



MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO
DESPACHO DEL SUPERINTENDENTE DE INDUSTRIA Y COMERCIO
GRUPO DE TRABAJO DE COMPETENCIA DESLEAL

Bogotá D.C., tres (3) de marzo de dos mil diez (2010)

Auto No. 317

“Por el cual se decide una solicitud de medidas cautelares”

Radicación 10022730
Unilever Andina Colombia Ltda. Vs.
Alpina Productos Alimenticios S.A.

Decide el Despacho la procedibilidad de la solicitud de medidas cautelares que Unilever Andina Colombia Ltda. formuló mediante escrito de febrero 25 de 2010 respecto de Alpina Productos Alimenticios S.A.

LA SOLICITUD

La parte solicitante afirmó que participa en el mercado de margarinas, esparcibles y grasas comestibles mediante la fabricación y comercialización del producto distinguido con el signo "*Rama*", que es altamente reconocido entre el público y que cuenta -desde el año 2003- con una presentación consistente en una tarrina rectangular y de color predominantemente amarillo, que se destaca en toda la publicidad del producto y que, además, es única en la categoría, pues "*no hay en el mercado productos distintos de 'Rama' que utilicen un empaque idéntico*" (fl. 126).

Aseveró la solicitante que desde el 18 de febrero de 2010 Alpina Productos Alimenticios S.A. publicitó en televisión su mantequilla "*Alpina*" con un comercial en el que, mediante la utilización de un empaque muy similar al del producto "*Rama*", se da a entender que los consumidores, engañados por los fabricantes de margarina, adquieren este producto convencidos de que se trata de mantequilla, aún cuando aquel es un artículo inferior a este. Agregó que en el mismo comercial la sociedad mercantil demandada realiza unas afirmaciones contrarias a la realidad que están orientadas a comparar las características de los productos que acá importan exaltando las de la mantequilla "*Alpina*". Sobre el punto adujo que, contrario a lo que se da a entender en el comentado anuncio publicitario, (i) la mantequilla "*Alpina*" no está "*hecha 100% de leche*" (fl. 137), pues incluye otros ingredientes; (ii) ese producto no tiene 85% menos colesterol que la margarina "*Rama*", en tanto que esta, por tener origen en grasas vegetales, no tiene colesterol; (iii) aunque es cierto que la referida mantequilla no tiene grasas trans, la forma en que se presenta esa característica sugiere que la margarina de la actora sí contiene ese tipo de grasas, lo que no es verídico; (iv) la mantequilla "*Alpina*" no es "*supersuavecita*" si se usa en la forma indicada por su fabricante, como quiera que la ahora demandada recomienda que el producto se conserve refrigerado, lo que lo solidificaría e impediría la suavidad aludida, de modo que no es viable anunciar la característica en cuestión como una ventaja de la mantequilla fabricada por la accionada; (v) la mantequilla "*Alpina*" no es "*mantequilla de verdad, verdad*" sino una "*formulación a base de mantequilla*", pues contiene ingredientes adicionales a los que incluye la mantequilla que tradicionalmente había fabricado Alpina Productos Alimenticios S.A.

Acorde con Unilever Andina Colombia Ltda., la conducta de su contraparte es constitutiva de los actos de competencia desleal previstos en los artículos 7º, 8º (desviación de la clientela), 10º (confusión), 11º (engaño), 12º (descrédito), 13º (comparación), 15º (explotación de la reputación ajena) y 18º (violación de normas) de la Ley 256 de 1996, por lo que solicitó, con fundamento en el artículo 31, *ibídem*, que se decreten las medidas cautelares a las que hizo referencia en su escrito (fl. 164 a 164).

