



167

**JUZGADO TERCERO (3°) CIVIL DEL CIRCUITO DE BOGOTÁ D.C.**

Carrera 9 No. 11-45 piso 6° Edificio Virrey – Torre Central.

[j03cctobta@cendoj.ramajudicial.gov.co](mailto:j03cctobta@cendoj.ramajudicial.gov.co) – Teléfono 2820261

Bogotá D. C., 31 MAY 2021

ACCIÓN POPULAR RAD.11001310300320190031100

Agréguese a autos la contestación que a esta acción brindó el **Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos -INVIMA-**, a través de su Jefe de la Oficina Asesora Jurídica -ver contestación a folios 140 a 155-, la que será analizada y/o valorada por este Despacho en la etapa procesal correspondiente, y, que, por demás, se pone en conocimiento de los aquí intervinientes para los fines que estimen convenientes.

De otro lado, y en atención a la documental allegada por el aquí accionante a folios 166 a 186, el Despacho dispone tener por debidamente enterada y legalmente notificada en los términos del Decreto 806 de 2020, a la accionada **Bavaria S.A.**, quien dentro de la oportunidad concedida mantuvo silente conducta.

Obre en autos y téngase en cuenta en su momento oportuno, lo manifestado a folios 164 y 165 por el apoderado de la aquí accionada **Cadena Comercial OXXO Colombia S.A.S.**

Ahora, continuando con el trámite de esta acción, se requiere una vez más al extremo actor popular con el fin de que se sirva dar cumplimiento a lo dispuesto por este Despacho en el numeral 3° del auto que admitió esta acción popular, de fecha 30 de mayo de 2019 -folio 43 y 44-, esto es, realizando las gestiones tendientes a obtener la publicación del aviso a la comunidad, enterándola de la presente acción.

Sin perjuicio de lo anterior, se ordena oficiar a las emisoras del **Ejército Nacional** y la **Policía Nacional**, solicitando su colaboración con la administración de justicia a fin de que se sirvan realizar la publicación del aviso a los miembros de la comunidad, conforme a lo demandado en este asunto, enterándolos sobre la admisión y existencia de la presente acción popular. Para el efecto, por Secretaría procédase de conformidad y anéxese a los oficios respectivos el aviso del que se requiere su publicación.

Se insta a los aquí intervinientes para que acorde con sus deberes procedan de conformidad y brinden la debida colaboración en la causa a fin e integrar el contradictorio, dado el trámite preferente que ha de dársele a la presente acción, tomando en cuenta que es de rango constitucional.

NOTIFÍQUESE,

  
**LILIANA CORREDOR MARTÍNEZ**  
JUEZ

26  
140

**CONTESTACIÓN ACCIÓN POPULAR 2019-0311**

Notificaciones Judiciales <njudiciales@invima.gov.co>

Mar 7/07/2020 7:36 PM

Para: Juzgado 03 Civil Circuito - Bogota - Bogota D.C. <j03cctobta@cendoj.ramajudicial.gov.co>  
CC: Maria Margarita Márquez Llanos <mmarquezl@invima.gov.co>

4 archivos adjuntos (5 MB)

CONTESTACION ACCION POPULAR 2019-0311.pdf; DOCUMENTOS DE REPRESENTACIÓN.pdf; INFORME IVC ACCION POPULAR BAVARIA CORONA\_BUDWEISER.pdf; 2019-0311-131.pdf

NJUDICIALES@INVIMA.GOV.CO appears similar to someone who previously sent you email, but may not be that person. [Learn why this could be a risk](#)

[Comentarios](#)

Bogotá, D.C., julio de 2020

Señores

**JUZGADO TERCERO CIVIL DEL CIRCUITO DE BOGOTÁ D.C.**

[j03cctobta@cendoj.ramajudicial.gov.co](mailto:j03cctobta@cendoj.ramajudicial.gov.co)

Carrera 9 No. 11 – 45 Torreo Central Piso 6 Edificio Virrey  
E.S.D.

<b>ASUNTO:</b>	<b>ACCIÓN POPULAR No. 2019 – 00311</b>
<b>DEMANDANTE:</b>	<b>LUIS ALFREDO CUADROS RODRÍGUEZ</b>
<b>DEMANDADOS:</b>	<b>CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S. Y BAVARIA S.A.</b>
<b>VINCULADOS:</b>	<b>SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, SECRETARIA DE AMBIENTE, SECRETARIA DISTRITAL DE SALUD, SECRETARIA JURÍDICA DISTRITAL DE LA ALCALDÍA MAYOR, INSPECCION DE POLICIA ZONA RESPECTIVA E INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS- INVIMA-1626</b>
<b>OFICIO No.:</b>	<b>1626</b>

Buenas tardes: Remitimos adjunto contestación dentro la acción popular de la referencia.

Agradecemos confirmar recibido y en adelante **enviar todos los requerimientos judiciales únicamente** al correo [njudiciales@invima.gov.co](mailto:njudiciales@invima.gov.co)

Atentamente,

**GRUPO DE REPRESENTACIÓN JUDICIAL Y EXTRAJUDICIAL**

Oficina Asesora Jurídica  
Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - INVIMA  
Correo: [njudiciales@invima.gov.co](mailto:njudiciales@invima.gov.co)  
Teléfono: 2948700 ext. 3814 - 3818 - 3817  
Carrera 10 No. 64 - 60 piso 7.  
Bogotá, Colombia  
[www.invima.gov.co](http://www.invima.gov.co)

AVISO LEGAL: Este correo electrónico y cualquier archivo(s) adjunto al mismo, contiene información de carácter confidencial exclusivamente dirigida a su destinatario(s). Si usted no es el receptor indicado, queda notificado que la lectura, utilización, divulgación y/o copia sin autorización está prohibida en virtud de la legislación vigente. En el caso de haber recibido este correo electrónico por error, agradecemos informarnos inmediatamente de esta situación mediante el reenvío a la dirección electrónica del remitente. Las opiniones que contenga este mensaje son exclusivas de su autor y no necesariamente representan la opinión oficial del INVIMA.

LEGAL NOTICE: This email and any file(s) attached to it contain confidential information that is exclusively addressed to its recipient(s). If you are not the indicated recipient, you are informed that reading, using, disseminating and/or copying it without authorization is forbidden in accordance with the legislation in effect. If you have received this email by mistake, please immediately notify the sender of the situation by resending it to their email address. The opinions contained in this message are solely those of the author and do not necessarily represent the official views of INVIMA.

AVISO LEGAL: Este correo electrónico y cualquier archivo(s) adjunto al mismo, contiene información de carácter confidencial exclusivamente dirigida a su destinatario(s). Si usted no es el receptor indicado, queda notificado que la lectura, utilización, divulgación y/o copia sin autorización está prohibida en virtud de la legislación vigente. En el caso de haber recibido este correo electrónico por error, agradecemos informarnos inmediatamente de esta situación mediante el reenvío a la dirección electrónica del remitente. Las opiniones que contenga este mensaje son exclusivas de su autor y no necesariamente representan la opinión oficial del INVIMA.

LEGAL NOTICE: This email and any file(s) attached to it contain confidential information that is exclusively addressed to its recipient(s). If you are not the indicated recipient, you are informed that reading, using, disseminating and/or copying it without authorization is forbidden in accordance with the legislation in effect. If you have received this email by mistake, please immediately notify the sender of the situation by resending it to their email address. The opinions contained in this message are solely those of the author and do not necessarily represent the official views of INVIMA.

AVISO LEGAL: Este correo electrónico y cualquier archivo(s) adjunto al mismo, contiene información de carácter confidencial exclusivamente dirigida a su destinatario(s). Si usted no es el receptor indicado, queda notificado que la lectura, utilización, divulgación y/o copia sin autorización está prohibida en virtud de la legislación vigente. En el caso de haber recibido este correo electrónico por error, agradecemos informarnos inmediatamente de esta situación mediante el reenvío a la dirección electrónica del remitente. Las opiniones que contenga este mensaje son exclusivas de su autor y no necesariamente representan la opinión oficial del INVIMA.

LEGAL NOTICE: This email and any file(s) attached to it contain confidential information that is exclusively addressed to its recipient(s). If you are not the indicated recipient, you are informed that reading, using, disseminating and/or copying it without authorization is forbidden in accordance with the legislation in effect. If you have received this email by mistake, please immediately notify the sender of the situation by resending it to their email address. The opinions contained in this message are solely those of the author and do not necessarily represent the official views of INVIMA.



La salud  
es de todos

Minsalud

141

Bogotá, D.C., julio de 2020

Señores

**JUZGADO TERCERO CIVIL DEL CIRCUITO DE BOGOTÁ D.C.**

[j03cctobta@cendoj.ramajudicial.gov.co](mailto:j03cctobta@cendoj.ramajudicial.gov.co)

Carrera 9 No. 11 – 45 Torreo Central Piso 6 Edificio Virrey  
E.S.D.

<b>ASUNTO:</b>	<b>ACCIÓN POPULAR No. 2019 – 00311</b>
<b>DEMANDANTE:</b>	<b>LUIS ALFREDO CUADROS RODRÍGUEZ</b>
<b>DEMANDADOS:</b>	<b>CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S. Y BAVARIA S.A.</b>
<b>VINCULADOS:</b>	<b>SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, SECRETARIA DE AMBIENTE, SECRETARIA DISTRITAL DE SALUD, SECRETARIA JURÍDICA DISTRITAL DE LA ALCALDIA MAYOR, INSPECCION DE POLICIA ZONA RESPECTIVA E INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS- INVIMA-</b>
<b>OFICIO No.:</b>	<b>1626</b>

**ANA MARÍA SANTANA PUENTES**, identificada con Cédula de Ciudadanía No. 52.265.642 y portadora de la Tarjeta Profesional No. 122422-D2 del Consejo Superior de la Judicatura, en mi calidad de Jefe de la Oficina Asesora Jurídica del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA, según Resolución No. 2019056571 de 13 de diciembre de 2019 y acta de posesión No. 712 del 16 de Diciembre de 2019, respetuosamente me dirijo a su despacho con el fin de dar contestación a la acción popular de la referencia interpuesta por el señor **LUIS ALFREDO CUADROS RODRIGUEZ**, en los siguientes términos:

### I. PARTE DEMANDADA Y SU REPRESENTANTE.

El medio de control de protección de los derechos e intereses colectivos que ha originado el presente proceso, fue interpuesto por el señor **LUIS ALFREDO CUADROS RODRIGUEZ** en contra **CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S. Y BAVARIA S.A.**, y actuando con carácter de **VINCULADOS** las siguientes entidades **SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, SECRETARIA DE AMBIENTE, SECRETARIA DISTRITAL DE SALUD, SECRETARIA JURÍDICA DISTRITAL DE LA ALCALDIA MAYOR, INSPECCION DE POLICIA ZONA RESPECTIVA E INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS- INVIMA-**, establecimiento público del orden nacional, adscrito al Ministerio de Salud y Protección Social, con personería jurídica, patrimonio independiente y autonomía administrativa, con domicilio y sede de sus órganos administrativos principales en la ciudad de Bogotá D.C., ubicado en la carrera 10 No. 64 – 28/60, representado por el Director General, facultad establecida en el numeral 3 del artículo 10 del Decreto 2078 de 2012, hoy en cabeza del Doctor **JULIO CESAR ALDANA BULA**, mayor de edad, con domicilio y residencia en esta ciudad, identificado con la cédula de ciudadanía No. 15.043.679, y judicialmente representado por la suscrita, conforme a la documental que me permito allegar con el presente escrito, Por lo anterior, solicito que se me reconozca personería para actuar en este proceso.

### II. A LOS HECHOS.

**AL HECHO 1º, 2º Y 4º: NO ME CORRESPONDE**, realizar pronunciamiento al respecto, toda vez que en los mismos se detalla la naturaleza jurídica, el objeto social de las empresas endilgadas **CADENA OXXO y BAVARIA S.A.**

Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - Invima  
**Oficina Principal:** Cra 10 N° 64 – 28 - Bogotá  
**Administrativo:** Cra 10 N° 64 – 60  
(1) 2948700  
[www.invima.gov.co](http://www.invima.gov.co)

**invima**  
Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos



La salud  
es de todos

Minsalud

**AL HECHO 3°, 6°, 7° Y 8° : NO ME CONSTA**, toda vez que el accionante realiza un relato de las actuaciones y omisiones relacionadas con piezas publicitarias no presenta las leyendas obligatorias para bebidas alcohólicas, incurrida por parte de las sociedades CADENA OXXO y BAVARIA S.A., concerniente al producto BUDWEISER, sin embargo es pertinente manifestar al Despacho que, de acuerdo a las competencias legales establecidas en la Ley 715 de 2001, o las normas que la modifiquen, adicionen o sustituyan, le corresponde a las Direcciones Territoriales de Salud.

Conforme a lo anterior, y actuando en concordancia con el inciso 1° del artículo 87 del Decreto 1686 de 2012, este Instituto correrá traslado a la Secretaría Distrital de Salud para que en el marco de sus competencias adelante las acciones de verificación de publicidad en los establecimientos precitados.

**Artículo 87.- Competencias para la Inspección, Vigilancia y Control.** *Corresponde al Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - INVIMA - ejercer inspección, vigilancia y control a la fabricación, elaboración, hidratación, envase, exportación e importación de bebidas alcohólicas.*

*De conformidad con la Ley 715 de 2001, o las normas que la modifiquen, adicionen o sustituyan, le corresponde a las Direcciones Territoriales de Salud ejercer inspección, vigilancia y control al almacenamiento, distribución, expendio y transporte asociado de bebidas alcohólicas.*

*Las autoridades sanitarias, conforme a sus competencias, en caso de incumplimiento o infracción a las normas sanitarias de bebidas alcohólicas, deben aplicar las medidas sanitarias de seguridad, preventivas e imponer las sanciones correspondientes, de acuerdo a lo establecido en los artículos 576 y siguientes de la Ley 09 de 1979, para lo cual, se ceñirán al procedimiento establecido en el Capítulo XIV del Decreto 3075 de 1997 o las normas que lo modifiquen o adicionen o sustituyan.*

Por otra parte, El Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos –Invima-, procederá a realizar las acciones de vigilancia y control pertinente con el fabricante/importador, para este caso particular es BAVARIA S.A.

**AL HECHO 5°: ES CIERTO.** Una vez revisada la base de datos del Instituto, el Grupo de Registros Sanitarios de la Dirección de Alimentos y Bebidas, informa de los registros sanitarios vigentes, para el producto BUDWEISER, se relacionan a continuación:

<b>Nombre:</b>	CERVEZA " BUDWEISER "
<b>Registro Sanitario:</b>	INVIMA 2005L-0002444
<b>Vigencia:</b>	24/07/2025
<b>Estado:</b>	Vigente
<b>Expediente:</b>	19960517
<b>Marca:</b>	BUDWEISER
<b>%Alcohol:</b>	4,95 % Vol.
<b>Modalidad:</b>	Importar y Vender
<b>Titular:</b>	ANHEUSER-BUSCH, LLC con domicilio en ONE BUSCH PLACE, ST. LOUIS, MO 63118, U.S.A.]
<b>Fabricante:</b>	ANHEUSER-BUSCH, LLC con domicilio en ONE BUSCH PLACE, ST. LOUIS, MO 63118, U.S.A.
<b>Importador:</b>	BAVARIA & CIA S.C.A con domicilio en CARRERA 53 A NO. 127-35 de Bogotá D.C.  ALMACENES EXITO S.A. con domicilio en CRA 48 N 32 B SUR 139 de Envigado  KOPPS COMMERCIAL S. A. S. con domicilio en CARRERA 53 A NO. 127 - 35 de Bogotá D.C.



La salud  
es de todos

Minsalud

142

Nombre:	CERVEZA MARCA BUDWEISER
Registro Sanitario:	INVIMA 2017L-0008912
Vigencia:	05/09/2027
Estado:	Vigente
Expediente:	20130532
Marca:	BUDWEISER
°Alcohol:	5 % Vol.
Modalidad:	Elaborar y Vender
Titular:	BAVARIA & CIA S.C.A con domicilio en CARRERA 53 A NO. 127-35 de Bogotá D.C.
Fabricante:	BAVARIA & CIA S.C.A con domicilio en CARRERA 53 A NO. 127-35 de Bogotá D.C.

Por lo tanto, estos registros sanitarios han sido otorgados por cuanto cumplen a cabalidad con el lleno total de los requisitos exigidos por la autoridad sanitaria.

**AL HECHO 9°: NO ES CIERTO**, Lo manifestado por el accionante, toda vez que como se evidencia en Informe dirigido al Despacho y recibido por el este el día 19 de Diciembre de 2019, siendo las 12:16 pm, en el cual se le anexa concepto de las diligencias de Inspección, Vigilancia y Control, realizado funcionarios del Grupo de Trabajo Territorial Centro Oriente 2.

"Además consulta interna con radicado Invima No 20193008012 de fecha 2019/09/11 relacionada con acción popular No 2019-00310 mediante consulta interna con radicado 20193007696 de fecha 2019/09/064 y consulta interna con radicado Invima No 20193007677 de fecha 2019/09/03 relacionada con acción popular No 2019-00311, respecto a publicidad exterior de los establecimientos CAFÉ GARAGE DESING (CORONA CERVEZA MODELO ESPECIAL) y CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA SAS (CERVEZA MARCA BUDWEISER). Quien atiende manifiesta que para el establecimiento CAFÉ GARAGE DESING (CORONA CERVEZA MODELO ESPECIAL) se observa una carpa exterior que contiene la leyenda Corona que como está contemplado en el parágrafo del artículo 54 del Decreto 1686 de 2012 se denomina recordatorio de marca según el artículo 3 del mismo decreto. En el caso de CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA SAS (CERVEZA MARCA BUDWEISER) al no contar con la evidencia fotográfica de la misma no se puede determinar el caso y no hay pronunciamiento al respecto." Se anexa a un folio, foto del establecimiento consultado durante la visita en internet.

Ahora bien, en este sentido, es necesario citar los artículos 53 y ss del citado Decreto, puesto que el accionante, de forma arbitraria lanza juicios y apreciaciones subjetivas de lo que en su parecer acontece en el proceso, tratando de poner en juicio las actuaciones que el Invima, entidad a la cual representó, cumple a cabalidad.

En materia de publicidad para las bebidas alcohólicas, se encuentra establecido lo siguiente:

**"Artículo 53.- Publicidad de Bebidas Alcohólicas.** La publicidad de bebidas alcohólicas no requerirá de autorización previa por parte del INVIMA. En todo caso, toda publicidad deberá sujetarse a los requisitos del presente capítulo y cumplir las condiciones con las cuales fue concedido el registro sanitario."

**"Artículo 54.- Requisitos de la publicidad,** Toda publicidad e información de las bebidas alcohólicas debe orientarse a la protección de la vida, la salud y la seguridad humana y deben cumplir con los siguientes requisitos: 1. Declarar las leyendas "Prohibase el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad" y "El exceso de alcohol es perjudicial para la salud". 2. La declaración de las leyendas obligatorias para la publicidad de bebidas alcohólicas debe ser clara, comprensible, visible, legible, en contraste y el audio emitido a la misma velocidad que el resto de la pieza publicitaria, según corresponda. 3. La ubicación de las leyendas sanitarias en un material publicitario debe ser de forma horizontal y ser leída de igual manera."

Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - Invima  
Oficina Principal: Cra 10 N° 64 - 28 - Bogotá  
Administrativo: Cra 10 N° 64 - 60  
(1) 2948700  
www.invima.gov.co

**invima**  
Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos



La salud  
es de todos

Minsalud

De igual forma, es pertinente señalar que la Dirección de Alimentos y Bebidas del INVIMA, respecto de la acciones de verificación de publicidad en los establecimientos precitados, informamos que el Grupo de Articulación y Coordinación con Entidades Territoriales de Salud elevó el día 12 de septiembre de 2019 la respectiva solicitud a María Cristina Prieto – Referente Alimentos Sanos y Seguros, Subdirección Vigilancia en Salud Pública de la Secretaría, para proceder de acuerdo a las competencias otorgadas a estas.

**AL HECHO 10°: NO ME COMPETE** Pronunciarme frente a lo dicho por el accionante, toda vez que son temas del resorte exclusivo del Juzgado Tercero Civil del Circuito de Bogotá por cuanto no es objeto de nuestra competencia.

### III. FUNDAMENTOS DE DEFENSA.

#### A. DE LA COMPETENCIA DEL INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS – INVIMA.

La ley 100 de 1993 “*Por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones*”, establece en su artículo 245 del cual deriva la creación del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – Invima, lo siguiente:

**“ARTÍCULO 245. EL INSTITUTO DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS.** Créase el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos Invima, como un establecimiento público del orden nacional, adscrito al Ministerio de Salud<sup>17</sup>, con personería jurídica, patrimonio independiente y autonomía administrativa, cuyo objeto es la ejecución de las políticas en materia de vigilancia sanitaria y de control de calidad de medicamentos, productos biológicos, alimentos, bebidas, cosméticos, dispositivos y elementos médico-quirúrgicos, odontológicos, productos naturales homeopáticos y los generados por biotecnología, reactivos de diagnóstico, y otros que puedan tener impacto en la salud individual y colectiva.

El Gobierno Nacional reglamentará el régimen de registros y licencias, así como el régimen de vigilancia sanitaria y control de calidad de los productos de qué trata el objeto del Invima, dentro del cual establecerá las funciones a cargo de la Nación y de las entidades territoriales, de conformidad con el régimen de competencias y recursos.

(...). (Subrayado fuera de texto).

En concordancia, el Decreto 2078 de 2012 “*Por el cual se establece la estructura del instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima), y se determinan las funciones de sus dependencias*”, establece en su artículo 2:

**“ARTÍCULO 2o. OBJETIVO.** El Invima tiene como objetivo actuar como institución de referencia nacional en materia sanitaria y ejecutar las políticas formuladas por el Ministerio de Salud y Protección Social en materia de vigilancia sanitaria y de control de calidad de los medicamentos, productos biológicos, alimentos, bebidas, cosméticos, dispositivos y elementos médico-quirúrgicos, odontológicos, productos naturales homeopáticos y los generados por biotecnología, reactivos de diagnóstico, y otros que puedan tener impacto en la salud individual y colectiva de conformidad con lo señalado en el artículo 245 de la Ley 100 de 1993 y en las demás normas que la modifiquen, adicionen o sustituyan”.

A su vez, el artículo 4 del Decreto 2078 de 2012, frente a las funciones del Invima, estipula:

**“ARTÍCULO 4o. FUNCIONES.** En cumplimiento de sus objetivos el Invima realizará las siguientes funciones:

1. Ejercer las funciones de inspección, vigilancia y control a los establecimientos productores y comercializadores de los productos a que hace referencia el artículo 245 de la Ley 100 de 1993 y en las demás normas que lo modifiquen o adicionen, sin perjuicio de las que en estas materias deban adelantar las entidades territoriales, durante las actividades asociadas con su producción, importación, exportación y disposición para consumo.



La salud  
es de todos

Minsalud

143

2. *Certificar en buenas prácticas y condiciones sanitarias a los establecimientos productores de los productos mencionados en el artículo 245 de la Ley 100 de 1993 y expedir los registros sanitarios, así como la renovación, ampliación, modificación y cancelación de los mismos, de conformidad con la reglamentación que expida el Gobierno Nacional.*
3. *Identificar y evaluar las infracciones a las normas sanitarias y a los procedimientos establecidos, adelantar las investigaciones a que haya lugar y aplicar las medidas sanitarias y las sanciones que sean de su competencia, de conformidad con la Ley 9ª de 1979 y demás normas reglamentarias.*
4. *Remitir a las autoridades competentes la información de las posibles infracciones a las normas sanitarias de las que tenga conocimiento y que no sean de su competencia.*
5. *Establecer las directrices técnicas y los procedimientos de operación a ejecutarse por parte de los entes territoriales, en los asuntos competencia del Invima.*
6. *Liderar, en coordinación con entidades especializadas en la materia, la elaboración de normas técnicas de calidad en los temas de competencia de la entidad.*
7. *Brindar asistencia técnica y asesorar a las entidades territoriales en la correcta aplicación de normas y procedimientos previstos en materia de vigilancia sanitaria y control de calidad en los temas de su competencia.*
8. *Actuar como laboratorio nacional de referencia en relación a los productos de su competencia y ejercer la coordinación de la Red de Laboratorios a su cargo.*
9. *Generar y suministrar la información requerida para alimentar los diferentes Sistemas Administrativos a los cuales pertenece el Invima en el marco de su competencia.*
10. *Dirigir y hacer cumplir en todo el país las funciones de control de calidad y vigilancia sanitaria de los productos de su competencia.*
11. *Proponer medidas de carácter general para la aplicación de las buenas prácticas o mejores estándares técnicos para la producción, transporte, almacenamiento y las demás actividades dirigidas al consumo de los productos objeto de vigilancia de la entidad.*
12. *Realizar el control sanitario sobre la publicidad de los productos establecidos en el artículo 245 de la Ley 100 de 1993 y las normas que lo modifiquen o adicionen de conformidad con lo dispuesto en la Ley 9ª de 1979 y sus decretos reglamentarios y en las demás normas que se expidan para el efecto.*
13. *Proponer y colaborar con las entidades competentes, en la investigación básica e investigación aplicada y epidemiológica de las áreas de su competencia.*
14. *Realizar actividades de información y coordinación con los productores y comercializadores, sobre el cuidado en el manejo y uso de los productos cuya vigilancia le otorga la ley al Instituto.*
15. *Adelantar campañas de educación sanitaria con los consumidores, sobre cuidados en el manejo y uso de los productos cuya vigilancia le otorga la ley al Instituto.*
16. *Armonizar y establecer equivalencias, con los países con los cuales Colombia tenga relaciones comerciales, en materia de normas referidas a la vigilancia sanitaria y control de calidad de los productos establecidos en el artículo 245 de la Ley 100 de 1993 y en las demás normas pertinentes, en el marco de sus competencias.*
17. *Desarrollar el sistema de autorización y verificación internacional para productos objeto de vigilancia, de acuerdo con la normatividad vigente.*
18. *Evaluar y adoptar, en el marco de sus competencias, las medidas que sean necesarias para facilitar los procesos de admisibilidad sanitaria que inicie el país en los mercados internacionales y coordinar con el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), y las demás entidades públicas, las acciones a adelantar.*
19. *Otorgar visto bueno sanitario a la importación y exportación de los productos de su competencia, previo el cumplimiento de los requisitos establecidos en las normas vigentes.*



La salud  
es de todos

Minsalud

20. Las demás funciones asignadas o delegadas que correspondan a la naturaleza de la entidad".

Así mismo, este Decreto en su artículo 20 reglamenta las funciones de la Dirección de Alimentos y Bebidas en los siguientes términos:

**"Artículo 20. Dirección de Alimentos y Bebidas.** Son funciones de la Dirección de Alimentos y Bebidas, las siguientes:

1. Analizar y proponer a la Dirección General la definición de estrategias e instrumentos para la ejecución adecuada de las políticas y para la aplicación de las disposiciones legales vigentes en materia de vigilancia y control de alimentos y bebidas y demás afines a su naturaleza.
2. Proponer a la Dirección General los lineamientos y criterios técnicos del modelo de inspección, vigilancia y control bajo el enfoque de gestión de riesgo y coordinar y responder por su implementación técnica, en lo de competencia de la dependencia.
3. Adelantar la valoración y análisis del riesgo en las actividades de competencia de la dependencia y elaborar los informes correspondientes a la decisión de intervención y tratamiento del mismo, comunicando los resultados y acciones a seguir a la Dirección General de la Entidad y a las demás instancias que esta determine.
4. Difundir lineamientos técnicos de cada uno de los programas responsabilidad de la Dirección, con el fin de llevar a cabo su implementación por la Dirección de Operaciones Sanitarias.
5. Realizar la supervisión a la implementación de las acciones adoptadas como resultado del informe de la decisión de intervención y tratamiento del riesgo en materia de su competencia y coordinar con la Dirección de Operaciones Sanitarias, la aplicación de las medidas sanitarias de seguridad a que haya lugar.
6. Hacer seguimiento al impacto de las políticas, planes, programas y proyectos en materia de inocuidad en alimentos y bebidas y proponer a la autoridad competente los ajustes que se consideren pertinentes.
7. Proponer a la Dirección General la adopción de los procesos y procedimientos para la expedición de los registros sanitarios de los alimentos y bebidas y demás afines a su naturaleza y al procesamiento, notificación y comunicación de los actos administrativos e información que de ellos se derive.
8. Dirigir, organizar, operar, disponer y controlar, en coordinación con las otras Direcciones los registros sanitarios de los productos alimentos y bebidas y demás afines a su naturaleza, así como los servicios de información asociados a estos.
9. Coordinar con las autoridades competentes, la vigilancia sanitaria, alertas y respuestas ante eventos o riesgos relacionados o asociados a la inocuidad de los alimentos y bebidas, dentro del ámbito de sus competencias.
10. Apoyar a la Comisión Revisora en el desarrollo de las actividades que esta adelante, relacionadas con los alimentos y bebidas y demás afines a su naturaleza.
11. Expedir los actos administrativos relacionados con los asuntos de su competencia o los que le sean delegados.
12. Proponer a la Dirección General las normas técnicas que se requiera adoptar por parte del Ministerio de Salud y Protección Social para la evaluación, producción, comercialización, vigilancia de los productos, garantía de la calidad, buenas prácticas, procedimientos de vigilancia y control sanitario, en materia de su competencia.
13. Adelantar y hacer seguimiento a los programas de pre y poscomercialización.
14. Diseñar, formular y ejecutar los programas de control oficial, reducción de patógenos y de residuos de medicamentos de uso veterinario, plaguicidas y contaminantes químicos de los alimentos y bebidas.



