

RESOLUCIÓN NÚMERO 39687 DE 2011
(28 JUL. 2011)

Por la cual se decide una actuación administrativa

Radicación No. 11-28155

EL DIRECTOR DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

En ejercicio de sus facultades legales, en especial las conferidas por el Decreto 3523 de 2009 y el Decreto 3466 de 1982,

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que el 8 de marzo de 2011, se inició de oficio la presente actuación en contra de la sociedad INTERMARKETING DIRECT S.A., quien en adelante aparece como investigada.

SEGUNDO: Que el motivo de la investigación se contrae a los siguientes hechos:

1. Que la investigada publicó un anuncio en el periódico ADN, donde bajo el título "No se acostumbre al dolor?" promociona la venta de un gel que comercializa como tratamiento bajo el nombre de "APITOXINA", bajo el entendido de que éste, "en casos de dolor, según algunos expertos, es 100 veces superior a la morfina", así como que, en relación con várices y hemorroides, "Se ha demostrado que la apitoxina tiene una acción desinflamatoria 100 veces más efectiva" que la hidrocortisona.

El aviso anuncia que la apitoxina es un tratamiento "capaz de calmar el dolor y contrarrestar el rápido avance de estas peligrosas enfermedades en el cuerpo humano", citando expresamente "artritis, osteoartritis, arteriosclerosis, gota, hernias, lesiones deportivas, migrañas y várices".

Se informa en el aviso, entre otras, que la deformación en los dedos de manos y pies es una enfermedad que la apiteratia ha logrado tratar de una manera natural "contrarrestándola y disminuyendo sus síntomas".

Con relación a la artritis se dice que "muchos pacientes manifiestan haber detenido la sintomatología y la enfermedad con la terapia de las abejas".

Adicionalmente en el citado aviso (fl.3) aparecen citados entre comillas los informes comerciales de la señora Ana María Hoyos, quien refiere haber sido diagnosticada hace 3 años de osteoartritis y gracias al producto no sentir dolor, así como del señor Felipe Bustamante quien afirma haber sufrido de gota por más de 20 años y haber demostrado mejoría desde que probó este tratamiento.

TERCERO: Que con base en los hechos anotados, mediante la expedición de la respectiva solicitud de explicaciones, se inició la presente actuación administrativa por la presunta violación de las normas contenidas en los artículos 14 y 31 del Decreto 3466 de 1982

CUARTO: Que la sociedad INTERMARKETING DIRECT S.A., mediante comunicación del 20 de abril y 20 de mayo de 2011, dio respuesta a la solicitud de explicaciones, aduciendo:

"Es importante mencionar que los productos comercializados por INTERMARKETING DIRECT S.A. cuentan todos con una garantía de 90 días dentro de los cuales el cliente puede, si no se encuentra

actuación administrativa

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

de garantía, solicitar la devolución de su dinero o el cambio por algún otro producto."

"La garantía que ofrece INTERMARKETING DIRECT cubre el valor de los productos, no gastos de transporte, papelería, etc., tal como opera la gran mayoría de las garantías."

"La empresa INTERMARKETING DIRECT S.A. cuenta con sus productos comercializados y en este caso los Abexine, estudios que demuestran y garantizan los resultados mencionados en la publicidad que damos a conocer al consumidor, el que anexo a esta denuncia, y por ningún motivo damos a conocer publicidad engañosa que afecte el buen nombre de la compañía."

Por todo lo anterior respetuosamente solicito a ese despacho se sirva tener en cuenta las explicaciones arriba expuestas y en consecuencia se sirva proceder con el archivo de la denuncia presentada, habida cuenta de que no hay lugar para la misma.

QUINTO: Que se aportaron las siguientes pruebas:

5.1 De oficio:

1. Original del aviso publicado en el periódico ADN bajo el título "No se acostumbre al dolor?"(fl.3)
2. Original del aviso publicado en el periódico ADN bajo el título "El dolor: ¿Una condición que tiene solución?"(fl.24A)

5.2 Por parte de la investigada:

1. Certificaciones de los clientes sobre el producto Abexine (fl.9 a 18 y 31 a 41)
2. Certificado de existencia y representación legal (fls. 18 a 21 y 42 a 45)

SEXTO: Marco jurídico.

