado y el origen, resultan necesarios para que el usuario se haga una representación lo más cercana a la realidad del producto que pretende adquirir **y adopte una decisión de consumo basada en información cierta, fidedigna, suficiente, clara y actualizada.**

Bajo tales consideraciones, la información que haya incluido la investigada en el catálogo de ventas del ciclo No. 17 del 2022, **resulta incapaz de reemplazar los datos que debía suministrar respecto de los artículos “Muñeco decorativo con figura móviles” y “Cobija sueños de Navidad” en su página web**, pues de conformidad con lo señalado en las normas previamente referidas, tal información debía estar disponible para los consumidores que consultaron estos bienes en su canal de comercio electrónico con el fin de garantizar que adoptaran una decisión de compra acertada y no vieran vulneradas sus expectativas e intereses económicos.

Por consiguiente, el argumento en torno a que las características de los productos referidos eran informadas en un canal distinto al comercio electrónico en el cual se ofrecieron, **resulta improcedente frente a las normas que regulan la materia y no tiene facultad de librar a la investigada de responsabilidad.**

Finalmente, la investigada señaló en sus alegatos de conclusión que no violenta las decisiones de consumo ni omite información de mala fe, ni obstaculiza ni entorpece la percepción del consumidor sobre lo que va a adquirir⁷¹.

Sobre el particular, resulta oportuno precisar que, la buena fe es una exigencia de honestidad y confianza a la cual deben someterse las actuaciones de las autoridades públicas y de los particulares entre sí y ante éstas, la cual se presume, constituye un soporte esencial del sistema jurídico, y se aplica respecto de que cada una de las normas que componen el ordenamiento jurídico, por cuanto deben ser interpretadas a la luz de dicho principio, de tal suerte que las disposiciones normativas que regulan el ejercicio de derechos y el cumplimiento de deberes legales, siempre han de ser entendidas en el sentido más congruente con el comportamiento leal, fiel y honesto que se deben los sujetos que intervienen en cada actuación⁷².

Así, puede indicarse que el principio de buena fe dispuesto en el artículo 83 de la Carta Fundamental, se presume y gobierna las actuaciones de los particulares, de las autoridades, y de estos entre sí⁷³. También, que las autoridades administrativas y judiciales deben tener en cuenta el principio de buena fe como fundamento de sus fallos y como elemento de interpretación; **sin embargo, esto no implica que su empleo pueda reemplazar el contenido del derecho aplicable**, tal y como lo ha expuesto la Honorable Corte Constitucional, en los siguientes términos:⁷⁴

“(…)

El juez debe siempre tener como fundamento de su fallo las disposiciones jurídicas relativas al caso; el principio de buena fe no puede reemplazar el derecho aplicable, aunque sí debe ser una guía en la lectura, interpretación y aplicación del mismo, puesto que los deberes de lealtad, claridad, equilibrio, solidaridad y colaboración, entre otros, están implícitos en cualquier relación contractual –aunque con un contenido específico de acuerdo a la naturaleza de la misma–, de manera que aunque las partes no los mencionen en las cláusulas contractuales, sus actuaciones deben realizarse y ser valoradas teniendo en cuenta dichos postulados (...)”⁷⁵.
(Subrayas fuera de texto original).

Como se evidencia, **el principio de buena fe no puede alegarse para desconocer un deber legal o transgredir las normas que amparan los derechos de otras**

⁷¹ Radicados con el número 20-177872-40 del 18 de junio de 2024. Pág. 4.

⁷² CORTE CONSTITUCIONAL. SALA PLENA DE LA CORTE CONSTITUCIONAL. Magistrado Ponente: CLARA INÉS VARGAS HERNÁNDEZ. Sentencia C-131 de 2004. Expediente D-4599 de 19 de febrero de 2004. Actor: Manuel Alberto Restrepo Medina.

⁷³ Cfr. Ibid.

⁷⁴ SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. Delegatura para la Protección al Consumidor. Resolución N° 58111 de 18 de septiembre de 2017.

⁷⁵ Corte Constitucional. Sentencia T-537 de 6 de agosto de 2009. Expediente T-1.954.426. M.P. Humberto Antonio Sierra Porto.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

personas; de manera que, esta Superintendencia no discute la buena fe con la que haya procedido la investigada. No obstante, las normas de protección al consumidor⁷⁶, que son normas de orden público y, por ende, de obligatorio cumplimiento, deben acatarse, más allá de que se actúe de buena o mala fe, máxime si se tiene en cuenta que en la actuación administrativa sancionatoria, **no se analiza la intención del administrado en el despliegue de la conducta infractora** o la involuntariedad, sino la transgresión del principio de legalidad o de la norma⁷⁷.

Con ocasión a todo lo expuesto, el argumento de la investigada tendiente a exculparse de responsabilidad acudiendo al principio de buena fe, **es incapaz de librarla del cumplimiento de las obligaciones que ostenta como proveedora de bienes en comercio electrónico** y de las consecuencias legales que resulten por la vulneración de las normas que amparan los derechos de los consumidores.

Ahora bien, sobre la afirmación de que no violenta las decisiones de consumo, ni obstaculiza ni entorpece la percepción del consumidor sobre lo que va a adquirir, esta Dirección reitera que lo reprochado en el cargo que nos ocupa fue que, durante la visita administrativa realizada a la página web de la investigada el 16 de noviembre del 2022, se evidenció que ofrecía los productos “Muñeco decorativo con figura móviles” y “Cobija sueños de Navidad”, sin informar, **en el mismo medio, el tamaño, la medida, el material del que estaban fabricados, el origen, el modo de fabricación o cualquier otro factor pertinente, de tal forma que el consumidor pudiera hacerse una representación lo más aproximada a la realidad del producto.**

Por consiguiente, más allá de que considere que no violenta las decisiones de consumo, ni obstaculiza o entorpece la percepción del consumidor sobre lo que va a adquirir, lo cierto es que, **la investigada no logro demostrar que para la fecha de la diligencia informara las características esenciales de los productos referidos**, tales como: el tamaño, la medida, el material del que estaban fabricados, el origen y el modo de fabricación; de manera que, lo afirmado resulta infundado, desconoce el objeto del cargo formulado en su contra y de las normas que regulan la materia, al tiempo que, **se aleja de la realidad porque la ausencia de la información aludida impidió a los consumidores adoptar una decisión de consumo informada.** Razón por la cual, **dicho argumento no tiene facultad de prosperar.**

Bajo tales consideraciones, después de analizar los argumentos expuestos por la investigada, y evidenciando que no existe prueba en el expediente de la concurrencia de una causal eximente de responsabilidad, esta Dirección encuentra probado que la investigada vulneró lo dispuesto en el literal b) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo señalado en el numeral 2 del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto 1074 de 2015.

25.3.3. Frente a la obligación de disponer en el mismo medio en que realiza comercio electrónico, de mecanismos para que el consumidor pueda radicar sus peticiones, quejas o reclamos, de tal forma que le quede constancia de la fecha y hora de la radicación, incluyendo un mecanismo para su posterior seguimiento

25.3.3.1. Análisis del material probatorio

En el marco de la visita administrativa realizada por este Despacho a la página web de la investigada el 16 de agosto de 2023⁷⁸, se accedió al enlace denominado “Escríbenos un mensaje” incluido en la parte inferior de la pantalla de inicio del sitio inspeccionado, encontrando la información que se observa en las siguientes imágenes:

Imagen N° 34; tomada de la visita administrativa radicada con el N° 20-177872-8 del 16 de agosto de 2023. (Minuto: 4:54)

⁷⁶ Ibid.

