



Rama Judicial del Poder Público
**JUZGADO VEINTITRÉS (23) CIVIL DEL CIRCUITO DE ORALIDAD
BOGOTÁ, D.C.**

Carrera 10 No. 14-33 – Piso 12, Teléfono: 2821994
Correo electrónico ccto23bt@cendoj.ramajudicial.gov.co

AVISO JUDICIAL

EL SUSCRITO SECRETARIO DEL JUZGADO 23 CIVIL DEL CIRCUITO
DE ORALIDAD DE BOGOTA D.C.

HACE SABER:

Que por auto de agosto 2 de 2021, se admitió la ACCIÓN DE POPULAR radicada bajo el No. 11001310302320210024400 promovida por LUIS ALFREDO CUADROS contra BAVARIA Y CIA SCA y BOGOTA WINGS COMPANY establecimiento de comercio de propiedad de REPRESENTACIONES ARIAS PARDO S.A.S.

EXTRACTO DE LA DEMANDA

El consumo de alcohol en exceso es un problema prioritario de Salud Pública. El alcohol es la droga más consumida en el entorno sociocultural, de la que más se abusa y la que con más frecuencia se asocia con problemas sociales y sanitarios. No son pocos los estudios que evidencian los graves daños que representa el consumo de alcohol no solo a nivel individual sino para la comunidad en general. En efecto, en un estudio sobre "Estimación de costos ocasionados por el consumo de alcohol y otras drogas" realizado por la Comisión Interamericana para el Control del Abuso de Drogas en el año 2004 se cita que la Secretaría de Salud de Bogotá y el Hospital de Kennedy realizaron el estudio "Alcohol y Trauma" en el mes de diciembre de 1994, teniendo como población el 100% (1.165) de los casos que acudieron a la sala de emergencias a los cuales se les aplicó prueba toxicológica. De las 1.165 emergencias, el 36% fueron involucrados en la investigación por tratarse de casos de trauma. Los resultados mostraron que el 85% de estos casos tenían relación directa con el consumo de alcohol. Los resultados mostraron, además, que 39,36% de los casos tenían edades entre 21 y 30 años, seguidos por la población de jóvenes entre 11 y 20 años con un porcentaje de 23.56%. Del total de la muestra estudiada el 85,60% pertenecía al sexo masculino y el 54.97% ó eran solteros. En relación con el evento que motivó la visita a la sala de emergencias, los primeros puestos fueron los de accidentes automovilísticos con el 46.65% y el atraco con el 30,43%, el porcentaje restante se distribuyó entre caídas, accidentes de trabajo y balas perdidas. Es que no es un secreto que los bebedores incrementan su riesgo y el de

los demás frente a lesiones, eventos traumáticos y muerte, máxime si se tiene en cuenta que, según el estudio antes citado, las bebidas alcohólicas son las sustancias psicoactivas con mayor nivel de consumo y con mayor asociación a intoxicaciones, accidentes comunes y accidentes de tránsito. Aspecto que antiguamente se orientaba principalmente a la población masculina con respecto a la femenina pero que, en la actualidad parece comportarse casi de manera equivalente, De conformidad con un estudio de la Presidencia de la República "Los daños provocados por el consumo excesivo de alcohol (etanol) representa una de las preocupaciones más importantes en la salud pública de gran cantidad de países (...) Cerca del 75% de los homicidios ocurridos en el país tienen que ver con el alcohol, ya sea por accidentes de tránsito o por riñas y agresividad directamente producidas por la embriaguez; un buen porcentaje de las violaciones, los atracos y los suicidios también está relacionado con el consumo de alcohol (...). De acuerdo con este mismo estudio (Colombia encuesta de 1996) el 62% de la población mayor de 12 años había consumido licor en el año anterior a la encuesta". Los daños provocados por el consumo excesivo de alcohol (etanol), representa una de las preocupaciones más importantes en la salud pública de gran cantidad de países (...), El uso permanente del alcohol en dosis excesivas puede llevar a un cambio biológico en la respuesta del sistema nervioso frente al alcohol: la dependencia física (...). En Colombia más del 80% de la población consume alcohol y entre el 5 y el 10% puede considerarse alcohólica."1. Así mismo, en un informe presentado por la Organización Panamericana de la Salud se advierte que el consumo de alcohol en el hemisferio es, en promedio, un 50% mayor que en el resto del mundo; de allí la necesidad de implementar acciones para evitar el consumo excesivo de estas bebidas a fin de reducir la alta incidencia de los problemas atribuibles a las mismas. Es por lo anterior que se desprende una gran responsabilidad social por parte de las empresas fabricantes y comercializadores de bebidas alcohólicas con el propósito de alertar a la población acerca de la nocividad del consumo excesivo de las mismas y por parte del Gobierno con el propósito de velar porque tal deber se cumpla. En tal sentido no puede desconocerse que uno de los factores que potencian y contribuyen al consumo de alcohol es, sin duda, la comunicación publicitaria. El deseo de sumergirse en los mundos que muestra esta publicidad cargada de sexo, diversión, seducción, placer, erotismo, exclusividad, lleva a ríos pocos individuos a buscar esos efectos supuestamente posibles y factibles simplemente consumiendo una sustancia que, en realidad, nos transporta a un territorio justamente opuesto al que pretendemos. Del mismo modo, los promotores de bebidas alcohólicas logran incrementar su consumo a través de estrategias publicitarias que cubran la necesidad de la sed, despertando una suma de sensaciones asociadas a valores como: vida, salud, libertad, amor, belleza, amistad, alegría, sexualidad, naturaleza, seguridad, éxito, autorrealización etc... La mayoría de estas alternativas publicitarias se caracterizan por conjugar naturalidad y fantasía