De conformidad con lo establecido en el artículo 14 del Decreto 3466 de 1982, Estatuto de Protección al Consumidor, es obligación de los productores y comercializadores brindar información veraz y suficiente respecto de los bienes y servicios que ofrezcan en el mercado.

En tal sentido, están prohibidas las marcas, las leyendas y la propaganda comercial que no corresponda con la realidad, así como las que induzcan o puedan inducir a error respecto de la naturaleza, el origen, el modo de fabricación, los componentes, los usos, el volumen, peso o medida, los precios, la forma de empleo, las características, las propiedades, la calidad, la idoneidad o la cantidad de los bienes o servicios ofrecidos.

El numeral 2.1.1.2 del segundo capítulo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, en desarrollo de las normas del Decreto 3466 de 1982, expuestas, dispone que se entenderá que la información o la propaganda comercial es engañosa, entre otros casos, cuando:

"a) Se omite información necesaria para la adecuada comprensión de la propaganda comercial.

"b) Se establecen mecanismos para trasladar al consumidor los costos del incentivo de manera que éste no pueda advertirlo fácilmente, como cuando se disminuye la calidad o cantidad del producto o servicio o se incrementa su precio, entre otros."

"c) La información sobre restricciones, limitaciones, excepciones y condiciones adicionales para la adquisición del producto o servicio, no se incluye en la propaganda comercial y no tiene similar notoriedad al ofrecimiento del producto o servicio que se anuncia."

En este orden de ideas, cuando un productor o expendedor brinda información a los consumidores o emplea una determinada propaganda comercial, esta debe ser veraz y suficiente, por lo que

actuación administrativa

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

aspectos como el precio o las condiciones objetivas, sus limitaciones y restricciones deben ser expresados de tal manera que no tengan la potencialidad de inducir en error.

Por su parte, el artículo 31 del Decreto 3466 de 1982 establece que todo productor o expendedor es responsable por la inobservancia del deber de información con suficiencia y veracidad, de suerte que el consumidor pueda tomar una decisión razonable de adquisición de un bien o servicio.

SÉPTIMO: Caso concreto.

7.1. Análisis de las piezas procesales que obran en el expediente.

Precisado lo anterior, habrá de abordarse el examen pertinente en orden a determinar si la sociedad investigada infringió las normas previstas en los artículos 14 y 31 del Decreto 3466 de 1982, y el numeral 2.1.1.2 del Título II del Capítulo segundo de la Circular Única de esta Superintendencia, los cuales hacen alusión a que toda la información que se ofrezca al público debe ser veraz y suficiente, quedando prohibidas las marcas, las leyendas y la propaganda comercial que no corresponda a la realidad o induzcan a error, estando a cargo del productor o expendedor del bien o servicio ofrecido responder por el engaño generado al consumidor.

De acuerdo con lo expuesto y teniendo en cuenta que el objeto de la presente investigación se contrae a determinar si la sociedad investigada cumplió o no con las disposiciones contenidas en el Estatuto de Protección al Consumidor, esta Dirección estima pertinente realizar el estudio de las diferentes piezas procesales que obran en el expediente, con el objetivo de determinar si en efecto, la información que se transmitió fue clara para el consumidor o si por el contrario lo induce en error:

Original del aviso publicado en el periódico ADN bajo el título "*No se acostumbre al dolor?*"(fl.3), original del aviso publicado en el periódico ADN bajo el título "*El dolor: ¿Una condición que tiene solución?*"(fl.24A), certificaciones de los clientes sobre el producto Abexine (fl.9 a 18 y 31 a 41) y certificado de existencia y representación legal (fls. 18 a 21 y 42 a 45):

Verificado el contenido de los documentos aportados frente a los hechos mencionados, no se conocen los estudios científicos ni resulta demostrado que el gel denominado "APITOXINA", sea, frente al dolor, "*100 veces superior a la morfina*", así como tampoco que para casos de várices y hemorroides la apitoxina tenga una acción desinflamatoria "*100 veces más efectiva que la hidrocortisona*".