⁷⁷ Ibid.

⁷⁸ Radicada con el número 20-177872-8 del 17 de agosto de 2023.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

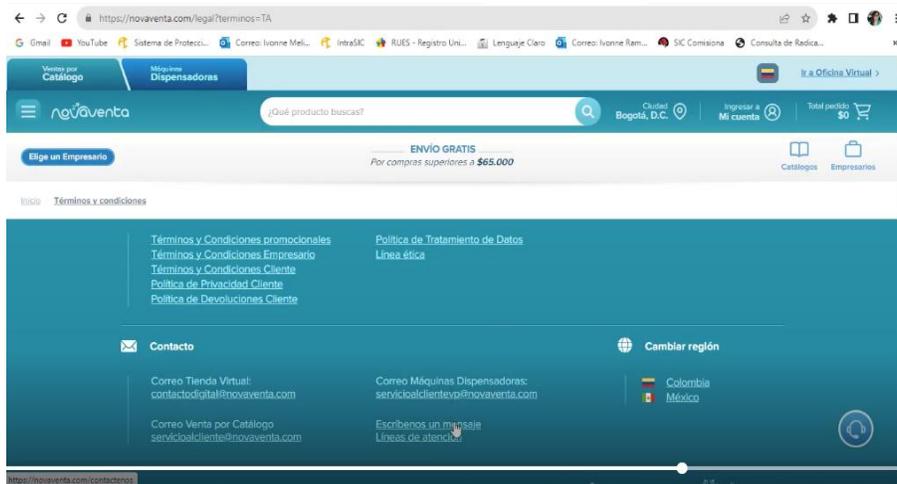


Imagen N° 35; tomada de la visita administrativa radicada con el N° 20-177872-8 del 16 de agosto de 2023. (Minuto: 5:01)

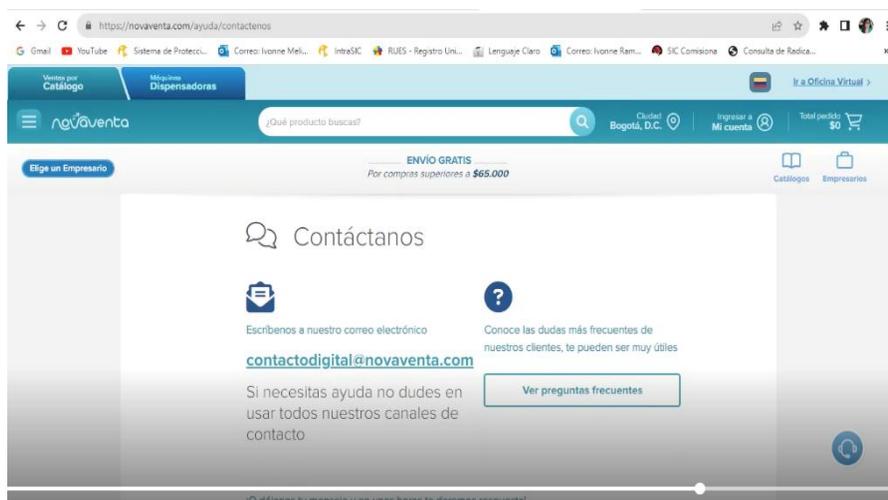


Imagen N° 36; tomada de la visita administrativa radicada con el N° 20-177872-8 del 16 de agosto de 2023. (Minuto: 5:39)

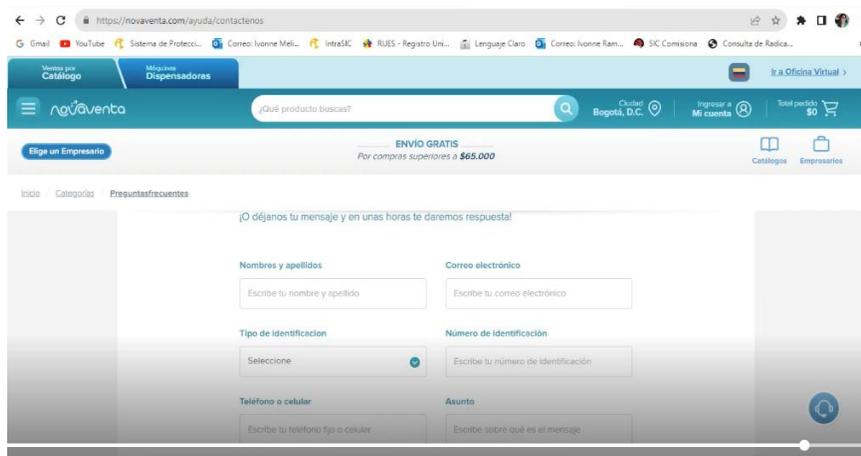
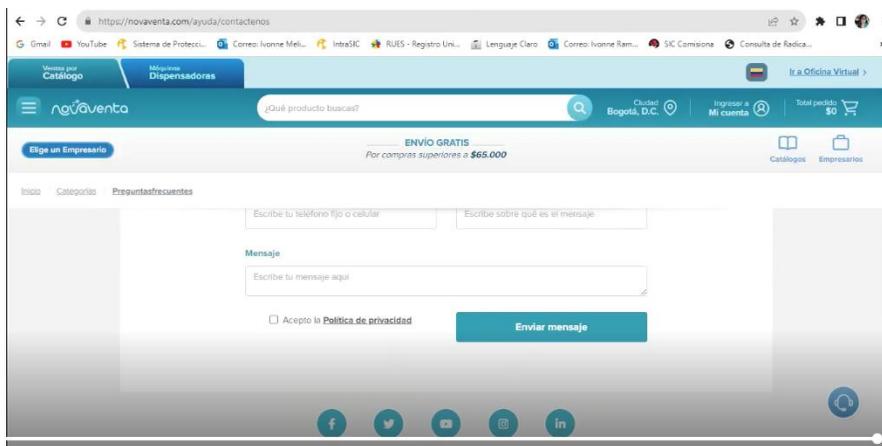


Imagen N° 37; tomada de la visita administrativa radicada con el N° 20-177872-8 del 16 de agosto de 2023. (Minuto: 5:55)

