



MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

RESOLUCIÓN NÚMERO 9633 DE 2012

(28 FEB 2012)

Por la cual se decide una actuación administrativa

Radicación No. 11-106232

LA DIRECTORA DE INVESTIGACIONES DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

En ejercicio de sus facultades legales, en especial las conferidas por el Decreto 4886 de 2011 y el Decreto 3466 de 1982,

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que el 22 de agosto de 2011, el señor EPIFANIO ESTEPA presentó ante esta Superintendencia una denuncia en contra de la sociedad PRODUCTOS NATURALES DE LA SABANA S.A. ALQUERÍA, quien en adelante aparecerá como investigada.

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

2.1 La sociedad PRODUCTOS NATURALES DE LA SABANA S.A. ALQUERÍA produce y comercializa el producto ALQUERÍA VITTA que contiene en palabras de su titular "*Una mezcla de proteína de Soya y leche, ofreciéndote todo el poder de la proteína de soya que te ayuda a sentirte más atractiva y las vitaminas y el calcio de la leche de vaca que contribuyen al cuidado de tu salud*".

2.2 En la presentación comercial del producto en referencia la información nutricional no ofrece información detallada acerca del contenido/porcentaje exacto que corresponde a la proteína aislada de soya. No obstante, al indagar por los ingredientes del producto, observamos que en dicho aparte sí se menciona a la proteína aislada de soya como ingrediente.

2.3 Requerido el INVIMA acerca de si la información en los empaques cumple o no con la legislación vigente de rotulado de alimentos, respondió entre otras cosas que en el caso de la proteína de soya se debe indicar en la lista de ingredientes la cantidad de proteína de soya adicionada al producto, a fin de afirmar el contenido de la misma y su función y que la expresión "salud" contraviene la resolución 288 de 2008, lo cual es competencia del INVIMA.

2.4 También hay violación a las normas de la protección al consumidor teniendo en cuenta que no se está proporcionando información veraz y suficiente ya que no se establece de manera exacta el porcentaje correspondiente a la proteína aislada de soya, pero sí se hace gala de las bondades que tiene dicho ingrediente.

2.5 Así mismo, es posible que se esté proporcionando información engañosa pues se habla de una "bebida de Soya con leche", lo que implica que el contenido de soya debe ser mayor al contenido de leche, lo cual resulta imposible de comprobar con la información suministrada, correspondiente a valores de referencia e ingredientes.

2.6 Los productos identificados con las marcas "ALQUERÍA VITTA" y "VITTA" no se relacionan con información veraz y suficiente por cuanto los consumidores reciben una información parcial, sin poder comprobar que efectivamente los productos mencionados tienen un componente correspondiente a proteína aislada de soya.

Por la cual se decide una actuación administrativa

2.7 Así mismo, la propaganda comercial que se haga de los productos puede inducir a error y engaño al anunciarse que se trata de una "Bebida de soya con leche" se hace implícito que la misma tiene más contenido de soya que de leche y el titular de los productos no le informa exactamente de cuánta cantidad de proteína de soya se trata.

2.8 Teniendo en cuenta que nos encontramos frente a una afirmación objetiva, en el sentido que cumple una función afirmativa tendiente a proporcionar argumentos que guíen la decisión de compra, dichas aseveraciones deben ser factiblemente comprobadas. No obstante, no existe fundamento alguno que logre comprobar que estas afirmaciones son ciertas.

2.9 Teniendo en cuenta que la información suministrada en los productos no es suficiente debemos remitirnos a definiciones respectivas para comprobar que efectivamente es insuficiente. (RAE) Así las cosas es imprescindible que el consumidor de estos productos se base en aseveraciones objetivas que transmitan información suficiente.

2.10 No obstante, el presupuesto no está siendo aplicado por lo cual los consumidores están siendo engañados al consumir un producto que manifiesta tener más proteína aislada de soya que leche, cuando la realidad es que dicha bondad no es comprobable, ni se encuentra plasmada en los rotulados de los productos.

2.11 Teniendo en cuenta que en materia administrativa se protege el interés general, considero pertinente se oficie a la delegatura pertinente en materia administrativa con el fin de que la misma determine si se presentan actos contrarios a la competencia.