para despertar así variadas sensaciones. Además, el acto de consumir se percibe como un acto de liberación, incitando al individuo a adoptar conductas compulsivas y desconociendo las consecuencias patológicas, físicas, psíquicas y sociales en las que puede desembocar si carece de una formación adecuada sobre el uso de este tipo de bebidas. La cifra de inversiones en materia de publicidad de bebidas alcohólicas tiene una tendencia ascendente y ello no es caprichoso pues simplemente responde al impacto que la misma tiene sobre el incremento en el consumo de este tipo de productos. En tal sentido y en respuesta a la obligación de la que arriba hablamos se esperaría que tanto como los fabricantes y comercializadores de estas bebidas también tuvieran una tendencia ascendente" por el respecto a las normas que pretenden proteger a la población del consumo excesivo de alcohol, por los más que probados, nocivos efectos que se causa en la salud y vida de las personas. Pero ello no es así y lejos de dar cumplimiento a las normas se presentan caso como el aquí expuesto donde se viola la normativa vigente aún a sabiendas de los claros perjuicios en materia de salud pública y lo que es peor, la autoridad sanitaria se muestra inactiva e indiferente frente a tal situación. La publicidad de bebidas alcohólicas, por la nocividad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación educativa, porque su incidencia en la población en general es patente y en mayor medida, y de modo alarmante, en menores de edad. De allí que el uso de las leyendas obligatorias pretenda informar a la población en general y a los adolescentes, acerca de los riesgos del consumo abusivo y destructor de las mismas. Es hora de una actuación consiente y ética; además, legal por parte de quienes comercializan bebidas alcohólicas y por parte de las autoridades sanitarias, a fin de que la población en general conozca en su totalidad el discurso publicitario, no solo en los aspectos positivos, sino en los efectos negativos del consumo de alcohol en el organismo desmitificando los tópicos establecidos socialmente y esta es una labor en la que los Honorables Jueces de la República deben ejercer un papel activo a fin de contrarrestar la inactividad y la falta de ética de los aquí demandados. Es que advertir acerca de la nocividad del exceso de las bebidas alcohólicas facilita el comportamiento racional, reflexivo y crítico de los ciudadanos ante la sociedad de consumo, adoptando comportamientos responsables frente a la salud y la responsabilidad social. La intervención pedagógica en estos ámbitos es primordial hacia la búsqueda de actividades y valores, donde la cooperación y la igualdad tiendan a formar personas libres, capaces de tomar sus propias decisiones para su desarrollo personal y comunitario. No en vano entidades de tal envergadura como la Organización Mundial de la Salud resaltan la importancia de establecer mayores controles sobre las actividades publicitarias y de patrocinio del sector, con el objeto de desestimular el consumo excesivo y la ingesta en la población joven, aspecto éste en el que deja mucho que desear la actuación desplegada por la autoridad sanitaria nacional, y este aspecto adquiere especial relevancia teniendo en cuenta que el alcohol es la droga que más se

