

Bogotá D.C.,

10

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO	
RAD: 15-253710- -00002-0000	Fecha: 2015-12-07 15:18:44
DEP: 10 OFICINAJURIDICA	
TRA: 113 DP-CONSULTAS	EVE: SIN EVENTO
ACT: 440 RESPUESTA	Folios: 1

Señor
JUAN FELIPE VANEGAS
juanfelipe@vanegasumana.com

Asunto: Radicación: 15-253710- -00002-0000
Trámite: 113
Evento: 0
Actuación: 440
Folios: 1

Estimado(a) Señor:

Con el alcance previsto en el artículo 28 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, damos respuesta a su consulta radicada en esta Oficina con el número señalado en el asunto.

De conformidad con lo anterior, advertimos que la Oficina Jurídica profiere conceptos de carácter general y abstracto, sin que le sea posible resolver a través de estos, situaciones particulares o pronunciarse sobre la legalidad de una conducta, pues estaríamos vulnerando el principio y garantía constitucional del debido proceso consagrado en el artículo 29 de la Constitución Política.

En su comunicación realiza una serie de preguntas que se transcriben y responden a continuación:

“1. ¿Puede un propietario de dos (2) o más establecimientos bajo igual marca o enseña, informando adecuadamente al público, fijar precios distintos respecto de un (1) mismo bien en sus distintos establecimientos? A manera de ejemplo, en el establecimiento # 1 un bien tiene un precio de \$1 y, en el establecimiento #2 el mismo bien tiene un precio de \$3.”.

A efectos de dar respuesta a su pregunta, debe tenerse en cuenta, que por regla general, exceptuando los precios que se fijan por el Gobierno Nacional y por las autoridades a las que en virtud de sus funciones les corresponde hacerlo, los distribuidores y expendedores, así como los prestadores de servicios, pueden establecer libre y autónomamente los precios de acuerdo con su estructura de costos y su margen de utilidad, sin sujetarlo al consenso de otras voluntades.

El precio debe estar determinado por el libre juego de la oferta y la demanda, y, en relación con esto, traemos a colación, para su mayor entendimiento, lo manifestado por los autores Paula A Samuelson y William D Nordhaus, en su libro titulado Economía, editorial Mc Graw-Hill, Decimoquinta Edición, página 24.

“Los precios coordinan las decisiones de los productores y los consumidores en el mercado. Su subida tiende a reducir las compras de los consumidores y fomenta la producción. Su bajada fomenta el consumo y reduce los incentivos para producir. Los precios constituyen el engranaje del mecanismo del mercado. (...) El mercado encuentra el precio de equilibrio que satisface simultáneamente los deseos de los compradores y los vendedores. (...) los bienes y servicios que se producirán vienen determinados por los votos monetarios de los consumidores, (...) todos los días cuando éstos deciden comprar. (...) Los precios a los que los compradores desean adquirir exactamente la cantidad que los vendedores desean vender equilibran la oferta y la demanda”

Es decir, según lo disponen las reglas económicas, los consumidores a través de sus decisiones de consumo equilibran los precios a los que los proveedores desean vender.

Así mismo, debe tenerse en cuenta, que la Ley 1480 de 2011 en el artículo 26 consagra la siguiente disposición sobre información pública de precios:

“INFORMACIÓN PÚBLICA DE PRECIOS. El proveedor está obligado a informar al consumidor en pesos colombianos el precio de venta al público, incluidos todos los impuestos y costos adicionales de los productos. El precio debe informarse visualmente y el consumidor solo estará obligado a pagar el precio anunciado. Las diferentes formas que aseguren la información visual del precio y la posibilidad de que en algunos sectores se indique el precio en moneda diferente a pesos colombianos, serán determinadas por la Superintendencia de Industria y Comercio.

Los costos adicionales al precio, generados por estudio de crédito, seguros, transporte o cualquier otra erogación a cargo del consumidor, deberá ser informada adecuadamente, especificando el motivo y el valor de los mismos. En el evento de que aparezcan dos (2) o más precios, que existan tachaduras o enmendaduras, el consumidor sólo estará obligado al pago del precio más bajo de los que aparezcan indicados, sin perjuicio de las sanciones a que hubiere lugar de conformidad con la presente ley.

Cuando el producto esté sujeto a control directo de precios por parte del Gobierno Nacional, el fijado por este será el precio máximo al consumidor y deberá ser informado por el productor en el cuerpo mismo del producto, sin perjuicio del menor valor que el proveedor pueda establecer.