2.12 Teniendo en cuenta el artículo 48 del Decreto 2153 de 1992, resulta que la conducta denunciada debe extrapolarse al ámbito de la protección de la competencia por remisión directa del artículo traído a colación.

TERCERO: Que con base en los hechos anotados, se inició, mediante la expedición de la respectiva solicitud de explicaciones, la presente actuación administrativa, por la presunta violación del artículo 14 del Decreto 3466 de 1982 y del Título II, Capítulo Segundo de la Circular Única de esta Superintendencia.

CUARTO: Que mediante comunicación del 30 de septiembre de 2011, la investigada, dio respuesta a la solicitud de explicaciones, aduciendo:

4.1 El Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos otorgó al producto VITTA el siguiente registro sanitario: "*Fabricante (...) Alquería, Registro sanitario (...) RSAE05I2210. Denominación producto: (...) Bebida de Soya con leche Ultra Alta temperatura UAT (UHT). Marca: (...) VITTA*", así en la actualidad el producto VITTA cuenta con el registro sanitario que faculta a PNS para fabricar y vender el producto *Bebida de Soya con leche Ultra Alta temperatura UAT (UHT)*. El registro sanitario se encuentra vigente hasta el 2020.

4.2 Información veraz y suficiente.

Para el caso en concreto el quejoso argumenta que los productos ALQUERÍA VITTA y VITTA no dan información veraz y suficiente, toda vez que el consumidor no puede comprobar las cantidades de proteína de soya aislada que contiene el producto.

Es errado de parte del quejoso argumentar que el hecho de no indicar la cantidad de proteína de soya aislada de leche no brinda información veraz y suficiente al consumidor puesto que la esencia de la norma citada no es la que pretende hacer valer el reclamante.

Por la cual se decide una actuación administrativa

Para dar claridad al quejoso me permito citar la resolución 17532 de 2010 donde se señaló: "(...) De lo anterior se sigue que la exigencia de veracidad que se hace en el artículo 14 del Decreto 3466 de 1982 ibídem, se refiere a los elementos o aspectos objetivos de aquello que se informa, pues sólo respecto de éstos, el receptor de la información puede comparar si el juicio o la representación mental que de ellos hace, está o no conforme con la cosa o realidad respecto de la cual se le ha informado, mientras que las afirmaciones subjetivas no pueden ser calificadas de verdaderas o falsas, pues corresponden a apreciaciones que simplemente reflejan la opinión del anunciante en torno a unos productos."

4.3 Adicionalmente en el concepto 4078286 indicó en relación con veracidad y suficiencia: (...) la exigencia de veracidad que se hace en el artículo 14 del Decreto 3466 se refiere a los elementos o aspectos objetivos de la información contenida en la publicidad, pues solo respecto de éstos, el receptor de la información puede comparar si la representación mental que de los mismos se hace, está o no conforme con lo que se le ha informado; por el contrario, las afirmaciones subjetivas no pueden ser calificadas como verdaderas o falsas, pues corresponden a apreciaciones que simplemente reflejan la opinión del anunciante en torno a unos productos, y dado que las opiniones subjetivas no pueden ser calificadas como verdaderas o falsas, los calificativos de veracidad y suficiencia no pueden ser aplicables a las mismas."

4.4 Con ocasión de lo anterior, se puede concluir con alto grado de asertividad, que para el caso de la referencia, el producto brinda la información OBJETIVA del cual está hecho, es decir es un producto de SOYA CON LECHE, el cual sí tiene proteína de soya aislada tal como se indica en el empaque del mismo.

La información no sería veraz si se indicara que el producto es de SOYA y AGUA o LECHE y AGUA, etc.

Adicionalmente el producto está respaldado por el registro sanitario, el cual fue autorizado y avalado con la denominación que se publicita.

Por consiguiente, que a juicio del quejoso el empaque del producto no relacione la cantidad de proteína aislada de soya, no hace que la información que allí se consigne sea falsa o contraria a la realidad, luego entonces el consumidor en ningún momento está recibiendo información errónea que le permita tomar una decisión distinta al momento de adquirir el producto.

4.5 El quejoso parte de la base que el consumidor es una persona versada en los elementos físico químicos de los alimentos, y en especial de este tipo de productos, y argumenta que no hacer referencia a las cantidades de grasas trans y de la cantidad de proteína aislada de soya es una vulneración a normas del consumidor.