CONSIDERACIONES

Presupuestos de las cautelas: Acorde con el artículo 31 de la Ley 256 de 1996, la prosperidad de la solicitud de aplicación de medidas cautelares en el marco de la acción de competencia desleal exige, de un lado, que el peticionario se encuentre **(i) legitimado** o autorizado para demandar las medidas, para lo cual deberá acreditar su participación en el mercado y la afectación, actual o potencial, de sus intereses económicos como consecuencia de los actos que denuncia; y del otro, que se aporte **(ii) prueba suficiente**, aunque ella tuviere la calidad de sumaria dada la ausencia de oportunidad para controvertirlas, que permita tener por comprobada la realización de un acto de competencia desleal o su inminencia, así como la existencia de un peligro grave e inminente cuando se trata de la pretensión cautelar que puede ser decidida sin escuchar a la parte afectada.

(i) Ahora bien, en lo que respecta al punto de la legitimación de Unilever Andina Colombia Ltda., debe ponerse de presente que las copias auténticas de la revista "*Dinero*", en las que se hace referencia a la participación de la margarina "*Rama*" en el mercado (fls. 16 a 19), las copias auténticas de las resoluciones con las que se concedió el registro sanitario del mismo producto (fls. 26 a 30), las fotografías que acreditan la exhibición al público de la margarina de la que se ha venido hablando (fls. 31 a 36) y los ejemplares de los anuncios con que se publicita el producto "*Rama*" en televisión (fl. 113)¹, son todos elementos probatorios que acreditan la participación de la referida sociedad mercantil en el mercado de la fabricación y comercialización de margarinas, esparcibles y grasas comestibles. Así mismo, es claro que de probarse que Alpina Productos Alimenticios S.A. incurrió en las conductas denunciadas, esta persona jurídica habría logrado difundir entre el público la idea de que los fabricantes de margarina han engañado a los consumidores para hacerlos adquirir productos de inferior calidad, aseveración que afectaría de manera especial a la ahora solicitante, en la medida en que el empaque de margarina que se presenta en los anuncios es muy similar en su forma, tamaño y color a la tarrina de 1kg de "*Rama*" y en consecuencia se considera que evoca el producto de la solicitante. Adicionalmente, la accionada habría conseguido favorecer la imagen de la mantequilla "*Alpina*" mediante aseveraciones contrarias a la realidad, circunstancias que bien podrían incidir en forma perjudicial en los intereses económicos de la entidad solicitante.

(ii) Decantado lo anterior, cumple anotar que la pretensión cautelar en estudio será acogida parcialmente, como quiera que aparece acreditado en forma suficiente -al menos para esta etapa apenas preliminar de un eventual proceso- que la situación que se describe en el anuncio que Alpina Productos Alimenticios S.A. difundió entre el público, así como su contexto, dan a entender que los fabricantes de margarina, y en especial Unilever Andina Colombia Ltda. -según se explicará más adelante-, han inducido a error a los consumidores para hacerlos creer, mediante la presentación del señalado producto, que

¹ La transmisión de los anuncios publicitarios del producto "*Rama*" puede tenerse por cierta, en esta etapa cautelar, en tanto que la efectiva elaboración de dichos comerciales -circunstancia acreditada con el referido CD- constituye un indicio suficiente de la referida emisión, en los términos de los artículos 248 y 250 del C. de P. C., puesto que no puede ser considerado usual, con base en las reglas de la experiencia, que un anunciante incurra en los costos propios de la realización de un comercial de televisión y decida abstenerse de emitirlo, en tanto que es justamente la difusión del mensaje y su efecto en el público lo que le permitirá al empresario amortizar esa inversión. En todo caso, el indicio referido se corrobora con las demás pruebas que han sido relacionadas, especialmente con el ofrecimiento al público del producto "*Rama*" y las publicaciones que acreditan su reconocimiento.

este último no es margarina sino mantequilla, circunstancia que se aprecia como idónea para desacreditar a la solicitante ante los consumidores.