144

15. Establecer mecanismos de coordinación con las demás autoridades sanitarias para el desarrollo de los programas de vigilancia epidemiológica de enfermedades transmitidas por alimentos, en el marco de las competencias institucionales.

16. Diseñar y participar en la ejecución de estudios toxicológicos, para garantizar la inocuidad de los alimentos y bebidas.

17. Asesorar, capacitar y prestar asistencia técnica a los entes territoriales, en la materia de competencia del área.

18. Asesorar y apoyar técnicamente, en coordinación con la Oficina de Laboratorios y Control de Calidad, a la Dirección General en la formulación de políticas, directrices, programas, planes y proyectos relacionados con los laboratorios del Invima y de la Red de Laboratorios, de acuerdo con las competencias del Instituto.

19. Participar, en coordinación con la Oficina de Laboratorios y Control de Calidad, en la formulación y divulgación de las normas científicas y técnicas que sean aplicables al fortalecimiento de la Red de Laboratorios.

20. Realizar las solicitudes de análisis de los productos de competencia de esta Dirección para que sean gestionados y practicados por los laboratorios del Invima.

21. Emitir conceptos técnicos relacionados con las buenas prácticas de manufactura y las demás que establezcan las disposiciones legales vigentes.

22. Apoyar a la Dirección General, en coordinación con la Oficina de Asuntos Internacionales, en la formulación, preparación y desarrollo de planes, programas y proyectos de cooperación técnica internacional y participación en foros internacionales, que faciliten el acceso a los mercados internacionales.

23. Participar en la elaboración de las estrategias de articulación intersectorial e interinstitucional en los ámbitos nacional e internacional en materia de prevención de riesgos en los alimentos y bebidas, en coordinación con las demás dependencias.

24. Analizar y proponer el fortalecimiento del sistema de información relacionado con la evaluación, producción, comercialización, vigilancia de los productos, garantía de la calidad, programas de buenas prácticas, programas pre y poscomercialización, procedimientos de vigilancia y control sanitario de los alimentos y bebidas y demás afines a su naturaleza.

25. Realizar actividades permanentes de información y coordinación con los productores y comercializadores y de educación sanitaria con los consumidores, expendedores y la población en general sobre cuidados en el manejo y uso alimentos y bebidas y demás afines a su naturaleza.

26. Realizar el control de la publicidad en materia de su competencia de conformidad con las normas vigentes.

27. Apoyar el desarrollo y sostenimiento del Sistema Integrado de Gestión institucional y la observancia de sus recomendaciones en el ámbito de su competencia.

28. Las demás que le sean asignadas y correspondan a la naturaleza de la dependencia.

De otra parte, la Ley 1122 de 09 de enero de 2007 "Por la cual se hacen algunas modificaciones en el Sistema General de Seguridad Social en Salud y se dictan otras disposiciones", la cual en su artículo 34 dispuso:

**"ARTÍCULO 34. SUPERVISIÓN EN ALGUNAS ÁREAS DE SALUD PÚBLICA.** Corresponde al Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima, como autoridad sanitaria nacional, además de las dispuestas en otras disposiciones legales, las siguientes:

a) La evaluación de factores de riesgo y expedición de medidas sanitarias relacionadas con alimentos y materias primas para la fabricación de los mismos;

Es así que se evidencia que a partir del año 2012 le corresponde al Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – Invima, realizar la Inspección vigilancia y control de la producción y procesamiento de bebidas alcohólicas para el consumo humano.



La salud  
es de todos

Minsalud

En concordancia con lo anterior, se expidió el Decreto 1686 de 09 de agosto de 2012 "Por el cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que se deben cumplir para la fabricación, elaboración, hidratación, envase, almacenamiento, distribución, transporte, comercialización, expendio, exportación e importación de bebidas alcohólicas destinadas para consumo humano", el cual en su artículo 1 establece:

**"Artículo 1°.- Objeto.** El presente decreto tiene por objeto establecer el reglamento técnico a través del cual se señalan los requisitos sanitarios que deben cumplir las bebidas alcohólicas para consumo humano que se fabriquen, elaboren, hidraten, envasen, almacenen, distribuyan, transporten, comercialicen, expendan, exporten o importen en el territorio nacional, con el fin de proteger la vida, la salud y la seguridad humana y, prevenir las prácticas que puedan inducir a error o engaño al consumidor."

A su vez, el mismo Decreto 1686 de 2012, establece en su artículo 58, lo siguiente:

**"Artículo 58.- Obligatoriedad del registro sanitario.** Todas las bebidas alcohólicas que se suministren directamente al público y las a granel con o sin marca, deben contar con registro sanitario expedido por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - INVIMA -, conforme a lo establecido en el presente reglamento técnico.

**Parágrafo 1.-** Las bebidas alcohólicas que se importen y comercialicen en las zonas aduaneras especiales, deben contar con el registro sanitario especial, de que trata el Decreto 4445 de 2005 o la norma que lo modifique, adicione o sustituya.

**Parágrafo 2.-** Solamente los vinos blancos, tintos y rosados de igual marca, de diferentes tiempos de añejamiento y denominaciones de origen y que presenten similares características fisicoquímicas, podrán ampararse bajo el mismo registro sanitario.

**Parágrafo 3.-** Se exceptúan del cumplimiento del registro sanitario, aquéllas bebidas alcohólicas que ingresen al país como muestras sin valor comercial para estudios técnicos y de mercadeo. El Ministerio de Salud y Protección Social establecerá el tamaño y los requisitos de las muestras sin valor comercial.

Es así que se evidencia, que de conformidad con la normatividad citada, cada una de las fabricantes e importadores que , elaboren, comercialicen, expendan, exporten e importen bebidas alcohólicas **deben inscribirse ante el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – Invima, para que este verifique el cumplimiento de la normatividad sanitaria de los mismos.**

En materia relacionada con la Publicidad, el artículo 53 del Decreto 1686 de 2012, señala:

**"Artículo 53.- Publicidad de Bebidas Alcohólicas.** La publicidad de bebidas alcohólicas no requerirá de autorización previa por parte del INVIMA. En todo caso, toda publicidad deberá sujetarse a los requisitos del presente capítulo y cumplir las condiciones con las cuales fue concedido el registro sanitario.

**Artículo 54.- Requisitos de la publicidad,** Toda publicidad e información de las bebidas alcohólicas debe orientarse a la protección de la vida, la salud y la seguridad humana y deben cumplir con los siguientes requisitos: 1. Declarar las leyendas "Prohibase el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad" y "El exceso de alcohol es perjudicial para la salud". 2. La declaración de las leyendas obligatorias para la publicidad de bebidas alcohólicas debe ser clara, comprensible, visible, legible, en contraste y el audio emitido a la misma velocidad que el resto de la pieza publicitaria, según corresponda. 3. La ubicación de las leyendas sanitarias en un material publicitario debe ser de forma horizontal y ser leída de igual manera.

De conformidad con la normatividad citada se desprende que bebidas alcohólicas, que cuentan con Registro Sanitario Vigente, se encuentran en constante inspección, vigilancia y control, por parte del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – Invima, dentro del marco de sus competencias, las cuales no cubren, la adopción e imposición de medidas sanitarias en lugares donde se expendan estas bebidas, nuestras competencias recaen única y exclusivamente sobre el Fabricante e Importador, contrario a



La salud  
es de todos

Minsalud

lo que pretende hacer ver el accionante, ya que la competencia se encuentra encerrada únicamente a la adopción de medidas sanitarias cobijadas en el marco del Decreto 1686 de 2012 y demás normas que lo modifiquen.

#### IV. EXCEPCIONES.

##### A. INEXISTENCIA DE VULNERACIÓN DE DERECHOS COLECTIVOS POR ACCIÓN U OMISIÓN.

De conformidad con el Decreto 2078 de 2012, el Objetivo del Invima es:

**“ARTÍCULO 2o. OBJETIVO.** El Invima tiene como objetivo actuar como institución de referencia nacional en materia sanitaria y ejecutar las políticas formuladas por el Ministerio de Salud y Protección Social en materia de vigilancia sanitaria y de control de calidad de los medicamentos, productos biológicos, alimentos, bebidas, cosméticos, dispositivos y elementos médico-quirúrgicos, odontológicos, productos naturales homeopáticos y los generados por biotecnología, reactivos de diagnóstico, y otros que puedan tener impacto en la salud individual y colectiva de conformidad con lo señalado en el artículo 245 de la Ley 100 de 1993 y en las demás normas que la modifiquen, adicionen o sustituyan”.

Es así que la misión del Invima está enfocada a garantizar la salud pública en Colombia, ejerciendo inspección, vigilancia y control sanitario de carácter técnico científico sobre los asuntos de su competencia. Ahora, del control y vigilancia sobre la **calidad y seguridad** de los productos establecidos en el artículo 245 de la Ley 100 de 1993 deviene la protección y salvaguarda, en su campo y dentro de su competencia, del bien jurídico de la SALUD PÚBLICA, derecho colectivo cuya protección prefiere a la de cualquier particular o titular de registros sanitarios, en consonancia con lo prescrito en el artículo primero de la Constitución Política de 1991.

Con la expedición del Decreto 1686 de 09 de agosto de 2012 *“Por el cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que se deben cumplir para la fabricación, elaboración, hidratación, envase, almacenamiento, distribución, transporte, comercialización, expendio, exportación e importación de bebidas alcohólicas destinadas para consumo humano”*, se buscó el fortalecimiento del ámbito regulatorio en torno a las Bebidas Alcohólicas, con el propósito **que el proceso se realice de manera más rigurosa, técnica y sistemática, de tal forma, que garantice la inocuidad del producto y la salud pública de la comunidad.**

Una vez analizadas las normas citadas, la competencia del Invima en el caso que nos ocupa se circunscribe a ejercer la **inspección, vigilancia y control sanitario de las industrias que ostenten la calidad de fabricantes e importadores de bebidas alcohólicas.**

Así las cosas, el Invima no ha omitido deber legal alguno con ocasión de los hechos presentados en la demanda, siendo improcedente alguna actuación o endilgación de responsabilidad o acción en su contra, en la medida en que sus actuaciones se han ceñido a la Constitución y la Ley de acuerdo al marco legal presentado.

**CON FUNDAMENTO EN LO EXPUESTO, EL INVIMA NO DEBE OSTENTAR EL CARÁCTER NI DE DEMANDADO, NI DE GARANTE.**

No puede el instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y alimentos – Invima por el solo hecho de tener unas competencias asignadas por la Ley, ser parte demandada en aquellos procesos en los que sus regulados han presuntamente vulnerado una norma, sin que existan pruebas por las cuales deba formar parte del litisconsorcio en su extremo pasivo.

Por lo tanto, el Invima no debió ser vinculado ni como demandado ni como garante, como quiera que no se cumple ninguno de los presupuestos sustantivos de la Ley 472 de 1998 *“Por la cual se desarrolla el artículo 88 de la Constitución Política de Colombia en relación*

145



La salud  
es de todos

Minsalud

con el ejercicio de las acciones populares y de grupo y se dictan otras disposiciones". En el presente caso, no se cumple ningún presupuesto, de conformidad de la decisión de conformar el listado de plantas para el plan de racionalización fue realizada por el Departamento de Santander.

En mérito de los fundamentos de hecho y de derecho antes expresados, no existió conducta omisiva por parte de este Instituto, ni se puso en peligro o vulneró derecho colectivo alguno, por parte de este Instituto, ni se puso en peligro o vulneró derecho colectivo alguno, por el contrario, siempre se cumplió con la función de garantizar la salud pública conforme a sus competencias legalmente asignadas.

#### V. A LAS PRETENSIONES.

De conformidad con lo fundamentos de defensa expresados a lo largo del presente escrito me permito manifestar frente a las pretensiones del demandante, en cuanto a lo siguiente:

Me opongo a todas y cada una de las pretensiones de la parte accionante, en lo que concierne a que se declare que el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – Invima, es responsable de vulnerar los derechos colectivos, toda vez que como se ha expuesto a lo largo del presente escrito, la competencia del Invima, cumple a cabalidad con sus funciones y preceptos tanto legales como constitucionales, lo cual se puede evidenciar en la documental que se anexa a la presente contestación donde constan actos, operaciones administrativas y la articulación adelantada por este Instituto con las demás entidades del Estado y entidades territoriales que hacen parte en la implementación del Decreto 1686 de 2012.

De conformidad con los fundamentos de defensa citados, respetuosamente, solicitamos a su Honorable Despacho sean desestimadas todas las pretensiones de la presente acción, toda vez que como ya se indicó el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - INVIMA, ha actuado en estricto cumplimiento de la normatividad sanitaria vigente.

#### VI. PRUEBAS.

Solicito al Despacho tener como pruebas las siguientes:

- Informe Inspección Vigilancia y Control.
- Informe presentado al Juzgado

#### VII. PETICIONES.

De conformidad con lo expuesto a lo largo del presente escrito, respetuosamente me permito solicitar:

**PRIMERO** de conformidad con los argumentos expuestos, solicitamos al señor Juez **DESVINCULAR** al Invima de la presente acción, pues ha quedado probado que no ha violentado derecho fundamental alguno, como lo ha manifestado el señor LUIS CUADROS RODRIGUEZ.

#### ANEXOS

- Resolución 2012030801 del 19 de Octubre de 2012
- Resolución No. 2019056571 del 13 de diciembre de 2019
- Acta 712 de 2019.



La salud  
es de todos

Minsalud

146

## NOTIFICACIONES

Al INVIMA, en la carrera 10 No. 64 – 60, piso 7, Oficina Asesora Jurídica de la ciudad de Bogotá D. C. o al correo institucional [njudiciales@invima.gov.co](mailto:njudiciales@invima.gov.co).

Atentamente,

7/07/2020

X 

---

ANA MARIA SANTANA PUENTES  
JEFE OFICINA ASESORA JURÍDICA  
Firmado por: Ana Maria Santana Puentes

CC52265642  
TP122422CSJ

Proyectó: María Margarita Márquez Llanos \_\_\_\_\_  
Revisó: Sandra Montiel Gaitán \_\_\_\_\_

**RESOLUCIÓN NÚMERO 2012030801 DEL 19 DE OCTUBRE DE 2012**

**"Por la cual se delegan unas funciones al Jefe de la Oficina Asesora Jurídica"**

**LA DIRECTORA GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE  
MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS**

En uso de sus atribuciones constitucionales y legales, en especial de las contenidas en el artículo 9 de la Ley 489 de 1998, en los numerales 1, 3 y 20 del artículo 10 del Decreto 2078 de 2012 y;

**CONSIDERANDO**

Que a la Directora General del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - INVIMA, le corresponde representar legalmente al Instituto, así como designar representantes de la entidad, para los asuntos judiciales y extrajudiciales que correspondan, así como delegar las funciones que considere convenientes, dentro del marco de las disposiciones legales vigentes.

Que el artículo 9 de la Ley 489 de 1998 indica: "Delegación. Las autoridades administrativas, en virtud de lo dispuesto en la Constitución Política y de conformidad con la presente ley, podrán mediante acto de delegación, transferir el ejercicio de funciones a sus colaboradores o a otras autoridades, con funciones afines o complementarias.

Sin perjuicio de las delegaciones previstas en leyes orgánicas, en todo caso, los ministros, directores de departamento administrativo, superintendentes, representantes locales de organismos y entidades que poseen una estructura independiente y autonomía administrativa podrán delegar la atención y decisión de los asuntos a ellos confiados por la ley y los actos orgánicos respectivos, en los empleados públicos de los niveles directivo y asesor vinculados al organismo correspondiente, con el propósito de dar desarrollo a los principios de la función administrativa enunciados en el artículo 209 de la Constitución Política y en la presente ley".

Que en concordancia con lo anteriormente señalado, en los numerales 1, 3 y 20 del artículo 10 del Decreto 2078 de 2012 se concedió a la Directora General del INVIMA, la facultad para representar judicial y extrajudicialmente al Instituto y delegar esta función.

Que el Decreto 2078 de 2012 determinó en su artículo 12, entre las funciones asignadas a la Oficina Asesora Jurídica de manera especial las siguientes: numeral 2: "Representar al Instituto judicial y extrajudicialmente en los procesos y actuaciones que se instauran en su contra o que éste debe promover, mediante poder o delegación recibidos del Director".

Que el Jefe de la Oficina Asesora Jurídica del Instituto pertenece al nivel asesor y atendiendo razones de conveniencia procesal y competencia por materia, es procedente efectuar la delegación de la representación judicial y extrajudicial del Instituto.

CONTINUACION RESOLUCIÓN NÚMERO 2012030801 DEL 19 DE OCTUBRE DE 2012

"Por la cual se delegan unas funciones al Jefe de la Oficina Asesora Jurídica"

Que en mérito de lo expuesto, la Directora General

**RESUELVE**

**ARTÍCULO PRIMERO:** Delegar en el Jefe de la Oficina Asesora Jurídica la representación judicial y extrajudicial del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA en los procesos y actuaciones que se instaren en su contra, de los que tenga que hacer parte o que éste deba promover.

**ARTÍCULO SEGUNDO:** El presente acto administrativo rige a partir de la fecha de su expedición.

**COMUNIQUESE Y CÚMPLASE**

Dado en Bogotá D.C., a los 19 días del mes de Octubre de 2012

*Blanca Elvira Cajigas de Acosta*  
BLANCA ELVIRA CAJIGAS DE ACOSTA  
Directora General

*Web*





ASISTENCIA DE LA SECRETARÍA  
SECRETARÍA GENERAL  
BOGOTÁ  
14/8

MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL

DECRETO NÚMERO 1878 DE 2018

**(-4 OCT 2018)**

Por el cual se acepta una renuncia y se hace un nombramiento ordinario

**EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA**

En ejercicio de las atribuciones constitucionales y legales, en especial las conferidas en el numeral 13 del artículo 189 de la Constitución Política de Colombia y el artículo 2.2.11.1.3 del Decreto 1083 de 2015

**DECRETA:**

**Artículo 1.- Renuncia.** Aceptar a partir de la fecha la renuncia presentada por el doctor **JAVIER HUMBERTO GUZMÁN CRUZ**, identificado con cédula de ciudadanía número 79.792.437, al empleo de Director General de Entidad Descentralizada Código 0015 Grado 25, del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA).

**Artículo 2.- Nombramiento.** Nombrar al doctor **JULIO CÉSAR ALDANA BULA**, identificado con cédula de ciudadanía número 15.043.679, en el empleo de Director General de Entidad Descentralizada Código 0015 Grado 25, del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA).

**Artículo 3. Comunicación.** Comunicar a través de la Secretaría General del Ministerio de Salud y Protección Social el presente acto administrativo.

**Artículo 4. Vigencia.** El presente decreto rige a partir de su publicación.

**COMUNÍQUESE, PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE - 4 OCT 2018**

Dado en Bogotá, D.C., a los

**EL MINISTRO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL,**

*Juribe*  
**JUAN PABLO URIBE RESTREPO**



República de Colombia

Presidencia

Acta de Sesión No. 145

En Santafé de Bogotá, D. C., hoy Diez

, 10, de Octubre

del año dos mil dieciocho, 2018, se hizo presente en el Despacho del señor Presidente de la República, el Sr. Julio César Abadía Bolaño

con el propósito de tomar posesión del empleo de Director General de Fideicomisos de Fideicomiso 25 del Instituto Vial de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA);

para el cual fue designado mediante Decreto No. 1878 de fecha 4 de Oct. de 2018, con el carácter de Propiedad.

El señor Presidente le tomó el juramento de rigor, por cuya gravedad el compareciente prometió cumplir y hacer cumplir la Constitución Política y las leyes de la República y desempeñar fielmente los deberes del cargo.

El presentado presentó los siguientes documentos:

- Cédula de Extradición No. 15.043.679 expedida en \_\_\_\_\_
- Certificado Judicial No. \_\_\_\_\_
- Libro Militar No. \_\_\_\_\_ del Distrito Militar No. \_\_\_\_\_

Para constancia se firmó la presente acta por quienes intervinieron en la diligencia.

*[Signature]*

El Presidente *[Signature]*

El Secretario *[Signature]*



149

República de Colombia  
Ministerio de Salud y Protección Social  
Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – INVIMA

**RESOLUCIÓN NÚMERO 2019056571 DEL 13 DE DICIEMBRE DE 2019**

«Por la cual se termina un encargo y se hace un nombramiento ordinario en un cargo de Libre Nombramiento y Remoción de la planta de la Dirección General del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – Invima»

**EL DIRECTOR GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS - INVIMA**

En uso de sus facultades legales y en especial de las conferidas en el artículo 78 de la Ley 489 de 1998, la Ley 909 de 2004, el Decreto 1083 de 2015, el Decreto 648 de 2017, la Ley 1960 de 2019 y,

**CONSIDERANDO**

Que mediante Decreto 2078 del 8 de octubre de 2012, emitido por el Gobierno Nacional se estableció la estructura del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – Invima, y se determinaron las funciones de sus dependencias.

Que mediante Decreto 2079 de 2012, emitido por el Gobierno Nacional se estableció la planta de personal del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – Invima, y se dictaron otras disposiciones.

Que mediante Resolución n.º 2016000350 de 2017, modificada parcialmente por la Resolución n.º 2017007216 de 2017 se crearon los Grupos Internos de Trabajo en el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – Invima y se determinaron sus funciones.

Que el artículo 1 del Decreto 648 de 2017 modificó el Título 5 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1083 de 2015, en el sentido de precisar que «*corresponde a (...), los directores o gerentes de las entidades del sector central y descentralizado de la Rama Ejecutiva del orden nacional, nombrar al personal de su entidad u organismo, salvo aquellos nombramientos cuya provisión este atribuida a otra autoridad por la Constitución y la Ley.*»

Que el artículo 5 de la Ley 909 de 2004, establece la clasificación de los empleos, señalando los de libre nombramiento y remoción como aquellos que correspondan a:

*"(...) b) Los empleos cuyo ejercicio implica especial confianza, que tengan asignadas funciones de asesoría institucional, asistenciales o de apoyo, que estén al servicio directo e inmediato de los siguientes funcionarios, siempre y cuando tales empleos se encuentren adscritos a sus respectivos despachos así:*  
(...)"

**En la Administración Descentralizada de Nivel Nacional:**

*Presidente, Director o Gerente General, (...)." (Subrayado y Negrilla fuera de texto)*

Que el artículo 23 de la citada norma, establece que «*Los empleos de libre nombramiento y remoción serán provistos por nombramiento ordinario, previo cumplimiento de los requisitos exigidos para el desempeño del empleo y el procedimiento establecido en esta ley*»

Que mediante resolución No. 2019053692 del 28 de noviembre de 2019 la Doctora LILIANA ROCÍO ARIZA ARIZA, identificada con cédula de ciudadanía No. 52.409.458 quien ostenta el cargo JEFE DE OFICINA, Código 0137, Grado 19 de la OFICINA DE ASUNTOS INTERNACIONALES, fue encargada para desempeñar el empleo de libre nombramiento y remoción de JEFE DE OFICINA ASESORA CÓDIGO 1045 GRADO 15 de la OFICINA ASESORA JURÍDICA, del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – Invima, encargo del cual tomó posesión a partir del día 2 de diciembre de 2019.



La salud  
es de todos

República de Colombia  
Ministerio de Salud y Protección Social  
Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – INVIMA  
**RESOLUCIÓN NÚMERO 2019056571 DEL 13 DE DICIEMBRE DE 2019**

*«Por la cual se termina un encargo y se hace un nombramiento ordinario en un cargo de Libre Nombramiento y Remoción de la planta de la Dirección General del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – Invima»*

Que con el fin de proveer la vacante definitiva del empleo de **JEFE DE OFICINA ASESORA CÓDIGO 1045 GRADO 15** de la **OFICINA ASESORA JURÍDICA** y una vez revisada la hoja de vida de la doctora **ANA MARIA SANTANA PUENTES**, identificada con cédula de ciudadanía N° 52.265.642, el Grupo de Talento Humano verificó y certificó que cumple con los requisitos mínimos para ocupar el empleo de **JEFE DE OFICINA ASESORA<sup>19</sup>, CÓDIGO 1045 GRADO 15**, adscrito a la Oficina Asesora Jurídica, del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – Invima.