Pues bien, contrario es lo que ha establecido la Superintendencia al señalar que el consumidor no es una persona a quien se le exija un conocimiento potencial, prueba de ello es la resolución 41 de 2004 que indicó "(...) el consumidor no hace un análisis exhaustivo y profundo del anuncio, no siendo exigible un análisis experto y detallado del mismo. Así, los anuncios deberán ser juzgados atendiendo a su contenido y al significado que el consumidor les atribuiría, al sentido común y usual de las palabras, frases y oraciones, y lo que éstas sugieren o afirman sin tener que recurrir a interpretaciones alambicadas, complejas o forzadas prefiriéndose de varias interpretaciones posibles, aquella que surge más naturalmente a los ojos del consumidor."

Adicionalmente señaló "Una interpretación adecuada, entonces, es aquella que busca entender el contenido y las afirmaciones que se hacen en los anuncios en la forma natural y obvia en la que la mayoría del público objetivo al que se dirige la publicidad lo haría. En este orden de ideas, las normas sobre publicidad engañosa buscan que los consumidores a los cuales se dirigen los

Por la cual se decide una actuación administrativa

anuncios, adopten una posición razonable frente a los mismos, dándole a la información que les es transmitida una interpretación natural y obvia, que sin llegar a ser profunda, científica y técnica, les permita separar los elementos puramente creativos, de aquellos objetivamente comprobables y creíbles."

4.6 No se induce a error al consumidor.

PNS de ninguna manera ha utilizado o difundido indicaciones o aseveraciones incorrectas o falsas sobre el producto VITTA que pudieran inducir a error al consumidor. En efecto, todas las indicaciones de rotulado, incluyendo el tipo de producto ("Bebida de soya con leche Ultra Alta Temperatura UAT (UHT), el proceso de esterilización (UAT), la cantidad de producto ofrecida en cada empaque, los ingredientes y valor nutricional del producto son hechos ciertos, suficientes y plenamente verificables de manera objetiva, razones por las cuales el producto fue aprobado por el INVIMA para su comercialización en Colombia.

4.7 Tal como se explicó en el numeral anterior, al verificar que la información que se suministra en el etiquetado de los productos corresponde a la realidad objetiva y su contenido es veraz y suficiente, no se puede hablar entonces que induce a error, toda vez que en ningún momento se parte de aseveraciones falsas o incorrectas de los alimentos que pongan en desventaja o indefensión al consumidor.

4.8 Sustento de lo expuesto es el concepto 64831 de 2000 proferido por la Superintendencia de Industria y Comercio donde manifestó: "se induce a error al consumidor cuando no existe conformidad entre lo indicado en el empaque y el contenido efectivo del producto (...)"

Es claro lo anterior en indicar que habrá inducción a error en el evento de que no haya conformidad entre lo indicado y el contenido, lo que para el caso es falso. El producto efectivamente es de soya y leche.

4.9 Argumenta el reclamante que el INVIMA indicó que la leyenda debería indicar la cantidad de proteínas, sin embargo en los anexos que adjunta no anexa tal concepto del INVIMA.

4.10 Si bien puede pensarse hipotéticamente que se incumple la resolución 288 de 2008, en ningún momento se engaña al consumidor toda vez que es de conocimiento general que las vitaminas cumplen una función nutricional y será el INVIMA quien tome las medidas necesarias por alguna posible contravención a normas de orden sanitario.

4.11 No existe norma, decreto o resolución alguna que obligue al productor a realizar la declaración sobre valores de referencia.

Lo único que existe es la resolución 288 de 2008 y la resolución 5109 las cuales indican el orden de los ingredientes de los productos que se comercializan pero jamás señalan que un producto debe tener más elementos nutricionales que otros cuando así se exhiban.

4.12 Secreto empresarial

La decisión 486 de 2000 se refiere a los secretos empresariales (...) Pretender que se expliquen todos los ingredientes de un producto o sus procesos, claramente vulnera un elemento cardinal de la propiedad industrial como lo es el secreto empresarial, por lo que no es posible argumentar que se debe indicar cada una de las cantidades de sustancias utilizadas en los productos.