consume en el mundo porque acceder a ella es más fácil que conseguir drogas ilegales, pero también por su precio, ya que es posible comprar una botella de cerveza que cueste menos que un refresco. Cuando al año mueren en Europa más de 55.000 jóvenes debido al alcohol y ni qué decir del caso Latinoamérica, donde el consumo es aún mayor, se hace palpable la necesidad de que de una vez por todas se ejerzan verdaderos controles. 2 VULNERACIÓN DEL DERECHO AL DESARROLLO ARMÓNICO E INTEGRAL DE LOS NIÑOS Una de las leyendas que debe declararse la establece la Ley, 124 de 1994 'por la cual se prohíbe el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad y se dictan otras disposiciones "Con el incumplimiento de la disposición en cita la empresa y la conducta omisiva de LAS ACCIONADAS mantienen a este grupo poblacional en la ignorancia y la indiferencia frente a esta importante disposición vulnerando los derechos de los niños. Numerosos estudios señalan la etapa adolescente como aquella de mayor riesgo en el inicio del consumo de alcohol, oscilando la edad e indicando que si se principia en este hábito a una edad temprana aumenta el riesgo de convertirse en un bebedor, desarrollando dependencia y sometiéndose potencialmente a sufrir consecuencias a largo plazo. Otras investigaciones establecen que el alcohol se erige como droga de entrada, con lo cual la posibilidad de recurrir a otras drogas se intensifica. Publicaciones realizadas en México documentan una importante asociación entre la práctica de consumir tabaco y alcohol y el consumo de drogas entre estudiantes de enseñanza media y media superior. www.elpais.com/.../sociedad/ano/mueren/55000/jovenes/Europa/causa/alcohol/elpepisoc/20020729elpepisoc_3/Tes-77k.

Es una realidad innegable que, ya no solamente los adultos abusan cotidianamente del consumo de alcohol en nuestro país, sino que ahora los jóvenes y los niños lo hacen cada vez a más temprana edad, ante la muy escasa atención e ineficaz acción de la sociedad y de las entidades del gobierno encargadas por la misma sociedad, de atender entre otros asuntos, el control de este problema. El diagnóstico de la situación existe, pero poca o ninguna atención se ha prestado a un problema que deteriora cada vez más la estructura de la sociedad actual y coloca en riesgo inminente de padecimientos en salud orgánica y mental a la población que abusa del consumo. Cerca de dos millones de personas mueren en el mundo anualmente como consecuencia del alcohol y esta cifra es similar, al número de muertes que producen epidemias como es el Sida. Sin embargo, y a pesar de esta evidencia, el Sida recibe toda la atención de las autoridades en salud en el mundo y por el contrario erróneamente el consumo del alcohol es tolerado y percibido como uno de los menores males para la sociedad. No es prudente y por el contrario es peligroso para las nuevas generaciones, incentivar el consumo de una sustancia de la cual se conoce su alto poder adictivo. Cerca del 50% de los jóvenes de Bogotá, han consumido licor en el último año y la mitad de éstos lo han hecho hasta embriagarse. Parece una cifra inofensiva, pero si la comparamos con el censo de jóvenes escolarizados en secundaria en

el departamento de Antioquia, el cual es cercano a 600.000 estudiantes, ello significa que alrededor de 300.000 consumen licor y 150.000 se han embriagado en el último año. El problema del consumo de licor en niños y jóvenes está presente en nuestra sociedad y requiere de acciones serias y responsables. En este sentido, resulta inadmisibile que se encuentren vallas en las principales calles de la ciudad donde se patrocina el consumo de alcohol y se deja de lado la responsabilidad social, para evitar su ingesta en menores de edad. Según un estudio realizado por la Universidad de la Sabana publicado en la Internet es particularmente aterrador el consumo de bebidas alcohólicas en menores de edad:

EDAD	30 - 34 AÑOS	15 - 19 AÑOS	20 - 24 AÑOS	EN LA VIDA ÚLTIMO MESE	EN LA VIDA ÚLTIMO MESE	EN LA VIDA ÚLTIMO MESE
ALCOHOL	56.929.982.357.585.062.4	CIGARRILLO	24.610.943.025.242.827.5	INH	ALANTES	1.90.72.20.61.80.4
TRANQUILIZANTES	1.20.52.90.93.90.9					