Que de conformidad con lo establecido en el artículo 2° del Decreto 4567 de 2011, se remitió al Departamento Administrativo de la Función Pública –DAFP–, la hoja de vida de la doctora **ANA MARIA SANTANA PUENTES**, con el fin de que le fueran evaluadas las competencias laborales para desempeñar el cargo **JEFE DE OFICINA ASESORA, CÓDIGO 1045 GRADO 15** de la Oficina Asesora Jurídica, del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – INVIMA.

Que una vez recibidos los resultados de las pruebas de competencias laborales realizadas a la doctora **ANA MARIA SANTANA PUENTES**, por parte del DAFP, y en concordancia con lo establecido en la Directiva Presidencial No. 3 de 2006, se remitió el resultado junto con la hoja de vida y los antecedentes disciplinarios, penales y fiscales al Departamento Administrativo de la Presidencia de la República –DAPRE– los cuales fueron publicados en la página Web de la Presidencia de la República el 10 de diciembre del año en curso por el término señalado en la respectiva norma, y a la fecha no se presentó observación alguna sobre la misma.

Que en cumplimiento del artículo 17 de la Ley 1815 de 2016, el Asesor de la Dirección General con delegación de funciones del Grupo Financiero y Presupuestal del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – Invima, informó mediante N° 2450-0029-19 del 25 de enero 2019 que de acuerdo al Certificado de Disponibilidad Presupuestal N.° 7019, existen recursos para atender el nombramiento.

Que se hace necesario dar por terminado el encargo conferido con resolución No. 2019053692 del 28 de noviembre de 2019 a la doctora **LILIANA ROCÍO ARIZA ARIZA**, identificada con cédula de ciudadanía No. 52.409.458, quien ostenta el cargo de **JEFE DE OFICINA, Código 0137, Grado 19** de la **OFICINA DE ASUNTOS INTERNACIONALES**.

Que, en mérito de lo expuesto, este despacho,

**RESUELVE:**

**ARTÍCULO PRIMERO.** - Terminar el encargo conferido mediante resolución No. 2019053692 del 28 de noviembre de 2019 a la doctora **LILIANA ROCÍO ARIZA ARIZA**, identificada con cédula de ciudadanía No. 52.409.458, para desempeñar el empleo de **JEFE DE OFICINA ASESORA CÓDIGO 1045 GRADO 15** de la **OFICINA ASESORA JURÍDICA** del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – Invima a partir del 16 de diciembre de 2019.

**ARTÍCULO SEGUNDO.** – Nombrar con carácter ordinario a la doctora **ANA MARIA SANTANA PUENTES**, identificada con cédula de ciudadanía N° 52.265.642, en el empleo de Libre Nombramiento y Remoción **JEFE DE OFICINA ASESORA, CÓDIGO 1045 GRADO 15**, adscrito a la Oficina Asesora Jurídica, del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – INVIMA, con una asignación básica mensual de **OCHO MILLONES TRESCIENTOS TREINTA Y SIETE MIL DOSCIENTOS SETENTA PESOS M/CTE (\$8.337.270.00)**.

**ARTÍCULO TERCERO:** De conformidad con el artículo 2.2.5.7.1 del Decreto 1083 de 2015, modificado por el artículo 2.2.5.1.7 del Decreto 648 de 2017, la doctora **ANA MARIA SANTANA PUENTES** tendrá diez (10) días hábiles contados a partir de la notificación de la presente resolución para manifestar si acepta o rechaza el nombramiento, y diez (10) días hábiles adicionales para posesionarse en el cargo, los cuales se contarán a partir de la fecha de aceptación del



La salud  
es de todos

Ministerio

150

República de Colombia  
Ministerio de Salud y Protección Social  
Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – INVIMA

**RESOLUCIÓN NÚMERO 2019056571 DEL 13 DE DICIEMBRE DE 2019**

«Por la cual se termina un encargo y se hace un nombramiento ordinario en un cargo de Libre Nombramiento y Remoción de la planta de la Dirección General del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – Invima»

nombramiento. El término de posesión podrá prorrogarse, por escrito, hasta por noventa (90) días hábiles conforme a lo establecido en el mencionado decreto.

**ARTÍCULO CUARTO.** - Remitir copia del presente acto administrativo para lo de su competencia a la Dirección General, al Jefe de la Oficina de Tecnologías de la Información, a la Coordinadora del Grupo de Gestión Administrativa y al Coordinador del Grupo Financiero y Presupuestal.

**ARTICULO QUINTO:** La presente resolución rige a partir de la fecha de su notificación.

**COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE**

Dada en Bogotá D.C., el 13 de diciembre de 2019.

  
**JULIO CESAR ALDANA BULA**  
Director General

Proyectó: *Angely Merchán / Hugo Piberos*  
Revisó: *Pilar Morales / Ramiro Ortiz / Yarina García*  
Aprobó: *Nidia Lucía Martínez Camargo*  
Aprobó: *Rebeca Esther Barrios Figueroa*

\*39 número de cargo

Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – Invima  
Oficina Principal: Cra 10 N° 64 - 28 Bogotá  
Administrativo: Cra 10 N° 64 - 60  
(1) 2948700  
www.invima.gov.co

**Invima**  
Ministerio de Salud y Protección Social

## FORMATO ACTA DE POSESIÓN

Código: GTH-SVI-FM003

Versión: 00

Fecha de Emisión: 01/04/2015

Página 1 de 1

## ACTA N° 712

En Bogotá D.C., el día 16 de diciembre del 2019, se presentó al despacho de la Dirección General del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – Invima, la Doctora **ANA MARÍA SANTANA PUNTES**, identificada con Cédula de Ciudadanía No. **52.265.642**, con el fin de tomar posesión en el cargo **JEFE DE OFICINA ASESORA, CÓDIGO 1045, GRADO 15**, de la **OFICINA ASESORA JURÍDICA**, de la Planta Global del Invima, para el cual fue nombrada con carácter ordinario, mediante Resolución N° **2019056571** del **13 DE DICIEMBRE DE 2019**, con una asignación básica mensual de **OCHO MILLONES TRESCIENTOS TREINTA Y SIETE MIL DOSCIENTOS SETENTA PESOS M/CTE (\$8.337.270)**.

El posesionado prestó el juramento ordenado por el artículo 122 de la Constitución Política y manifestó bajo la gravedad de juramento no estar incurso en causal alguna de inhabilidad general o especial, de incompatibilidad o prohibición establecidas en la Constitución Política, la Ley y en las demás disposiciones vigentes para el desempeño de empleos públicos.

  
**JULIO CESAR ALDANA BULA**  
Director General

  
**ANA MARÍA SANTANA PUNTES**  
Posesionada

Proyecto: Hugo Piñeros

**EL FORMATO IMPRESO DE ESTE DOCUMENTO ES UNA COPIA NO CONTROLADA**Carrera 68D Nro. 17-11/21 PBX 2948700 Página Web <http://www.invima.gov.co> Bogotá – Colombia

La salud  
es de todos

Minsalud

IUC

7303- 3276-19

Bogotá D.C., 29 de Noviembre de 2019

CONSULTA INTERNA  
Número Rad: 00000000 Radicado: 20193011600  
Folios: 4 Clave: 347343  
De: GRUPO DE TRABAJO TERRITORIAL CE  
Para: DIRECCIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDA  
Fecha: 2019/11/29 15:03 vpatino

Doctor  
**CARLOS ALBERTO ROBLES COCUYAME**  
Director de Alimentos y Bebidas  
Invima  
La ciudad

Asunto: Acciones realizadas en el establecimiento **Bavaria y Cia S.C.A** según acciones populares relacionadas con publicidad de producto marca REDD'S con radicado Invima 20193007122, de los productos marcas CORONA (CERVEZA MODELO ESPECIAL) Y BUDWEISER con radicados Invima 20193007696 y 20193007677.

*Claudia*

*↳ Johana*

De manera atenta informo que funcionarios del Grupo de Trabajo Territorial Centro Oriente el día 28 de noviembre de 2019, realizaron visita de Inspección, Vigilancia y Control a las oficinas administrativas del establecimiento en comento, como quedo relacionado textualmente en la diligencia efectuada se informa lo siguiente:

"Al hacer referencia a la consulta interna con radicado 20193007813 de fecha 2019/09/06 relacionada con acción popular No 2018-00449 con radicado Invima 20193007122 de 20/08/2019 emitida en la revista SOHO en su edición 219 de Julio de 2018 en las páginas 54 y 55. Al respecto el visitado manifiesta que en el texto se exhibe el logo de la marca REDD'S como patrocinador del publrreportaje que habla a cerca de vivir sin etiquetas y sin amarguras en apoyo a la marcha del orgullo gay y a la defensa de las libertades. Lo anterior corresponde a recordatorio de marca como lo establece el artículo 3 del Decreto 1686 de 2012". Se anexan dos (2) folios con el publrreportaje aportado por el visitado.

"Además consulta interna con radicado Invima No 20193008012 de fecha 2019/09/11 relacionada con acción popular No 2019-00310 mediante consulta interna con radicado 20193007696 de fecha 2019/09/064 y consulta interna con radicado Invima No 20193007677 de fecha 2019/09/03 relacionada con acción popular No 2019-00311, respecto a publicidad exterior de los establecimientos CAFÉ GARAGE DESING (CORONA CERVEZA MODELO ESPECIAL) y CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA SAS (CERVEZA MARCA BUDWEISER). Quien atiende manifiesta que para el establecimiento CAFÉ GARAGE DESING (CORONA CERVEZA MODELO ESPECIAL) se observa una carpa exterior que contiene la leyenda Corona que como está contemplado en el parágrafo del artículo 54 del Decreto 1686 de 2012 se denomina recordatorio de marca según el artículo 3 del mismo decreto. En el caso de CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA SAS (CERVEZA MARCA BUDWEISER) al no contar con la evidencia fotográfica de la misma no se puede determinar el caso y no hay pronunciamiento al respecto." Se anexa a un folio, foto del establecimiento consultado durante la visita en internet.

Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - Invima  
Oficina Principal: Cra 10 N° 64 - 28 - Bogotá  
Administrativo: Cra 10 N° 64 - 60  
(1) 2948700  
www.invima.gov.co

*22*  
**Invima**  
Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos



La salud  
es de todos

Minsalud

En vista de que no se contaba con la evidencia fotográfica de las publicidades relacionadas se procedió a buscar por internet y a contactar a la persona de la empresa responsable de la marca REDD'S, donde se obtuvo las evidencias anexadas.

Cordialmente,

**CLARO MANUEL COTES PINEDO**  
Coordinador Grupo de Trabajo Territorial Centro Oriente 2  
Dirección de Operaciones Sanitarias  
Invima

c.c: Dra. Melissa Triana Luna – Jefe de la Oficina Asesora Jurídica del Invima

Proyectó: Viviana Patiño Ospina Profesional Universitario GTTCO2 – 29/11/2019  
Revisó: Claudia Marcela Rico Sánchez. Profesional Universitario GTTCO2 29/11/2019

Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - invima  
**Oficina Principal:** Cra 10 N° 61 - 28 - Bogotá  
**Administrativo:** Cra 10 N° 64 - 60  
(5) 2948700  
[www.invima.gov.co](http://www.invima.gov.co)

**invima**  
Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos

152

soho.co/hablan-las-n 26% 11:51 SoHo

SoHo

Redd's, la cerveza que invita a vivir sin etiquetas y sin amarguras, celebra la marcha del orgullo gay y la defensa de las libertades.

El amor ha sido el motor de muchas revoluciones. Redd's apoya todas las manifestaciones basadas en este sentimiento, como lo prueba la campaña #MásMaricaelqueNoAma. a

MÁS MARICA EL QUE...

Foto: comercial

HABLAN LAS MARCAS

f t w

SoHo 25% 11:51 SoHo

favor del respeto por las diferentes orientaciones sexuales, una consigna para hacer del mundo un lugar más justo y tolerante. Para celebrar el mes del orgullo gay presentamos a hombres y mujeres que se dejaron de "maricadas" y usaron el poder del amor por una causa.

#MÁSMARICAELQUENOSEAR

En 1891, Katherine Wilson Sheppard hizo una petición al Parlamento de Nueva Zelanda para que las mujeres pudieran votar. Dos años después fue la primera en el mundo en hacerlo y su país el primero en

f t w

permitir el sufragio femenino.

#MÁSMARICAELQUENOSEPR



En 1914, el indígena colombiano Manuel Quintín Lame lideró una protesta para



luchar por los territorios de sus comunidades. A raíz de estas manifestaciones fue encarcelado varias veces en los años siguientes, pero sus acciones impulsaron la protección de los pueblos ancestrales.

#MÁSMARICAELQUENOPROT



El 1 de diciembre de 1955, la afroamericana Rosa Parks se negó a ceder su puesto en un bus a un hombre blanco, como lo exigía la ley. Este hecho dio origen al movimiento de lucha por los derechos civiles en Estados Unidos.

#MÁSMARICAELQUENOSEAV



alambres. Ese día decidió dejar su fusil y saltar la frontera, convirtiendo su gesto en "el salto de la libertad" y el símbolo de la defensa por la unión de Alemania.

#MÁSMARICAELQUENOLEVA



13

En 2008, Malala tenía 11 años cuando pronunció un discurso en la ciudad de Peshawar, Pakistán, para defender el derecho de las mujeres de su país a educarse. Ese día dijo lo siguiente: "¿Cómo se atreven los talibanes a quitarme el derecho básico a educarme?", y se convirtió en una



El 30 de abril de 1977, las Madres de la Plaza de Mayo se reunieron por primera vez en ese lugar de Buenos Aires para protestar por los desaparecidos durante la dictadura argentina. Desde entonces son conocidas por los pañuelos blancos que portan en la cabeza. la hora v



portan en la cabeza, la hora y el día de sus protestas (3:30 p. m., jueves) y por la lucha para exigir la aparición de sus hijos.

#MÁSMARICAELQUENOSERE



El 5 de junio de 1989, un hombre conocido como "el



estudiantes y de la prohibición de las manifestaciones por el gobierno chino.

#MÁSMARICAELQUENOAMA



El 24 de mayo de 2016 fue un día inolvidable para Colombia





24% 11:52

soho.co/hablan-las-n 72

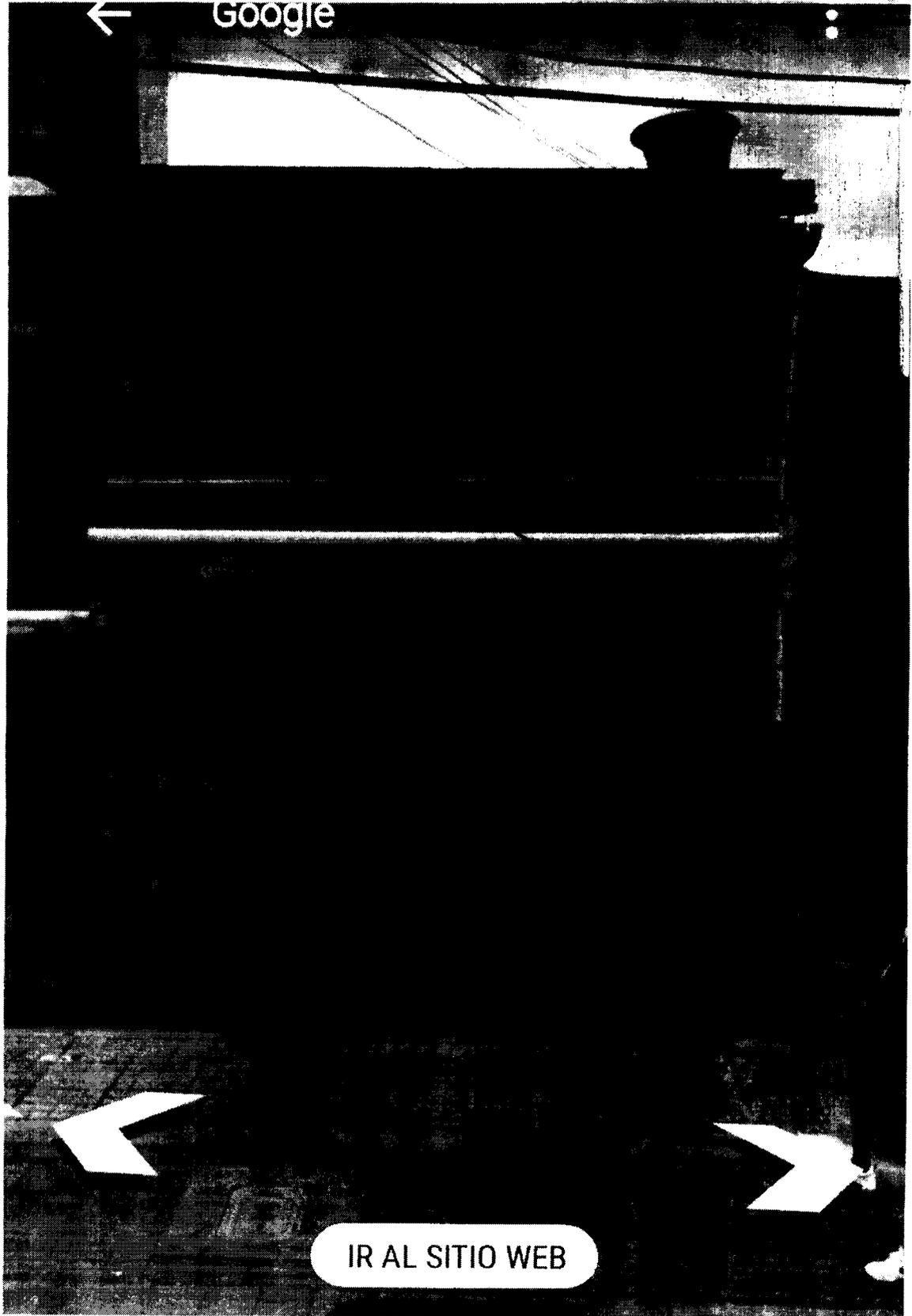
 **SoHo** | Hablan las marcas

legal, luego de que la Corte  
Constitucional aprobó el  
matrimonio igualitario. La  
ceremonia se llevó a cabo en  
la Notaría Primera de la  
ciudad de Cali.

EL MUNDO AVANZA SIN  
ETIQUETAS. SIN  
AMARGURAS. SIN  
MARICADAS



154



22/5



Bogotá, D.C., diciembre de 2019

copia

7 folios

Señores  
**JUZGADO TERCERO CIVIL DEL CIRCUITO DE BOGOTÁ D.C.**  
j03octohja@cpjcdj.com judicial.gov.co  
Carrera 9 No. 11 - 45 Torre Central Piso 6 Edificio Virrey  
E.S.D.

JUZ 3 CIVIL CTO BOG

DEC 19 '19 PM 12:16

**ASUNTO:** ACCIÓN POPULAR No. 2019-00311  
**DEMANDANTE:** LUIS ALFREDO CUADROS RODRÍGUEZ  
**DEMANDADO:** CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S. Y BAVARIA S.A.

ANA MARÍA SANTANA PUENTES, identificada con Cédula de Ciudadanía No. 52 265 642 y portadora de la Tarjeta Profesional No. 122422 D2 del Consejo Superior de la Judicatura, en mi calidad de Jefe de la Oficina Asesora Jurídica del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA, según Resolución No. 2019056571 de 13 de diciembre de 2019, respetuosamente me dirijo a su Despacho con el fin de rendir el informe correspondiente de las actuaciones adelantadas por este Instituto en la acción popular de la referencia interpuesta por el señor **LUIS ALFREDO CUADROS RODRÍGUEZ**, en los siguientes términos:

Amablemente, me permito informar que se procedió a remitir el expediente allegado a esta Oficina a la Dirección de Alimentos y Bebidas del Invima, para que dentro de sus facultades, procedieran a verificar si la presunta vulneración de la normatividad a la que hacen referencia los accionantes en su escrito, obedece a la realidad de los hechos, y de ser así, proceder de conformidad con el ordenamiento jurídico; en consecuencia fueron remitidas copia de las actuaciones realizadas a través de visita efectuada el 28 de noviembre de 2019, donde profesionales del Instituto evidenciaron lo siguiente:

(...)

"Además consulta interna con radicado Invima No 20193009012 de fecha 2019/09/11 relacionada con acción popular No 2019-00310 mediante consulta interna con radicado 20193007696 de fecha 2019/09/04 y consulta interna con radicado Invima No 20193007677 de fecha 2019/09/03 relacionada con acción popular No 2019-00311, respecto a publicidad exterior de los establecimientos CAFÉ GARAGE DESIGN (CORONA CERVEZA MODELO ESPECIAL) y CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA SAS (CERVEZA MARCA RUDWEISER). Quien atende manifiesta que para el establecimiento CAFÉ GARAGE DESIGN (CORONA CERVEZA MODELO ESPECIAL) se observa una carpeta exterior que contiene la leyenda Corona que como está contemplado en el párrafo del artículo 54 del Decreto 1686 de 2012 se denomina recordatorio de marca según el artículo 3 del mismo decreto. En el caso de CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA SAS (CERVEZA MARCA RUDWEISER) al no contar con la evidencia fotográfica de la misma no se puede determinar el caso y no hay pronunciamiento al respecto." Se anexa a un folio, foto del establecimiento consultado durante la visita en internet.

En vista de que no se contaba con la evidencia fotográfica de las publicidades relacionadas se procedió a buscar por internet y a contactar a la persona de la empresa responsable de la marca REDD'S, donde se obtuvo las evidencias anexadas.

(...)

**JUZGADO TERCERO CIVIL DEL  
CIRCUITO DE BOGOTÁ D.C.**

Al Despacho del Señor Juez informando que:

- 1. En firme el auto anterior
- 2. Venció el término del traslado contenido en el auto anterior
- 3. La (s) parte (s) se pronunció (aron) en tiempo: SI NO
- 4. Se presentó la anterior solicitud para resolver
- 5. Ejecutoriada la providencia anterior para costas
- 6. Al Despacho por reparto
- 7. Se dio cumplimiento al auto anterior
- 8. Con el anterior escrito en \_\_\_\_\_ folios
- 9. Venció el término de traslado del recurso
- 10. Venció el traslado de liquidación
- 11. Se recibió de la Honorable Corte Suprema de Justicia
- 11. *Contestación de Invinia*

Bogotá

**29** - ABR - 2021

*1/NO*

Secretaria *J*

156

**Notificaciones Art 291 C.P.G A.P No 2019-311**

Luis Cuadros &lt;Notificacionesluiscuadros@outlook.com&gt;

Jue 9/07/2020 3:42 PM

Para: Juzgado 03 Civil Circuito - Bogota - Bogota D.C. &lt;j03cctobta@cendoj.ramajudicial.gov.co&gt;

 2 archivos adjuntos (573 KB)

Notificación art 291 # 2019-311 Bavaria.pdf; hoja\_certificacion entrega positiva Bavaria.html;

**Señores****Juzgado 03 Civil del Circuito de Bogotá D.C****Ciudad**

Referencia: Acción Popular No 2019-311

Cordial saludo

LUIS ALFREDO CUADROS, en mi calidad de accionante dentro del proceso de la referencia, por medio del presente correo electrónico, allego en formatos PDF, notificaciones del artículo 291 del C.P.G y certificados positivos de entrega, a las partes demandadas, BAVARIA Y CIA S.C.A.

Atento a sus comentarios

Cordialmente

**LUIS ALFREDO CUADROS**  
**C.C 91.288.838 Bucaramanga**



JUZGADO TERCERO (03) CIVIL DEL CIRCUITO DE BOGOTÁ D.C  
CARRERA 9 No 11-45 Piso 6  
EDIFICIO VIRREY

CITACION PARA LA DILIGENCIA DE  
NOTIFICACION PERSONAL DEL ART 291 DEL C.G.P

Señores: BAVARIA Y CIA S.C.A

Envió

Dirección: Carrera 53ª No 127-35 Bogotá D.C

Fecha Providencia  
30 // 05// 2019  
Servicio postal autorizado

● RADICADO No.  
Acción Popular No 2019-00311

Demandante  
LUIS ALFREDO CUADROS

Demandado (s)  
CADENA COMERCIALOXXO COLOMBIA S.A.S  
BAVARIA Y CIA S.C.A

Le comunico la existencia del proceso (Acción Popular ) en referencia y le informo que debe comparecer a esta dependencia.

Dentro de los 05 días hábiles siguientes a la entrega de esta comunicación de lunes a viernes, en el horario de 8:00 A.M. a 1:00 P.M. y de 2:00 P.M. a las 5:00 P.M. para recibir notificación personal de la providencia proferida en 30-05 del año 2019 dentro del proceso de la referencia, mediante la cual se admitió la demanda (X), admitió el llamamiento en garantía () , libro mandamiento ejecutivo de pago ().

Empleado Responsable

Parte Interesada

\_\_\_\_\_  
Nombres y apellidos

\_\_\_\_\_  
Nombre y apellidos

\_\_\_\_\_  
Firma

\_\_\_\_\_  
Firma



NOTA: EN CASO DE QUE EL USUARIO LLENES LOS ESPACIOS EN BLANCO DE ESTE FORMATO, NO SE REQUIERE LA FIRMA DEL EMPLEADO RESPONSABLE. Acuerdo 2255 de 2003 NP-01



AM MENSAJES S.A.S NIT 900.230.715-9 Reg. Postal  
 0347 CR 67B 48B 33 MEDELLIN PBX: 448-01-67  
 Lic. MIN COMUNICACIONES 0000397  
 www.ammensajes.com / info@ammensajes.com



\* 6 2 0 8 2 5 9 4 \*

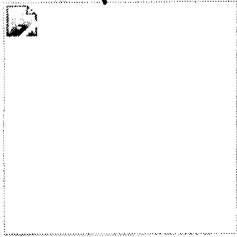
GUÍA / AWB No  
 CRÉDITO

-FACTURACIÓN-

REMITENTE

FECHA Y HORA DE ADMISIÓN 2020-03-06 13:53:07		PAÍS DESTINO Colombia		DEPARTAMENTO - DESTINO / CIUDAD BOGOTA D.C. - BOGOTA CP:11001000			OFICINA ORIGEN TAUROS.COPIAS (BOG_OLMEDO_CUPREA-BOGOTA D.C.)									
REMITENTE JUZGADO 3 CIVIL DEL CIRCUITO DE BOGOTA D.C.			NIT / DOC IDENTIFICACIÓN			DIRECCIÓN			TELÉFONO							
ENVIADO POR LUIS ALFREDO CUADROS				RADICADO 2019 - 311			PROCESO ACCION POPULAR									
ARTÍCULO N°: Citacion Para Diligencia de Notificación Personal Art. 291 del C.G.P.																
DESTINATARIO BAVARIA Y CIA S.C.A.				DIRECCIÓN CARRERA 53 A # 127 - 35			CÓDIGO POSTAL 111111									
SERVICIO	UNIDADES	PESO		DIMENSIONES		PESO A COBRAR	VALOR ASEGURADO	VALOR	COSTO MANEJO	OTROS	VALOR TOTAL					
MSJ	1	GRS.		L	A	A	1	10000	10000		10000					
DICE CONTENER		EL DESTINATARIO RECIBE A CONFORMIDAD					FECHA DEVOLUCION AL REMITENTE			RAZONES DEVOLUCION AL REMITENTE						
MUESTRA		NOMBRE LEGIBLE, DOC IDENTIFICACIÓN					D			M	A	Rehusado	No Reside	No Exista		
ANEXO							DECLARO QUE EL CONTENIDO DE ESTE ENVIO NO SON OBJETOS DE PROHIBIDO TRANSPORTE O MERCANCIA DE CONTRABANDO			NOMBRE Y C.C.			FECHA Y HORA DE ENTREGA			D

IMPRESO POR SOFTWARE AM-ORG



158

**CERTIFICA QUE:**

Nro de CERTIFICADO: 62082594 ARTICULO: CITACION PARA DILIGENCIA DE NOTIFICACION PERSONAL ART. 291 DEL C.G.P.