El aviso cuestionado anuncia que la apitoxina es un tratamiento "*capaz de calmar el dolor y contrarrestar el rápido avance de peligrosas enfermedades en el cuerpo humano*" así como que la deformación en los dedos de manos y pies es una enfermedad que la apiteratia ha logrado tratar de una manera natural "*contrarrestándola y disminuyendo sus síntomas*".

Los documentos aportados tampoco sustentan del por qué se predica de un producto que es ofrecido como paliativo para el dolor, que pueda además contrarrestar el avance de enfermedades como la artritis, enfermedad ésta caracterizada por la degeneración de las articulaciones por inflamación o desgaste de las mismas.

Con relación a la artritis se dice que "*muchos pacientes manifiestan haber detenido la sintomatología y la enfermedad con la terapia de las abejas*".

Dado que no se encuentra acreditado que la APITOXINA tenga la categoría de medicamento, tampoco resulta demostrado que el mencionado gel pueda "*detener*" enfermedades como la

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

actuación administrativa

...en particular, como daños directos como la deformación en los dedos de las manos y los pies ocasionados por la susodicha enfermedad.

Tampoco aparecen corroborados científicamente los informes comerciales tanto de la señora Ana María Hoyos, así como el del señor Felipe Bustamante, publicados en el aviso a folio 3.

En tal sentido las afirmaciones e insinuaciones mencionadas hechas en el anuncio analizado resultan susceptibles de confundir e inducir en error al consumidor.

Las certificaciones de personas varias quienes dan cuenta de estar utilizando el producto ABEXINE con resultados positivos frente al dolor (fls. 9 a 18 y 31 a 41) no desvirtúan las anteriores conclusiones por falta de rigor científico.

En cuanto a la referida garantía para solicitar devolución en caso de no sentirse satisfechos con el producto con la que la investigada afirma, cuentan sus compradores, no fueron dados a conocer los requisitos a los que alude en sus explicaciones ni el procedimiento para ello.

En este orden de ideas, esta Dirección concluye que la información suministrada por parte de la investigada, no fue veraz por cuanto transmitió un mensaje equívoco al consumidor respecto de las condiciones del ofrecimiento, configurándose así una infracción a las disposiciones contenidas en los artículos 14 y 31 del Decreto 3466 de 1982.

OCTAVO: Sanción administrativa.

Que, encontrándose demostrada la violación de lo preceptuado en los artículos 14 y 31 del Decreto 3466 de 1982 y teniendo en cuenta que el artículo 32 del mismo estatuto remite en materia de sanciones administrativas, relacionadas con la responsabilidad de los productores en razón de las marcas, las leyendas y la propaganda comercial, al literal a) del artículo 24 ibídem, con el fin de que se imponga la sanción correspondiente, se tendrán en cuenta las condiciones de modo, tiempo y lugar en que ocurrieron los hechos, así como el universo de consumidores que pudieron verse afectados por la conducta descrita.

Como quiera que en el asunto sub exámine se probó que hubo violación de los artículos 14 y 31 contenidos en el Decreto 3466 de 1982 y, teniendo en cuenta que la multa a imponer está enmarcada en el rango de uno (1) a cien (100) salarios mínimos legales mensuales vigentes, esta Dirección sancionará a la sociedad investigada con la suma de \$ 16.068.000, equivalentes a (30) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

NOVENO: Orden administrativa.