En el mismo sentido, la decisión favorable a la petente también encuentra fundamento en que, mediante los aludidos comerciales, Alpina Productos Alimenticios S.A. difundió entre el público información que contiene elementos susceptibles de generar en el destinatario de la misma un concepto equivocado de la realidad en cuanto a las características y ventajas de la mantequilla "Alpina" frente a la margarina "Rama", concepto erróneo que podría inducir al consumidor la idea de que el producto elaborado por la sociedad accionada cuenta con características de las que carece, lo que, a su vez, podría conllevar la existencia de un "*plus concurrential*"² en beneficio de la mantequilla "Alpina" sobre el producto de Unilever Andina Colombia Ltda., según se aprecia en el acervo probatorio hasta ahora incorporado.

Para sustentar la anterior conclusión es preciso señalar, a modo de premisa, que con base en la información contenida en el CD obrante a folio 112 y en la certificación expedida por Ibope Colombia S.A. acerca de la emisión de los anuncios denominados "Chiqui" y "Bigotes" a través de los canales nacionales privados, se encuentra acreditado que Alpina Productos Alimenticios S.A. difundió dos comerciales en los que se presenta una situación en la que su protagonista, que erróneamente está convencido de que un gato disfrazado es un hombre ("Bigotes") o que un hombre disfrazado es una mujer ("Chiqui"), se da cuenta, por una revelación que le hacen sus amigos, que había estado engañado al pensar que compraba mantequilla, pues lo que está en su mesa es una margarina que el referido protagonista adquirió con el convencimiento que obtenía aquel otro producto. Seguidamente se anuncia, con base en un estudio de "U&A Esparcibles/Market Team/2008", que "7 de cada 10 personas creen que eligen mantequilla cuando están eligiendo margarina", para posteriormente señalar, como características de la mantequilla "Alpina", que es "supersuavecita", "100% hecha de leche", tiene "85% menos colesterol", está "libre de grasas trans" y, por último, que el producto de la sociedad mercantil accionada es "mantequilla de verdad, verdad".

La difusión de los descritos anuncios es soporte suficiente para decretar las medidas cautelares pretendidas, dadas las siguientes razones:

1. Para efectos de esta instancia cautelar, debe tenerse por comprobado que el mensaje difundido con los anuncios que acá interesan es idóneo para desacreditar frente a los consumidores a los fabricantes de margarina, y en particular a Unilever Andina Colombia Ltda. Ciertamente, Alpina Productos Alimenticios S.A. difundió dos comerciales que, por la situación que allí se presenta, sugieren que, del mismo modo en que el protagonista del anuncio tiene una evidente confusión acerca de su pareja debido a la presentación exterior o disfraz de la misma (un gato disfrazado de hombre en "Bigotes" y un hombre barbado disfrazado de mujer en "Chiqui"), así los consumidores han estado confundidos acerca de las evidentes diferencias existentes entre la margarina y la mantequilla como consecuencia de la presentación de aquel producto; y como la presentación de la margarina es ciertamente imputable a su fabricante, salta a la vista que los anuncios en estudio dan a entender que los fabricantes de margarina, en especial la ahora solicitante -dadas las razones anotadas y que se detallarán a continuación -, inducen

² OTAMENDI R., Juan José. Comentarios a la Ley de Competencia Desleal. Editorial Arazandi. Pamplona. 1994. Pág. 174. Citado en: Superintendencia de Industria y Comercio. Sentencia No. 001 de 2007.

a error a los consumidores para que estos compren margarina cuando desean adquirir mantequilla.

Ahora bien, tal como se anunció, existen elementos de juicio para colegir, a estas alturas de la actuación, que los anuncios en cuestión hacen referencia -o al menos pueden evocar- a Unilever Andina Colombia Ltda., pues el empaque que aparece en tales mensajes -que es el que examinan los protagonistas cuando se dan cuenta del supuesto engaño del que han sido víctimas- es muy similar a la tarrina de 1Kg de la margarina "Rama" (ver ejemplar del empaque aportado como prueba en comparación con los anuncios -CD a folio 112), circunstancia que se torna relevante en este asunto puesto que, conforme al acervo probatorio hasta ahora disponible, el empaque del recién mencionado producto es un elemento protagónico en la publicidad del mismo, como puede apreciarse en todos los ejemplares de los anuncios de la margarina "Rama", contenidos en el CD obrante a folio 113, cuyo valor probatorio, para esta etapa cautelar, ya fue acreditado al tratar la legitimación por activa de la solicitante.