OFICINA ORIGEN: CALLE 95 No. 71 - 75 TORRE 6 OFICINA 1404 BOGOTA D.C., BOGOTA

EL DÍA 10 DE MARZO DE 2020 SE ESTUVO VISITANDO PARA ENTREGARLE CORRESPONDENCIA DEL:

**JUZGADO:** JUZGADO 3 CIVIL DEL CIRCUITO DE BOGOTA D.C.

**RADICADO:** 2019 - 311

**NATURALEZA DEL PROCESO:** ACCION POPULAR

**DEMANDANTE:** LUIS ALFREDO CUADROS

**CIUDAD:** BOGOTA D.C.

**DEMANDADO:** BAVARIA Y CIA S.C.A.

**NOTIFICADO:** BAVARIA Y CIA S.C.A.

**DIRECCIÓN:** CARRERA 53 A # 127 - 35

**CIUDAD:** BOGOTA D.C.

**RECIBIDO POR:** SELLO BAVARIA

**CÉDULA:**

**TELÉFONO:**

**A CORRESPONDENCIA FUE ENTREGADA: SI**

**OBSERVACIÓN:** LA ENTIDAD FUE NOTIFICADA EN LA DIRECCION SUMINISTRADA DONDE FUNCIONA.



Nota: aclaramos que cualquier error cometido en la transcripción del formato a nuestras guías, no se tenga en cuenta, para todos los efectos se tomara como valido la información contenida en el documento emitido por el remitente y recibida por el destinatario. Nuestra compañía certifica la entrega del documento y que el contenido del original sea exacto a la copia cotejada.

SE FIRMA EL PRESENTE CERTIFICADO EL DÍA 12 DE MARZO DE 2020  
CORDIALMENTE,



**EDWIN HENAO RESTREPO**  
Gerente  
**AM Mensajes S.A.S**

Lic.min.com. 0000397 NIT 900.230.715-9 Reg. Postal 0347  
Dir. CR 67B 48B 33 Tel. 448-01-67 MEDELLIN - COLOMBIA.

J59

**Notificaciones Art 291 C.P.G A.P No 2019-310**

Luis Cuadros &lt;Notificacionesluiscuadros@outlook.com&gt;

Jue 9/07/2020 3:52 PM

Para: Juzgado 03 Civil Circuito - Bogota - Bogota D.C. &lt;j03cctobta@cendoj.ramajudicial.gov.co&gt;

📎 4 archivos adjuntos (1 MB)

Notificación art 291 cpg # 2019- 310 Café Garage Desing.pdf; hoja\_certificacion No positiva Cafe Garage Desing.html;  
Notificación art 291 cpg # 2019-310 Bavaria.pdf; hoja\_certificacion entrega positiva Bavaria.html;**Señores****Juzgado 03 Civil del Circuito de Bogotá D.C  
Ciudad**

Referencia: Acción Popular No 2019-310

Cordial saludo

LUIS ALFREDO CUADROS, en mi calidad de accionante dentro del proceso de la referencia, por medio del presente correo electrónico, allego en formatos PDF, notificaciones del artículo 291 del C.P.G y certificados positivos de entrega, a las partes demandadas, CAFE GARAGE DESING Y BAVARIA Y CIA S.C.A.

Atento a sus comentarios

Cordialmente

**LUIS ALFREDO CUADROS  
C.C 91.288.838 Bucaramanga**



JUZGADO TERCERO (03) CIVIL DEL CIRCUITO DE BOGOTÁ D.C  
 CARRERA 9 No 11-45 Piso 6  
 EDIFICIO VIRREY

**CITACION PARA LA DILIGENCIA DE NOTIFICACION PERSONAL DEL ART 291 DEL C.G.P**

Señores: **CAFÉ GARAGE DESING**

Envió

Dirección: **Carrera 14 No 83-65 Bogotá D.C**

Fecha Providencia  
 09// 08// 2019  
 Servicio postal autorizado

RADICADO No.  
 Acción Popular No 2019-00310

Demandante  
**GABRIEL ANDRES GAITAN**

Demandado (s)  
**CAFÉ GARAGE DESING Y BAVARIA Y CIA S.C.A**

Le comunico la existencia del proceso (Acción Popular) en referencia y le informo que debe comparecer a esta dependencia.

Dentro de los 05 días hábiles siguientes a la entrega de esta comunicación de lunes a viernes, en el horario de 8:00 A.M. a 1:00 P.M. y de 2:00 P.M. a las 5:00 P.M. para recibir notificación personal de la providencia proferida en 09-08 del año 2019 dentro del proceso de la referencia, mediante la cual se admitió la demanda (X), admitió el llamamiento en garantía (\_\_\_), libro mandamiento ejecutivo de pago ( ).

Empleado Responsable

Parte Interesada

\_\_\_\_\_  
 Nombres y apellidos

\_\_\_\_\_  
 Nombre y apellidos

\_\_\_\_\_  
 Firma

\_\_\_\_\_  
 Firma



NOTA: EN CASO DE QUE EL USUARIO LLENES LOS ESPACIOS EN BLANCO DE ESTE FORMATO, NO SE REQUIERE LA FIRMA DEL EMPLEADO RESPONSABLE. Acuerdo 2255 de 2003 NP-01



AM MENSAJES S.A.S NIT 900.230.715-9 Reg. Postal  
0347 CR 67B 48B 33 MEDELLIN PBX: 448-01-67  
Lic.MIN COMUNICACIONES 0000397  
www.ammensajes.com / info@ammensajes.com



\* 6 2 0 8 2 5 8 3 \*

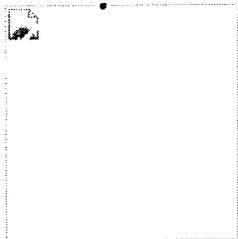
GUÍA / AWB No  
CRÉDITO

-FACTURACIÓN-

REMITENTE

FECHA Y HORA DE ADMISIÓN 12020-03-06 13:39:12		PAÍS DESTINO Colombia		DEPARTAMENTO - DESTINO / CIUDAD BOGOTA D.C. - BOGOTA CP:11001000		OFICINA ORIGEN "AURORA COPIAS" BOG_DLMEDO_CARRERA BOGOTA D.C.			
REMITENTE JUZGADO 3 CIVIL DEL CIRCUITO DE BOGOTA D.C		NIT / DOC IDENTIFICACIÓN		DIRECCIÓN		TELÉFONO			
ENVIADO POR LUIS ALFREDO CUADROS		RADICADO 2019 - 310		PROCESO ACCION POPULAR					
ARTICULO N°: Citacon Para Diligencia de Notificacion Personal Art. 291 del C.G.P.		DIRECCIÓN CARRERA 14 # 83 - 85		CODIGO POSTAL 110221		NUM. OBLIGACIÓN:			
DESTINATARIO CAFE GARAGE DESING		DIRECCIÓN CARRERA 14 # 83 - 85		CODIGO POSTAL 110221					
SERVICIO MSJ	UNIDADES 1	PESO GRS.	DIMENSIONES L   A   A	PESO A COBRAR 1	VALOR ASEGURADO 10000	VALOR 10000	COSTO MANEJO	OTROS	VALOR TOTAL 10000
DICE CONTENER MUESTRA ANEXO		EL DESTINATARIO RECIBE A CONFORMIDAD			FECHA DEVOLUCIÓN AL REMITENTE D   M   A		RAZONES DEVOLUCIÓN AL REMITENTE Rehusado   No Recibe   No Existe		
NOMBRE Y C.C.					DECLARO QUE EL CONTENIDO DE ESTE ENVIO NO SON OBJETOS DE PROHIBIDO TRANSPORTE O MERCANCIA DE CONTRABANDO				
NOMBRE LEGIBLE, DOC IDENTIFICACIÓN					FECHA Y HORA DE ENTREGA D   M   A   HORA   MIN		TELÉFONO		

IMPRESO POR SOFTWARE AM.ORG



/b1

**CERTIFICA QUE:**

Nro de CERTIFICADO: **62082583** ARTICULO: **CITACION PARA DILIGENCIA DE NOTIFICACION PERSONAL ART. 291 DEL C.G.P.**

OFICINA ORIGEN: CALLE 95 No. 71 - 75 TORRE 6 OFICINA 1404 BOGOTA D.C., BOGOTA

EL DÍA 06 DE JULIO DE 2020 SE ESTUVO VISITANDO PARA ENTREGARLE CORRESPONDENCIA DEL:

**JUZGADO:** JUZGADO 3 CIVIL DEL CIRCUITO DE BOGOTA D.C

**RADICADO:** 2019 - 310

**NATURALEZA DEL PROCESO:** ACCION POPULAR

**DEMANDANTE:** LUIS ALFREDO CUADROS

**CIUDAD:** BOGOTA D.C.

**DEMANDADO:** CAFE GARAGE DESING

**NOTIFICADO:** CAFE GARAGE DESING

**DIRECCIÓN:** CARRERA 14 # 83 - 65

**CIUDAD:** BOGOTA D.C.

**RECIBIDO POR:**

**CÉDULA:**

**TELÉFONO:**

**A CORRESPONDENCIA FUE ENTREGADA: NO**

**OBSERVACIÓN:** SE REALIZARON 3 VISITAS NO HAY QUIEN RECIBA LA CORRESPONDENCIA.

Nota: aclaramos que cualquier error cometido en la transcripción del formato a nuestras guías, no se tenga en cuenta, para todos los efectos se tomara como valido la información contenida en el documento emitido por el remitente y recibida por el destinatario. Nuestra compañía certifica la entrega del documento y que el contenido del original sea exacto a la copia cotejada.

SE FIRMA EL PRESENTE CERTIFICADO EL DÍA 07 DE JULIO DE 2020  
CORDIALMENTE,



**EDWIN HENAO RESTREPO**

Gerente

**AM Mensajes S.A.S**

Lic.min.com. 0000397 NIT 900.230.715-9 Reg. Postal 0347  
Dir. CR 67B 48B 33 Tel. 448-01-67 MEDELLIN - COLOMBIA.



JUZGADO TERCERO (03) CIVIL DEL CIRCUITO DE BOGOTÁ D.C  
CARRERA 9 No 11-45 Piso 6  
EDIFICIO VIRREY

**CITACION PARA LA DILIGENCIA DE  
NOTIFICACION PERSONAL DEL ART 291 DEL C.G.P**

Señores: BAVARIA Y CIA S.C.A

Envió

Dirección: Carrera 53ª No 127-35 Bogotá D.C

Fecha Providencia  
09// 08// 2019  
Servicio postal autorizado

RADICADO No.  
Acción Popular No 2019-00310

Demandante  
GABRIEL ANDRES GAITAN

Demandado (s)  
CAFÉ GARAGE DESING Y BAVARIA Y CIA S.C.A

Le comunico la existencia del proceso (Acción Popular) en referencia y le informo que debe comparecer a esta dependencia.

Dentro de los 05 días hábiles siguientes a la entrega de esta comunicación de lunes a viernes, en el horario de 8:00 A.M. a 1:00 P.M. y de 2:00 P.M. a las 5:00 P.M. para recibir notificación personal de la providencia proferida en 09-08 del año 2019 dentro del proceso de la referencia, mediante la cual se admitió la demanda (X), admitió el llamamiento en garantía (\_\_\_), libro mandamiento ejecutivo de pago ( ).

Empleado Responsable

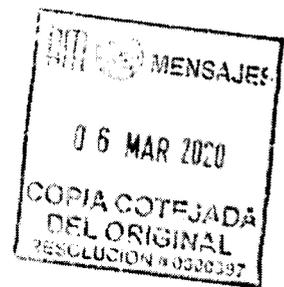
Parte Interesada

\_\_\_\_\_  
Nombres y apellidos

\_\_\_\_\_  
Nombre y apellidos

\_\_\_\_\_  
Firma

\_\_\_\_\_  
Firma



NOTA: EN CASO DE QUE EL USUARIO LLENES LOS ESPACIOS EN BLANCO DE ESTE FORMATO, NO SE REQUIERE LA FIRMA DEL EMPLEADO RESPONSABLE. Acuerdo 2255 de 2003 NP-01



AM MENSAJES S.A.S NIT 900.230.715-9 Reg. Postal  
 0347 CR 67B 48B 33 MEDELLIN PBX: 448-01-67  
 Lic.MIN COMUNICACIONES 0000397  
 www.ammensajes.com / info@ammensajes.com



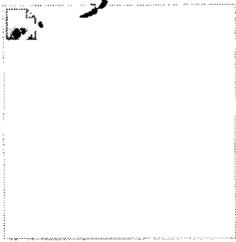
GUÍA / AWB No  
 CRÉDITO

REMITENTE

-FACTURACIÓN-

FECHA Y HORA DE ADMISIÓN L2020-03-06 13:50:26		PAIS DESTINO Colombia		DEPARTAMENTO - DESTINO / CIUDAD BOGOTA D.C. - BOGOTA CP:11001000			OFICINA ORIGEN TELPOB COPIAS <small>(BOG_OLMEDO_CARRERA-BOGOTA D.C.)</small>				
REMITENTE JUZGADO 3 CIVIL DEL CIRCUITO DE BOGOTA D.C			NIT / DOC IDENTIFICACIÓN		DIRECCIÓN		TELÉFONO				
ENVIADO POR LUIS ALFREDO CUADROS				RADICADO 2019 - 310		PROCESO ACCION POPULAR					
ARTÍCULO N°: Citacion Para Diligencia de Notificacion Personal Art. 291 del C.G.P.							NUM. OBLIGACIÓN:				
DESTINATARIO BAVARIA Y CIA S.C.A				DIRECCIÓN CARRERA 53A # 127 - 35			CÓDIGO POSTAL 111111				
SERVICIO	UNIDADES	PESO	DIMENSIONES		PESO A COBRAR	VALOR ASEGURADO	VALOR	COSTO MANEJO	OTROS	VALOR TOTAL	
MSJ	1	GRS.	L	A	A	1	10000	10000		10000	
DICE CONTENER		EL DESTINATARIO RECIBE A CONFORMIDAD				FECHA DEVOLUCIÓN AL REMITENTE			RAZONES DEVOLUCIÓN AL REMITENTE		
MUESTRA	ANEXO					D	M	A	Rehusado	No Reusado	No Existe
NOMBRE LEGIBLE, DOC IDENTIFICACIÓN						NOMBRE Y C.C.					
						FECHA Y HORA DE ENTREGA					
						D	M	A	HORA	MIN	TELÉFONO

IMPRESO POR SOFTWARE AM-ORG



163

**CERTIFICA QUE:**

Nro de CERTIFICADO: **62082592** ARTICULO: **CITACION PARA DILIGENCIA DE NOTIFICACION PERSONAL ART. 291 DEL C.G.P.**

OFICINA ORIGEN: CALLE 95 No. 71 - 75 TORRE 6 OFICINA 1404 BOGOTA D.C., BOGOTA

EL DÍA 10 DE MARZO DE 2020 SE ESTUVO VISITANDO PARA ENTREGARLE CORRESPONDENCIA DEL:

**JUZGADO:** JUZGADO 3 CIVIL DEL CIRCUITO DE BOGOTA D.C

**RADICADO:** 2019 - 310

**NATURALEZA DEL PROCESO:** ACCION POPULAR

**DEMANDANTE:** LUIS ALFREDO CUADROS

**CIUDAD:** BOGOTA D.C.

**DEMANDADO:** BAVARIA Y CIA S.C.A

**NOTIFICADO:** BAVARIA Y CIA S.C.A

**DIRECCIÓN:** CARRERA 53A # 127 - 35

**CIUDAD:** BOGOTA D.C.

**RECIBIDO POR:** SELLO BAVARIA

**CÉDULA:**

**TELÉFONO:**

**LA CORRESPONDENCIA FUE ENTREGADA:** SI

**OBSERVACIÓN:** LA ENTIDAD FUE NOTIFICADA EN LA DIRECCION SUMINISTRADA DONDE FUNCIONA.

Nota: aclaramos que cualquier error cometido en la transcripción del formato a nuestras guías, no se tenga en cuenta, para todos los efectos se tomara como valido la información contenida en el documento emitido por el remitente y recibida por el destinatario. Nuestra compañía certifica la entrega del documento y que el contenido del original sea exacto a la copia cotejada.

SE FIRMA EL PRESENTE CERTIFICADO EL DÍA 12 DE MARZO DE 2020  
CORDIALMENTE,



**EDWIN HENAO RESTREPO**

Gerente

**AM Mensajes S.A.S**

Lic.min.com. 0000397 NIT 900.230.715-9 Reg. Postal 0347  
Dir. CR 67B 48B 33 Tel. 448-01-67 MEDELLIN - COLOMBIA.

16/7/2020

Correo: Juzgado 03 Civil Circuito - Bogota - Bogota D.C. - Outlook

164

## Expediente 2019-00311 | Acción Popular | notificación actuaciones procesales

Vanegas Umaña | Abogados <clientes@vanegasumana.com>

Mié 15/07/2020 6:18 PM

Para: Juzgado 03 Civil Circuito - Bogota - Bogota D.C. <j03cctobta@cendoj.ramajudicial.gov.co>;

ccto03bt@cendoj.ramajudicial.gov.co <ccto03bt@cendoj.ramajudicial.gov.co>

CC: clientes@vanegasumana.com <clientes@vanegasumana.com>; lacuadros@hotmail.com <lacuadros@hotmail.com>;

notificaciones@bav.sabmiller.com <notificaciones@bav.sabmiller.com>

Respetado Sr(a). Juez 3 Civil del Circuito de Bogotá.

En atención a lo señalado en los artículos 2 y 3 del decreto legislativo 806 de junio 4 de 2020; artículo 21, 26, 27, 28 y 31 del acuerdo PCSJA20-11567 de junio 5 de 2020 del Consejo Superior de la Judicatura; y artículo 2 del acuerdo PCSJA20-11581 de junio 5 de 2020 del Consejo Superior de la Judicatura, actuando en calidad de mandatario especial de la sociedad CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S. [NIT 900.236.520-7], tal como consta en el poder aportado al expediente el 31 de mayo de 2019:

1. Manifiesto a ustedes que el correo electrónico para recibir notificaciones de las actuaciones procesales en el expediente bajo asunto, es **clientes@vanegasumana.com**
2. Copio esta comunicación a las demás partes procesales honrando el deber de lealtad procesal que indica el artículo 3 del precitado decreto legislativo 806 de junio 4 de 2020, así como también lo regula el numeral 14, artículo 78 del Código General del Proceso [ley 1564 de 2012].

De usted,

Juan Felipe Vanegas Umaña

cc. 79.781.347 | tp. 112.578

Vanegas Umaña | Abogados

t. +57.1.884.4672km 1.5 vía Chía - Cajicá, costado occidental

centro empresarial Oxus of. 304 | Chía, Cundinamarca - Colombia

[www.vanegasumana.com](http://www.vanegasumana.com)

16/7/2020

Correo: Juzgado 03 Civil Circuito - Bogota - Bogota D.C. - Outlook

Oficio 5  
J

## Expediente 2019-00311 | Acción Popular | notificación actuaciones procesales

Vanegas Umaña | Abogados <clientes@vanegasumana.com>

Miércoles 15/07/2020 6:18 PM

Para: Juzgado 03 Civil Circuito - Bogota - Bogota D.C. <j03cctobta@cendoj.ramajudicial.gov.co>;

ccto03bt@cendoj.ramajudicial.gov.co <ccto03bt@cendoj.ramajudicial.gov.co>

CC: clientes@vanegasumana.com <clientes@vanegasumana.com>; lacuadros@hotmail.com <lacuadros@hotmail.com>;

notificaciones@bav.sabmiller.com <notificaciones@bav.sabmiller.com>

Respetado Sr(a). Juez 3 Civil del Circuito de Bogotá.

En atención a lo señalado en los artículos 2 y 3 del decreto legislativo 806 de junio 4 de 2020; artículo 21, 26, 27, 28 y 31 del acuerdo PCSJA20-11567 de junio 5 de 2020 del Consejo Superior de la Judicatura; y artículo 2 del acuerdo PCSJA20-11581 de junio 5 de 2020 del Consejo Superior de la Judicatura, actuando en calidad de mandatario especial de la sociedad CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S. [NIT 900.236.520-7], tal como consta en el poder aportado al expediente el 31 de mayo de 2019:

1. Manifiesto a ustedes que el correo electrónico para recibir notificaciones de las actuaciones procesales en el expediente bajo asunto, es **clientes@vanegasumana.com**
2. Copio esta comunicación a las demás partes procesales honrando el deber de lealtad procesal que indica el artículo 3 del precitado decreto legislativo 806 de junio 4 de 2020, así como también lo regula el numeral 14, artículo 78 del Código General del Proceso [ley 1564 de 2012].

De usted,

Juan Felipe Vanegas Umaña  
cc. 79.781.347 | tp. 112.578

Vanegas Umaña | Abogados

t. +57.1.884.4672km 1.5 vía Chía - Cajicá, costado occidental

centro empresarial Oxus of. 304 | Chía, Cundinamarca - Colombia

[www.vanegasumana.com](http://www.vanegasumana.com)

19-311

**Acción Popular No 2019-311 Juzgado 03 Civil del Circuito de Bogotá D.C Notificación Art 292 del C.P.G**

Luis Cuadros &lt;Notificacionesluiscuadros@outlook.com&gt;

Jue 10/09/2020 1:42 PM

Para: audomely.montoya@oxo.com &lt;audomely.montoya@oxo.com&gt;; Notificaciones &lt;notificaciones@co.ab-inbev.com&gt;

📎 6 archivos adjuntos (4 MB)

Demanda.pdf; Demanda y Anexos.pdf; Auto Admisorio Demanda A.P 2019-311.pdf; Oxxo y Budweiser 2.jpg; Oxxo y Budweiser.jpg; Oxxo.jpg;

**Buenas Tardes****Señores****Bavaria y Cia SCA****notificaciones@co.ab-inbev.com****Cadena Comercial Oxxo Colombia S.A.S****audomely.montoya@oxo.com****Bogotá D.C****Referencia: Acción Popular No 2019-311****Cordial saludo**

Luis Alfredo Cuadros en mi calidad de accionante dentro del proceso de la referencia por medio del presente correo electrónico allego en formato PDF, auto admisorio de la demanda para hacer la notificación del artículo 292 del C.P.G de la admisión de la demanda, y sus anexos en el Juzgado 03 Civil del Circuito de Bogotá D.C bajo el radicado No **11001310300320190031100**.

Correo y notificación enviada de acuerdo a las nuevas disposiciones del decreto 806 de junio de 2020., Con copia al Juzgado 03 Civil del Circuito de Bogotá D.C: **j03cctobta@cendoj.ramajudicial.gov.co**

Se solicita acuse de recibido

Atento a sus comentarios

Cordialmente

**Luis Cuadros Rodríguez****Accionante**

167

Señor  
JUEZ CIRCUITO DEL CIRCUITO BOGOTA D.C. (REPARTO).  
E. S. D.

**REFERENCIA: ACCION POPULAR.**

**ACCIONANTES: Luis Alfredo Cuadros Rodríguez**

**ACCIONADOS: CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S, Y BAVARIA S.A**

**LUIS ALFREDO CUADROS RODRIGUEZ**, ciudadano colombiano mayor de edad identificado con el No de cédula No 91.288.838 de Bucaramanga, en ejercicio del derecho que establece el artículo 88 de la Constitución Nacional, por medio del presente documento formulo ante su despacho **ACCIÓN POPULAR** en contra de las siguientes sociedades comerciales:

- Sociedad **CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S**, identificada con el No de Nit 900.236.520-7 según certificado de existencia y representación expedido por la cámara de comercio de Bogotá D.C., sociedad representada legalmente por FLORES MORENO JORGE FRANCISCO, hombre mayor de edad y quien se identifica con el No de cédula de extranjería No 704611.
- Sociedad **BAVARIA S.A.**, identificada con el No de Nit 860005224-6 según certificado de existencia y representación expedido por la Cámara de Comercio de Bogotá D.C., sociedad que es representada legalmente para fines judiciales y administrativos, por PEREZ AMAYA DANIELA, mujer mayor de edad y quien se identifica con el No de cedula de ciudadanía No 1.032.433.260

Se inicia la presente Acción Popular por cuanto estas sociedades vulneran derechos colectivos a la seguridad y salubridad públicas, los derechos de los consumidores expresamente señalados en los literales g y n del artículo 4 de la Ley 472 de 1998, así como los derechos de los menores de edad a la salud y a la protección de estos para garantizar su desarrollo armónico e integral y aquellos de carácter general y que se demuestren en la presente Acción Popular.

**COMPETENCIA**

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 15 y 16 de la Ley 472 de 1998, el Juez del Circuito de Bogotá es competente para conocer de esta acción popular, toda vez que una de las entidades demandadas es de carácter particular y tienen su domicilio judicial en la ciudad de Bogotá.

El demandante de la presente acción popular declara bajo la gravedad de juramento no haber interpuesto ninguna acción popular por los mismos hechos, advirtiendo que, cada material publicitario, constituye un hecho independiente que vulnera por si mismo los derechos colectivos, tal como se evidencia en la presente demanda.