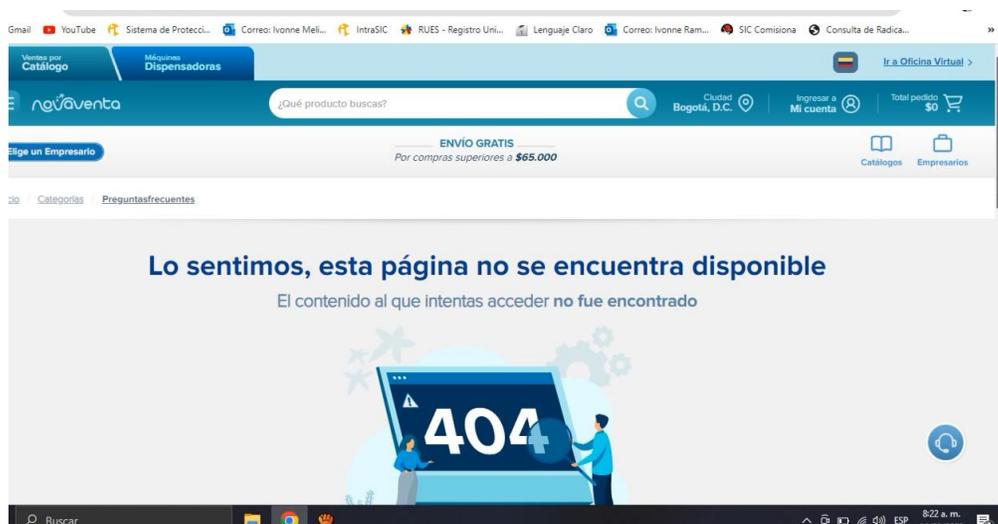


RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Como se evidencia en las imágenes antes incorporadas, el enlace denominado “Escríbenos un mensaje”, que se encontraba en la parte inferior de la pantalla de inicio del sitio web de la investigada al momento de la diligencia, incluía una dirección de correo electrónico para contactar al sujeto pasivo, y una pestaña denominada “Ver preguntas frecuentes” a la cual se intentó acceder pero el sistema arrojó un mensaje que indicaba “Lo sentimos, esta página no se encuentra disponible” (Minuto 5:12).

Imagen N° 38; tomada de la visita administrativa radicada con el N° 20-177872-8 del 16 de agosto de 2023. (Minuto: 5:12)



De igual manera, se incluía un formulario para que el consumidor diligenciara la siguiente información: nombres y apellidos, correo electrónico, tipo de identificación, número de identificación, teléfono o celular, asunto y mensaje; concluido lo cual, aceptaba la política de tratamiento de datos personales y remitía su comunicación seleccionando la pestaña “Enviar mensaje”.

Así las cosas, después de navegar por la página web de la investigada esta Dirección evidenció que el enlace titulado “Escríbenos un mensaje”, era el canal dispuesto por el sujeto pasivo para recibir comunicaciones de los consumidores, incluyendo las peticiones, quejas y reclamos (PQR’S). Sin embargo, **dicho enlace no incluía una pestaña o mecanismo adicional que permitiera a las personas hacer seguimiento a las PQR’S radicadas por dicho canal.**

Al respecto, resulta importante aclarar que, el literal g) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011⁷⁹, señala la obligación que tienen los proveedores que venden bienes o servicios en comercio electrónico, de disponer **en el mismo medio**, de mecanismos para que el consumidor **pueda radicar** sus peticiones, quejas o reclamos (PQR’S), de tal forma que le quede constancia de la fecha y hora de radicación, **incluyendo un mecanismo para su posterior seguimiento.**

Con ocasión a lo apenas expuesto, después de revisar en su integridad la visita administrativa realizada por este Despacho a la página web de la investigada el 16 de agosto de 2023⁸⁰, se evidenció que, el sujeto pasivo **no contaba con un mecanismo dispuesto en dicho canal de comercio para que los consumidores hicieran seguimiento a las peticiones, quejas y reclamos** radicadas por este medio; razón por la cual, con base en lo advertido en tal diligencia, se encuentra probado el incumplimiento por parte de la investigada, de lo dispuesto en el literal g) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011.

25.3.3.2. Estudio de los argumentos planteados por la investigada

Al respecto, manifestó el sujeto pasivo en sus escritos de defensa⁸¹, que el enlace “Escríbenos un mensaje” era uno de los mecanismos habilitados para recibir peticiones, quejas y reclamos (PQRS) de los consumidores. No obstante, en su página

⁷⁹ Texto modificado por el artículo 4 de la Ley 2439 de 2024.

⁸⁰ Radicada con el número 20-177872-8 del 17 de agosto de 2023.

⁸¹ Descargos radicados No. 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024 y Alegatos de conclusión radicado No. 20-177872-40 del 18 de junio de 2024.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

web se establecían otros canales de contacto como: línea telefónica, correo electrónico, chat web y WhatsApp, al tiempo que, incluía un banco de preguntas frecuentes para resolver las dudas más reiteradas.

También, señaló que para el seguimiento de las peticiones, quejas o reclamos (PQR'S) disponía de los siguientes medios: **i)** canal de “autogestión”, de carácter informativo, que no requería la atención de un asesor, porque empleaba el mecanismo “IVR” (Respuesta de Voz Interactiva), o “chatbot” a través de WhatsApp, donde el usuario podía realizar su petición, queja o reclamo y recibir una respuesta automática e inmediata; **ii)** los demás canales dispuestos por la compañía, en los que la respuesta se entregaba por el mismo medio de comunicación en la que inicialmente se recibió la PQR, esto es, mediante correo electrónico, chat web o llamada telefónica.

Por último, señaló los horarios que tenía disponibles para atender a los consumidores a través de los canales mencionados, así: en WhatsApp la atención es 24/7, y en los demás canales es de lunes a viernes de 7:30 a.m. a 10:00 p.m. y sábados de 8 a.m a 6 p.m.

Pues bien, al revisar los argumentos de la investigada este Despacho estima necesario aclarar que, después de revisar la visita administrativa realizada el 16 de agosto de 2023, se evidenció que **disponía de un mecanismo en el mismo medio utilizado para ejercer comercio electrónico que permitía a los consumidores radicar** sus peticiones, quejas y reclamos (PQRS), recogido en el enlace denominado “Escríbenos un mensaje”; razón por la cual, lo reprochado fue que en dicho espacio **no se incluía una pestaña u otro mecanismo para que los consumidores hicieran seguimiento a las peticiones radicadas por este canal.**

Con ocasión a lo apenas expuesto, los argumentos planteados en torno a los medios adicionales al enlace “Escríbenos un mensaje”, que la investigada tenía disponibles para que los consumidores radicaran sus peticiones, quejas y reclamos, tales como: línea telefónica, correo electrónico, chat web y WhatsApp, así como, el banco de preguntas frecuentes para resolver las dudas más reiteradas; **resultan improcedentes**, pues como se aclaró, lo reprochado fue que no contara con un mecanismo en su página web que permitiera a los consumidores **hacer seguimiento a las PQRS radicadas por este mismo canal.**

Lo anterior, toda vez que, como se indicó en líneas precedentes, el literal g) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011⁸², establece dos (2) obligaciones a cargo de los proveedores que utilizan comercio electrónico para vender sus productos, a saber: **i)** disponer en el mismo medio en que realizan comercio electrónico, de mecanismos para que el consumidor pueda radicar sus peticiones, quejas o reclamos, de tal forma que le quede constancia de la fecha y hora de la radicación, y **ii)** **disponer en el mismo medio en que realizan comercio electrónico, de un mecanismo para que el consumidor haga seguimiento a las peticiones, quejas y reclamos radicadas por este canal.**

Bajo tales consideraciones, al revisar el argumento de la investigada relacionado con los medios que tenía disponibles para que los consumidores hicieran seguimiento a las peticiones, quejas y reclamos (PQRS), advierte este Despacho que, según afirma, tenía disponibles los siguientes canales:

- 1.** Un canal de “autogestión”, de carácter informativo, que no requería la atención de un asesor, porque empleaba el mecanismo “IVR” (Respuesta de Voz Interactiva), o “chatbot” **a través de WhatsApp**, donde el usuario podía realizar su petición, queja o reclamo y recibir una respuesta automática e inmediata, el cual ilustra con la siguiente imagen:

**Imagen N° 39; tomada de los descargos radicados con el No. 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024.
Página 19.**

⁸² Texto vigente al momento de la formulación de cargos, el texto actual corresponde al introducido por el artículo 4 de la Ley 2439 de 2024.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”



Como se observa, el canal de comunicación explicado por el sujeto pasivo **no está incorporado a su página web**, pues, se trata de un instrumento al cual se accede a través de WhatsApp; de manera que, **no cumple el requisito de estar dispuesto en el mismo medio utilizado para ejercer comercio electrónico**.