Así las cosas, es claro que la información en cuestión es idónea para menoscabar el crédito en el mercado de la ahora accionante. En efecto, de las pruebas aportadas con la solicitud se colige que los anuncios en cuestión fueron revelados a los consumidores en la forma que ya fue señalada, a lo que se debe agregar que dichas pautas publicitarias sugieren la idea de que Unilever Andina Colombia Ltda. se ha valido de una presentación amañada de sus productos para inducir a los consumidores a adquirirlos bajo el convencimiento de que se trata de mantequilla y no de margarina, aseveración que, con base en el soporte probatorio mencionado, no es cierta, toda vez que en ninguno de los anuncios aportados se aprecia que la ahora accionante ofrezca el producto "Rama" como una mantequilla y, más importante, existen elementos de juicio para colegir que la publicidad de ese producto es enfática en explicar que se trata de una margarina, como se aprecia en el comercial denominado "Rama Torre Francesa" en el que, por demás, dicha indicación es bastante reiterativa (fl. 113, pista "Rama Torre Francesa", 00:34'', 00:36'', 00:41'').

Resta señalar que la descrita conducta no encuentra justificación en la aseveración consistente en que *"7 de cada 10 personas creen que eligen mantequilla cuando están eligiendo margarina"*, al parecer soportada en un estudio, pues aunque fuera cierta esa afirmación, una cosa es señalar que los consumidores no conocen exactamente la diferencia entre los productos que acá importan, y otra muy distinta, con connotaciones también diferentes, es sugerir que esa circunstancia es imputable a los fabricantes de margarina y, en particular, a Unilever Andina Colombia Ltda., porque estos presentan sus productos haciéndolos pasar como mantequilla.

2. También se encuentra acreditado, para efectos de este estadio preliminar de la actuación, se insiste, que Alpina Productos Alimenticios S.A., con el propósito de resaltar las ventajas de su mantequilla "Alpina" frente al producto margarina y -por las razones anotadas acerca de la tarrina empleada en los anuncios que acá interesan- frente a la margarina "Rama", se valió de afirmaciones que no corresponden a la realidad y que son idóneas para generar en los destinatarios del mensaje publicitario un concepto equivocado acerca de aquel producto, el que resulta relevante para la decisión de compra del consumidor.

Sobre el particular debe notarse, en primer lugar, que la afirmación consistente en que la mantequilla "Alpina" está *"100% hecha de leche"*, que es relevante para la decisión de compra del consumidor de mantequillas, no es verídica, pues del empaque de ese

producto, aportado como prueba con la solicitud que ahora se resuelve, se acredita que dicha mantequilla tiene también ingredientes distintos al referido ("*crema de leche pasteurizada, agua, estabilizante (proteína láctea), fermento láctico, sabor natural a mantequilla, colorante natural annato*").

En segundo lugar, cumple poner de presente que la aseveración según la cual la mantequilla "*Alpina*" tiene "*85% menos colesterol*" es engañosa. Ciertamente, en los comerciales materia de estudio no se indica respecto de qué otro producto la mantequilla promocionada tiene menos colesterol, pero dado que -según se explicó- los anuncios en comento están orientados a resaltar las diferencias existentes entre la margarina y la mantequilla haciendo énfasis en las bondades de este producto sobre aquel, es fácil concluir que un consumidor entenderá que la mencionada comparación sobre el porcentaje de colesterol se refiere a la margarina -y en especial a la distinguida con el signo "*Rama*"-, pues no existe ningún otro punto de referencia para la transcrita afirmación. En estas condiciones, la aludida aseveración, además de no corresponder a la realidad, en tanto que de acuerdo con la información nutricional impresa en las tarrinas allegadas como pruebas, la margarina "*Rama*" tiene un menor contenido de colesterol que la mantequilla "*Alpina*", esa afirmación presenta una desventaja del producto de la accionada (mayor contenido de colesterol) como una ventaja sobre el de Unilever Andina Colombia Ltda. Esta situación se aclara en los empaques de la mantequilla "*Alpina*", donde se explica que este producto tiene "*85% menos colesterol con respecto a la mantequilla normal*", pero esta circunstancia, lejos de desvirtuar el carácter engañoso de los mensajes publicitarios, los corrobora, pues hace evidente que era necesario establecer el parámetro de comparación pertinente.