Conviene resaltar que las disposiciones legales vigentes contemplan procedimientos tanto en sede administrativa como en sede jurisdiccional para la protección de los intereses colectivos y uno de ellos es el procedimiento de Acción Popular que conforme a lo dispuesto en el artículo 10 de la Ley 792 de 1998 establece como opcional el agotamiento de la vía gubernativa.

El Quejoso considera que la vía de acción popular es el mecanismo idóneo frente a la magnitud del daño a los derechos de naturaleza colectiva y ante la evidente omisión del cumplimiento de las normas establecidas, aspecto que hace necesario contar con la garantía de imparcialidad de la jurisdicción a fin de que prevalezcan y se protejan debidamente los derechos colectivos frente a los intereses económicos de los particulares y el comportamiento omisivo de las entidades aquí accionadas.

**IDENTIFICACIÓN DE LAS PERSONAS JURÍDICAS RESPONSABLES DE LA VIOLACIÓN DEL DERECHO COLECTIVO**

La presente acción popular se dirige contra las siguientes personas jurídicas:

- **CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S.**, sociedad constituida el 21 de agosto de 2008 mediante escritura pública No 2168 de la notaría 55 del círculo de Bogotá e inscrita ante la Cámara de Comercio de Bogotá D.C. el 14 de febrero de 2012 bajo el nombre "CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S", esta sociedad se identifica con el No de Nit 900.236.520-7 según certificado de existencia y representación expedido por la Cámara de comercio de Bogotá D.C., y es representada legalmente por FLORES MORENO JORGE FRANCISCO, hombre mayor de edad y quien se identifica con el No de Cédula de Extranjería No 704611. Esta sociedad está vulnerando los derechos colectivos a la seguridad y salubridad públicas y los derechos de los consumidores expresamente señalados en los literales g y n del artículo 4 de la Ley 472 de 1998, así como los derechos de los menores de edad a la salud y a la protección de estos para garantizar su desarrollo armónico e integral al violar normas de publicidad e información sobre bebidas alcohólicas.
- **BAVARIA S.A.** sociedad constituida el 04 de noviembre de 1930 mediante Escritura Pública No. 0031111 de la Notaría 02 de Bogotá, inscrita en la Cámara de Comercio de Bogotá el 26 de febrero de 1962 con la matrícula mercantil 0030369 y NIT. 860005224 - 6 domiciliada en Bogotá D.C., representada legalmente por PEREZ AMAYA DANIELA, mujer mayor de edad y quien se identifica con el No de cedula de ciudadanía 1.032.433.260. Esta sociedad está vulnerando los derechos colectivos a la seguridad y salubridad públicas y los derechos de los consumidores expresamente señalados en los literales g y n del

artículo 4 de la Ley 472 de 1998, así como los derechos de los menores de edad a la salud y a la protección de estos para garantizar su desarrollo armónico e integral al violar normas de publicidad e información sobre bebidas alcohólicas.

La violación de los derechos colectivos que aquí se denuncia es atribuible tanto a CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA como a BAVARIA S.A., por el incumplimiento de normas precisas sobre información y propaganda de bebidas alcohólicas vulnerando los derechos colectivos arriba señalados.

Si en el curso del proceso se establece que existen otros posibles responsables, el juez de primera instancia de oficio deberá ordenar su citación conforme a lo dispuesto en el artículo 18 de la Ley 472 de 1998.

#### HECHOS

Los hechos en que fundamento la acción son los siguientes:

1. **CADENA COMERCIAL OXXO DE COLOMBIA S.A.S**, es una sociedad comercial que, de acuerdo con su objeto social, tiene por objeto realizar, producir, comprar, vender, distribuir y dedicarse al comercio en general de toda clase de abarrotes, comestibles y víveres en general., venta de refrescos bebidas alcohólicas y licores y en general los productos y servicios propios de una tienda de proximidad o conveniencia. En este caso en específico donde se hace senda publicidad exterior en varios de sus establecimientos de comercio de la siguiente bebida alcohólica: CERVEZA BUDWEISER, violando de manera la ley 124 de 1994 y la ley 30 de 1986, donde se especifica que se deben tener las leyendas de advertencia EL EXCESO DE ALCOHOL ES NOCIVO PARA LA SALUD, PROHIBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD, ya que estas advertencias se deben situar en cada uno de los espacios publicados y por cada una de las bebidas alcohólicas publicitadas, ya que en este caso NO lo cumplen ninguno de los demandados como se puede observar en el registro fotográfico allegado como prueba, ya que NO se nota una advertencia en el espacio publicitado, notándose la violación de las leyendas de publicidad exigidas por la ley.
2. **BAVARIA S.A.**, es una sociedad que de acuerdo con su objeto social tiene por objeto: la fabricación de cervezas, la producción, distribución y transformación de bebidas alimenticias o fermentadas o destiladas, así como la fabricación, producción y transformación de toda clase de bebidas tales como refrescos refajos, aguas lisas, aguas carbonatadas. En este caso en específico CERVEZA BUDWEISER.
3. En publicidad exterior en un espacio de publicidad según registro fotográfico allegado, hecha en uno de los establecimientos de comercio de la CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S, se nota claramente la publicad en senda fotografía de la bebida alcohólica CERVEZA BUDWEISER, comercializada y distribuida por BAVARIA S.A, se puede observar que NO tiene las leyendas exigidas por la ley 30 de 1986 y la ley 124 de 1994, estas son respectivamente( El Exceso de Alcohol es Perjudicial para la salud y Prohíbese el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad). Como se observa en la publicidad exterior de la CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S. NO LO CUMPLE.
4. BAVARIA S.A. es una sociedad que, de acuerdo con su objeto social, entre otros desarrolla: La adquisición, enajenación, fabricación, procesamiento, transformación almacenamiento, distribución importación exportación comercialización y beneficio de materias primas, productos semi-elaborados subproductos y demás elementos propios para las industrias de cervezas y bebidas.
5. El producto CERVEZA BUDWEISER, cuenta con registro sanitario INVIMA 2017L-0008912 otorgado en la modalidad de ELABORAR Y VENDER a la sociedad BAVARIA S.A, mencionando en su artículo segundo y tercero que, para poder comercializar el producto, éste y sus etiquetas deben cumplir en todo momento con los requisitos técnicos legales establecidos en el artículo 16 de la ley 30 de 1986 y ley 124 de 1994. Como se observa en la publicidad exterior de la CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S. NO LO CUMPLE.
6. En la publicidad exterior en la CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S se hizo publicidad de la marca de bebida alcohólica denominadas CERVEZA BUDWEISER, de propiedad de BAVARIA S.A., sin que se cumpliera por parte de las sociedades con las leyendas exigidas por la ley 30 de 1986 y la ley 124 de 1994, estas son respectivamente (El Exceso de Alcohol es Perjudicial para la salud y Prohíbese el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad)
7. La sociedad BAVARIA y su producto CERVEZA BUDWEISER, permitieron el uso y publicidad de su imagen, marca y productos sin el cumplimiento de las leyendas exigidas por la ley 30 de 1986 y la ley 124 de 1994, estas son respectivamente (El Exceso de Alcohol es Perjudicial para la salud y Prohíbese el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad)
8. La omisión de las advertencias legales promueve el consumo excesivo de bebidas alcohólicas y lo que es peor, la ingesta por parte de menores de edad.
9. Estas sociedades han omitido el cumplimiento de sus funciones al no ejercer acciones de inspección, vigilancia y control en debida forma y al autorizar materiales publicitarios con leyendas que no son visibles a los ojos del consumidor y que no cumplen con el propósito pretendido por la normativa y lo más gravoso, incita al consumo de menores de edad.

10. Como ciudadano colombiano he interpuesto la presente acción popular para defender el consumo de bebidas embriagantes a los menores de edad y que se cumpla con lo rituado por la ley.

#### DERECHOS E INTERESES COLECTIVOS VULNERADOS Y AMENAZADOS

##### A. CONSIDERACIONES CONSTITUCIONALES Y LEGALES

La presente acción se interpone con fundamento en:

1. El artículo 1 ° de la Constitución Nacional que define a Colombia como una República participativa fundada en "... la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general"
2. En el artículo 88 de la Constitución Política, la Ley 472 de 1998 que establecen como derechos e intereses colectivos los siguientes:
  - La seguridad y salubridad pública (Artículo 4 literal g, Ley 472 de 1998).
  - El derecho al desarrollo armónico e integral de los niños, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 44 parágrafo 2° de la Constitución Política, en concordancia con el primer parágrafo del artículo 4 de la Ley 472 de 1998.
  - Los derechos de los consumidores (Artículo 4, literal n, Ley 472 de 1998)
3. Normatividad en materia Publicitaria

Por otra parte y para efectos de brindar mayor claridad en la presente acción popular, es preciso señalar que, de conformidad con la Ley 140 de 1994, se entiende por Publicidad Exterior Visual "el medio masivo de comunicación destinado a informar o llamar la atención del público a través de elementos visuales como leyendas, inscripciones, dibujos, fotografías, signos o similares, visibles desde las vías de uso o dominio público, bien sea peatonales o vehiculares, terrestres, fluviales, marítimas o áreas".

Así pues, es claro que la publicidad del aviso que se fija en Los establecimientos de comercio de la sociedad CADENA COMERCIAL OXXO DE COLOMBIA S.A.S del producto y publicidad de la bebida embriagante CERVEZA BUDWEISER (de propiedad de BAVARIA S.A.), hacen alusión a unas bebidas de tipo alcohólico tiene la connotación de publicidad exterior visual como quiera con el mismo se pretende informar o llamar la atención del público que lee esta publicidad en las establecimientos de comercio de la sociedad CADENA COMERCIAL OXXO DE COLOMBIA S.A.

Ahora bien, los artículos 61 a 63 del Decreto 3192 de 1983 "Por el cual se reglamenta parcialmente el Título V de la Ley 09 de 1979, en lo referente a fábricas de alcohol y bebidas alcohólicas, elaboración, hidratación, envase, distribución, exportación, importación y venta de estos productos y se establecen mecanismos de control en el territorio nacional." establecen:

**"ARTICULO 61, APROBACIÓN DE LA PUBLICIDAD,** Toda publicidad o información al público sobre bebidas alcohólicas, requiere aprobación de la División de vigilancia de Productos Bioquímicos del Ministerio de Salud, la cual se tramitará una vez obtenido el respectivo Registro Sanitario, Toda modificación a la publicidad o Información al público sobre bebidas alcohólicas, requiere previa aprobación de la División de Vigilancia de Productos Bioquímicos del Ministerio de Salud.

**PARÁGRAFO.** Cuando la publicidad no corresponda a la Información que sobre el producto fue presentada a la División de Vigilancia de Productos Bioquímicos del Ministerio de Salud para la obtención del Registro Sanitario, no se dará la aprobación solicitada.

**ARTICULO 62. REVISIÓN PERIÓDICA DE LA PUBLICIDAD.** La División de Vigilancia de los Productos Bioquímicos del Ministerio de Salud es de revisar periódicamente la publicidad y la información sobre bebidas alcohólicas, para establecer si están de acuerdo con las condiciones del correspondiente registro, y se ajustan a lo dispuesto en las reglamentaciones que se expidan al respecto.

Como se puede observar el citado Decreto establece claramente que **TODA** publicidad o información sobre bebidas alcohólicas requiere autorización previa a fin de verificar que la misma se ajusta a las exigencias contempladas en la ley y las características técnicas y condiciones bajo las cuales se otorgó el registro sanitario.

El artículo 4 del Decreto 1290 de 1994 establece que son funciones del INVIMA, entre otras, las siguientes:

*"1. Controlar y vigilar la calidad y seguridad de los productos establecidos en el artículo 245 de la Ley 100 de 1993 y en las demás normas pertinentes, durante todas las actividades asociadas con su producción, importación, comercialización y consumo.*

*19. Autorizar la publicidad que se dirija a promover /,a comercialización y consumo de los productos establecidos en el artículo 245 de la Ley 100 de 1993; de conformidad con lo dispuesto en la Ley 9 de 1, 979 y sus Decretos Reglamentarios y en las demás normas que se expidan para el efecto. El INVIMA podrá autorizar de manera General y previa, toda la publicidad que se ajuste a los criterios generales que para el efecto disponga. "*

Y particularmente, el artículo 10 del Decreto 211 de 2004 establece:

**"Artículo 10. Subdirección de Alimentos y Bebidas Alcohólicas, Son funciones de la Subdirección de Alimentos y Bebidas Alcohólicas las siguientes:**

(...)

6. Programar; adelantar y evaluar el desarrollo de las visitas de inspección, vigilancia y control respecto a los productos y establecimientos de su competencia.

(...)

12. Aplicar las medidas sanitarias de seguridad relacionadas con los productos de su competencia sin perjuicio de las que le correspondan a las entidades territoriales, de conformidad con las normas vigentes.

21. Autorizar la publicidad y vigilar el cumplimiento de las normas vigentes en esta materia, en lo que a productos de competencia del área se refiere." Subrayado por el suscrito

A su vez, por expresa disposición constitucional - artículo 49 - es deber de toda persona procurar el cuidado integral de su salud y de la comunidad. Y en el mismo sentido, el artículo 78 de la Constitución Política establece que serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios. Aspecto éste que evidencia la responsabilidad que les asiste a titulares de registros sanitarios, productores y comercializadores de bebidas alcohólicas de dar cumplimiento, en todo momento, a las normas vigentes en materia de publicidad y en consecuencia, cualquier transgresión a las mismas y los efectos que tal conducta tenga sobre la salud de la población, serán responsabilidad de los mismos y en el mismo sentido, de las autoridades que omitieron su deber de ejercer acciones de vigilancia,

Es necesario revisar para evidenciar el alcance de la vulneración a los derechos colectivos, las exigencias que contemplan las disposiciones vigentes con respecto a la publicidad o información de bebidas alcohólicas:

El citado Decreto 3192 de 1983 establece en el artículo 63 algunos de los requisitos en materia de publicidad de bebidas alcohólicas:

**"Prohíbese en la publicidad, rótulos o etiquetas el empleo de frases, palabras, signos o emblemas y representaciones gráficas que pueda producir confusión, engaño o duda al consumidor sobre la verdadera naturaleza, origen, composición o calidad del producto.**

Prohíbese el uso, de los términos calificativos que sugieran calidades y a propiedades que no posea el producto. "(Se destaca).

Por su parte, el Estatuto del Consumidor, Decreto 3466 de 1982 dispone que:

**"Tratándose de bienes o servicios que, por su naturaleza o componentes, sean nocivos para la salud, deberá indicarse claramente y en caracteres perfectamente legibles, bien sea en sus etiquetas, envases o empaques o en un anexo que se incluya dentro de éstos, su nocividad y las condiciones o indicaciones necesarias para su correcta utilización, así como las contraindicaciones del caso.**

**En la propaganda comercial que se haga de aquellos bienes o Servicios, se advertirá claramente al público acerca de su nocividad y de la necesidad de consultar las condiciones o indicaciones para su uso correcto, así como las contraindicaciones del caso.**

**Tratándose de productos perecederos, se indicará claramente y sin alteración de ninguna índole, la fecha de su expiración en avisos que se fijen en sitios visibles al público, o en sus etiquetas, envases o empaques, si se trata de productos perecederos procesados o transformados, envasados o empacados.**

**Sin perjuicio de lo anterior, el Gobierno podrá prohibir o someter al cumplimiento de requisitos especiales la propaganda comercial de todos o algunos de los bienes y servicios de que trata el presente artículo" (Se destaca).**

**Nótese** como la norma establece una condición especial para advertir acerca de la nocividad del producto: CLARIDAD. Trayendo la tan elemental interpretación gramatical de la norma, el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española define la expresión CLARAMENTE como *"de forma inteligible, comprensible, bien distinguible / cierta y evidentemente / franca y sinceramente"*.

Es claro entonces, que habida cuenta de la nocividad del consumo excesivo de bebidas alcohólicas, tal circunstancia debe advertirse, trayendo expresiones de la Real Academia, de manera distinguible y evidente. Aspecto que por obvias razones no se cumple cuando no se advierte sobre el particular o cuando se pretende burlar la norma, a través de un comportamiento elusivo, poniendo leyendas diminutas, ilegibles, que no contrastan con el contenido publicitario general, que no exaltan el mensaje y que por tanto, son imperceptibles para una persona normal.

Es que no se puede obviar cumplir una norma cuyo noble propósito es alertar al consumidor, a los menores de edad, a sus padres acerca de la nocividad de las bebidas alcohólicas con leyendas que no existen o que no se ven, ( **Publicidad exterior en los**

109

establecimientos de comercio de la CADENA COMERCIAL OXXO DE COLOMBIA S.A.S) y hacerlo no es más que burlar la norma pero lo que es aún peor, que éstas entidades conocen de su existencia y se empeñan en no cumplirlas.

En el mismo sentido, la Ley 30 de 1986 señala:

**"ARTICULO 16, (Leyenda en recipientes de bebida alcohólica).** En todo recipiente de bebida alcohólica nacional o extranjera deberá imprimirse, en el extremo inferior de la etiqueta y ocupando al menos una décima parte de ella, la leyenda "El exceso de alcohol es perjudicial para la salud".

En la etiqueta deberá indicarse además la graduación alcohólica de la bebida,

**ARTICULO 18. (Requisitos para la venta).** No se autorizará la venta de licores, cigarrillo y tabaco que no contengan las leyendas prescritas en los artículos 16 y 17 de este estatuto.

**ARTICULO 19.** Las estaciones de radiodifusión sonora, las programadoras de televisión y los cinematógrafos sólo podrán transmitir propaganda de bebidas alcohólicas, cigarrillos y tabaco en los horarios y con la intensidad que determine el Consejo Nacional de Estupefacientes, previo el concepto de su Comité Técnico Asesor, El Ministro de Comunicaciones velará por el cumplimiento de esta disposición."

Es clara la intención del legislador a fin de alertar acerca de la nocividad de las bebidas alcohólicas y de los daños que causa el consumo excesivo de alcohol como una política en materia de salud pública teniendo en cuenta los daños que se causan a las personas con ocasión de la ingesta desmedida de alcohol y los costos que representa el particular en el sistema de seguridad social.

Así mismo, la Ley 124 de 1994 consagra:

**"ARTICULO 1 °** Prohíbese el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad.

La persona mayor que facilite las bebidas embriagantes o su adquisición será sancionada de conformidad con las normas establecidas para los expendedores en los Códigos Nacional o Departamental de Policía:

(...)

**ARTICULO 3°** Toda publicidad, identificación o promoción sobre bebidas embriagantes debe hacer referencia expresa a la prohibición establecida en la presente ley. "

Lo anterior, precisamente con el fin de evitar que los menores de edad incurrieren en el consumo de bebidas alcohólicas antes de cumplir la mayoría de edad por las implicaciones que ello supone para su salud.

Si bien es cierto que la norma no establece las condiciones bajo las cuales debe hacerse referencia a dicha prohibición en términos de su claridad, legibilidad y contraste también es cierto que debe acudirse a una interpretación finalista de la norma.

No en vano, el artículo 27 del Código Civil establece que:

*"... Pero bien se puede, para interpretar una expresión oscura de la ley, recurrir a su intención o espíritu, claramente manifiesta en ella misma o en la historia fidedigna de su establecimiento"*

Así pues, es necesario efectuar una interpretación que favorezca la finalidad recuperadora del precepto, dando juego a toda la potencialidad que el mismo contiene y en ese sentido, no puede perderse de vista que para que la leyenda cumpla su propósito disuasivo ésta debe ser legible - es que no puede serlo de otra manera.

Por lo tanto, cuando torpemente se trata de hacer fraude a la ley poniendo advertencias que no guardan ninguna proporción con la propaganda, minúscula o ilegible, colocadas en un sentido distinto al de la lectura se infringe la norma de manera directa. Muchos anunciantes de la industria, con el fin de lucrarse, intentan ocultar la información obligatoria de esta manera.

En este sentido CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S y BAVARIA S.A. al no advertir las leyendas obligatorias no da una visión equilibrada y real de sus productos, ni concientiza a la población de su uso adecuado que es precisamente el objetivo de la disposición legal y por el contrario, contribuye a agravar uno de los mayores problemas de salud pública del país.

## **B. VULNERACIÓN DEL DERECHO A LA SEGURIDAD Y SALUBRIDAD PUBLICA**

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.<sup>1</sup>

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 río 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 estas.

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

---

<sup>1</sup> Presidencia de la República

170

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 que 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.<sup>2</sup>

### C. 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.

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 inadmisibles 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:

<sup>2</sup>[www.elpais.com/.../sociedad/ano/mueren/55000/jovenes/Europa/causa/alcohol/elpepisoc/20020729elpepisoc\\_3/Tes - 77k](http://www.elpais.com/.../sociedad/ano/mueren/55000/jovenes/Europa/causa/alcohol/elpepisoc/20020729elpepisoc_3/Tes - 77k)

**PORCENTAJE DE CONSUMO DE SUSTANCIAS  
PSICOACTIVAS LEGALES SEGÚN GRUPOS DE EDAD<sup>3</sup>**

	10 – 14 AÑOS		15 – 19 AÑOS		20 – 24 AÑOS	
	EN LA VIDA	ÚLTIMO MES	EN LA VIDA	ÚLTIMO MES	EN LA VIDA	ÚLTIMO MES
ALCOHOL	56.9	29.9	82.3	57.5	85.0	62.4
CIGARRILLO	24.6	10.9	43.0	25.2	42.8	27.5
INHALANTES	1.9	0.7	2.2	0.6	1.8	0.4
TRANQUILIZANTES	1.2	0.5	2.9	0.9	3.9	0.9

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,

Por tanto, dada la insuficiente formación preventiva ante el consumo y abuso de alcohol, es notoria la presencia de problemas personales, familiares o sociales surgidos en estos sectores de población: absentismo y fracaso escolar, borracheras y comas etílicos, depresiones, embarazos no deseados, consumo y mezclas de estas drogas, accidentes de tráfico etc... Ante lo cual los Honorables Jueces de la República deben responder ordenando los controles pertinentes.

Así lo advirtió el Consejo de Estado en raso similar en sentencia del 27 de marzo de 2003 MP Dr. Darío Quiñónez Pinilla, Sección Quinta, radicación AP - 764, actor: Claudia Lucía Olano García, consideró:

*"Para esta Sala es indiscutible que la publicidad en la adquisición de bienes es determinante para el consumo, pues la enorme influencia que tiene respecto de los consumidores determina el éxito de la venta masiva de aquellos. En otras palabras, está claro que la publicidad comercial es determinante en el mercado de bienes y servicios que se ofrecen al público en general.... De manera específica también es evidente que los menores de edad son altamente influenciables, pues precisamente parte del proceso de formación de la personalidad lleva implícita la facultad de percibir y aprender todo aquello que ofrece la población.*

*Consciente de lo anterior, el legislador diseñó un conjunto de medidas dirigidas a proteger a los menores de edad de la influencia negativa que se pudiere causar la propaganda de bebidas embriagantes sobre la salud de aquellos, Dentro de esas medidas se encuentra la que hace referencia la demanda, pues es razonable considerar, de una parte, que la promoción generalizada de bebidas alcohólicas, puede inducir a los menores de edad a consumir licores, con lo que se afectará su salud, en tanto que es un hecho notorio y una realidad científica que las bebidas embriagantes son nocivas para la salud y de otra parte, que es válido que el legislador oriente sobre la inconveniencia del consumo y eduque a quienes representan el futuro del país.*

M1

*En este orden de ideas, la Sala concluye que en desarrollo de la publicidad de bebidas alcohólicas sin la advertencia señalada en el artículo 1° de la Ley 12,1 de 1994 amenaza el derecho colectivo a la salubridad pública de los menores de edad, por lo que prosperan las pretensiones de la demanda*

*formuladas en ejercicio de la acción popular contra el particular que omitió ese deber legal':*

Entonces, no se puede olvidar, bajo ninguna circunstancia, que los menores tienen derecho a crecer en un ambiente salubre y seguro y a que se les amparen sus derechos como consumidores, responsabilidad en la que juega un papel preponderante el Estado y los comerciantes.

#### D. VULNERACIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

Desde el Estatuto del Consumidor el legislador ha pretendido dar especial importancia al derecho a la información. En efecto, la publicidad, la libertad de información lejos de ser un derecho sin límites está destinada a ejercitarse con conciencia social. En tal sentido, no cabe duda de que la información parcial, confusa o incompleta, como sucede en el caso de las bebidas alcohólicas, vulnera el derecho de los consumidores y en el mismo sentido, la falta o insuficiencia de controles por parte del Estado crea el escenario propicio para dicha violación.

En este sentido, debe constituirse un fin primordial para el Estado brindar protección a los consumidores para que el derecho a la información sea una realidad y no una mera expresión idealista, contribuyendo realmente, a que aquel esté adecuadamente enterado de las condiciones y calidades de los productos que consume.

Es que un estricto cumplimiento sobre la normativa en materia de publicidad de bebidas alcohólicas aseguraría que el consumidor contara con los datos, características y demás conocimientos reales al momento de optar por comprar una bebida alcohólica. El que no se proporcione una información adecuada y veraz no permite actuar con prudencia y responsabilidad en la toma de una correcta decisión.

Sin embargo, tal como se observa en los hechos aquí evidenciados, el derecho a la información para los consumidores se presenta débil o insignificante ante el poder publicitario de los comerciantes de bebidas alcohólicas y el comportamiento omisivo del INVIMA.

Hoy en día, el conocimiento adquiere un valor de importancia y el deber de información hacia el consumidor se alza como un principio que lejos de ser subvalorado debe modificar favorablemente las condiciones de la vida común.

El deber de información deviene en instrumento de tutela de consentimiento en tanto otorga al consumidor la posibilidad de reflexionar adecuadamente al momento de celebrar el contrato. Por lo tanto, al empresario le asiste el deber de informar de manera veraz, eficaz y suficiente.

Sin embargo, es evidente que, en este caso, el deber de información más que ejercitarse, se desconoce e infringe por parte de la empresa privada y de la autoridad sanitaria. Es la empresa - gobierno vs, el consumidor, que queda desamparado y desprotegido frente a la conducta anti-ética de la entidad.

Así pues, es claro que esta omisión impide que el consumidor esté suficientemente informado y educado para formar su criterio y utilizar satisfactoriamente el producto o servicio.

*"El consumo de bebidas alcohólicas, ha sido catalogado por la misma ley 30 de 1986, en sus artículos 16 y 17, como nocivo para la salud de quienes los utilizan, criterio que coincide con los conceptos médicos emitidos por personal científico especializado, tal como se cita en la sentencia C - 524 de 1995, en la que se advierte:*

*"De acuerdo con las pruebas decretadas por el magistrado sustanciador y que se han adjuntado al expediente, advierte la Corte que todos los conceptos emitidos por el personal científico especializado al que se ofició se identifican en el sentido de señalar que el consumo "habitual" de cigarrillo, tabaco o bebidas alcohólicas puede producir una serie de enfermedades que, en ciertas ocasiones, podrán resultar mortales. Sin embargo, se hace énfasis en que el consumo de tabaco y agarrillo no altera el comportamiento de quienes los usan, mientras que el consumo de bebidas alcohólicas sí genera cambios de conducta ya que la persona se torna violenta, agresiva, depresiva, etc.*

(...)