2. En cuanto a los demás canales dispuestos por la investigada, en los que la respuesta se entregaba por el mismo medio de comunicación en el que se recibía la petición, queja o reclamo, y que identifica como: **correo electrónico, chat web o llamada telefónica**. Advierte este Despacho que, el correo electrónico y la llamada telefónica, claramente son medios ajenos a su página web, de manera que, **no cumplen el requisito de estar dispuestos en el mismo medio utilizado para ejercer comercio electrónico**.

Ahora bien, sobre lo que denomina “Chat web”, el sujeto pasivo no aclaró en que consistía este medio de comunicación ni acompañó pruebas de que dicho sistema se encontrara dispuesto en su página web para el 16 de agosto de 2023, fecha en que se adelantó la diligencia; **de manera que, carece de fundamento para librarlo de responsabilidad**.

Sobre el particular, se destaca que en el ordenamiento jurídico colombiano cada parte tiene la carga de probar sus afirmaciones, de conformidad con el principio de la carga de la prueba —onus probandi—. Por consiguiente, era la investigada quien debía probar que para el 16 de agosto de 2023, contaba con un mecanismo dispuesto en su página web, que permitía a los consumidores hacer seguimiento a las peticiones, quejas y reclamos, presentadas por dicho canal.

En atención a todo lo expuesto, el argumento de la investigada, según el cual, para el 16 de agosto de 2023, los consumidores podían hacer seguimiento a sus peticiones, quejas o reclamos a través de un correo electrónico, una línea de WhatsApp, un chat web y un número de teléfono, **no tiene facultad de prosperar**, pues, de conformidad con lo señalado en el literal g) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, el mecanismo dispuesto tanto para presentar como para hacer seguimiento a las peticiones, quejas y reclamos debe cumplir el requisito de **estar disponible en el mismo medio de comercio electrónico**, es decir, que **tanto la solicitud como el seguimiento puedan realizarse en la página web** sin que sea necesario acceder a otros canales.

Por consiguiente, una vez revisado el material probatorio que sustentó el presente cargo y evidenciando que no concurre una causal eximente de responsabilidad, este Despacho encuentra probado que la investigada incumplió la obligación consignada en

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

el literal g) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011⁸³.

25.3.4. Frente a la obligación de establecer en el medio de comercio electrónico utilizado, un enlace visible, fácilmente identificable, que le permita al consumidor ingresar a la página de la autoridad de protección al consumidor de Colombia

25.3.4.1. Análisis del material probatorio

Durante la visita administrativa realizada por esta Dirección el 15 de noviembre de 2022, a la página web de la investigada⁸⁴, se observa que el funcionario encargado de adelantar la diligencia navegó por la pantalla de inicio del mencionado sitio, y por otras pestañas dispuestas en el mismo, pero en ninguna de ellas se encontró un enlace visible, fácilmente identificable, que le permitiera al consumidor ingresar a la página de la autoridad de protección al consumidor de Colombia.

Al respecto, resulta importante señalar que, el párrafo del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, exige a los proveedores que utilizan comercio electrónico que incluyan en dicho canal, un enlace visible, fácilmente identificable, que le permita al consumidor ingresar a la página de la autoridad de protección al consumidor de Colombia, esto es, al sitio web de esta Superintendencia.

Con ocasión a lo expuesto, este Despacho revisó nuevamente el video que recogió el desarrollo de la visita administrativa realizada a la página web de la investigada, y confirmó que, para el 15 de noviembre de 2022, no disponía de un enlace visible, fácilmente identificable, que le permita al consumidor ingresar a la página web de esta Superintendencia. Con lo cual, se encuentra acreditado el incumplimiento de lo dispuesto en el párrafo del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011.

25.3.4.2. Estudio de los argumentos planteados por la investigada

Al respecto, se pronunció el sujeto pasivo en sus escritos de defensa⁸⁵, en donde manifestó que, para la fecha de presentación de los descargos contaba con una imagen visible y fácilmente identificable ubicada en su página web, con la identificación gráfica de esta Superintendencia, y que tal imagen correspondía a un enlace que permitía a las personas acceder a la página web de esta Autoridad, lo cual, acompañó de la siguiente captura de pantalla:

Imagen N° 40; tomada de los descargos radicados con el No. 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024. Página 20



En atención a lo expuesto por el sujeto pasivo, este Despacho examinó en detalle el video que recoge la visita administrativa adelantada en la página web <https://tiendanovaventa.com/>⁸⁶, para efectos de revisar si durante la navegación se capturó el espacio que se observa en la imagen incertada al escrito de descargos y trasladada al presente acto administrativo (No. 34), evidenciando que, en efecto, el funcionario que adelantó la diligencia se trasladó hasta la parte final de la pantalla de inicio del sitio visitado, en la cual se observaba la información que se muestra en la siguiente imagen:

Imagen N° 41; tomada de la visita administrativa radicada con el N° 20-177872-6 del 16 de noviembre de 2022. (Minuto: 1:32)

⁸³ Texto modificado por el artículo 4 de la Ley 2439 de 2024.

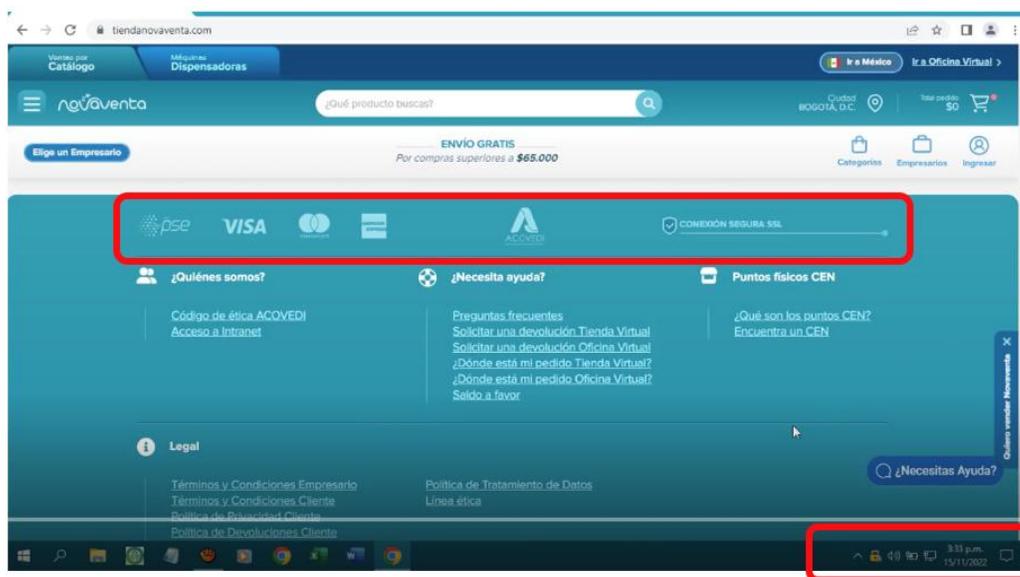
⁸⁴ Radicada con el N° 20-177872-6 del 16 de noviembre de 2022.