Que con fundamento en el citado artículo 32 del Decreto 3466 de 1982, concretamente en la facultad de ordenar "...en ejercicio del poder de policía, la corrección de la respectiva marca, leyenda o propaganda comercial y que se tomen las medidas necesarias para evitar que se incurra nuevamente en error o que se cause daño o perjuicio a los consumidores...", se ordenará a la investigada que dentro del término de quince (15) días contados a partir de la ejecutoria de la presente providencia, elimine de sus anuncios, folletos, carteles, empaques, avisos o información que divulgue por cualquier medio y en los que mencione el producto denominado ABEXINE y apitoxina, los apartes del informe comercial de los señores Ana María Hoyos y Felipe Bustamante así como las alusiones a su pretendida superioridad frente a la morfina y su mayor efectividad frente a la hidrocortisona, al igual que la expresión "*muchos pacientes manifiestan haber detenido la sintomatología y la enfermedad con la terapia de las abejas*" por ser susceptible de confundir e inducir en error al consumidor.

actuación administrativa

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

En mérito de lo expuesto, esta Dirección

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Imponer una multa a la sociedad INTERMARKETING DIRECT S.A., identificada con Nit. 900196959, por la suma de DIECISÉIS MILLONES SESENTA Y OCHO MIL PESOS (\$ 16.068.000), M/Cte., equivalente a (30) salarios mínimos mensuales legales vigentes, de conformidad con lo expuesto en la parte motiva de la presente resolución.

PARÁGRAFO: El valor de la sanción pecuniaria que por esta resolución se impone, deberá consignarse en efectivo o cheque de gerencia en el Banco Popular, Cuenta No. 050000249, a nombre de Dirección del Tesoro Nacional – Fondos Comunes, Código Rentístico No. 350300, Nit. 899999090-2. En el recibo deberá indicarse el número del expediente y el número de la presente resolución. El pago deberá acreditarse ante la pagaduría de esta Superintendencia, con el original de la consignación, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la ejecutoria de esta resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Ordenar a la sociedad INTERMARKETING DIRECT S.A., identificada con Nit. 900196959, a fin de evitar un daño o perjuicio a los consumidores, como medida administrativa, que dentro del término de quince (15) días contados a partir de la ejecutoria de la presente providencia, elimine de sus anuncios, folletos, carteles, empaques, avisos o información que divulgue por cualquier medio y en los que mencione el producto denominado ABEXINE y apitoxina, los apartes del informe comercial de los señores Ana María Hoyos y Felipe Bustamante así como las alusiones a su pretendida superioridad frente a la morfina y su mayor efectividad frente a la hidrocortisona, al igual que la expresión "*muchos pacientes manifiestan haber detenido la sintomatología y la enfermedad con la terapia de las abejas*" por ser susceptible de confundir e inducir en error al consumidor.

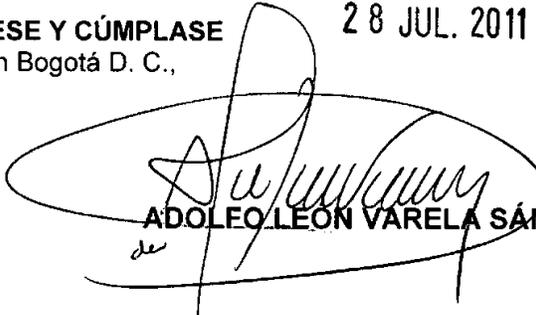
ARTÍCULO TERCERO: Notificar personalmente el contenido de la presente resolución a la Doctora MARIANA MARTÍNEZ ESCRIBANO, apoderada especial de la sociedad INTERMARKETING DIRECT S.A., identificada con Nit. 900196959, o a quien haga sus veces, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de reposición ante el Director de Protección al Consumidor y el de apelación para ante el Superintendente Delegado para la Protección al Consumidor y Metrología, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a su notificación.

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá D. C.,

28 JUL. 2011

El Director de Protección al Consumidor


de
ADOLFO LEÓN VARELA SÁNCHEZ



20607
Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.

: 2011

HOJA No. _____

6

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

actuación administrativa

Investigado:

Nombre: INTERMARKETING DIRECT S.A.
Identificación: 900196959
Representante legal: WALTER HUGO SCHUPNIK FLEITAS
Apoderado especial: MARIANA MARTÍNEZ ESCRIBANO
Dirección: Calle 93 No. 47 – 14
Ciudad: Bogotá D.C.

SANCION Y ORDEN 14 INTERMARKETING DIRECT SA (ABEXINE) – De oficio ALVS/DER/mgc