*Y en cuanto al consumo de bebidas alcohólicas, manifiesta el director del departamento de psiquiatría y salud mental de la misma universidad, que "el alcohol puede exacerbar rasgos de comportamiento patológico, en particular conductas violentas, en las personas que por razones psicopatológicas estables o por causas circunstanciales estén propensas a ellas... ejerce un efecto deletéreo tanto más intenso cuanto más inmaduro sea el sujeto, o cuanto más temprano se inicie un consumo habitual..."; y demuestra con estadísticas el gran número de accidentes de tránsito, homicidios y suicidios que se producen por esa razón.*

*El decano de la facultad de medicina de la Universidad Nacional de Colombia dice:(...)*

*En lo que respecta- al consumo de bebidas alcohólicas, señala que "además de los índices conocidos como factor de delitos y criminalidad, es un factor fundamental en la aparición de cirrosis del hígado, enfermedad generalmente fatal, además que el alcohol actúa como factor notable de alteración funcional en los sistemas neurológico, cardíaco y digestivo, "*

*El Instituto de Medicina Legal envió el concepto emitido por dos siquiátras de la Institución, y en él se afirma que "una de las principales consecuencias del uso del alcohol es la conducta violenta" ; demostrando con estadísticas el índice elevado de delitos cometidos por personas en estado de embriaguez. Señalan también que existe "asociación significativa entre Ingestión de bebidas alcohólicas e intento de suicidio*

*Pero también se advierte en la citada sentencia.*

*(...) El empresario tiene plena libertad de iniciativa para escoger los instrumentos que considere idóneos y eficaces para ofrecer o anunciar sus productos, siempre y cuando no atenten contra el bien común, los derechos fundamentales, la función social de la empresa, las leyes reguladoras de la actividad económica, y la información que debe suministrarse al público en la comercialización de los productos. Dentro de esos mecanismos se encuentra la publicidad o propaganda de tales bien o servicio a través de los distintos medios de, comunicación.*

*(...) el legislador debidamente facultado por el canon constitucional que confidencialmente el actor invoca como violado, esto es, el artículo 78 de la Carta, tiene competencia para señalar la información que debe suministrarse al público en la comercialización de los bienes y servicios, dentro de la cual se incluye necesariamente la publicidad o propaganda de tales productos, que se traduce en protección y garantía para los consumidores de los productos o usuarios de los servicios ofrecidos.*

*De otro lado, obsérvese que la norma demandada no impide la divulgación de propaganda por parte de los medios de comunicación allí citados, sino que condiciona su emisión a los horarios que determine el Consejo Nacional de Estupeficientes, por fines plausibles como son: el interés general, la vida, la salud, la seguridad y los derechos de los niños,*

*Pues bien: una y otra observación son pertinentes en el caso sub-lite: 1) Porque el hecho de que el consumo de ciertas sustancias nocivas no esté penalizado, no significa que sea socialmente deseable. Y si más bien se juzga nocivo, es legítimo y armónico con la filosofía que informa la Constitución, que no se tolere la publicidad que hace atractivo al producto, más allá de cierto límite; y 2) Porque sí es dable señalar quiénes, cuándo y bajo qué circunstancias pueden consumir una sustancia que no obstante no estar proscrita resulta individual y socialmente nociva, con mayor razón resulta válido señalar las condiciones bajo las cuales está permitido anunciar el producto, y a quiénes, específicamente, parece oportuno precaver de la influencia publicitaria.*

*En otros términos. - si los adultos, por ejemplo, son menos permeables a la elección condicionada que los niños (y además están en condiciones de optar libremente), parece razonable que la publicidad por radio y televisión, tenga lugar en horarios menos accesibles a los segundos. "*

Así pues, al no informar a la población en general y a los consumidores en particular de los riesgos de los productos que ofrece, como lo obliga la ley, Las sociedades como CADENA COEMRCAIL OXXO DE COLOMBIA S.A.S y la empresa BAVARIA S.A por intermedio de su publicidad exterior en los establecimientos de comercio de las tiendas OXXO en la ciudad de Bogotá D.C, presentan una visión desequilibrada y engañosa de sus productos, vulnerando los derechos colectivos de los consumidores.

En efecto, pareciera que este tipo de productos pueden ser ingeridos simplemente para refrescarse sin que generen problemas para la salud o puedan ser adquiridas por menores de edad. Por lo que se evidencia nuevamente la vulneración al derecho colectivo.

#### **E. DAÑOS CAUSADOS COMO CONSECUENCIA DE LA VIOLACIÓN NORMATIVA Y SU RESARCIMIENTO**

Como consecuencia directa de la violación de las normas que protegen la salud, la niñez y los consumidores las empresas CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S. por intermedio de su publicidad en sus establecimientos de comercio y la sociedad BAVARIA S.A. vulneraron los derechos colectivos que estas mismas normas buscan proteger.

El legislador quiso que se pusieran advertencias en las propagandas de bebidas alcohólicas pues consideró, acertadamente, que al informar a la yente sobre los riesgos del producto iría generando una actitud más responsable. Sin embargo, la visión que dan las propagandas de esta acción mantiene a la población en la ignorancia, frente a una actitud ligera y tolerante frente al abuso del alcohol y su venta a menores de edad.

Así, es claro que CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S. por intermedio de su publicidad en sus establecimientos de comercio y la sociedad BAVARIA S.A no han cumplido con las obligaciones relacionadas con la información de la publicidad comercial en la medida en que las citadas leyendas no se encuentran en la publicidad adjunta o son imperceptibles para el consumidor.

En este sentido, no cabe duda acerca del incumplimiento de las normas jurídicas pues éstas son claras y no admiten incumplimientos parciales o temporales.

Las omisiones aquí referidas hacen que la publicidad sea irresponsable, pues no advierte claramente sobre los daños que ocasiona el consumo de estos productos y no genera conciencia en los menores de la prohibición de su ingesta.

Es importante señalar que, aunque el daño ocurrido a la colectividad es indiscutible, las acciones populares caben incluso para los eventos de daño contingente, peligro y amenaza de daño, de conformidad con el artículo 2 de la Ley 472 de 1998. Por lo tanto, el incumplimiento de las advertencias sobre la nocividad del producto y su prohibición de venta a menores de edad legitima el ejercicio de la acción popular.

Es evidente entonces que la publicidad, en cualquier forma de productos que son nocivos para la salud, debe efectuarse dando estricto cumplimiento a las disposiciones legales vigentes pues, su omisión deriva en consecuencias irremediables e irreversibles para el ser humano como el alcoholismo y para la sociedad, como los accidentes de tránsito, los robos, la violencia familiar, las violaciones, los embarazos indeseados, entre otros.

Así, se tiene entonces que se cumplen los supuestos sustanciales para que proceda la acción procesal, esto es, a) una acción u omisión de parte de la demanda, b) Un daño contingente, peligro, amenaza, vulneración o agravio de derechos o intereses colectivos y c) Una relación de causalidad entre la acción u omisión y la señalada afectación de tales derechos e intereses.

Por otra parte, el artículo 34 de la Ley 472 de 1998 dispone:

*"ARTÍCULO 34. SENTENCIA. Vencido el término para alegar, el juez dispondrá de veinte (20) días para proferir sentencia. La sentencia que acoja las pretensiones del demandante de una acción popular podrá contener una orden de hacer o de no hacer, condenar al pago de perjuicios cuando se haya causado daño a un derecho o interés colectivo en favor de la entidad pública no culpable que los tenga a su cargo, y exigir la realización de conductas necesarias para volver las cosas al estado anterior la vulneración del derecho o del interés colectivo, cuando fuere físicamente posible. La orden de hacer o de no hacer definirá de manera precisa la conducta a cumplir con el fin de proteger el derecho o el interés colectivo amenazado o vulnerado y de prevenir que se vuelva a incurrir en las acciones u omisiones que dieron mérito para acceder a las pretensiones del demandante. Igualmente fijará el monto del incentivo para el actor popular."*

Sin embargo, el pago de los perjuicios mencionados en la norma antes transcrita no es una opción que resulte viable para el presente caso toda vez que las sociedades accionadas son culpables al permitir la omisión del cumplimiento de las obligaciones legales antes ampliamente señalado de igual forma. De igual forma El daño sufrido por la sociedad como consecuencia de las conductas omisivas de CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S. por intermedio de su publicidad en sus establecimientos de comercio y la sociedad BAVARIA S.A., deben ser sancionadas y corregidas.

La sociedad no puede permitir que quienes vulneren derechos colectivos se beneficien económicamente de la ilegalidad de sus conductas, aún a sabiendas del perjuicio que pueden ocasionar a los consumidores.

La forma para que haya una sanción para estas sociedades comerciales es la contemplada actualmente en la codificación civil artículos 1005 y 2360 respectivamente, a continuación, su texto:

**ACCIONES POPULARES O MUNICIPALES.** La municipalidad y cualquiera persona del pueblo tendrán en favor de los caminos, plazas u otros lugares de uso público, y para la seguridad de los que transitan por ellos, los derechos concedidos a los dueños de heredades o edificios privados.

Y siempre que a consecuencia de una acción popular haya de demolerse o enmendarse una construcción, o de resarcirse un daño sufrido, se recompensará al actor, a costas del querellado, con una suma que no baje de la décima, ni exceda de la tercera parte de lo que cueste la demolición o enmienda, o el resarcimiento del daño; sin perjuicio de que si se castiga el delito o negligencia con una pena pecuniaria, se adjudique al actor la mitad. (Negrillas a voluntad)

De igual forma el artículo 2360 de la misma codificación civil señala:

Art. 2360.- Si las acciones populares a que dan derecho los artículos precedentes se declararen fundadas, será el actor indemnizado de todas las costas de la acción, y se le pagarán lo que valgan el tiempo y la diligencia empleados en ella, sin perjuicio de la remuneración específica que conceda la ley en casos determinados. (Negrillas a voluntad)

Así pues, señor juez la ley faculta al suscrito además de lo referenciado en la ley 472 de 1998 a solicitar una recompensa por advertir el desacato a la normatividad por parte de estas entidades comerciales ya que la presente interposición de la Acción Popular pone fin a la vulneración de los derechos colectivos. Por tanto, se solicita, al Honorable Juez que la valoración de la recompensa, guarde proporción con el perjuicio causado que no tiene la posibilidad de resarcimiento, de lo contrario, resulta para las empresas CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S. por intermedio de su publicidad en sus establecimientos de comercio y la sociedad BAVARIA S.A. financieramente provechoso violar los derechos colectivos.

## PRETENSIONES

Solicito responsablemente al honorable juez:

1. Declarar a **CADENA COMERCIAL OXXO DE COLOMBIA S.A.** propietaria de los establecimientos de comercio denominados **OXXO**, por medio de su publicidad exterior de ser responsable por omitir el cumplimiento de la ley 30 de 1986 y ley 124 de 1994 y en particular con relación a la información y publicidad de las mismas y permitir la violación de los derechos a la seguridad y salubridad públicas, los derechos de los consumidores y el desarrollo armónico e integral de los niños.
2. Declarar a las sociedades **FABRICA DE LICORES** y **BAVARIA S.A.** de ser responsable por omitir el cumplimiento de la ley 30 de 1986 y ley 124 de 1994 y en particular con relación a la información y publicidad de las mismas y permitir la violación de los derechos a la seguridad y salubridad públicas, los derechos de los consumidores y el desarrollo armónico e integral de los niños.
3. Ordenar a **CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S** y la sociedad **BAVARIA S.A.** a la corrección de su omisión mediante una publicación y/o publicidad exterior de igual nivel donde se aclare su error y omisión acerca de la publicidad de las bebidas alcohólicas **CERVEZA BUDWEISER**, y se expongan las leyendas.
4. Ordenar a **CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S.** por intermedio de su publicidad en sus establecimientos de comercio y la sociedad **BAVARIA S.A.** abstenerse de realizar publicidad de la bebida alcohólica de su producto **CERVEZA POKER**, sin dar cumplimiento a las disposiciones vigentes.
5. Que se condene a **CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S.** y **BAVARIA S.A.** a pagar al aquí demandante el incentivo contemplado en los artículos 1005 y 2359 del Código Civil en una cantidad proporcional al daño y al beneficio que representa para la empresa antes señalada frente al perjuicio causado a la comunidad en general.

Para realizar la valoración del incentivo debe tenerse en cuenta que:

- El tiempo dedicado por el ciudadano que implica poner fin a una práctica ilegal que las entidades accionadas y que permite que, de no haberse interpuesto la presente acción continuarían expuestos a información sesgada sobre la bebida alcohólica **CERVEZA BUDWEISER**
- Que debe imponerse una, sanción ejemplarizante para que la industria que comercializa bebidas alcohólicas y quien publica su publicidad en general y en particular a **CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S.** y **BAVARIA S.A.** y que como consecuencia de ello se abstengan de incumplir las disposiciones vigentes aún a pesar del beneficio económico que ello representa teniendo en cuenta el perjuicio que con su conducta causan a la comunidad. Es de advertir, que esta conducta es repetitiva y por demás vulnerada aún a pesar de las escasas sanciones que impone el **INVIMA**.
- Que el incentivo debe promover el uso de esta acción por parte de los ciudadanos para que estos asuman un comporta miento participativo frente a la vulneración de los derechos colectivos.
- Que se hace necesario aliviar los gastos propios en que ha incurrido el demandante y as u vez premiarlo para que la protección de los derechos colectivos cobre valor.

## PRUEBAS.

Solicito se tengan en cuenta las siguientes pruebas, además de las que el Honorable Juez estime pertinentes declarar de conformidad con la Ley 472 de 1998:

### Documentales

1. Certificado de existencia y representación legal de la sociedad **CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S**
2. Certificado de existencia y representación legal de la sociedad **BAVARIA S.A.**
3. Tres (3) registros fotográficos como prueba de la publicidad exterior de las bebidas alcohólicas en los establecimientos de comercio de la **CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S**
4. Allogo copia de la sentencia proferida el 04 de Diciembre de 2018, por el **HONORABLE TRIBUNAL SUPERIOR DE BOGOTÁ SALA CUARTA CIVIL** dentro del proceso No 2012-0038-01 Proveniente del Juzgado 36 Civil del Circuito de Bogotá D.C, en donde se declaró a las partes demandas Bavaria s.a y al propietario del establecimiento de comercio **SANTA FÉ LA LATINA**, que vulneraron los derechos colectivos a la seguridad y salubridad pública y los derechos del consumidor al **NO** incluir en el anuncio de su marca **CREVEZA AGUILA LIGTH** de publicidad exterior (Toldos) que funcionaba en el establecimiento de comercio denominado **SANTA FÉ LA LATINA**.

“Se observa que la demanda esta encaminada a la protección de la salubridad publica y de los derechos de los consumidores quienes conforme a lo que provee el estatuto del conmsumidor en el articulo No 3 en el numeral 1.3, se deben obtener información completa , veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idonea respecto a los productos que se ofrezcan o se pongan en circulación así como los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización los mecanismos de protección de sus derechos y las formas de ejercerlos las personas en situación de discapacidad a fin de proporcionarles espacios accesibles y adecuados para su transito y ocupación. De esa manera tenemos que el articulo 14 de la ley 30 de 1986 por la cual se adoptó el estatuto nacional de estupefacientes establecio que todo recipiente de bebida

123

alcohólica nacional o extranjera debe imprimirse en el extremo inferior de la etiqueta ocupando al menos una décima parte de ella la leyenda **EL EXESO DE ALCOHOL ES NOCIVO PARA LA SALUD** y en esta etiqueta debe además indicarse la gradación alcohólica de la bebida y en el caso de las bebidas destiladas deberá incluirse la leyenda para consumo en Colombia el gobierno nacional debe reglamentar las características para la etiqueta también en la misma línea se expidió la ley 124 de 1994 en la que según su artículo No 1 establece la prohibición del expendio de bebidas embriagantes a menores de edad y en el artículo 3 dice que toda publicidad identificación o promoción sobre bebidas embriagantes debe hacer referencia expresa a esta prohibición establecida en esta ley y además en el párrafo señala que los establecimientos que expendan bebidas embriagantes deben colocar en sitio visible ese texto en esa publicidad, de acuerdo con lo anterior claro que en todo caso la publicidad de las bebidas embriagantes o alcohólicas deben contener información sobre la nocividad de su exceso y la prohibición de su consumo a menores de edad, por tanto el cobertizo (toldo) con la marca AGUILA LIGTH instalado en el frente del establecimiento de comercio Santa Fe Latina en al carera 14 No 83-42 de la ciudad de Bogotá D.C debía contener la información mencionada en cuestión, que no ocurre en este caso según se conta en las pruebas y fotografías que fueron aportadas con la demanda, en el caso presente el Juzgador de primera instancia encontró que la acción impetrada no era procedente porque carecía de objeto actual ya que según las fotografías aportadas por la accionada Bavaria s.a ya no había ninguna publicidad violatoria de los derechos colectivos en el establecimiento de comercio, puesto que el mismo había dejado de funcionar en el lugar, no obstante lo anterior esta sala que con la demanda fue acreditada la vulneración de los derechos colectivos alegados en virtud de la publicidad de LA CERVEZA AGUILA LIGTH exhibida en el establecimiento de comercio en cuestión NO tenía las leyendas que exige la ley para la protección de los menores de edad y de evitar el exceso en el consumo de bebidas embriagantes bajo el entendido y considerando que la ley 472 de 1998 se instituyó para amparar los derechos colectivos, habrá de revocarse la decisión de primera instancia para en su lugar declarar la violación de los derechos colectivos invocados por parte de la demandada sin que haya pues lugar a impartir orden alguna por lo que se ha expresado en lo que respecta al incentivo de la ley 1425 derogo los artículos 39 y 40 de la ley 472 de 1998 en el primero de los cuales se consagra el incentivo a favor del actor popular, la regla general en materia de aplicación de la ley en el tiempo señala que la misma rige todos los hechos y actos que se produzcan a partir de su promulgación hacia el futuro y esta su derogatoria así lo ha precisado la corte constitucional en sentencia C-443 del 18 de septiembre de 1997, reiterada en la C-159 de 2004, entonces considerando que aquí la demanda fue presentada el 30 de enero de 2012 época para la cual ya no se encontraba vigente a la exposición del artículo 39 de la ley 472 de 1998, lo pertinente era como lo hizo el que era el negar el incentivo correspondiente, aspecto que también venia alegando el demandante. Finalmente en cuanto a la condena de costas habrá de mantenerse la misma a cargo de la parte demandada en virtud de que se ha declarado que hubo vulneración a los derechos colectivos, se declara que la accionada Bavaria s.a y el establecimiento de comercio Santa Fe Latina vulneraron los derechos colectivos a la seguridad y salubridad pública y los derechos del consumidor al NO incluir en el anuncio de AGUILA LIGTH que funcionaba en el establecimiento de comercio Santa Fe Latina ubicado en la carrera 14 No 83-42 de Bogotá D.C las leyendas EL ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD Y PROHIBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD, ordenadas en el artículo No 3 de la ley 30 de 1986 y artículo 3 de la ley 142 de 1994."

**1. ANEXOS**

Adjunto a esta demanda los documentos señalados en el acápite de pruebas.  
Formatos en CD de la demanda, así como de sus anexos.

**2. COPIAS**

Tres (3) copias de la demanda y sus anexos se acompañan para los siguientes efectos: 1. Traslado a CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S. 2. Traslado a BAVARIA S.A., Y 3. Para el archivo a su Despacho,

**3. NOTIFICACIONES**

- A la sociedad CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S. en la siguiente dirección: Avenida 19 # 104-37 piso 4 de la ciudad de Bogotá D.C.  
Correo electrónico: [audomely.montoya@oxxo.com](mailto:audomely.montoya@oxxo.com)
- A la sociedad BAVARIA S.A. en la siguiente dirección: Carrera 53ª No 127-35 de la ciudad de Bogotá D.C  
Correo electrónico: [notificaciones@bav.sabmiller.com](mailto:notificaciones@bav.sabmiller.com)
- El suscrito recibirá notificaciones en la Carrera 14 No 83-32 de la ciudad de Bogotá D.C local 06  
Correo electrónico: [lacuadros@hotmail.com](mailto:lacuadros@hotmail.com)

Del Señor Juez

**LUIS ALFREDO CUADROS RODRIGUEZ**  
C.C 91.288.838 de Bucaramanga.

Y particularmente, el artículo 10 del Decreto 211 de 2004 establece:

**Artículo 10. Subdirección de Alimentos y Bebidas Alcohólicas.** Son funciones de la Subdirección de Alimentos y Bebidas Alcohólicas las siguientes:

...

9. Programar, adelantar y evaluar el desarrollo de los planes de inspección, vigilancia y control respecto a los productos y establecimientos de su competencia.

...

12. Aplicar los métodos sanitarios de seguridad relacionados con los productos de su competencia sin perjuicio de las que le correspondan a las entidades territoriales, de conformidad con las normas vigentes.

22. Autorizar la publicidad y vigilar el cumplimiento de las normas vigentes en esta materia, en lo que a productos de competencia del área se refiere." *Subrayado por el suscrito*

A su vez, por expresa disposición constitucional (artículo 49) las deber de toda persona procurar el cuidado integral de su salud y de la comunidad. Y en el mismo sentido, el artículo 78 de la Constitución Política establece que serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atentan contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios. Aspecto éste que evidencia la responsabilidad que les asiste a titulares de registros sanitarios, productores y comercializadores de bebidas alcohólicas de dar cumplimiento, en todo momento, a las normas vigentes en materia de publicidad y en consecuencia, cualquier transgresión a las mismas y los efectos que tal conducta tenga sobre la salud de la población, serán responsabilidad de las mismas y en el mismo sentido, de las autoridades que omitieron su deber de ejercer acciones de vigilancia.

Es necesario resaltar para evidenciar el alcance de la vulneración a los derechos colectivos, las exigencias que contemplan las disposiciones vigentes con respecto a la publicidad o información de bebidas alcohólicas.

El citado Decreto 3192 de 1983 establece en el artículo 63 algunos de los requisitos en materia de publicidad de bebidas alcohólicas:

**Prohibase en la publicidad, rótulos o etiquetas o empaques de frases, palabras, signos o emblemas y representaciones gráficas que pueda producir confusión, engaño o duda al consumidor sobre la verdadera naturaleza, origen, composición o calidad del producto.**

Prohibase el uso, de los términos calificativos que exagieren calidades y propiedades que no posee el producto. *(Se destaca)*

Por su parte, el Estatuto del Consumidor, Decreto 3466 de 1982 dispone que:

**Tratándose de bienes o servicios que, por su naturaleza o componentes, sean nocivos para la salud, deberá indicarse claramente y en caracteres perfectamente legibles, bien sea en sus etiquetas, envases o empaques o en un anexo que se incluya dentro de éstos, su nocividad y las condiciones o indicaciones necesarias para su correcta utilización, así como las contraindicaciones del caso.**

**En la propaganda comercial que se haga de aquellos bienes o servicios, se advertirá claramente al público acerca de su nocividad y de la necesidad de consultar las condiciones o indicaciones para su uso correcto, así como las contraindicaciones del caso.**

**Tratándose de productos perecederos, se indicará claramente y sin alteración de ninguna índole, la fecha de su expiración en envases que se fijen en sitios visibles al público, o en sus etiquetas, envases o empaques, si se trata de productos perecederos procesados o transformados, envasados o empaquetados.**

**sin perjuicio de lo anterior, el Gobierno podrá prohibir o someter al cumplimiento de requisitos especiales la propaganda comercial de todos o algunos de los bienes y servicios de que trata el presente artículo." *(Se destaca)***

Nótese como la norma establece una condición especial para advertir acerca de la nocividad del producto: **CLARAMENTE**. Trayendo la elemental interpretación gramatical de la norma, el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española define la expresión **CLARAMENTE** como "*de forma inteligible, comprensible, bien distinguible / cierta y evidentemente / franca y sinceramente*".

Es claro entonces, que habida cuenta de la nocividad del consumo excesivo de bebidas alcohólicas, tal circunstancia debe advertirse, trayendo expresiones de la Real Academia, de manera distinguible y evidente. Aspecto que por obvias razones no se cumple cuando no se advierte sobre el particular o cuando se pretende burlar la norma, a través de un comportamiento elusivo, poniendo leyendas diminutas, ilegales, que no contrastan con el contenido publicitario general, que no exaltan el mensaje y que por tanto, ser inapreciables para una persona normal.

Es que no se puede obviar cumplir una norma cuyo noble propósito es alertar al consumidor, a los menores de edad, a sus padres acerca de la nocividad de las bebidas alcohólicas con leyendas que no existen o que no se ven. **Publicidad exterior en los**

10. Como ciudadano colombiano he interpuesto la presente acción popular para defender el consumo de bebidas embagantes a los menores de edad y que se cumpla con lo rituado por la ley.

#### DERECHOS E INTERESES COLECTIVOS VULNERADOS Y AMENAZADOS

##### A. CONSIDERACIONES CONSTITUCIONALES Y LEGALES

La presente acción se intercede con fundamento en:

1. El artículo 1° de la Constitución Nacional que define a Colombia como una República participativa fundada en "... la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general"
2. En el artículo 88 de la Constitución Política, la Ley 472 de 1998 que establecen como derechos e intereses colectivos los siguientes:
  - La seguridad y salubridad pública (Artículo 4 literal g, Ley 472 de 1998).
  - El derecho al desarrollo armónico e integral de los niños, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 44 parágrafo 2° de la Constitución Política, en concordancia con el primer parágrafo del artículo 4 de la Ley 472 de 1998.
  - Los derechos de los consumidores (Artículo 4, literal n, Ley 472 de 1998)
3. Normatividad en materia Publicitaria

Por otra parte y para efectos de brindar mayor claridad en la presente acción popular, es preciso señalar que, de conformidad con la Ley 140 de 1994, se entiende por Publicidad Exterior Visual: "el medio masivo de comunicación destinado a informar o llamar la atención del público a través de elementos visuales como leyendas, inscripciones, dibujos, fotografías, signos o similares, visibles desde las vías de uso o dominio público, bien sea peatonales o vehiculares, terrestres, fluviales, marítimas o Aéreas"

Así pues, es claro que la publicidad del aviso que se fija en los establecimientos de comercio de la sociedad CADENA COMERCIAL OXXO DE COLOMBIA S.A.S del producto y publicidad de la bebida embagante CERVEZA BUDWEISER (de propiedad de BAVARIA S.A.), hacen alusión a unas bebidas de tipo a conflicto tiene la connotación de publicidad exterior visual como quiera con el mismo se pretende informar o llamar la atención del público que por esta publicidad en los establecimientos de comercio de la sociedad CADENA COMERCIAL OXXO DE COLOMBIA S.A.