⁸⁵ Descargos Radicado No. 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024 y alegatos de conclusión radicado No. 20-177872-40 del 18 de junio de 2024.

⁸⁶ Radicada con el N° 20-177872-6 del 16 de noviembre de 2022.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”



Como se observa, para el 15 de noviembre de 2022, los enlaces incluidos en la parte inferior de la pantalla de inicio de la página web de la investigada eran: “PSE”, “VISA”, “MASTERCARD”, “AMERICAN EXPRESS”, “ACCVEDI”, “CONEXIÓN SEGURA SSL”, y contrario a lo señalado en su escrito de descargos, no incluía un enlace con la imagen representativa de esta Superintendencia que permitiera a los consumidores acceder al sitio web de la autoridad de protección al consumidor de Colombia.

Por consiguiente, aunque la investigada aportó un medio probatorio con el fin de acreditar que, **para la fecha de presentación de sus descargos contaba con un enlace ubicado en la parte inferior de la pantalla de inicio de su página web, que según informa, permitía a los consumidores acceder al sitio web de esta Superintendencia**, tal actuación es inapaz de librarla del juicio de responsabilidad, pues, como se ha venido aclarando el reproche efectuado por este Despacho obedeció a los hechos constatados el 15 de noviembre de 2022 y lo cierto es que, para esa fecha, el sujeto pasivo no disponía de un enlace visible, fácilmente identificable, que le permitiera al consumidor ingresar a la página de la autoridad de protección al consumidor de Colombia.

En otras palabras, más allá de que la investigada haya adoptado medidas para ajustar su conducta a lo dispuesto en las normas de protección al consumidor, dicha circunstancia **no constituye una causal eximente de responsabilidad ni desvirtúa la infracción que cometió para la fecha en que se adelantó la visita**; razón por la cual, el argumento planteado en este sentido, carece de fundamento legal y no tiene facultad de prosperar.

Así las cosas, al revisar los elementos materiales probatorios que integran el plenario, este Despacho encuentra acreditado el incumplimiento por parte de la investigada, de lo dispuesto en el parágrafo del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011.

25.3.5. Conclusiones respecto de la imputación N° 3

Frente a la responsabilidad de la investigada, por los cargos formulados en el marco de la imputación que nos ocupa, este Despacho concluye lo siguiente:

- i. Se encuentra probada la infracción a lo dispuesto en el literal a) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo señalado en el numeral 1 del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015 por no informar en todo momento de forma cierta, suficiente, clara, accesible y actualizada su identidad especificando su Número de Identificación Tributaria (NIT), dirección de notificación judicial y teléfono.
- ii. Se encuentra acreditado el incumplimiento de lo dispuesto en el literal b) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo señalado en el numeral 2 del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015, porque no informó las características esenciales de los productos "Muñeco

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

decorativo con figuras móviles" y "Cobija sueños de navidad", tales como: el tamaño, la medida, el material del que estaban fabricados, el origen, el modo de fabricación, y otros factores pertinentes para que el consumidor pudiera hacerse una representación lo más aproximada a la realidad de los productos.

- iii. Se encuentra probado el incumplimiento de lo dispuesto en el literal g) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, debido a que, no dispuso en el mismo medio en que realizaba comercio electrónico, de un mecanismo para que el consumidor hiciera seguimiento a las peticiones, quejas y reclamos radicadas por este canal.
- iv. Se encuentra probada la infracción a lo dispuesto en el párrafo del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, porque no estableció en el medio de comercio electrónico utilizado, un enlace visible, fácilmente identificable, que le permita al consumidor ingresar a la página de la autoridad de protección al consumidor de Colombia, esto es, al sitio web de esta Superintendencia.

Por lo anterior, esta Dirección procederá a imponer la sanción administrativa a que haya lugar, de conformidad con lo señalado en el artículo 61 de la Ley 1480 de 2011.

25.4. Presunta infracción a lo dispuesto en el numeral 10 del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015 –Imputación N° 4–

En este cargo, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor le imputó una presunta responsabilidad a la investigada, por considerar que con su conducta habría vulnerado lo previsto en el numeral 10 del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015, debido a que, al parecer, no informó a los consumidores sobre el derecho a la reversión del pago en su página web.

Teniendo en cuenta lo anterior, este Despacho procederá a realizar un estudio de la imputación frente a la conducta de la investigada, los argumentos expuestos y las pruebas que obran en el expediente, pues resulta indispensable para esta Dirección, en aras de dar una adecuada protección de los derechos de los consumidores, establecer si se vulneró o no la mencionada normatividad.

Sobre el particular, esta Dirección considera oportuno traer a colación lo dispuesto en el artículo 51 de la Ley 1480 de 2011, que regula la reversión del pago, indicando los casos en que procede esta figura, en los siguientes términos:

“ARTÍCULO 51. REVERSIÓN DEL PAGO. Cuando las ventas de bienes se realicen mediante mecanismos de comercio electrónico, tales como Internet, PSE y/o call center y/o cualquier otro mecanismo de televenta o tienda virtual, y se haya utilizado para realizar el pago una tarjeta de crédito, débito o cualquier otro instrumento de pago electrónico, los participantes del proceso de pago deberán reversar los pagos que solicite el consumidor cuando sea objeto de fraude, o corresponda a una operación no solicitada, o el producto adquirido no sea recibido, o el producto entregado no corresponda a lo solicitado o sea defectuoso”.

En línea con lo anterior, el numeral 10 del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015, señala:

“ARTÍCULO 2.2.2.37.8. Información previa que el vendedor debe suministrar al consumidor en las transacciones de ventas a través de métodos no tradicionales o a distancia. Sin perjuicio de lo previsto en los artículos 23, 24 y 37 de la Ley 1480 de 2011, en las ventas por métodos no tradicionales o a distancia, el vendedor, con anterioridad a la aceptación de la oferta, debe suministrar al consumidor como mínimo la siguiente información:
(...)

10. La existencia del derecho a la reversión del pago en los casos previstos en el artículo 51 de la Ley 1480 de 2011”.

Con ocasión a lo anterior, este Despacho realizó una visita administrativa a la página

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

web de la investigada el 16 de agosto de 2023⁸⁷, y advirtió que el sujeto pasivo disponía de un enlace en la parte inferior de la pantalla de inicio, denominado: “Política de devoluciones” en el cual se informaba a los consumidores sobre los términos y condiciones que aplicaban a las devoluciones, el derecho de retracto y la garantía, sin que al parecer, se incluyera información relacionada con la existencia del derecho a la reversión del pago en los casos previstos en el artículo 51 de la Ley 1480 de 2011, lo cual, podría constituir una infracción a lo dispuesto en el numeral 10 del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto 1074 de 2015. Razón por la cual se inició la presente investigación administrativa.

Así las cosas, este Despacho revisará el material probatorio incorporado a la presente actuación y relacionados con el cargo que nos ocupa, y los argumentos planteados sobre el particular por el sujeto pasivo para adoptar la decisión que en derecho corresponda.

