



“Por el cual se reglamenta el uso de la publicidad alusiva a cualidades, características o atributos ambientales de los productos”

Que de acuerdo con el artículo 3 del Estatuto del Consumidor, son derechos de los consumidores *“obtener información completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea respecto de los productos que se ofrezcan o se pongan en circulación, así como sobre los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización, los mecanismos de protección de sus derechos y las formas de ejercerlos”* y *“recibir protección contra la publicidad engañosa”*.

Que el artículo 5 del referido estatuto, en su numeral 7 define la información como *“todo contenido y forma de dar a conocer la naturaleza, el origen, el modo de fabricación, los componentes, los usos, el volumen, peso o medida, los precios, la forma de empleo, las propiedades, la calidad, la idoneidad o la cantidad, y toda otra característica o referencia relevante respecto de los productos que se ofrezcan o pongan en circulación, así como los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización”*.

Que el numeral 12 del artículo 5 en mención, define la publicidad como *“toda forma y contenido de comunicación que tenga como finalidad influir en las decisiones de consumo”*, y por su parte, el numeral 13 se refiere a la publicidad engañosa como *“aquella cuyo mensaje no corresponda a la realidad o sea insuficiente, de manera que induzca o pueda inducir a error, engaño o confusión”*.

Que el artículo 23 del mismo estatuto, establece que es obligación de todo proveedor y productor *“suministrar a los consumidores información, clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea sobre los productos que ofrezcan y, sin perjuicio de lo señalado para los productos defectuosos, serán responsables de todo daño que sea consecuencia de la inadecuada o insuficiente información. En todos los casos la información mínima debe estar en castellano”*.

Que el artículo 29 de la Ley 1480 de 2011 dispone que *“las condiciones objetivas y específicas anunciadas en la publicidad obligan al anunciante, en los términos de dicha publicidad”*.

Que es necesario modificar los modelos de producción y consumo, razón por la cual el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente –PNUMA- en el marco del Plan de Implementación de Johannesburgo y del Plan Decenal establecido en Rio+20, viene adelantando acciones con el propósito de promover el consumo y la producción sostenibles. Para efectos de lo anterior, es necesario que los países trabajen conjuntamente en el desarrollo y la adopción de una política integrada de producción y consumo sostenible y en el fortalecimiento del diálogo, participación y cooperación con todas las partes interesadas para avanzar hacia el cambio de los patrones de producción y consumo.

Que la Política Nacional de Producción y Consumo Sostenible, orienta el cambio de los patrones de producción y consumo de la sociedad colombiana hacia la sostenibilidad ambiental, contribuyendo a la competitividad de las empresas y al bienestar de la población.

Que la información objetiva de los productos que se encuentre relacionada con sus cualidades, características o atributos beneficiosos para el medio ambiente debe ser clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea. Asimismo, la publicidad de dichas características, calidades o atributos beneficiosos para el medio ambiente debe permitir a los consumidores determinar

“Por el cual se reglamenta el uso de la publicidad alusiva a cualidades, características o atributos ambientales de los productos”

---

claramente en qué consisten dichos beneficios, con el propósito de promover un consumo y producción sostenibles.

Que teniendo en cuenta lo anterior y que la publicidad alusiva a las características, cualidades o atributos de los productos que resultan beneficiosos para el ambiente es cada vez más utilizada, se hace necesario reglamentar su uso, con el objeto de proteger la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores y promover modelos de consumo y producción sostenibles.

## DECRETA

**Artículo 1. Objeto.** El presente decreto tiene por objeto establecer los requisitos que deberá cumplir la publicidad alusiva a cualidades, características o atributos ambientales de los productos que generen beneficios ambientales.

**Parágrafo.** Las cualidades, características o atributos ambientales de un producto que se anuncien o publiciten, además de cumplir con las normas vigentes, deberán generar beneficios ambientales reales, de conformidad con la reglamentación de que trata el artículo 4 del presente decreto.

**Artículo 2. Ámbito de aplicación.** El presente decreto se aplicará a todas las personas naturales y jurídicas que desarrollen actividades publicitarias alusivas a las cualidades, características o atributos ambientales de los productos.

**Artículo 3. Requisitos.** La publicidad de las cualidades, características o atributos ambientales de cualquier producto, deberá cumplir con los siguientes requisitos:

1. Deberá tratarse de una aseveración objetiva y comprobada.
2. Las pruebas, investigaciones, estudios u otra evidencia deben basarse en la aplicación de procedimientos técnicos y científicos reconocidos. El anunciante mantendrá a disposición de la Superintendencia de Industria y Comercio, la información que demuestre sus afirmaciones.
3. La afirmación debe ser completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, actualizada, comprensible, precisa e idónea y no omitir información relevante que pueda inducir en error a los consumidores.
4. Las afirmaciones ambientales deben indicar si la cualidad, característica o atributo publicitado se predica del producto, de su embalaje o de una porción o componente de ellos, y además especificar el beneficio ambiental que representa.
5. En caso de que la publicidad se fundamente en la comparación de un producto antiguo con uno nuevo de la misma marca, deberán especificarse las características ambientales del producto anterior y las del nuevo producto.
6. Si se desarrolla publicidad comparativa con fundamento en marcas distintas, deberán especificarse las características ambientales de los productos comparados.

"Por el cual se reglamenta el uso de la publicidad alusiva a cualidades, características o atributos ambientales de los productos"

**Artículo 4.** *Reglamentación de las cualidades, características o atributos ambientales.* Para efectos de lo dispuesto en el presente decreto, el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible establecerá las definiciones y los requisitos que deberán aplicarse para anunciar un producto que genere beneficios ambientales.

Previa expedición, las definiciones y requisitos establecidos por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, deberán surtir el proceso de notificación internacional, a través del Punto de Contacto, ante la Organización Mundial del Comercio y demás socios comerciales.

**Artículo 5.** *Competencia.* La Superintendencia de Industria y Comercio vigilará la publicidad regulada por el presente decreto e impondrá las sanciones establecidas en la Ley 1480 de 2011.

**Artículo 6.** *Vigencia.* El presente decreto entrará en vigencia seis (6) meses después de su publicación en el Diario Oficial y deroga todas las normas que le sean contrarias.

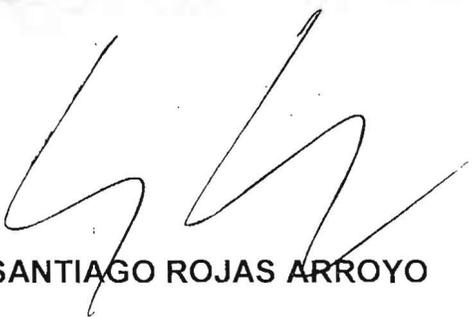
**PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE**

Dado en Bogotá, D.C., a los

**22 JUL 2014**

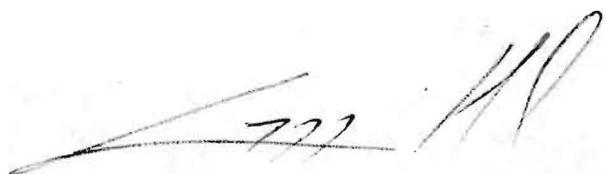


**EL MINISTRO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO**



**SANTIAGO ROJAS ARROYO**

**LA MINISTRA DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE**



**LUZ HELENA SARMIENTO VILLAMIZAR**