Agrégase a lo dicho que, como la comparación entre la mantequilla "*Alpina*" y la margarina "*Rama*", específicamente en lo que interesa a los dos aspectos que se han anotado en este numeral, se realizó sobre la base de aseveraciones que no acompañan con la realidad, es claro que, en esta etapa cautelar, debe tener de por acreditado el acto de comparación desleal.

No obstante lo anterior, las demás características mencionadas en los anuncios publicitarios materia de comentario no pueden tenerse, a estas alturas de la actuación, como constitutivas de los actos desleales denunciados.

En efecto, el que se hubiera afirmado que la mantequilla "*Alpina*" es "*supersuavecita*" no luce apto para hacer creer a los consumidores que esa característica es una ventaja sobre las margarinas y, en particular, sobre la designada con la marca "*Rama*", como quiera que en los mensajes publicitarios se afirma que "*se esparce suavecito como la margarina*". Téngase en cuenta, además, que a estas alturas del eventual litigio tampoco se encuentran elementos de prueba suficientes para concluir, sin escuchar a la accionada, que la transcrita afirmación no es cierta.

Así mismo, la aseveración consistente en que el producto promocionado por Alpina Productos Alimenticios S.A. está "*libre de grasas trans*" no puede ser entendida como desleal, pues se trata de resaltar una ventaja que efectivamente tiene la mantequilla "*Alpina*".

Tampoco es engañoso afirmar que la mantequilla fabricada por la ahora accionada es "*mantequilla de verdad, verdad*", pues ese producto es mantequilla de conformidad con la definición contenida en la Resolución No. 126 de 1964, proferida por el Ministerio de Salud, en tanto que contiene todos los ingredientes que la mantequilla debe contener (crema de

leche o mezcla de cremas de leche con leche completa)³, y carece de los que la misma normativa prohíbe emplear en la elaboración del comentado producto⁴.

Finalmente, a estas alturas no puede declararse como reprochable la afirmación consistente en que "*7 de cada 10 personas creen que eligen mantequilla cuando están eligiendo margarina*", puesto que en sustento de la misma la sociedad mercantil anunciante hizo referencia al estudio "*U&A Esparcibles/Market Team/2008*", sin que por ahora se encuentre elemento de juicio alguno para colegir que ese sustento no es suficiente para soportar la anotada manifestación, conclusión que no puede provenir del hecho que, según la actora, el mercado que acá interesa "*muta a un ritmo vertiginoso*" (fl. 150), pues ninguna prueba se aportó para demostrar dicha alegación, que no puede darse por cierta con base en las meras afirmaciones de la solicitante porque estas no hacen prueba a su favor.

Puestas las cosas en esta dimensión, se evidencia que Unilever Andina Colombia Ltda. probó sumariamente la existencia de un peligro grave e inminente: grave, porque los anuncios que acá se han comentado, además de resaltar las ventajas de un producto de la competencia mediante manifestaciones engañosas, es idóneo para deteriorar la imagen comercial de la actora y de uno de sus productos; inminente, porque los efectos nocivos de los actos denunciados, cuya existencia se acreditó sumariamente, se estaban produciendo aún al presentar la solicitud cautelar, como quiera que la continuidad de la difusión de los comerciales de la mantequilla "*Alpina*" consumaría los efectos nocivos que se han referido.