25.4.1. Análisis del material probatorio

Para sustentar la presente imputación, este Despacho tuvo en cuenta la visita administrativa realizada a la página web del sujeto pasivo el 16 de agosto de 2023⁸⁸, en la cual, se revisó el contenido completo de la pestaña denominada “Política de devoluciones cliente”, evidenciando que en esta se suministraba información relacionada con: i) la política de garantías y devoluciones, ii) el derecho de retracto, y iii) procedimiento general para tramitar las garantías.

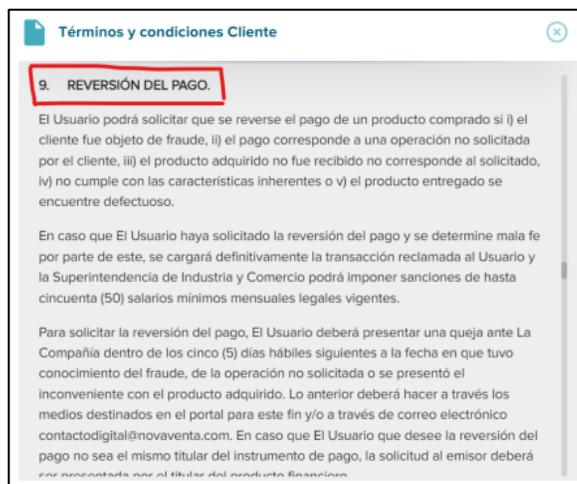
En atención a lo evidenciando durante la diligencia antes citada, este Despacho concluye que, en el enlace denominado “Política de devoluciones cliente” que la investigada tenía dispuesto en su página web para el momento de la visita, no se incluía información sobre el derecho a la reversión de pago que tienen los consumidores cuando realizan transacciones en comercio electrónico, de acuerdo con lo señalado en el artículo 51 de la Ley 1480 de 2011.

Por consiguiente, el sujeto pasivo habría desconocido la obligación consignada en el numeral 10 del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015.

25.4.2. Estudio de los argumentos planteados por la investigada

Al respecto indicó la investigada en sus escritos de defensa⁸⁹ que cumplía con el requisito impuesto en el numeral 10 del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015, porque el derecho a la reversión del pago se encontraba estipulado en la pestaña de términos y condiciones de uso del sitio dirigidos a los consumidores, y para soportar lo afirmado, acompaña la captura de pantalla que se reproduce a continuación:

**Imagen N° 42; tomada de los descargos radicados con el No. 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024.
Página 20**



⁸⁷ Radicada con el número 20-177872-8 del 17 de agosto de 2023.

⁸⁸ Radicada con el número 20-177872-8 del 17 de agosto de 2023.

⁸⁹ Descargos, radicado No. 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024 y Alegatos de conclusión radicado No. 20-177872-40 del 18 de junio de 2024.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

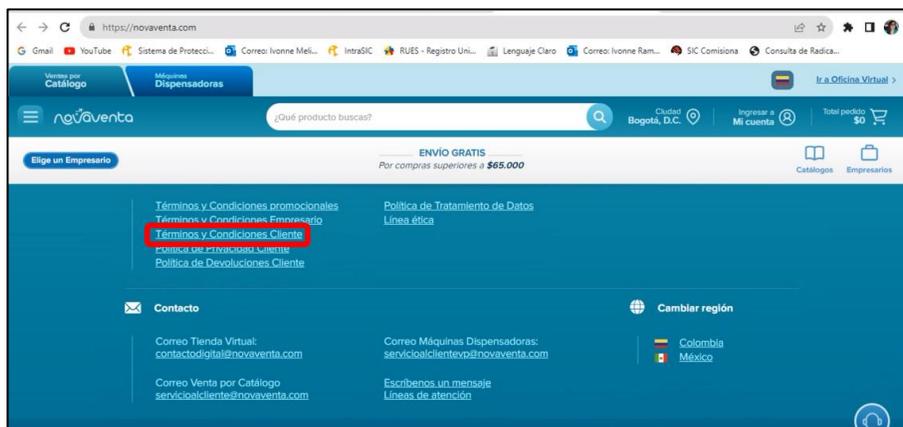
“Por la cual se decide una actuación administrativa”

En atención a lo antes expuesto, esta Dirección revisó nuevamente la visita administrativa realizada a la página web del sujeto pasivo el 16 de agosto de 2023, y observó que la diligencia partió en la pantalla de inicio del mencionado sitio (minuto 00:47), en la cual se navegó hasta el minuto 02:01, seguido de lo cual, se exploró el contenido de la pestaña “Términos y Condiciones promocionales” hasta el minuto 02:40 cuando se accedió al enlace “Política de Devoluciones Cliente” cuya revisión se mantuvo hasta el minuto 4:48.

Concluido lo anterior, se ingresó a la pestaña titulada “Escríbenos un mensaje” (minuto 4:55) en la cual se navegó hasta el minuto 5:56, y posteriormente se ingresó al enlace “Líneas de atención” (minuto 6:07 a 6:25); para terminar, regresando a la pantalla de inicio (minuto 6:28) en la cual se verificaron las ofertas publicitadas en los Banner, y concluir la visita al minuto 7:31.

Bajo tales consideraciones este Despacho advirtió que, en el marco de la diligencia realizada a la página web del sujeto pasivo el 16 de agosto de 2023, **no se ingresó al enlace denominado “Términos y Condiciones Cliente”**, ubicado en la parte inferior de la pantalla de inicio, y que se observa en la siguiente captura de pantalla tomada del video que recogió el desarrollo de la diligencia:

Imagen N° 43; tomada de la visita administrativa radicada con el N° 20-177872-8 del 16 de agosto de 2023. (Minuto: 5:55)



Por lo anterior, el material probatorio previamente referido impide establecer si para la fecha de la visita el sujeto pasivo informaba o no en su página web sobre la existencia del derecho a la reversión del pago, pues, como se expuso en precedencia durante tal diligencia no se accedió al enlace denominado “Términos y Condiciones Cliente”, en el cual, según la investigada, suministraba la información referida como se observa en la captura de pantalla incorporada a su escrito de descargos y reproducida en la **imagen No. 42** del presente acto administrativo.

En atención a lo apenas expuesto, esta Autoridad **desestimaré y archivaré** la presente imputación, decisión que se incluirá en la parte resolutive del presente acto administrativo.

VIGÉSIMO SEXTO: Sanción Administrativa.

Encontrándose demostrado el incumplimiento por parte de **NOVAVENTA S.A.S** identificada con NIT.811.025.289-1, a lo dispuesto en: **1)** el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, **2)** el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo señalado en los incisos i), ii) y iii) del literal a) y el literal c) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, y **3)** a lo establecido en los literales a), b), g) y el parágrafo del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo anotado en los numerales 1 y 2 del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015, se debe imponer una sanción pecuniaria en los términos establecidos en el Estatuto del Consumidor⁹⁰.