QUINTO: Que se aportaron las siguientes pruebas:

Por la cual se decide una actuación administrativa

5.1 Por parte del denunciante:

1. Fotocopia derecho de petición dirigido al INVIMA (fls. 11 a 12, 13)
2. Fotocopia respuestas a los derechos de petición dirigidos al INVIMA (fls. 9 y 10)
3. Fotocopia material promocional (fls. 14 y 16)
4. Fotocopia empaque del producto (fl.15)
5. Empaques del producto (fls. 18 y 19)
6. Empaque del producto 20)
7. Material publicitario (fls. 21 a 23)

5.2 Por parte de la investigada:

1. Fotocopia Registro Sanitario INVIMA (fl.35)
2. Certificado de existencia y representación legal (fls. 36 a 39)

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.

En este orden de ideas, cuando un productor o expendedor brinda información a los consumidores o emplea una determinada propaganda comercial, ésta debe ser veraz y suficiente, por lo que aspectos como el precio correcto 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 compra.

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 el artículo 14 del Decreto 3466 de 1982, y 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.

Valga señalar que los hechos objeto de denuncia están relacionados con la información divulgada por la investigada respecto de su producto ALQUERÍA VITTA pues aunque se anuncia que contiene "Una mezcla de proteína de Soya y leche", en la presentación comercial del producto no se informa acerca del porcentaje del ingrediente proteína aislada de soya que contiene. Como se habla de una "bebida de Soya con leche", implica que el contenido de soya debe ser mayor al contenido de leche,

Por la cual se decide una actuación administrativa

lo cual resulta imposible de comprobar con la información suministrada por cuanto los consumidores reciben una información parcial, sin poder comprobar que efectivamente los productos mencionados tienen un componente correspondiente a proteína aislada de soya.

Frente a lo anterior se pronunció la investigada manifestando que el producto VITTA cuenta con el registro sanitario que faculta a PNS para fabricar y vender el producto *Bebida de Soya con leche Ultra Alta temperatura UAT (UHT)*, vigente hasta el 2020 y agrega que es errado argumentar que el hecho de no indicar la cantidad de proteína de soya aislada de leche no brinda información veraz y suficiente puesto que la esencia de la norma citada no es la que pretende hacer valer el reclamante y señala que de acuerdo con la resolución 17532 de 2010 *"las afirmaciones subjetivas no pueden ser calificadas de verdaderas o falsas, pues corresponden a apreciaciones que simplemente reflejan la opinión del anunciante en torno a unos productos."* En igual sentido el concepto 4078286 que indicó *"dado que las opiniones subjetivas no pueden ser calificadas como verdaderas o falsas, los calificativos de veracidad y suficiencia no pueden ser aplicables a las mismas."* De lo anterior concluye que para el caso de la referencia, el producto brinda la información OBJETIVA del cual está hecho, es decir es un producto de SOYA CON LECHE, el cual sí tiene proteína de soya aislada tal como se indica en el empaque. Y agrega, que a juicio del quejoso el empaque del producto no relacione la cantidad de proteína aislada de soya, no hace que la información que allí se consigne sea falsa o contraria a la realidad, luego entonces el consumidor en ningún momento está recibiendo información errónea que le permita tomar una decisión distinta al momento de adquirir el producto.

Continúa la denunciada, señalando que todas las indicaciones del rotulado, incluyendo el tipo de producto (*"Bebida de soya con leche Ultra Alta Temperatura UAT (UHT)*), la cantidad de producto, ingredientes y valor nutricional del producto son hechos ciertos, suficientes y plenamente verificables de manera objetiva, razones por las cuales el producto fue aprobado por el INVIMA para su comercialización.

Por último, concluye señalando que se encuentra amparado por el secreto empresarial, por lo que no debe indicar cada una de las cantidades de sustancias utilizadas en los productos.

Al respecto, es del caso precisar que la información que se ofrece tanto en los empaques como en el material publicitario del producto VITTA allegado al expediente, indica que se trata de una *"Bebida de Soya y leche"* y de *"BEBIDA DE SOYA CON LECHE"*, incluyendo de forma destacada la expresión *"Natural"*, de donde se concluye que la expresión *"Bebida de Soya"* no es una simple expresión desprevenida y de carácter subjetivo que puramente refleje la opinión del anunciante respecto de su producto, sino de una afirmación de carácter objetivo que indica expresamente sobre el contenido del producto, que se trata de una bebida *"de"* Soya, palabra ésta –Soya- que incluso aparece tanto en el cuerpo del empaque como en el del material publicitario en un tamaño muy destacado frente al resto de la expresión *"Bebida de (...) y leche"*, además de estar escrita en un color diferente y con reborde y con su primera letra –S- en mayúscula, como una forma, por demás sumamente evidente- de destacar la palabra "Soya" dentro de la expresión *"Bebida de ..."*.