Por todo lo anterior, la pretensión cautelar se resolverá a favor de la solicitante, con el alcance referido.

Decreto cautelar: En consonancia con lo expuesto, se ordenará a Alpina Productos Alimenticios S.A., a título de medida cautelar, que de manera inmediata retire toda la publicidad, en cualquier medio que sea difundida (televisión, prensa, vallas, pendones, etc.), en la que sean empleados los elementos denigratorios y engañosos que han dado lugar al presente decreto cautelar, esto es, (i) la sugerencia de que la eventual confusión que puede existir entre el público en relación con la verdadera naturaleza de las margarinas y las mantequillas es consecuencia de la presentación engañosa de aquel producto por parte de sus fabricantes; (ii) la utilización de empaques o de cualquier otro elemento que pueda evocar el producto distinguido con el signo "*Rama*", siempre que se utilicen para hacer comparaciones sobre la base de aseveraciones falsas o engañosas; (iii) la afirmación consistente en que la mantequilla "*Alpina*" "*Reducida en grasa. Sin sal*" está "*100% hecha de leche*", o cualquiera que exprese la misma idea, y (iv) la aseveración que el recién señalado producto tiene "*85% menos colesterol*" sin hacer explícito el punto de referencia de esa afirmación y, en particular, dando a entender que dicha referencia es la margarina, o cualquiera que exprese la misma idea.

³ Artículo 18 de la Resolución No. 126 de 1964: "*La palabra mantequilla se empleará para designar o denominar la grasa alimenticia obtenida de la crema de leche o de la mezcla de cremas de la leche con leche completa, sometida al batido y amasado con o sin modificación biológica de la crema*".

⁴ Artículo 19 de la Resolución No. 126 de 1964: "*Se prohíbe la adición a la mantequilla de grasas o aceites vegetales o animales, distintos de las grasas de leche o cremas de la leche, lo mismo que adición de harinas o agentes preservativos a excepción de la sal, siempre que no exceda de un tres por ciento y que este porcentaje esté indicado en forma bien visible sobre el empaque de venta. Solamente se permitirá la adición en el batido de la crema de cultivos de fermentos lácteos seleccionados, aprobados por la autoridad sanitaria*".

En idéntico sentido, se ordenará a Alpina Productos Alimenticios S.A. que se abstenga de publicitar su mantequilla "*Alpina*" mediante la utilización de los elementos que se han resaltado en el párrafo anterior.

No se accederá a la pretensión consistente en oficiar a los establecimientos relacionados en la solicitud cautelar que ahora se resuelve (Almacenes Éxito S.A., Carulla; Almacenes Ley, Carrefour, Cafam, Pomona, Olímpica y La 14), pues se considera que la comunicación a la sociedad mercantil accionada es suficiente para asegurar el cumplimiento de las cautelas decretadas en tanto que la difusión de la publicidad en cuestión tiene lugar por iniciativa del anunciante. En adición, la divulgación a terceros de la determinación adoptada en esta providencia se aprecia como una carga injustificada para Alpina Productos Alimenticios S.A., pues esa situación podría afectarla de manera perjudicial, sobre todo atendiendo al carácter provisional del decreto de las medidas cautelares pretendidas.

A fin de precaver la eventual causación de perjuicios que podría llegar a soportar Alpina Productos Alimenticios S.A. con motivo de las medidas cautelares decretadas, se ordenará a la parte solicitante, con fundamento en los artículos 31 de la Ley 256 de 1996 y 690 del C. de P. C., que preste caución por la suma de \$700'000.000, monto que se estima suficiente para garantizar el pago de la indemnización de perjuicios a la que podría tener derecho la mencionada sociedad mercantil. Para dar cumplimiento a este requerimiento, se concede a Unilever Andina Colombia Ltda. un término de 30 días contados a partir de la ejecutoria de esta providencia.