⁹⁰ Reglamentado por el **Artículo 1° del Decreto 074 de 2012: Criterios para graduar las sanciones administrativas.** “Para efectos de imponer las sanciones previstas en el artículo 61 de la Ley 1480 de 2011, la Superintendencia de Industria y Comercio aplicará los criterios establecidos para la graduación de las multas, previstos en el parágrafo 1° del mismo artículo”.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Así las cosas y para efectos de la graduación de la multa deberá atenderse a las particularidades del presente caso, de cara a los criterios establecidos en el parágrafo del artículo 61 de la Ley 1480 del 2011, que corresponden a: **i)** el daño causado a los consumidores; **ii)** la persistencia en la conducta infractora; **iii)** la reincidencia en la comisión de las infracciones en materia de protección al consumidor; **iv)** la disposición o no de buscar una solución adecuada a los consumidores; **v)** la disposición o no de colaborar con las autoridades competentes; **vi)** el beneficio económico que se hubiere obtenido para el infractor o para terceros por la comisión de la infracción; **vii)** la utilización de medios fraudulentos en la comisión de la infracción o cuando se utiliza a una persona interpuesta para ocultarla o encubrir sus efectos; y **viii)** el grado de prudencia o diligencia con que se hayan atendido los deberes o se hayan aplicado las normas pertinentes.

Teniendo que, aunque este Despacho revisará los ocho (8) criterios para fijar una sanción ajustada a derecho, y que se observarán los principios de proporcionalidad y razonabilidad, la participación de estos dependerá de su pertinencia frente a los hechos probados. De manera que, en la tasación de la multa, algunos afectarán directamente el valor de esta y otros serán descartados por su incapacidad de alterar la estimación cuantitativa.

Así, teniendo en cuenta que el régimen sancionatorio aplicable se rige por lo establecido en la Ley 1480 de 2011, es imperativo para este Despacho especificar la razón del monto de la sanción a imponer a la parte investigada. Dicha decisión se basa en el criterio de **daño a los consumidores**, conforme lo estipula el numeral 1 del parágrafo 1 del artículo 61 del Estatuto del Consumidor, y se justifica de la siguiente manera:

Al respecto, encontrándose demostrado que la investigada no garantizó la calidad de las máquinas dispensadoras que puso en el mercado, pues las mismas presentaron fallas como las descritas por los quejosos que no recibieron el producto seleccionado en dichas máquinas a pesar de haber pagado el precio correspondiente; sumado a lo cual, tampoco obtuvieron la devolución del dinero ingresado y fue necesaria la presentación de una reclamación para recuperar lo pagado, resulta claro que tal conducta defraudó las legítimas expectativas de los consumidores y sus intereses económicos.

Por otra parte, considerando que la investigada utilizó publicidad para dar a conocer varias de sus campañas promocionales, pero en estas omitió información sobre las condiciones de tiempo, modo y otros requisitos para acceder al incentivo, afectó el acceso de los consumidores a información adecuada que les permitiera hacer elecciones bien fundadas respecto de las promociones que puso a su disposición.

Aunado a lo anterior, se acreditó que el sujeto pasivo omitió información en su página web que garantizara el acceso permanente de los consumidores a sus datos de identificación y contacto, así como, aquella que indicara las características esenciales de los productos que ofreció en dicho canal; al tiempo que, incumplió el deber de incluir en el mismo medio utilizado para ejercer comercio electrónico un mecanismo que permitiera hacer seguimiento a las peticiones, quejas y reclamos (PQR'S) radicadas por este canal y un enlace visible y fácilmente identificable que remitiera a la página web de la autoridad de protección al consumidor en Colombia.

Por consiguiente, la conducta de la investigada desconoció el derecho de los consumidores en comercio electrónico a recibir información cierta, fidedigna, suficiente, clara y actualizada, para adoptar decisiones de consumo bien fundadas. En atención a todo lo expuesto, el criterio de **daño causado a los consumidores** se tendrá en cuenta para tasar la sanción a imponer.

Ahora bien, frente a **la persistencia en la conducta infractora**, debe tenerse en cuenta, que el concepto “persistencia” hace alusión a la duración en el tiempo que se puede predicar respecto del actuar desplegado por un productor o proveedor que resulta contrario a las normas de la Ley 1480 de 2011 —Estatuto del Consumidor—.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

En este orden de ideas debe ponerse de presente que no existe evidencia en el expediente de que las fallas en las máquinas dispensadoras que la investigada puso en el mercado se hayan mantenido con posterioridad al inicio de la presente investigación, y las piezas publicitarias revisadas tuvieron una vigencia que se agotó tiempo después de su difusión.

Por otra parte, en cuanto a la imputación No. 3, la investigada allegó pruebas en las que se evidencia que hizo ajustes en su página web para mantener visibles todos sus datos de identificación y contacto, incluir la información sobre las características de los bienes ofrecidos por dicho canal e incluir un enlace que dirigiera a la página web de esta Superintendencia⁹¹.

No obstante, el sujeto pasivo no allegó evidencia de haber incluido en el mismo medio utilizado para ejercer comercio electrónico, un mecanismo que permitiera a los consumidores hacer seguimiento a las peticiones, quejas y reclamos (PQRS), radicadas por este canal. De manera que, **únicamente respecto de esta conducta, se tendrá en cuenta el criterio de persistencia para graduar la multa a imponer.**

Ahora bien, en lo que atañe a la **reincidencia en la comisión de las infracciones en materia de protección al consumidor**, este Despacho no encontró que la investigada haya sido previamente sancionado por conductas semejantes, razón por la cual este criterio no será tenido en cuenta al momento de la graduación de la sanción, en tanto el mismo no se configuró.

Frente a la **disposición o no de buscar una solución adecuada a los consumidores**, esta Dirección tendrá en cuenta que la investigada allegó evidencia de los ajustes que hizo en su página web para mantener visibles todos sus datos de identificación y contacto, incluir la información sobre las características de los bienes ofrecidos por dicho canal e incluir un enlace que dirigiera a la página web de esta Superintendencia⁹². También, que incorporó a su escrito de alegatos de conclusión⁹³ evidencia de la información que agregó en los banners publicitarios con los que da a conocer las promociones vigentes en su página web, entre la cual, vigencia de los incentivos. Razón por la cual, para **el cálculo de la sanción a imponer se valorará este criterio en favor de la investigada.**

En lo que respecta al **beneficio económico que se hubiera obtenido** para el infractor o para un tercero por la comisión de la infracción demostrada, esta Dirección no pudo establecer el valor de dicho beneficio económico, pues no obra prueba en el plenario que permita su valoración respecto del caso concreto, razón por la cual dicho criterio de dosificación no se configuró.

Por otra parte, en lo que atañe a la **utilización de medios fraudulentos en la comisión de la infracción o cuando se utiliza a una persona interpuesta para ocultarla o encubrir sus efectos**, este Despacho debe indicar que no hay lugar a aplicar dicho criterio de dosificación, toda vez que no existe en el expediente prueba que permita tenerlo en cuenta para la graduación de la sanción administrativa a imponer.

De otra parte, respecto del criterio de la **disposición o no de colaborar con las Autoridades**, este Despacho debe poner de presente que, en este caso no existe prueba en el plenario que permita su valoración de cara al incumplimiento aquí evidenciado, razón por la cual este criterio no tiene facultad de alterar la graduación de la sanción.

De igual manera y de acuerdo con **el grado de prudencia o diligencia con que se hayan atendido los deberes o se hayan aplicado las normas pertinentes**, esta Dirección debe indicar que, con base en las pruebas obrantes en el plenario y tal y como se expuso a lo largo del presente acto administrativo, la investigada **no actuó con**

⁹¹ Escrito de descargos radicado con el número 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024. Imágenes contenidas en las páginas 13, 16, 17 y 20. Así como, enlace incorporado al mismo escrito en la página 14.