De igual modo, la expresión *"Natural"* que también aparece de manera destacada tanto en el cuerpo de los empaques del producto como del material publicitario mencionados, resulta forzosamente relacionada con la expresión *"Soya"*, llevando al consumidor a concluir que el producto que se le ofrece consiste en una bebida natural de "Soya" que contiene algo de leche –*"Bebida de Soya y leche"* *"BEBIDA DE SOYA CON LECHE"*-, lo cual no puede ser corroborado ni con la información contenida en los empaques, como tampoco con la contenida en los anuncios debido a que en ninguno de éstos ni de aquellos se indica el porcentaje de soya contenido en la bebida y que según el listado de ingredientes, el cual va de mayor a menor según las normas sanitarias, ni siquiera corresponde a porcentajes similares, ni equivalentes.

Por la cual se decide una actuación administrativa

Lo anterior, no puede llevar a concluir -como parece hacerlo el denunciante- que la información¹, tanto en los empaques, como en el material publicitario, sea "falsa", pero sí insuficiente, y lo es de tal modo que confunde e induce en error al consumidor, quien no puede constatar si, en efecto, de acuerdo al contenido y proporción de ingredientes en el producto, se trata de una bebida natural "de" proteína de soya que tiene adicionados otros ingredientes y entre éstos, un porcentaje de leche, o de una bebida "láctea", esto es, elaborada a base de leche, que tiene adicionada entre otros ingredientes un porcentaje de proteína de soya.

Por lo anterior es que se hace imprescindible que se informe, con igual despliegue, tamaño y tipo de letra al del anuncio del nombre, "Soya" y características del producto "BEBIDA DE SOYA CON LECHE", los porcentajes de soya y de leche contenidos en el mismo, a fin de que el consumidor tenga claridad acerca de las características del producto que se le ofrece. Y ello sin perjuicio de las competencias del INVIMA en materia de rotulados y empaques de productos, valores de referencia, etc. acorde con la resolución 288 de 2008 (artículo 16 numeral 16.2) y demás disposiciones concordantes.

En cuanto al pretendido secreto industrial a que la alude la denunciada, es del caso señalar que de ninguna manera ha sido acreditado al interior de expediente que los porcentajes de soya y de leche incluidos en el producto VITTA se encuentren revestidos por el secreto industrial, así como las medidas que se habrían tomado para conservar y mantener como secreta dicha información.

Según se ha expresado², "*La publicidad engañosa es aquella que, de cualquier forma -incluida su presentación-, induce o puede inducir a error a sus destinatarios, puede afectar a su comportamiento económico o perjudicar o ser capaz de perjudicar a un competidor.*"

"La ley también entiende por engañosa la publicidad que silencia datos fundamentales de los bienes, actividades o servicios, siempre que dicha omisión induzca al error a los destinatarios."

En igual sentido se ha pronunciado la doctrina³, al indicar, que, "*El principio general que rige la información comercial, se centra en que aquello que se diga sobre un producto (bienes o servicios) no debe ser susceptible de inducir a engaño al consumidor⁴. De esta forma se busca que en el mercado reine la realidad y la transparencia en la competencia, protegiendo al consumidor del engaño que podría sufrir con ocasión de la información falsa o engañosa que le es transmitida y al competidor del desvío de su clientela mediante mecanismos indebidos.*"

"El principio de veracidad mencionado debe ser entendido dentro del contexto general de transparencia que persiguen las normas que afectan la publicidad, en las que la descalificación de una actuación se concreta en la capacidad que tiene el mensaje para engañar al destinatario del mismo y no simplemente en la de establecer la veracidad o no de una afirmación."

La divulgación de la información analizada, en consecuencia, confunde e induce en error al consumidor.

¹ "Leche entera, Agua, Azúcar (Edulcorante Natural), Aceite de Palma, Proteína Aislada de Soya, Estabilizantes (E-471, E-407, E-412), Citrato de Sodio (Regulador de acidez), Cloruro de Sodio (Acentuador de sabor), Lactasa (enzima)."