Se advierte que, acorde con el artículo 248 de la Decisión 486 de 2000, norma aplicable respecto del término para iniciar la acción por competencia desleal en los eventos en que se adoptan medidas cautelares previas al proceso debido a la ausencia de regulación sobre el punto en la Ley 256 de 1996 y en el C. de P. C., la parte solicitante tendrá que formular la correspondiente demanda por competencia desleal, fundada en los hechos que dieron lugar a las cautelas decretadas, dentro de los 10 días siguientes a la ejecución de estas últimas, lapso que se contará a partir del día siguiente a aquel en el que Alpina Productos Alimenticios S.A. reciba el oficio que será expedido para comunicarle la decisión adoptada mediante esta providencia, según la certificación que para el efecto expida la empresa de correo certificado encargada de esa gestión o la constancia de su entrega personal. El oficio en cuestión se expedirá una vez que, mediante auto, se ordene hacer efectiva la medida cautelar decretada.

Por lo anteriormente expuesto, la Superintendencia de Industria y Comercio,

RESUELVE:

1. **Acoger**, en las condiciones señaladas en la parte motiva de esta providencia, la pretensión cautelar formulada por Unilever Andina Colombia Ltda.
2. En consecuencia, **ordenar** a Alpina Productos Alimenticios S.A., a título de medida cautelar:
 - a) Que de manera inmediata retire toda la publicidad, en cualquier medio que sea difundida (televisión, prensa, vallas, pendones, etc.), en la que sean empleados los elementos denigratorios y engañosos que han dado lugar al presente decreto cautelar, esto es, (i) la sugerencia de que la eventual confusión que puede existir entre el público en

relación con la verdadera naturaleza de las margarinas y las mantequillas es consecuencia de la presentación engañosa de aquel producto por parte de sus fabricantes; (ii) la utilización de empaques o de cualquier otro elemento que pueda evocar el producto distinguido con el signo "*Rama*", siempre que se utilicen para hacer comparaciones sobre la base de aseveraciones falsas o engañosas; (iii) la afirmación consistente en que la mantequilla "*Alpina*" "*Reducida en grasa. Sin sal*" está "*100% hecha de leche*", o cualquiera que exprese la misma idea, y (iv) la aseveración que el recién señalado producto tiene "*85% menos colesterol*" sin hacer explícito el punto de referencia de esa afirmación y, en particular, dando a entender que dicha referencia es la margarina, o cualquiera que exprese la misma idea.

b) Que se abstenga de publicitar su mantequilla "*Alpina*" mediante la utilización de los elementos que se han resaltado en el literal anterior.

3. **Ordenar** a Unilever Andina Colombia Ltda., como requisito previo a la materialización de la cautela decretada, que dentro del término de 30 días, contados a partir de la ejecutoria de esta providencia, constituya caución por la suma de \$700'000.000. Constituida a satisfacción dicha caución, mediante auto se ordenará que se haga efectiva la medida cautelar decretada.

4. **Advertir** a Unilever Andina Colombia Ltda. que cuenta con el término de 10 días, contados a partir de la ejecución de las medidas cautelares decretadas, para presentar la correspondiente demanda por competencia desleal, so pena de que, de pleno derecho, queden sin efecto las cautelas decretadas. El aludido término se contará a partir del día siguiente a aquel en el que Alpina Productos Alimenticios S.A. reciba el oficio que se expedirá para comunicarle la decisión adoptada mediante esta providencia, según la certificación que para el efecto expida la empresa de correo certificado encargada de esa gestión o la constancia de su entrega personal. El oficio en cuestión se expedirá una vez que, mediante auto, se ordene hacer efectiva la medida cautelar decretada.

NOTIFÍQUESE

El Superintendente de Industria y Comercio,

GUSTAVO VALBUENA QUIÑONES

Auto para el cuaderno 1

Doctor:

Camilo Gómez Riveros

C.C. 80.422.310

T.P. 80.944 del C. S. de la J.

Apoderado – **Parte solicitante**