PARÁGRAFO 1o. Los organismos o autoridades encargados de establecer o fijar precios de bienes o servicios ordenarán la publicación de las disposiciones respectivas en el Diario Oficial y al menos en dos (2) diarios de amplia circulación nacional. Los proveedores y productores tendrán dos (2) días a partir de la publicación en el Diario Oficial, para adecuar todos sus precios a lo ordenado por la autoridad.

PARÁGRAFO 2o. La Superintendencia de Industria y Comercio determinará las condiciones mínimas bajo las cuales operará la información pública de precios de los productos que se ofrezcan a través de cualquier medio electrónico, dependiendo de la naturaleza de este.”

Por su parte, el numeral 2.3.1. de la Circular Única establece:

“2.3.1. Sistemas de indicación pública de precios

En cualquier sistema de información sobre precios dirigida a los consumidores, se deberá indicar el precio total del producto, el cual incluirá cualquier cargo adicional o impuesto a que hubiere lugar, sin perjuicio de su discriminación en las facturas conforme a las disposiciones tributarias.

La indicación pública de precios puede hacerse en listas, en los bienes mismos, en góndolas, anaqueles o estantes.”.

Es decir, el precio que se suministre al consumidor debe corresponder al precio total del producto, incluyendo, desde luego, los cargos adicionales o impuestos, con el fin de evitar una posible inducción a error por el suministro de información insuficiente y/o carente de veracidad.

Por lo tanto, al anunciarlo a través de uno de los medios señalados por esta Superintendencia para la indicación pública de precios, le está completamente prohibido al proveedor o productor, informar más de un precio sobre un mismo producto, pues de hacerlo, el consumidor solo estará obligado a pagar el precio menor, de los publicitados en cualquiera de estos medios, dado que, la indicación pública del precio tiene como finalidad que el consumidor tome decisiones de consumo de manera informada, sin que se le induzca a error.

No se establece en la norma, que dicho precio y su indicación, deba ser el mismo en todos los establecimientos del proveedor o productor, lo cual, en nuestra opinión, obedece a que los precios son establecidos de acuerdo con la estructura de costos y el margen de utilidad de los comerciantes, para que el juego de la oferta y la demanda se encargue de fijarlos, tal como se explicó al inicio del escrito.

En consecuencia, a efectos de su consulta, la Oficina Jurídica considera que desde el ámbito de nuestras competencias, lo que se exige al productor o proveedor, es que la indicación pública del precio se realice a través de los medios señalados, y que este incluya todos los impuestos y costos adicionales de los productos.

“2. ¿Puede el propietario de un (1) establecimiento de comercio, informando adecuadamente al público, fijar un precio cualquiera para un bien fijado en el bien mismo y, señalar en lista un precio distinto para el mismo bien si la venta la realiza a domicilio despachando dicho bien desde el mismo establecimiento? A manera de ejemplo: En el establecimiento en bien A tiene un precio de \$1, y el establecimiento informa que si se despacha a domicilio dicho bien, su precio de venta será de \$2.”.

Reiteramos lo dicho en la respuesta anterior, en el sentido de que informar más de un precio sobre un mismo producto a través de cualquiera de los medios de indicación pública de precios, da derecho al consumidor a pagar el precio menor de los publicitados, sin embargo, esta Oficina considera, que el precio del servicio de domicilio, puede ser publicitado en el establecimiento de comercio, de manera independiente.

“3. ¿Puede el propietario de varios establecimientos de comercio bajo igual marca o enseña, informando adecuadamente al público, fijar un precio cualquiera para un bien

fijado en el bien mismo (sic) y, señalar en lista un precio distinto para el mismo bien si la venta la realiza a domicilio despachando dicho bien desde punto de origen no determinado (un centro de despachos)? A manera de ejemplo: en sus establecimientos el bien A tiene un precio de \$1, y el propietario en sus establecimientos o medios publicitarios informa que si despacha a domicilio dicho bien llamando a un contac- center o centro de recepción de llamadas, su precio de venta será de \$2.”.

Nos remitimos a la respuesta anterior.

Si requiere mayor información sobre el desarrollo de nuestras funciones y sobre las normas objeto de aplicación por parte de esta Entidad, puede consultar nuestra página en Internet, www.sic.gov.co.

Atentamente,

WILLIAM ANTONIO BURGOS DURANGO
JEFE OFICINA ASESORA JURÍDICA

Elaboró: Adonia Aroca
Revisó: William Burgos
Aprobó: William Burgos