

Bogotá D.C., 2 de noviembre de 2022

Honorables Representantes

JOSE OCTAVIO CARDONA LEON
ERICK ADRIAN VELASCO BURBANO
OLGA BEATRIZ GONZALEZ CORREA

Comisión Quinta

CONGRESO DE LA REPUBLICA

La Ciudad

Asunto: Comentarios respecto al Proyecto de Ley 015 de 2022 Cámara “Por medio de la cual se reglamenta el etiquetado, la publicidad y cualquier otra forma de marketing alusiva a cualidades, características o atributos amigables con el medio ambiente de los productos”

Honorables Representantes,

Comienzo por extenderles nuestros más cordiales saludos de parte de la Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones – CCIT, organización gremial que agrupa a las más importantes empresas del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia. En ese sentido, hemos venido trabajando por más de 29 años apoyando el desarrollo armónico del Sector TIC en el país, bajo las banderas de la promoción y el crecimiento ordenado de la Industria de Tecnología en Colombia, en un ambiente de seguridad jurídica que fomente la inversión y el desarrollo económico y social del país.

En esta ocasión nos dirigimos a Ustedes, con el fin de respetuosamente presentarle nuestros comentarios respecto al Proyecto de Ley 015 de 2022 Cámara “Por medio de la cual se reglamenta el etiquetado, la publicidad y cualquier otra forma de marketing alusiva a cualidades, características o atributos amigables con el medio ambiente de los productos”. En ese sentido, presentamos las siguientes observaciones.

1. Comentarios Generales

El Proyecto de Ley por medio del cual se “*Reglamenta el Etiquetado, la Publicidad y Cualquier otra forma de Marketing alusiva a cualidades, características o atributos amigables con el medio ambiente de los productos*” está cubriendo aspectos que ya se encuentran regulados de forma completa y suficiente en distintos cuerpos normativos, tal como lo es la Ley 1480 de 2011 (Estatuto del Consumidor) y el Decreto 1369 de 2014, por lo que al incluir normativa adicional que aborda conceptos, objetivos y obligaciones que ya se encuentran regulados, causaría confusión, disminuiría la certeza jurídica, sobrerregularía y generaría mayores cargas administrativas para los sujetos obligados

Incluso, destacamos que la normativa mencionada y vigente ya le otorga facultades amplias y suficientes a la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) para verificar o requerir la información que justifique y compruebe los atributos ambientales, que se incluyan en la publicidad de productos o sus empaques. Particularmente destacamos:

a. El Decreto 1369 de 2014 establece expresamente las reglas sobre las actividades publicitarias alusivas a las cualidades, características o atributos ambientales de los productos y/o de sus empaques, y que estas afirmaciones o información debe ser completa, veraz, honesta, verificable, actualizada de tal suerte que no se induzca a los consumidores al error (artículos 2, 3 y 5).

b. Entre otros aspectos, se establecen como requisitos el contar con pruebas, estudios u otra evidencia que sustente dichas aseveraciones, misma que debe estar a disposición de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC). También destacamos que el Decreto 1369 de 2014 ya incluye provisiones sobre publicidad comparativa, por lo que volverlo que incluir en el PL solamente sería repetitivo y sobre regulado.

c. El propio Estatuto del Consumidor establece por un lado los derechos de los consumidores a: (i) recibir productos de calidad, (ii) el derecho a recibir protección contra la publicidad engañosa, y el (iii) derecho a recibir información completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea sobre los productos que se pongan en circulación.

De igual forma, resaltamos que el Estatuto del Consumidor ya establece las obligaciones que se deben observar al realizar publicidad y anuncios sobre los productos a efecto de hacer frente a la responsabilidad sobre publicidad engañosa (artículo 3, 23, 24), por lo que nuevamente consideramos que todos los objetivos y aspectos que propone el Proyecto de Ley, ya se encuentran ampliamente contemplados por estos cuerpos normativos.

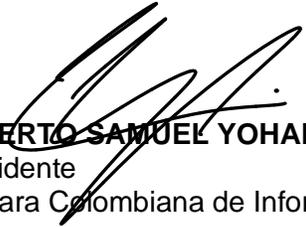
Finalmente, es necesario llamar la atención respecto al alcance del Proyecto de Ley. En este sentido, es importante señalar que si bien el Proyecto de Ley pretende regular atribuciones o alusiones ambientales que se le hagan a los productos o sus empaques, este no toma en cuenta las diferencias estructurales que pueden existir entre distintos tipos de productos de consumo y/o sus empaques, así como sus características, y la forma en que estos pueden presentar atributos o cualidades ambientales.

Por lo tanto, consideramos que no se pueden aplicar las mismas obligaciones o requisitos para productos de distinta naturaleza, tal como se propone en el presente Proyecto de Ley (por ejemplo, un detergente biodegradable vs. un empaque biodegradable). De acuerdo con lo anterior, el Proyecto de Ley amerita un análisis de impacto normativo (AIN) para definir claramente el objeto y alcance del mismo, en línea con el Documento CONPES 3816 de Mejora Regulatoria.

Esperando haber contribuido de manera positiva con nuestros aportes, quedamos atentos a cualquier inquietud o ampliación de la información que consideren pertinente.

Agradeciendo la atención prestada, me suscribo de Usted con sentimientos de consideración y aprecio.

Cordialmente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'AS. Yohai', is written over the printed name and title.

ALBERTO SAMUEL YOHAI
Presidente
Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones – CCIT