

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL DEPARTAMENTO DE CONCILIACIÓN

Para el logro de sus objetivos y el desempeño de sus funciones, el departamento ha sido dividido en dos (2) importante áreas:

- a) Conciliación
- b) Veracidad de la Publicidad.

La estructura organizacional y funciones dentro del departamento de Conciliación se encuentran establecidas en nuestra ley especial.

DEPARTAMENTO DE CONCILIACIÓN

Área administrativa de ACODECO que cuenta con dos unidades de ejecución, por un lado, Veracidad de la Publicidad y por el otro Conciliación, cuyas funciones se encuentran establecidas en nuestra ley que dicta normas sobre Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia.

Como medio alternativo de solución de conflictos, la conciliación tiene como objetivo fundamental que las partes de modo voluntario encuentren una solución amigable a sus diferencias, con la participación de un tercero que propicia el logro de un acuerdo entre ambas. La ley 45 de 31 de octubre de 2007, en sus artículos 111 al 114 regula lo relativo a la materia y a través del decreto ejecutivo No. 46 de 23 de junio de 2009, se reglamenta en los artículos 50 al 52.

En desarrollo del procedimiento conciliatorio, se efectúa un acto de audiencia con la participación del consumidor, el representante del agente económico y un funcionario de ACODECO denominado conciliador, brindándose herramientas de tipo legal e infraestructura, que facilitan las condiciones para que las partes voluntariamente y a través del diálogo, puedan llegar a un arreglo amigable que ponga fin a sus diferencias con respecto a la relación de consumo que mantienen.

VERACIDAD DE LA PUBLICIDAD

Hoy en día el mercado evoluciona y con ello se implementan nuevas técnicas de publicidad, por lo que la ACODECO de forma constante monitorea los diferentes medios publicitarios, con la finalidad de verificar que la publicidad sea clara, veraz, comprobable, congruente entre lo que se anuncia y efectivamente se ofrece, según lo establecido en el artículo 58 de la Ley 45 de 31 de octubre de 2007.

En Veracidad de la Publicidad, también se reciben denuncias y quejas, las cuales se analizan para determinar si se debe realizar o no una investigación administrativa a los agentes económicos, por presuntas faltas a las normas de protección al consumidor, lo que conlleva en muchas ocasiones, realizar verificaciones para poder constar la manifestado por el consumidor.

Ante la publicidad engañosa, la Autoridad puede ordenar la suspensión de las pautas publicitarias u ordenar al agente económico el cumplimiento de lo ofrecido, producto de las investigaciones de oficio.