"Leche entera, Agua, Azúcar (Edulcorante Natural), Aceite de Palma, Proteína Aislada de Soya, Estabilizantes (E-471, E-407, E-412) Sabor Vainilla (Idéntico al natural), Citrato de Sodio (Regulador de acidez), Cloruro de Sodio (Acentuador de sabor), Lactasa (enzima)."

² http://es.wikipedia.org/wiki/Publicidad_enga%C3%B1osa

³ PUBLICIDAD ENGAÑOSA Y PUBLICIDAD COMPARATIVA. Jorge Jaeckel Kovacs. Bogotá D.C. mayo de 2003.

⁴ La verdad como principio fundamental de la comunicación se encuentra contenida entre otras disposiciones, en el Art. 20 de la C.P. en la Ley 256 de 1.996 sobre Competencia Desleal; en el Estatuto para la Defensa del Consumidor; en las diferentes normas que reglamentan la publicidad de productos que son vigilados por las Autoridades Sanitarias; el Código del menor; la Ley de Televisión y el Acuerdo 10 de la CNTV; Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria.

Por la cual se decide una actuación administrativa

Sobre el particular y respecto de la transparencia negocial y la necesidad de explicitar con suficiencia al cocontratante, "*in potentia*" las condiciones negociales, específicamente en el campo del derecho del consumo, ha dicho la Corte Suprema de Justicia:

"Así las cosas, entendido pues el contrato de leasing como un negocio jurídico atípico y con autogobierno, según quedó explicado en párrafos precedentes, aunado al hecho de que, en la especie financiera, la sociedad de leasing cumple una función de intermediación para la financiación del bien escogido por el tomador, fuerza colegir que así como tales características justifican la exclusión de responsabilidad por los defectos de calidad que presenten los bienes, ellas mismas aconsejan, por su especialidad y elevado grado de tecnicismo, que se den a conocer al cocontratante, in potentia, puesto que así se garantizaría -ex abundante cautela- que el usuario conociera las condiciones específicas de la operación jurídica, ligadas, en el referido tópico, a una materia que se plantea no siempre en forma simétrica, a fortiori, en punto tocante a la contratación adhesiva o por adhesión, tan en boga. Así lo determina, por lo demás, en el campo del moderno derecho del consumo, el socorrido principio de transparencia negocial (transparencia), que implica explicitar aquellas condiciones del negocio jurídico que, aún siendo connaturales -o familiares- a la operación negocial, deben manifestarse para que el adherente conozca, con claridad y precisión, los términos de su vinculación (cognoscibilidad de sus derechos, cargas y obligaciones, a la par que las atinentes a la sociedad de leasing), tanto más si la especialidad y tecnicismo del contrato no permite suponer que deba conocerlos (profano), todo lo cual se halla estrechamente vinculado al insoslayable y aquilatado deber de información que, en guarda de la buena fe, tiene el profesional en este tipo de negocios, con mayor razón cuando funge como predisponente del contenido contractual." (CORTE SUPREMA DE JUSTICIA. SALA DE CASACIÓN CIVIL. Magistrado Ponente: CARLOS IGNACIO JARAMILLO JARAMILLO. Bogotá, D.C., trece (13) de diciembre de dos mil dos (2002) Ref: Expediente No. 6462) (Las subrayas y negrillas no hacen parte del texto original)

De acuerdo con lo anterior la información divulgada de este modo resultó ser insuficiente y por tanto confunde e induce en error al consumidor.

En este orden de ideas, esta Dirección concluye que la información suministrada por parte de la investigada, no fue suficiente por cuanto no informó al consumidor con suficiencia y claridad respecto de las características de su ofrecimiento, configurándose así una infracción a las disposiciones contenidas en los artículos 14 y 31 del Decreto 3466 de 1982.

OCTAVO: Sanción administrativa.

Encontrándose demostrada la violación de lo preceptuado en el artículo 14 del Decreto 3466 de 1982 y en consonancia con el Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Entidad 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 apartado a) del artículo 24 ibídem, con el fin de que se imponga la sanción correspondiente, se tendrá en cuenta que se trata de un hecho consistente en divulgar una información insuficiente que podría estar perjudicando a un alto número de consumidores.