⁹² Escrito de descargos radicado con el número 20-177872-24 del 15 de marzo de 2024. Imágenes contenidas en las páginas 13, 16, 17 y 20. Así como, enlace incorporado al mismo escrito en la página 14.

⁹³ Página 3.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

diligencia en la aplicación del marco normativo aplicable, razón por la cual, este criterio no puede tenerse en cuenta a su favor para tasar la multa a imponer.

Así las cosas, teniendo en cuenta que el artículo 61 de la Ley 1480 de 2011, establece el régimen sancionatorio por las infracciones a las normas del Estatuto del Consumidor, esta Dirección atendiendo a las circunstancias particulares del caso bajo estudio, le impone una multa a **NOVAVENTA S.A.S.**, identificada con NIT.811.025.289-1, por **MIL (1.000)** salarios mínimos mensuales legales vigentes, equivalentes a **116000 UVB**, y que corresponden a la suma de **MIL TRESCIENTOS CUARENTA MILLONES TREINTA Y DOS MIL PESOS M/CTE (1.340.032.000)** a la fecha de la presente resolución

VIGÉSIMO SÉPTIMO: Consideración Final

De conformidad con lo establecido en el artículo 313 de la Ley 2294 de 2023, por medio de la cual se expidió el “Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026”, les corresponde a las autoridades que tengan a su cargo, entre otros, cobros, sanciones, multas, tasas, tarifas, actualmente denominados y establecidos con base en salarios mínimos o en Unidades de Valor Tributario —UVT—, deberán ser calculados con base en su equivalencia en términos de la Unidad de Valor Básico —UVB—, conforme lo dispuesto en este artículo.

En cumplimiento de la anterior disposición, esta Entidad a efectos de cumplir con lo antes expuesto, procedió a tener en cuenta respecto de la monetización frente al valor de la multa, tanto lo establecido en el radicado número 24-19575⁹⁴ como la metodología establecida en el numeral 4 de la Circular N°005 de 19 de febrero de 2024, emitida por la Jefe de Oficina Asesora Jurídica de la Superintendencia de Industria y Comercio⁹⁵.

En mérito de lo expuesto, esta Dirección,

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: DESESTIMAR de la sub-imputación relacionada con la promoción “GRATIS 2 Jumbo Dots por la compra del código 16706” que hace parte de la imputación 2 contenida en la Resolución N° 2334 del 6 de febrero de 2024, el reproche efectuado con base en el inciso ii) del literal a) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, y mantener los demás cargos formulados.

ARTÍCULO SEGUNDO: DESESTIMAR de la sub-imputación relacionada con la promoción “POR SOLO \$36.750 CREMA BICARBONATO + CEPILLO 7 BENEFICIOS CARBON X 2 UNDS. PIDELOS CON EL CÓDIGO 16947. ANTES: \$43250. AHORRA \$6.500.” que hace parte de la imputación 2 contenida en la Resolución N° 2334 del 6 de febrero de 2024, el reproche efectuado con base en los incisos i), ii) y iii) del literal a) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, y mantener los demás cargos formulados.

ARTÍCULO TERCERO: DESESTIMAR Y ARCHIVAR la imputación N° 4 formulada contra **NOVAVENTA S.A.S.**, identificada con NIT.811.025.289-1, y contenida en la Resolución N° 2334 del 6 de febrero de 2024, de acuerdo con lo dispuesto en el **numeral 25.4** del presente acto administrativo.

ARTÍCULO CUARTO: IMPONER una multa a **NOVAVENTA S.A.S.**, identificada con NIT.811.025.289-1, por la suma de **MIL (1.000)** salarios mínimos mensuales legales vigentes, equivalentes a **116000 UVB**, y que corresponden a la suma de **MIL TRESCIENTOS CUARENTA MILLONES TREINTA Y DOS MIL PESOS M/CTE**

⁹⁴ Concepto emitido por la Jefe de la Oficina Asesora Jurídica dirigido a la Coordinadora del Grupo de Notificaciones y Certificaciones de la Superintendencia de Industria y Comercio.

⁹⁵ Ver también, concepto con radicado 1-2024-012569 del 14 de marzo de 2024 del Ministerio de Hacienda.

RESOLUCIÓN NÚMERO 21156 DE 2025

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

(1.340.032.000) a la fecha de la presente resolución, de conformidad con lo expuesto en la parte motiva de este acto administrativo.

PARÁGRAFO: El valor de la sanción pecuniaria que por esta resolución se impone, deberá ser pagado dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la ejecutoria de esta resolución. Vencido este plazo se cobrarán intereses por cada día de retraso, los cuales serán liquidados a la tasa del 12% efectivo anual. Para el efecto, podrán utilizarse los siguientes medios de pago:

1. A través del Botón de Pagos PSE en el enlace <https://serviciolinea.sic.gov.co/sic.multas.pagos/payform> efectuada la transacción podrá descargar automáticamente el recibo de caja.

2. Utilizando el formato universal de recaudo, consignando en efectivo o cheque de gerencia en el Banco de Bogotá a la cuenta corriente N° [062-87028-2](https://www.banobogota.com.co), a nombre de la Superintendencia de Industria y Comercio Nit: 800.176.089-2 y código rentístico 03. En este caso deberá acreditarse el pago, enviando el respectivo soporte través del correo electrónico contactenos@sic.gov.co donde se expedirá el recibo de caja aplicado a la resolución sancionatoria, o en su defecto, entregar el soporte de pago en la ventanilla de la Tesorería de la Superintendencia de Industria y Comercio, ubicada en la Avenida Carrera 13 No. 27-00, piso 3 Bogotá D.C.

ARTÍCULO QUINTO: NOTIFICAR personalmente el contenido de la presente resolución a **NOVAVENTA S.A.S** identificada con NIT.811.025.289-1, a través de su Representante Legal para Asuntos Judiciales, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra el presente acto administrativo proceden los recursos de reposición ante la Directora de Investigaciones de Protección al Consumidor y apelación ante la Superintendente Delegada para la Protección del Consumidor, los cuales deben ser interpuestos dentro de los diez (10) días siguientes a la notificación de este acto y conforme a lo establecido en el artículo 76 de la Ley 1437 de 2011.

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá D.C., 16 de abril de 2025

LA DIRECTORA DE INVESTIGACIONES DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR,



NEYIRETH BRICEÑO RAMÍREZ

NOTIFICACIÓN

Investigada:	NOVAVENTA S.A.S
Identificación:	NIT NIT.811.025.289-1
Representante legal para asuntos judiciales:	LILIANA MARÍA MEJÍA ROJAS
Identificación:	C.C. N° 43.682.835
Dirección de notificación judicial:	Carrera 52 No. 2-38
Ciudad:	Medellín - Antioquia
E-mail de notificación judicial:	correspondenciasnch.domesa@serviciosnutresa.com ⁹⁶

Proyectó: NCA
Revisó: YAPG / LMAR
Aprobó: NBR

⁹⁶ De acuerdo con la información consignada en los descargos (20-177872-24) y alegatos de conclusión (20-177872-40), y en el Certificado de Existencia y Representación Legal de NOVAVENTA S.A.S.