Ahora bien, los artículos 61 a 63 del Decreto 3152 de 1983 "Por el cual se reglamenta parcialmente el Título V de la Ley 09 de 1979, en lo referente a fábricas de alcohol y bebidas alcohólicas, elaboración, hidratación, envaso, distribución, exportación, importación y venta de estos productos y se establecen mecanismos de control en el territorio nacional." establecen:

**ARTICULO 61. APROBACIÓN DE LA PUBLICIDAD.** Toda publicidad o información al público sobre bebidas alcohólicas, requiere aprobación de la División de Vigilancia de Productos Bioquímicos del Ministerio de Salud, la cual se tramitará una vez obtenido el respectivo Registro Sanitario. Toda modificación a la publicidad o información al público sobre bebidas alcohólicas, requiere previa aprobación de la División de Vigilancia de Productos Bioquímicos del Ministerio de Salud.

**PARÁGRAFO.** Cuando la publicidad no corresponda a la información que sobre el producto fue presentada a la División de Vigilancia de Productos Bioquímicos del Ministerio de Salud para la obtención del Registro Sanitario, no se dará a aprobación solicitada.

**ARTICULO 62. REVISIÓN PERIÓDICA DE LA PUBLICIDAD.** La División de Vigilancia de los Productos Bioquímicos del Ministerio de Salud es de revisar periódicamente la publicidad y la información sobre bebidas alcohólicas, para establecer si están de acuerdo con las condiciones del correspondiente registro, y se ajustan a lo dispuesto en las reglamentaciones que se avallan al respecto.

Civno se pueda observar el citado Decreto establece diamante que TODA publicidad o información sobre bebidas alcohólicas requiere autorización previa a fin de verificar que la misma se ajusta a las exigencias contempladas en la ley y las características técnicas y condiciones bajo las cuales se otorgó el registro sanitario.

El artículo 4 del Decreto 1290 de 1994 establece que son funciones del INVIMA, entre otras, las siguientes:

1. Controlar y vigilar la calidad y seguridad de los productos establecidos en el artículo 245 de la Ley 100 de 1993 y en las demás normas pertinentes, durante todas las actividades asociadas con su producción, importación, comercialización y consumo.
15. Autorizar la publicidad que se dirija a promover /o comercialización y consumo de los productos establecidos en el artículo 245 de la Ley 100 de 1993; de conformidad con lo dispuesto en la Ley 9 de 1, 879 y sus Decretos Reglamentarios y en las demás normas que se expidan para el efecto. El INVIMA podrá autorizar de manera General y previa, toda la publicidad que se ajuste a los criterios generales que para el efecto disponga.

artículo 4 de la Ley 472 de 1998, así como los derechos de los menores de edad a la salud y a la protección de estos para garantizar su desarrollo armónico e integral e evitar normas de publicidad e información sobre bebidas alcohólicas.

La violación de los derechos colectivos que aquí se denuncia es atribuida tanto a CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA como a BAVARIA S.A., por el incumplimiento de normas precisas sobre información y propaganda de bebidas alcohólicas vulnerando los derechos colectivos arriba señalados.

Si en el curso del proceso se establece que existen otras posibles responsables, el juez de primera instancia de oficio deberá ordenar la citación conforme a lo dispuesto en el artículo 18 de la Ley 472 de 1998.

#### HECHOS

Los hechos en que fundamenta la acción son los siguientes:

1. CADENA COMERCIAL OXXO DE COLOMBIA S.A.S. es una sociedad comercial que, de acuerdo con su objeto social, tiene por objeto realizar, producir, comprar, vender, distribuir y dedicarse al comercio en general de toda clase de alimentos, comestibles y víveres en general, venta de refrescos bebidas alcohólicas y licores y en general los productos y servicios propios de una tienda de proximidad o conveniencia. En este caso en específico con respecto a la publicidad exterior en varios de sus establecimientos de comercio de la siguiente bebida alcohólica: CERVEZA BUDWEISER, violando de manera la ley 124 de 1994 y la ley 30 de 1986, donde se especifica que se deben tener las leyendas de advertencia EL EXCESO DE ALCOHOL ES NOCIVO PARA LA SALUD, PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD, ya que estas advertencias se deben situar en cada uno de los espacios publicitarios y por cada una de las bebidas alcohólicas publicitadas, ya que en este caso NO lo cumple ninguno de los demandados como se puede observar en el registro fotográfico allegado como prueba, ya que NO se nota una advertencia en el espacio publicitario, notándose la violación de las leyendas de publicidad exigidas por la ley.
2. BAVARIA S.A. es una sociedad que de acuerdo con su objeto social tiene por objeto la fabricación de cervezas, la producción, distribución y transformación de bebidas alimenticias o fermentadas o destiladas, así como la fabricación, producción y transformación de toda clase de bebidas tales como refrescos, refajos, aguas frías, aguas carbonatadas. En este caso en específico CERVEZA BUDWEISER.
3. En la publicidad exterior en un espacio de publicidad según registro fotográfico allegado. Hecho en uno de los establecimientos de comercio de la CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S. se nota claramente la publicidad en donde se puede observar que NO tiene las leyendas exigidas por la ley 30 de 1986 y la ley 124 de 1994, estas son respectivamente El Exceso de Alcohol es Perjudicial para la salud y Prohíbese el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad. Como se observó en la publicidad exterior de la CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S. NO LO CUMPLE.
4. BAVARIA S.A. es una sociedad que, de acuerdo con su objeto social, entre otros desarrolla la adquisición, enajenación, fabricación, procesamiento, transformación, almacenamiento, distribución, importación, exportación, comercialización y beneficio de materias primas, productos semi-elaborados, subproductos y demás elementos propios para las industrias de cervezas y bebidas.
5. El producto CERVEZA BUDWEISER, cuenta con registro sanitario N°VIMA 2017-0008912 otorgado en la modalidad de ELABORAR Y VENDER a la sociedad BAVARIA S.A. mencionando en su artículo segundo y tercero que, para poder comercializar el producto, este y sus etiquetas deben cumplir en todo momento con los requisitos técnicos legales establecidos en el artículo 16 de la ley 30 de 1986 y ley 124 de 1994. Como se observa en la publicidad exterior de la CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S. NO LO CUMPLE.
6. En la publicidad exterior en la CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S se hizo publicidad de la marca de bebidas alcohólicas denominadas CERVEZA BUDWEISER, de propiedad de BAVARIA S.A., sin que se cumpliera por parte de las sociedades con las leyendas exigidas por la ley 30 de 1986 y la ley 124 de 1994, estas son respectivamente (El Exceso de Alcohol es Perjudicial para la salud y Prohíbese el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad)
7. La sociedad BAVARIA y su producto CERVEZA BUDWEISER, permitieron el uso y publicidad de su imagen, marca y productos sin el cumplimiento de las leyendas exigidas por la ley 30 de 1986 y la ley 124 de 1994, estas son respectivamente (El Exceso de Alcohol es Perjudicial para la salud y Prohíbese el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad)
8. La omisión de las advertencias legalmente promueve el consumo excesivo de bebidas alcohólicas y lo que es peor, el ingesta por parte de menores de edad.
9. Estas sociedades han omitido el cumplimiento de sus funciones al no ejercer acciones de inspección, vigilancia y control en debida forma y al autorizar materiales publicitarios con leyendas que no son visibles a las ojos de los consumidores y que no cumplen con el propósito pretendido por la normativa y lo más grave, incita al consumo de menores de edad.

Señor  
JUEZ CIRCUITO DEL CIRCUITO BOGOTÁ D.C. (REPARTO),  
C. S. D.

REFERENCIA: ACCIÓN POPULAR.

ACCIONANTES: Luis Alfredo Cuadros Rodríguez

ACCIONADOS: CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S. Y BAVARIA S.A.

LUIS ALFREDO CUADROS RODRIGUEZ, ciudadano colombiano mayor de edad legitimado con el No de cédula No 31.288.838 de Bucaramanga, en ejercicio del derecho que establece el artículo 88 de la Constitución Nacional, por medio del presente documento formula ante su despacho ACCIÓN POPULAR en contra de las siguientes sociedades comerciales:

- Sociedad CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S., identificada con el No de NIT 900.236.520-7 según artículo de existencia y representación expedido por la Cámara de Comercio de Bogotá D.C., sociedad que es representada legalmente por el señor JORGE FRANCISCO LÓPEZ MORENO, hombre mayor de edad y quien se identifica con el No de cédula No 704611
- Sociedad BAVARIA S.A., identificada con el No de NIT 8800224-6 según artículo de existencia y representación expedido por la Cámara de Comercio de Bogotá D.C., sociedad que es representada legalmente para fines judiciales y administrativos por ENELZ AWWAY DANIÉLA, mujer mayor de edad y quien se identifica con el No de cédula No 1032433.250

Se inicia la presente Acción Popular por cuanto estas sociedades vulneran derechos colectivos a la seguridad y salubridad pública, los derechos de los consumidores expresamente señalados en los literales g y n del artículo 4 de la Ley 472 de 1996, así como los derechos de las mujeres de edad a la salud y a la protección de estas para garantizar su desarrollo armónico e integral y aquellos de carácter general y que se consustancia en la presente Acción Popular.

### COMPETENCIA

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 15 y 16 de la Ley 472 de 1996, el juez del Circuito de Bogotá es competente para conocer de esta acción popular, toda vez que una de las entidades demandadas es de carácter particular y tiene su domicilio judicial en la ciudad de Bogotá.

El demandante de la presente acción popular deduce bajo la gravedad de juramento no haber intervenido ninguna acción popular por los mismos hechos, advirtiendo que, cada materia popular, constituye un hecho independiente que vulnera por sí misma los derechos colectivos, tal como se evidencia en la presente demanda.

Conforme resulta que las disposiciones legales vigentes contempladas en sede administrativa como lo es el artículo 10 de la Ley 792 de 1996 establecen como opción el procedimiento de Acción Popular que conforme a lo colectivo va y ante la evidente existencia del cumplimiento de las normas establecidas, aspecto que hace necesario contar con la garantía de que exista una acción popular que se vea de acción popular, es necesario indicar frente a la magnitud del daño a los derechos de naturaleza colectiva y ante la existencia de las normas establecidas, aspecto que hace necesario contar con la garantía de que exista una acción popular que se vea de acción popular, es necesario indicar frente a la magnitud del daño a los derechos de naturaleza colectiva en el artículo 10 de la Ley 792 de 1996 establecen como opción el procedimiento de vía gubernativa.

El quejoso considera que la vía de acción popular es el mecanismo idóneo frente a la magnitud del daño a los derechos de naturaleza colectiva y ante la evidente existencia del cumplimiento de las normas establecidas, aspecto que hace necesario contar con la garantía de que exista una acción popular que se vea de acción popular, es necesario indicar frente a la magnitud del daño a los derechos de naturaleza colectiva en el artículo 10 de la Ley 792 de 1996 establecen como opción el procedimiento de vía gubernativa.

### IDENTIFICACIÓN DE LAS PERSONAS JURÍDICAS RESPONSABLES DE LA VIOLACIÓN DEL DERECHO COLECTIVO

El presente escrito popular se dirige contra las siguientes personas jurídicas:

- CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S., sociedad constituida el 21 de agosto de 2008 mediante escritura pública No 7158 de la notaría 55 de Bogotá e inscrita ante la Cámara de Comercio de Bogotá D.C. el 16 de febrero de 2012 (Ley 900.236.520-7 según artículo de existencia y representación expedido por la Cámara de Comercio de Bogotá D.C.), y es representada legalmente por LÓPEZ MORENO JORGE FRANCISCO, hombre mayor de edad y quien se identifica con el No de cédula No 704611. Esta sociedad está vinculada a los derechos colectivos a la seguridad y salubridad pública y los derechos de los consumidores expresamente señalados en los literales g y n del artículo 4 de la Ley 472 de 1996, así como a violar normas de publicidad e información sobre bebidas azucaradas.

- BAVARIA S.A., sociedad constituida el 16 de noviembre de 1990 mediante Escritura Pública No. 1031111 de la Notaría 02 de Bogotá, inscrita en la Cámara de Comercio de Bogotá el 26 de febrero de 1992 con la matrícula mercantil 0000353 y NIT 8800224-6 domiciliada en Bogotá D.C., representada legalmente por ENELZ AWWAY DANIÉLA, mujer mayor de edad y quien se identifica con el No de cédula No 1032433.250. Esta sociedad está vinculada a los derechos colectivos a la seguridad y salubridad pública y los derechos de los consumidores expresamente señalados en los literales g y n de

En este sentido, no cabe duda acerca del incumplimiento de las normas jurídicas pues éstas son claras y no admiten incumplimientos parciales o temporales.

Las omisiones aquí referidas hacen que la publicidad sea irresponsable, pues no advierte claramente sobre los daños que ocasiona el consumo de estos productos y no genera conciencia en los menores de la prohibición de su ingesta.

Es importante señalar que, aunque el daño ocurrido a la sociedad es insalvable, las acciones populares caben incluso para los eventos de daño contingente, peligro y amenaza de daño, de conformidad con el artículo 2 de la Ley 472 de 1998. Por lo tanto, el incumplimiento de las advertencias sobre la nocividad del producto y su prohibición de venta a menores de edad legitima el ejercicio de la acción popular.

Lo evidente entonces que la publicidad, en cualquier forma de productos que son nocivos para la salud, debe efectuarse dando estricte cumplimiento a las disposiciones legales vigentes pues, su omisión conlleva en consecuencias irremediables e irreversibles para el ser humano como el alcoholismo y para la sociedad, como los accidentes de tránsito, los rabos, la violencia familiar, las violaciones, los embarazos indeseados, entre otros.

Así, se tiene entonces que se cumplen los supuestos sustanciales para que proceda la acción procesal, esto es, a) una acción u omisión de parte de la demanda, b) un daño contingente, peligro, amenaza, vulneración o agravio de derechos o intereses colectivos y c) Una relación de causalidad entre la acción u omisión y la señalada afectación de tales derechos e intereses.

Por otra parte, el artículo 34 de la Ley 472 de 1998 dispone:

**ARTÍCULO 34. SENTENCIA.** Vencido el término para alegar, el juez dispondrá de veinte (20) días para proferir sentencia. La sentencia que acogió las pretensiones del demandante de una acción popular podrá contener una orden de hacer o de no hacer, condenar al pago de perjuicios cuando se haya causado daño a un derecho o interés colectivo en favor de la entidad pública no culpable que los tenga a su cargo, y exigir la realización de conductas necesarias para volver los cosas al estado anterior a la vulneración del derecho o del interés colectivo, cuando fuere físicamente posible. La orden de hacer o de no hacer definirá de manera precisa la conducta a cumplir con el fin de proteger el derecho o el interés colectivo amenazado o vulnerado y de prevenir que se vuelva a incurrir en los hechos u omisiones que dieron origen para acceder a las pretensiones del demandante. Igualmente fijará el monto del incentivo para el actor popular.

Sin embargo, el pago de los perjuicios mencionados en la norma antes transcrita no es una opción que resulte viable para el presente caso toda vez que las sociedades accionadas con culpables al permitir la emisión del cumplimiento de las obligaciones legales antes ampliamente señalado de igual forma. De igual forma el daño sufrido por la sociedad como consecuencia de las conductas omisivas de CAJENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S. por intermedio de su publicidad en sus establecimientos de comercio y la sociedad BAVARIA S.A., deben ser sancionadas y corregidas.

La sociedad no puede permitir que quienes vulneren derechos colectivos se beneficien económicamente de la ilegalidad de sus conductas, aún a sabiendas del perjuicio que pueden ocasionar a los consumidores.

La forma para que haya una sanción para estas sociedades comerciales es la contemplada actualmente en la modificación civil artículos 1005 y 2360 respectivamente, a continuación, su texto:

**ACCIONES POPULARES O MUNICIPALES.** La municipalidad y cualquiera persona del pueblo tendrán en favor de los caminos, plazas u otros lugares de uso público, y para la seguridad de los que transitan por ellos, los derechos concedidos a los dueños de heredades o edificios privados.

Y siempre que a consecuencia de una acción popular haya de demolerse o enmendarse una construcción, o de resarcirse un daño sufrido, se recompensará al actor, a costas del querrelado, con una suma que no baje de la décima, ni exceda de la tercera parte de lo que cueste la demolición o enmienda, o el resarcimiento del daño; sin perjuicio de que si se castiga el delito o negligencia con una pena pecuniaria, se adjudique al actor la mitad. (Negrillas a voluntad)

De igual forma el artículo 2360 de la misma modificación civil señala:

Art. 2360.- Si las acciones populares a que dan derecho los artículos precedentes se declararan fundadas, será el actor incentivado con todas las costas de la acción, y se le pagarán lo que valgan el tiempo y la diligencia empleados en ella, sin perjuicio de la remuneración especial que concede a ley en casos determinados. Negrillas a voluntad

Así pues, señor juez la ley faculta al suscrito además de lo referenciado en la ley 472 de 1998 a solicitar una recompensa por advertir el descuido a la normatividad por parte de estas entidades comerciales ya que la presente interposición de la Acción Popular no se fin a la vulneración de los derechos colectivos. Por tanto, se solicita, al Honorable Juez que la valoración de la recompensa, guarde proporción con el perjuicio causado que no tiene la posibilidad de resarcimiento, de lo contrario, resulta para las empresas CAJENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S por intermedio de su publicidad en sus establecimientos de comercio y la sociedad BAVARIA S.A. financieramente provechoso violar los derechos colectivos.

lo cual es responsable al Honorable juez.

**PRETENSIONES**

1. Declarar a CADENA COMERCIAL OXXO DE COLOMBIA S.A. probara de los establecimientos de comercio denominados OXXO, por medio de su publicidad exterior de ser responsable por contra el cumplimiento de la ley 30 de 1986 y ley 174 de 1994 y en particular con relación a la información y publicidad de las firmas y permitir la violación de los derechos a la seguridad y salubridad pública, los derechos de los consumidores y el desarrollo armónico e integral de los ritmos.

2. Declarar a las sociedades FABRICA DE LICORES Y BAVARIA S.A. de ser responsable por contra el cumplimiento de la ley 30 de 1986 y ley 174 de 1994 y en particular con relación a la información y publicidad de las firmas y permitir la violación de los derechos de los consumidores y la seguridad y salubridad pública, los derechos de los consumidores y el desarrollo armónico e integral de los ritmos.

3. Ordenar a CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S y la sociedad BAVARIA S.A. y la conexión de su omisión mediante una publicación y/o publicidad exterior de igual nivel donde se celebre se parte y omisión afecta de la publicidad de las bebidas alcohólicas DERWEZKA BUDWEISER, y se exagere las leyendas.

4. Ordenar a CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S por incumplimiento de su publicidad en sus establecimientos de comercio y la sociedad BAVARIA S.A. establecer de realizar publicidad de la bebida alcohólica de su producto DERWEZKA BUDWEISER, en dar cumplimiento a las disposiciones vigentes.

5. Que se condene a CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S y BAVARIA S.A. a pagar al equi comandante el litigante la cantidad de los artículos 1005 y 2357 del Código Civil en una cantidad proporcional al daño y al beneficio que reportará para la empresa antes referida frente al perjuicio causado a la comunidad en general.

Para recibir la valoración de incentivo debe tenerse en cuenta que:

- El tiempo dedicado por el ciudadano que impide poner fin a una práctica legal que las entidades accionadas y que permite que, de no haberse iniciado la presente acción continuaran ejecutando e incumpliendo sus deberes.
- Que debe imponerse una sanción ejemplar para que la industria que comercializa bebidas alcohólicas y que publica su publicidad en general y en particular a CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S y BAVARIA S.A. y que como consecuencia de esto se exagera el incumplimiento de las disposiciones vigentes a un a pesar del beneficio económico que esta conducta reporta y por donde se muestra un a pesar de las sanciones que impone el INVIMA.
- Que el incumplimiento debe tenerse en cuenta por parte de los ciudadanos para que estos ejerzan un comportamiento participativo frente a la violación de los derechos colectivos.
- Que se hace necesario aunar los gastos propios en que ha incurrido el demandante y en a vez prescrito para que la protección de los derechos colectivos cobre valor.

**PRUEBAS**

Salido de tener en cuenta las siguientes pruebas, además de las que el Honorable juez estime pertinentes declarar de conformidad con la ley 472 de 1998:

**Documentales**

1. Certificados de existencia y representación legal de la sociedad CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S.
2. Certificados de existencia y representación legal de la sociedad BAVARIA S.A.
3. Fotos (8) registros fotográficos como prueba de la publicidad exterior de las bebidas alcohólicas en los establecimientos de comercio de la CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S.
4. Alegro copia de la sentencia emitida por el Honorable juez de la Corte de Casación No 2012-00388-03 Promoviente del juzgado 36 CIVIL del Circuito de Bogotá S.A. CUARTA CIVIL dentro del proceso No 2012-00388-03 Promoviente del juzgado 36 CIVIL del Circuito de Bogotá S.A. CUARTA CIVIL, en donde se declaró a las partes demandadas BAVARIA S.A. y al promotor del establecimiento de comercio LA LATINA, que vulneraron los derechos colectivos a la seguridad y salubridad pública y los derechos del consumidor al NO incluir en el anuncio de su marca CERVEZA AGUILA LATINA de publicidad exterior (Todos) que funcionaba en el establecimiento de comercio denominado SANTA FE LA LATINA.

Se ordena que la demanda esta recomendada a la protección de la salubridad pública y de los derechos de los consumidores quienes contribuye a lo que incurre el artículo del cumplimiento de la ley 30 de 1986 y ley 174 de 1994, se deben adoptar las medidas de protección de los derechos de los consumidores, tales como: la información, la publicidad, la seguridad y salubridad pública, la calidad de los productos que se ofrecen o se pongan en circulación así como los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización. La información de protección de los derechos de los consumidores y las firmas de ejércitos las personas en situación de discapacidad a fin de proporcionar equidad a los consumidores y adheridos para su acceso y utilización. De esa manera tenidos que el artículo 14 de la ley 30 de 1986 por la cual se adoptó el estatuto nacional de establecimientos que todo recipiente de bebida

El decano de la facultad de medicina de la Universidad Nacional de Colombia dice:...

En lo que respecta al consumo de bebidas alcohólicas, señala que "además de los índices conocidos como factor de delitos y criminalidad, es un factor fundamental en la aparición de cirrosis del hígado, enfermedad generalmente fatal, además que el alcohol actúa como factor notable de alteración funcional en los sistemas neurológico, cardíaco y digestivo."

El Instituto de Medicina Legal emitió el concepto emitido por los síndicos de la institución, y en él se afirma que "uno de las principales consecuencias del uso del alcohol es la conducta violenta"; demostrando con estadísticas el índice elevado de delitos cometidos por personas en estado de embriaguez. Señala también que existe "asociación significativa entre consumo de bebidas alcohólicas e intentos de suicidio."

Para también se advierte en la citada sentencia:

(...) El empresario tiene plena libertad de iniciativa para escoger los instrumentos que considere idóneos y eficaces para ofrecer o anunciar sus productos, siempre y cuando no atenten contra el bien común, las derechos fundamentales, la función social de la empresa, las leyes reguladoras de la actividad económica, y la información que debe suministrarse al público en la comercialización de los productos. Dentro de esos mecanismos se encuentra la publicidad o propaganda del bien o servicio a través de los distintos medios de comunicación.

(...) el legislador debidamente facultado por el canon constitucional que confidencialmente el actor invoca como violado, esto es, el artículo 78 de la Carta, tiene competencia para señalar la información que debe suministrarse al público en la comercialización de los bienes y servicios, dentro de la cual se incluye necesariamente la publicidad o propaganda de tales productos, que se traduce en protección y garantía para los consumidores de los productos o usuarios de los servicios ofrecidos.

De otro lado, obsérvese que la norma demandada no impide la divulgación de propaganda por parte de los medios de comunicación allí citados, sino que condiciona su emisión a los horarios que determine el Consejo Nacional de Estupefacientes, por fines plausibles como son: el interés general, la vida, la salud, la seguridad y los derechos de los niños.

Pues bien: una y otra observación son pertinentes en el caso sub-iter: 1) Porque el hecho de que el consumo de ciertas sustancias nocivas no esté penalizado, no significa que sea socialmente deseable. Y si más bien se juega naipes, es legítimo y armónico con la filosofía que informa la Constitución, que no se tolere la publicidad que hace atractivo al producto, más allá de cierto límite; y 2) Porque si es doble señalar cuáles, cuándo y bajo qué circunstancias pueden consumir una sustancia que no obstante no estar prosrita resulta individual y socialmente nociva, con mayor razón resulta válido señalar las condiciones bajo las cuales está permitido anunciar el producto, y a quiénes, específicamente, parece oportuno precaver de la influencia publicitaria.

En otros términos, - si los adultos, por ejemplo, son menos permeables a la elección condicionada que los niños (y además están en condiciones de optar libremente), parece razonable que la publicidad por radio y televisión, tenga lugar en horarios menos accesibles a los segundos."

Así pues, al no informar a la población en general y a los consumidores en particular de los riesgos de los productos que ofrece, como lo exige la ley. Las sociedades como CADENA COMERCIAL OXXO DE COLOMBIA S.A.S y la empresa BAVARIA S.A. por intermedio de su publicidad exterior en los establecimientos de comercio de las tiendas OXXO en la ciudad de Bogotá D.C. presentan una visión desequilibrada y engañosa de sus productos, vulnerando los derechos colectivos de los consumidores.

En efecto, pareciera que este tipo de productos puedan ser ingeridos simplemente para refrescarse sin que generen problemas para la salud o puedan ser adquiridos por menores de edad. Por lo que se evidencia nuevamente la vulneración o derecho colectivo.

#### E. DAÑOS CAUSADOS COMO CONSECUENCIA DE LA VIOLACIÓN NORMATIVA Y SU RESARCIMIENTO

Como consecuencia directa de la violación de las normas que protegen la salud, la niñez y los consumidores las empresas CADENA COMERCIAL OXXO DE COLOMBIA S.A.S. por intermedio de su publicidad en sus establecimientos de comercio y la sociedad BAVARIA S.A. vulneraron los derechos colectivos que estas mismas normas buscan proteger.

El legislador pudo que se pusieran advertencias en las propagandas de bebidas alcohólicas pues consideró, acertadamente, que al informar a la gente sobre los riesgos del producto iría generando una actitud más responsable. Sin embargo, la visión que dan las propagandas de esta acción mantiene a la población en la ignorancia, frente a una actitud ligera y tolerante frente al abuso del alcohol y su venta a menores de edad.