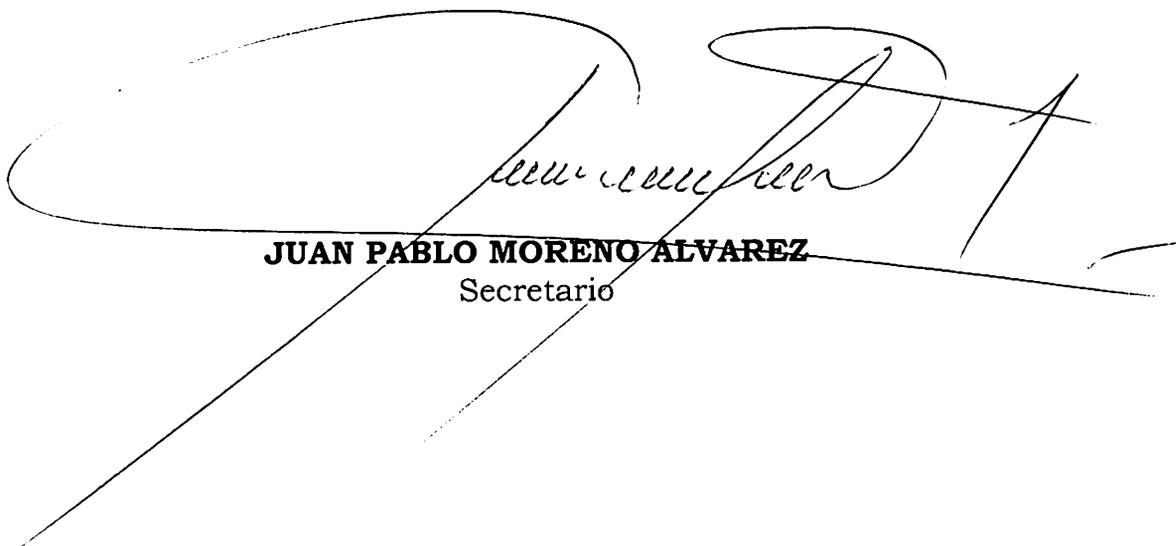
Ni la industria de bebidas alcohólicas, ni el Gobierno pueden desentenderse de los efectos que el consumo de esta droga tiene en la salud y vida social de los jóvenes, máxime cuando éstos no pueden asumir el riesgo racional y voluntariamente como sucede con los mayores de edad. La intervención del Gobierno en este ámbito está más que justificada por razones de salud y defensa de los menores y jóvenes, conscientes de que las bebidas alcohólicas son drogas y que, como tales producen dependencia, provocan cambios de conducta y efectos nocivos para la salud y el bienestar social. Entonces, habrá que preguntarse, ¿Por qué razón fa inactividad o la poca actividad de la autoridad sanitaria? ¿Por qué la falta de ética y de conciencia social por parte de las empresas comercializadoras de bebidas alcohólicas y de las agencias publicitarias? Es que no se puede perder de vista que los menores no cuentan con las suficientes armas formativas para actuar de modo crítico y reflexivo ante los problemas que conlleva la ingesta desmesurada de estas bebidas. Es que los menores de edad son el público más indefenso ante la persuasión publicitaria. Con esto queremos decir, además, que son el grupo más fácilmente "atacable" por los expertos publicitarios. Al analizar el sector económico publicitario que envuelve a los niños se evidencia la importancia que tiene este grupo en términos económicos para las empresas, y como estos constituyen un capital como futuros consumidores e incluso condicionan las compras de los padres. Es tan amplio el volumen de dinero que "maneja" este grupo social que la publicidad aparece encubierta con el fin de penetrar minuciosamente en el entorno de los

menores,3http://209.85.165.104/search?q=cache:l5GxRinksLlj:polaris.unisabana.edu.cio/prevencion/estadisticas.html+consumo+de+alcohol&hl=es&ct=clnk&cd=33&gl=co

Esta Acción Popular se instaura con el fin de proteger los derechos de la comunidad y específicamente de los consumidores y usuarios

conforme a lo establecido en inciso primero, artículo 21 de la Ley 472 de 1998 y artículo 10 del decreto legislativo 806 de 2020.

Se fija el presente aviso en el micro-sitio de la página oficial de la Rama Judicial, de este despacho judicial, el link denominado "Avisos", como en la secretaria del juzgado, a fin de los interesados puedan ejercer sus derecho, hoy 6 OCT. 2021, siendo las 8:00 A.M.



JUAN PABLO MORENO ALVAREZ
Secretario



Rama Judicial del Poder Público
**JUZGADO VEINTITRÉS (23) CIVIL DEL CIRCUITO DE ORALIDAD
BOGOTÁ, D.C.**

Carrera 10 No. 14-33 – Piso 12, Teléfono: 2821994
Correo electrónico ccto23bt@cendoj.ramajudicial.gov.co

AVISO JUDICIAL

EL SUSCRITO SECRETARIO DEL JUZGADO 23 CIVIL DEL CIRCUITO
DE ORALIDAD DE BOGOTA D.C.

Se fija el presente aviso en el micro-sitio de la página oficial de la Rama Judicial, de este despacho judicial, el link denominado “Avisos”, como en la secretaria del juzgado, a fin de los interesados puedan ejercer sus derecho, hoy 16 Oct. 2021, siendo las 8:00 A.M.

JUAN PABLO MORENO ALVAREZ
Secretario