Como quiera que en el asunto sub exámine se probó que hubo violación del citado artículo 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 TREINTA Y CUATRO MILLONES DOS MIL PESOS (\$34.002.000) m/cte., equivalentes a sesenta (60) 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...", este despacho ordena: sociedad PRODUCTOS NATURALES DE LA SABANA S.A. ALQUERÍA, identificada con Nit. 860004922-4, debe indicar en todo anuncio y medio publicitario que utilice para promocionar su producto VITTA, así como en los empaques de los mismos con igual despliegue,

Por la cual se decide una actuación administrativa

tamaño y tipo de letra al del anuncio del nombre "Soya" en el contexto de la expresión "Bebida de Soya y leche" y características del producto "BEBIDA DE SOYA CON LECHE" los porcentajes de soya y de leche contenidos en el mismo.

En mérito de lo expuesto, esta Dirección

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Imponer una multa a la sociedad PRODUCTOS NATURALES DE LA SABANA S.A. ALQUERÍA, identificada con Nit. 860004922-4, por la suma de TREINTA Y CUATRO MILLONES DOS MIL PESOS (\$34.002.000) m/cte., equivalentes a sesenta (60) 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. El pago deberá efectuarse dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la ejecutoria de esta resolución y acreditarse en la ventanilla de Tesorería de esta Superintendencia con el original de la consignación, donde le expedirán el recibo de caja aplicado a la resolución sancionatoria. Vencido este plazo se cobraran intereses por cada día de retraso, liquidados a la tasa del 12% efectivo anual.

ARTÍCULO SEGUNDO: Ordenar a la sociedad PRODUCTOS NATURALES DE LA SABANA S.A. ALQUERÍA, identificada con Nit. 860004922-4, que proceda, en el término de 15 (quince) días contados a partir de la ejecutoria de la presente resolución a: Indicar en todo anuncio y medio publicitario que utilice para promocionar su producto VITTA, así como en los empaques de los mismos, con igual despliegue, tamaño y tipo de letra al del anuncio del nombre "Soya" en el contexto de la expresión "Bebida de Soya con leche" y características del producto "BEBIDA DE SOYA CON LECHE" los porcentajes de soya y de leche contenidos en el mismo.

PARÁGRAFO: El cumplimiento de la orden que se imparte en esta resolución deberá acreditarse ante la Dirección de Protección al Consumidor de la Superintendencia de Industria y Comercio, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la expiración del plazo otorgado en el presente artículo, so pena de la imposición de las multas de que trata el artículo 65 del Código Contencioso Administrativo por la renuencia a cumplir con la orden impartida.

ARTÍCULO TERCERO: Notificar personalmente el contenido de la presente resolución al señor OSCAR JAVIER GARCÍA SANTOS, representante legal de la sociedad PRODUCTOS NATURALES DE LA SABANA S.A. ALQUERÍA, identificada con Nit. 860004922-4, o a quien haga sus veces, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de reposición ante la Directora de Investigaciones de Protección al Consumidor y el de apelación para ante la Superintendente Delegada para la Protección al Consumidor, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO CUARTO: Notificar personalmente el contenido de la presente resolución al señor EPIFANIO ESTEPA, identificado con cédula de ciudadanía 79488835, en su condición de denunciante, o a quien haga sus veces, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra

Por la cual se decide una actuación administrativa

ella procede el recurso de reposición ante la Directora de Investigaciones de Protección al Consumidor y el de apelación para ante la Superintendente Delegada para la Protección al Consumidor, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a su notificación.

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá D. C.,

28 FEB 2012

La Directora de Investigaciones de Protección al Consumidor



ADRIANA DEL PILAR TAPIERO CÁCERES

Investigado:

Nombre:	PRODUCTOS NATURALES DE LA SABANA S.A. ALQUERÍA
Identificación:	860004922-4
Representante legal:	OSCAR JAVIER GARCÍA SANTOS
Dirección:	Cajicá Km 5 Vía Tabio
Ciudad:	Cajicá, Cundinamarca

Denunciante:

Nombre:	EPIFANIO ESTEPA
Cédula de ciudadanía:	79488835
Dirección:	Carrera 122 D No. 129 B 60 Bloque 152 Apartamento 402
Ciudad:	Bogotá D.C.