Así, es claro que CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S. por intermedio de su publicidad en sus establecimientos de comercio y la sociedad BAVARIA S.A. no han cumplido con las obligaciones relacionadas con la información de la publicidad comercial en la medida en que las citadas leyendas no se encuentran en la publicidad adjunta o son imperceptibles para el consumidor.

177



alcohólica nacional o extranjera debe imprimirse en el extremo inferior de la etiqueta ocupando al menos una décima parte de ella la leyenda **EL EXESO DE ALCOHOL ES NOCIVO PARA LA SALUD** y en esta etiqueta debe además indicarse la gradación alcohólica de la bebida y en el caso de las bebidas destiladas deberá incluirse la leyenda para consumo en Colombia el gobierno nacional debe reglamentar las características para la etiqueta también en la misma línea se expidió la ley 124 de 1994 en la que según su artículo No 1 establece la prohibición del expendio de bebidas embriagantes a menores de edad y en el artículo 3 dice que toda publicidad identificación o promoción sobre bebidas embriagantes debe hacer referencia expresa a esta prohibición establecida en esta ley y además en el párrafo señala que los establecimientos que expendan bebidas embriagantes deben colocar en sitio visible ese texto en esa publicidad, de acuerdo con lo anterior claro que en todo caso la publicidad de las bebidas embriagantes o alcohólicas deben contener información sobre la nocividad de su exceso y la prohibición de su consumo a menores de edad, por tanto el cobertizo (toldo) con la marca AGUILA LIGTH instalado en el frente del establecimiento de comercio Santa Fe Latina en la carrera 14 No 83-42 de la ciudad de Bogotá D.C debía contener la información mencionada en cuestión, que no ocurre en este caso según se conta en las pruebas y fotografías que fueron aportadas con la demanda, en el caso presente el Juzgador de primera instancia encontró que la acción impetrada no era procedente porque carecía de objeto actual ya que según las fotografías aportadas por la accionada Bavaria s.a ya no había ninguna publicidad violatoria de los derechos colectivos en el establecimiento de comercio, puesto que el mismo había dejado de funcionar en el lugar, no obstante lo anterior esta sala que con la demanda fue acreditada la vulneración de los derechos colectivos alegados en virtud de la publicidad de LA CERVEZA AGUILA LIGTH exhibida en el establecimiento de comercio en cuestión NO tenía las leyendas que exige la ley para la protección de los menores de edad y de evitar el exceso en el consumo de bebidas embriagantes bajo el entendido y considerando que la ley 472 de 1998 se instituyó para amparar los derechos colectivos, habrá de revocarse la decisión de primera instancia para en su lugar declarar la violación de los derechos colectivos invocados por parte de la demandada sin que haya pues lugar a impartir orden alguna por lo que se ha expresado en lo que respecta al incentivo de la ley 1425 deroga los artículos 39 y 40 de la ley 472 de 1998 en el primero de los cuales se consagra el incentivo a favor del actor popular, la regla general en materia de aplicación de la ley en el tiempo señala que la misma rige todos los hechos y actos que se produzcan a partir de su promulgación hacia el futuro y esta su derogatoria así lo ha precisado la corte constitucional en sentencia C-443 del 18 de septiembre de 1997, reiterada en la C-159 de 2004, entonces considerando que aquí la demanda fue presentada el 30 de enero de 2012 época para la cual ya no se encontraba vigente a la exposición del artículo 39 de la ley 472 de 1998, lo pertinente era como lo hizo el que era el negar el incentivo correspondiente, aspecto que también venia alegando el demandante. Finalmente en cuanto a la condena de costas habrá de mantenerse la misma a cargo de la parte demandada en virtud de que se ha declarado que hubo vulneración a los derechos colectivos, se declara que la accionada Bavaria s.a y el establecimiento de comercio Santa Fe Latina vulneraron los derechos colectivos a la seguridad y salubridad pública y los derechos del consumidor al NO incluir en el anuncio de AGUILA LIGTH que funcionaba en el establecimiento de comercio Santa Fe Latina ubicado en la carrera 14 No 83-42 de Bogotá D.C las leyendas **EL ALCOHOL ES PERJUICIAL PARA LA SALUD Y PROHIBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD**, ordenadas en el artículo No 3 de la ley 30 de 1986 y artículo 3 de la ley 142 de 1994."

**1. ANEXOS**

Adjunto a esta demanda los documentos señalados en el acápite de pruebas. Formatos en CD de la demanda, así como de sus anexos.

**2. COPIAS**

Tres (3) copias de la demanda y sus anexos se acompañan para los siguientes efectos: 1. Traslado a CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S. 2. Traslado a BAVARIA S.A., y 3. Para el archivo a su Despacho.

**3. NOTIFICACIONES**

- A la sociedad CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S. en la siguiente dirección: Avenida 19 # 104-37 piso 4 de la ciudad de Bogotá D.C.  
Correo electrónico: [audomely.montoya@oxxo.com](mailto:audomely.montoya@oxxo.com)
- A la sociedad BAVARIA S.A. en la siguiente dirección: Carrera 53# No 127-35 de la ciudad de Bogotá D.C  
Correo electrónico: [notificaciones@bay.sabmiller.com](mailto:notificaciones@bay.sabmiller.com)
- El suscrito recibirá notificaciones en la Carrera 14 No 83-32 de la ciudad de Bogotá D.C local 06  
Correo electrónico: [facuadros@hotmail.com](mailto:facuadros@hotmail.com)

Del Señor Juez

  
**LUIS ALFREDO CUADROS RODRIGUEZ**  
 C.C. 91.288.838 de Bucaramanga.

Es hora de una actuación concertada y eficaz, además, tanto por parte de quienes controlan los vehículos alcoholizados y por parte de las autoridades sanitarias, a fin de que la población en general conozca en su totalidad el discurso gubernamental, no solo en las acciones y de estructuras de estas.

Las autoridades obligatorias prevén la formación de la población en general y a los adolescentes, acerca de los riesgos del consumo excesivo de alcohol en la población en general y en mayor medida, y de modo especial, en menores de edad. De allí que el uso de la ciudad de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque

El uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque el uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque

La falta de inversiones en materia de publicidad de bebidas alcohólicas tiene una tendencia ascendente y esto no es casualidad pues simplemente responde al impacto que la misma tiene sobre el incremento en el consumo de este tipo de productos. El resultado y en consecuencia a la obligación de que arriba hablamos es esperar que tanto los fabricantes y comercializadores de estas bebidas también (quien en una tendencia ascendente) por el respecto a las normas que pretenden proteger a la población del consumo excesivo de alcohol, por un lado, y los electores que se casen en la salud y el pago de las pólizas.

El uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque el uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque el uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque

En el mismo modo, los promotores de bebidas alcohólicas logran incrementar el consumo a través de estrategias publicitarias que buscan la necesidad de la salud, despidiendo una gama de sustancias asociadas a valores como: vitalidad, salud, amor, belleza, amabilidad, alegría, frescura, seguridad, éxito, realización, etc. La mayoría de estas alternativas publicitarias se caracterizan por conseguir naturalidad y fantasía para despertar en las personas conductas deseables. Además, a este tipo de consumo se puede como un acto de libertad, incluido a alcohol a alcohol para adoptar conductas compulsivas y descontroladas por conductas patológicas. Estas

El uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque el uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque el uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque

El uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque el uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque el uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque

El uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque el uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque el uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque

El uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque el uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque el uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque

El uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque el uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque el uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque

El uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque el uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque el uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque

El uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque el uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque el uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque

El uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque el uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque el uso de bebidas alcohólicas, por la necesidad de las mismas, exige un compromiso desde la propia actuación, educativa, porque

positivos, sino en los efectos negativos del consumo de alcohol en el organismo durante los ritos establecidos localmente y  
esto es una labor en la que los Honorables jueces de la Real Audiencia deben ejercer un papel activo a fin de contrarrestar a nivel de la  
falta de ética de los aquí demandados.

Es que advertir acerca de la nocividad del exceso de bebidas alcohólicas facilita el comportamiento festivo y crítico de la  
ciudadanía ante la sociedad de consumo, adaptando como comportamientos responsables frente a la salud y la responsabilidad social. La  
intervención pedagógica en estos ámbitos es primordial hacia la búsqueda de actitudes y valores, como la concentración y la capacidad  
para formar personas libres, capaces de tomar sus propias decisiones para su desarrollo personal y comunitario.

En varios estados de la república como la Organización Mundial de la Salud resalta la importancia de establecer relaciones  
entre las autoridades sanitarias y de educación pública y de participación del sector, con el objeto de preservar el consumo responsable y la integridad  
en la población joven, respecto a este en el que veje mucho que desear la atención especializada por la autoridad sanitaria.

Y este aspecto requiere especial relevancia teniendo en cuenta que el alcohol es la droga que más se consume en el mundo. Aunque  
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 el año pasado en Europa más de 55 000 jóvenes bebieron alcohol y a que de ahí del caso salieron más de 100 000 jóvenes  
muertos, se hace palpable la necesidad de que de una vez por todas se eleve la realidad de los jóvenes.

### C. VULNERACIÓN DEL DERECHO AL DESARROLLO ARMÓNICO E INTEGRAL DE LOS NIÑOS

Una de las leyes que rigen el comercio de bebidas alcohólicas es la Ley 124 de 1954 por la cual se prohíbe el expendio de bebidas alcohólicas a  
menores de edad y se dictan otras disposiciones.

Con el incumplimiento de la disposición en esta la empresa y la conducta amoral de los actores también a este punto  
abdicación en la ignorancia y la indiferencia frente a esta importante dimensión que afecta los derechos de los niños.

Muchos estados señalan la etapa adolescente como aquella de mayor riesgo en el hábito de consumo de alcohol, debido a la  
falta de hábitos en este hábito a una edad temprana aumenta el riesgo de convertirse en un adicto, desarrollando  
dependencia y convirtiéndose potencialmente a sufrir consecuencias a largo plazo.

Otras investigaciones estadísticas que el alcohol se erige como droga de entrada, con la cual la posibilidad de recurrir a otras drogas se  
multiplica. Investigaciones realizadas en México documentan una importante asociación entre la práctica de consumir bebidas y alcohol y  
el consumo de drogas entre estudiantes de centros de secundaria y media superior.

Es una realidad innegable que, ya no solamente los adultos alcohólicos consumen alcohol, sino que  
entre los jóvenes y los niños la hacen cada vez a más temprana edad, ante la muy escasa atención e interés que se le presta y de  
las entidades de gobierno encargadas por a misma sociedad, de detectar entre otros aspectos, el origen de este problema.

El diagnóstico de la situación existe, pero para ninguna situación se ha prestado a un problema que detectara cada vez más la  
estructura de la sociedad actual y coloca en riesgo tanto el bienestar de los jóvenes y mental a la población que su abusa de  
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 de alcohol es ignorado y percibido como uno de  
los menores males para la sociedad.

He es prudente y por el contrario es peligroso para las nuevas generaciones, involucrar 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 a nivel de estos la tasa  
muerte hasta embriagarse. Parece una cifra insignificante, pero si la comparamos con el consumo de jóvenes escandinavos en Suecia, en el  
departamento de Antioquia, el cual es cercano a 500 000 estudiantes, esto significa que alrededor de 250 000 consumen licor y 150 000  
se han embriagado en el último año.

Según un estudio realizado por la Universidad de la Sabana publicado en la Internet es particularmente alarmante el consumo de  
bebidas alcohólicas en menores de edad.

bel

establecimientos de comercio de la CADENA COMERCIAL OXXO DE COLOMBIA S.A.S) y hacerlo no es más que burlar la norma pero lo que es aún peor, que éstas entidades conocen de su existencia y se empeñan en no cumplirlas.

En el mismo sentido, la Ley 30 de 1988 señala:

**"ARTICULO 16. (Leyenda en recipientes de bebida alcohólica).** En todo recipiente de bebida alcohólica nacional o extranjera deberá imprimirse, en el extremo inferior de la etiqueta y arropado al menos una décima parte de ella, la leyenda "El exceso de alcohol es perjudicial para la salud"

En la etiqueta deberá indicarse además la graduación alcohólica de la bebida,

**ARTICULO 18. (Requisitos para la venta).** No se autorizará la venta de licres, cigarrillo y tabaco que no contengan las leyendas prescritas en los artículos 16 y 17 de este estatuto.

**ARTICULO 19.** Las estaciones de radiodifusión sonora, las programadoras de televisión y los cinematógrafos sólo podrán transmitir propaganda de bebidas alcohólicas, cigarrillos y tabaco en los horarios y con la intensidad que determine el Consejo Nacional de Estupefacientes, previo el concepto de su Comité Técnico Asesor. El Ministro de Comunicaciones velará por el cumplimiento de esta disposición."

Es clara la intención del legislador a fin de alertar acerca de la nocividad de las bebidas alcohólicas y de los daños que causa el consumo excesivo de alcohol como una política en materia de salud pública teniendo en cuenta los daños que se causan a las personas con ocasión de la ingesta desmedida de alcohol y los costos que representa el particular en el sistema de seguridad social.

Así mismo, la Ley 124 de 1994 consagra:

**"ARTICULO 2 °** Prohíbese el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad.

La persona mayor que fomente los bebidas embriagantes o su adquisición será sancionada de conformidad con las normas establecidas para los expendedores en los Códigos Nacional o Departamental de Policía.  
(...)

**ARTICULO 3 °** Toda publicidad, identificación o promoción sobre bebidas embriagantes debe hacer referencias expresa a la prohibición establecida en la presente ley."

Lo anterior, precisamente con el fin de evitar que los menores de edad incurrieren en el consumo de bebidas alcohólicas antes de cumplir la mayoría de edad por las implicaciones que ello supone para su salud.

Si bien es cierto que la norma no establece las condiciones bajo las cuales debe hacerse referencia a dicha prohibición en términos de su claridad, legalidad y contraste también es cierto que debe acudirse a una interpretación finalista de la norma.

No en vano, el artículo 27 de Código Civil establece que:

*"... Pero bien se puede, para interpretar una expresión oscura de la ley, recurrir a su intención o espíritu, circunstancialmente manifiesto en ella misma o en la historia fidedigna de su establecimiento"*

Así pues, es necesario efectuar una interpretación que favorezca la finalidad recuperadora del precepto, dando juego a toda la potencialidad que el mismo contiene y en ese sentido, no puede perderse de vista que para que la leyenda cumpla su propósito disuasivo ésta debe ser legible - es que no puede serlo de otra manera.

Por lo tanto, cuando torpemente se trata de hacer fraude a la ley poniendo advertencias que no guardan ninguna proporción con la propaganda, minúscula o ilegible, colocadas en un sentido distinto al de la lectura se infringe la norma de manera directa. Muchos anunciantes de la industria, con el fin de lucrarse, intentan ocultar la información obligatoria de esta manera.

En este sentido CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S y BAVARIA S.A. al no advertir las leyendas obligatorias no da una visión equilibrada y real de sus productos, ni concientiza a la población de su uso adecuado que es precisamente el objetivo de la disposición legal y por el contrario, contribuye a agravar uno de los mayores problemas de salud pública del país.

## **B. VULNERACIÓN DEL DERECHO A LA SEGURIDAD Y SALUBRIDAD PÚBLICA**

El consumo de alcohol en exceso es un problema prioritario de Salud Pública. El alcohol es la droga más consumida en el entorno multicultural, 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 IICR (1.265) de los casos que acudieron a la sala de emergencias a los cuales se les aplicó prueba toxicológica. De las 1.155

PORCENTAJE DE CONSUMO DE SUSTANCIAS  
PSICODACTIVAS LEGALES SEGÚN GRUPOS DE EDAD<sup>1</sup>

	13 - 14 AÑOS		15 - 19 AÑOS		20 - 24 AÑOS	
	EN LA VIDA	ÚLTIMO MES	EN LA VIDA	ÚLTIMO MES	EN LA VIDA	ÚLTIMO MES
ALCOHOL	56.9	29.9	82.3	57.5	85.0	62.4
CIGARRILLO	24.6	10.9	43.0	25.2	42.8	27.5
INHALANTES	1.9	0.7	7.7	0.6	1.8	0.4
TRANQUILIZANTES	1.2	0.5	2.9	0.9	3.5	0.9

Ni la industria de bebidas alcohólicas, ni el Gobierno pueden disentir 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 de 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 la 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 financian 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.

Por tanto, dada la insuficiente formación preventiva ante el consumo y abuso de alcohol, es notoria la presencia de problemas personales, familiares o sociales surgidos en estos sectores de población: absentismo y fracaso escolar, borracheras y comas etílicos, depresiones, embarazos no deseados, consumo y mazdas de estas drogas, accidentes de tráfico etc... Ante lo cual los Honorables Jueces de la República deben responder ordenando los controles pertinentes.

Así lo advirtió el Consejo de Estado en caso similar en sentencia del 27 de marzo de 2003 MP Dr. Darío Quiñones Piñilla, Sección Quinta, radicación AP - 764, actor: Cecilia Luzia Diana García, consideró:

*"Para esto Satis es indudable que la publicidad en la adquisición de bienes es determinante para el consumo, pues la enorme influencia que tiene respecto de los consumidores determina el éxito de la venta masiva de aquellas. En otras palabras, está claro que la publicidad comercial es determinante en el mercado de bienes y servicios que se ofrecen al público en general. De manera específica también es evidente que los menores de edad son altamente influenciables, pues precisamente parte del proceso de formación de la personalidad lleva implícita la facultad de percibir y aprender todo aquello que ofrece la población.*

*Consciente de lo anterior, el legislador diseñó un conjunto de medidas dirigidas a proteger a los miembros de edad de la influencia negativa que se puede causar la propaganda de bebidas embriagantes sobre la salud de aquellos. Dentro de esas medidas se encuentra la que hace referencia la demanda, pues es razonable considerar, de una parte, que la promoción generalizada de bebidas alcohólicas, puede inducir a los menores de edad a consumir drogas, con lo que se afectaría su salud, en tanto que es un hecho notorio y una realidad científica que los bebiúos embriagantes son nocivos para la salud y de otra parte, que es válido que el legislador opente sobre la inconveniencia del consumo y eulque a quienes representan el futuro del país.*

<sup>1</sup> <http://209.85.165.104/search?q=cache:15GxRinksLlj:polaris.unisabaisa.edu.cin:prevencion/estadisticas.html+consumo+de+alcohol&hl=es&cr=clnk&cd=53&gl=co>

**KING OF BEERS**

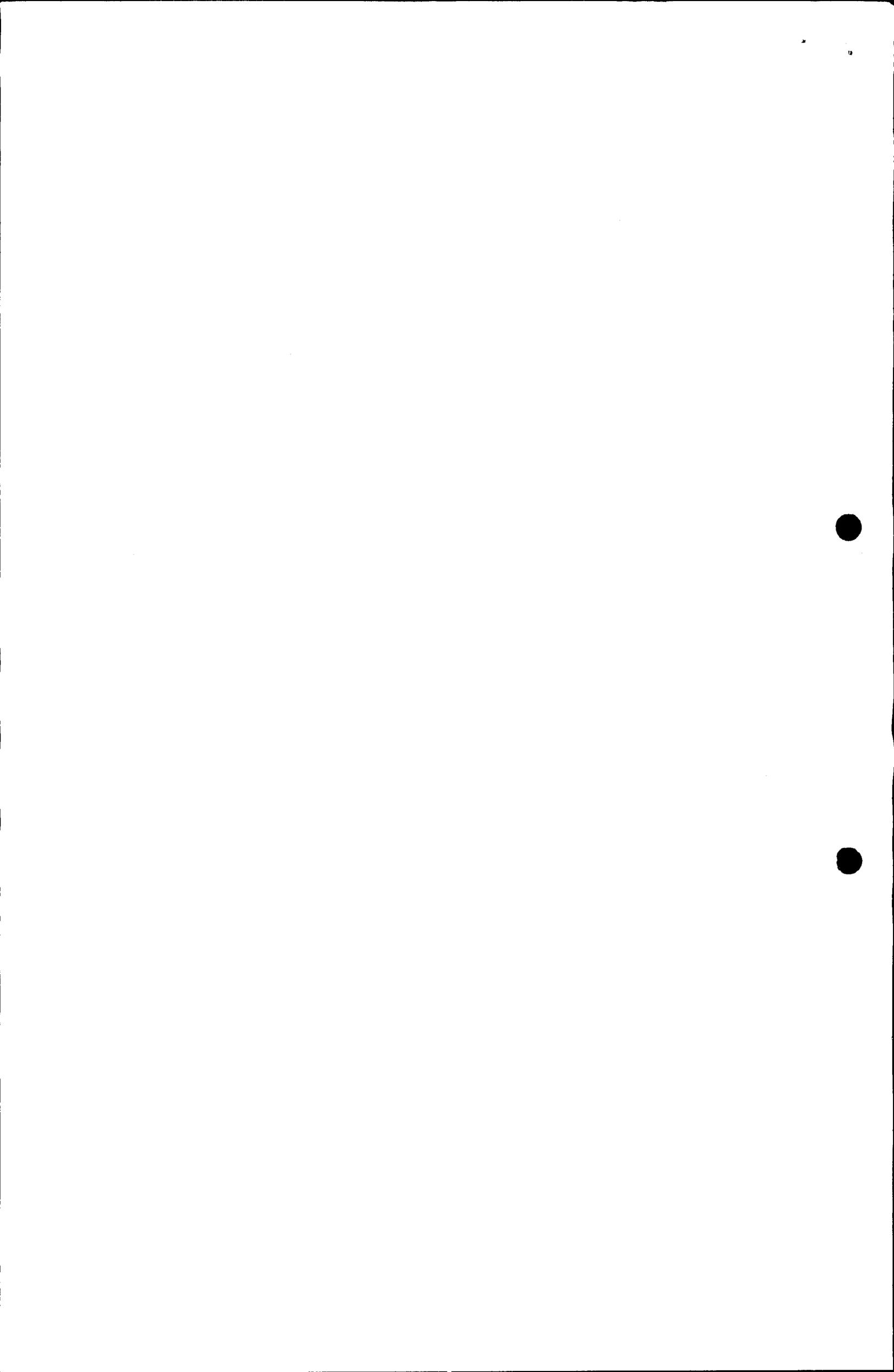


*Budweiser*

11.50 *Budweiser*

OF BEERS





182



JUZGADO TERCERO CIVIL DEL CIRCUITO  
CRA. 9. 11-45 PISO 6  
BOGOTÁ

PROCESO: ACCIÓN POPULAR

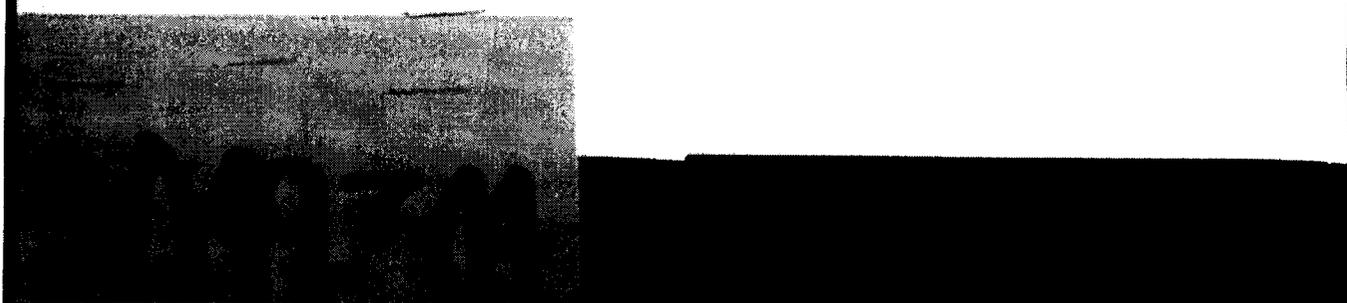
ACCIONANTE: LUÍS ALFREDO  
CUADROS  
RODRÍGUEZ

*Excmo. Jefe 001019*  
*14 ago. 2014*  
*14 ago. 2014*

ACCIONADO: BAVARIA S.A. Y  
OTRO

CUADERNO: 1

RADICACIÓN: 11001310300320190031100



**JUZGADO TERCERO (3º) CIVIL DEL CIRCUITO DE BOGOTÁ D.C.**

Carrera 9 No.11-45 piso 6º Edificio Virrey - Torre Central.  
j03cctobta@cendoj.ramajudicial.gov.co - Telefax 2820261

Bogotá D.C., 30 MAYO 2008

PROCESO - ACCIÓN POPULAR - RAD. No. 110013103003**20190031100**

En virtud de la anterior demandada asignada por la Oficina de Reparto, una vez revisada la misma como los anexos con ella aportados, por hallar reunidas las formalidades exigidas por las normas procesales vigentes, en particular las contenidas en el Art.18 de la Ley 472 de 1998, en armonía con lo normado en el Art.82 del C. G. del P., el Juzgado,

**RESUELVE:**

**1º.- ADMITIR la ACCIÓN POPULAR interpuesta por el ciudadano LUIS ALFREDO CUADROS RODRIGUEZ en contra de CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S A S y BAVARIA S.A.**

**2º.- CÓRRASE** traslado de la demanda y sus anexos a la parte pasiva, por el término de diez (10) días y, notifíquesele esta providencia en la forma prevista en los artículos 290 a 292 del C. G. del P., informándole que tiene derecho a ejercitar sus derechos de defensa y contradicción mediante los medios exceptivos correspondientes, como el de solicitar la práctica de pruebas con la contestación de la demanda.

**3º.- ORDENAR** que se informe a la COMUNIDAD, en cuanto a la presentación de la demanda como de la admisión de éste trámite, por edicto o por cualquier medio de radio o prensa de amplia cobertura y/o circulación en la ciudad, conforme a lo previsto en el Art.293 Ibídem en armonía con el Art.108 ejusdem. Elabórese por secretaría el correspondiente Aviso y de optarse su publicación por la prensa, publíquese en los diarios El Espectador o El Tiempo, labor que se encuentra a cargo del accionante.

No obstante lo anterior y, en virtud de las actuales herramientas informáticas, para mayor publicidad a los miembros de la Comunidad y garantizar el debido proceso de conformidad con lo reglado en el Art.108 del C. G. del P., se ordena que por la Secretaría se incluya el Aviso respectivo en el Registro Nacional de Personas Emplazadas <en la Página de la Rama Judicial- sistema TYBA o el que corresponda, como sitio web público>, el cual deberá permanecer fijado desde que se encuentre ejecutoriada la presente decisión y hasta que se profiera decisión de fondo. Proceda la Secretaría de conformidad, dejando las constancias de rigor.

**4º.- COMUNÍQUESELE** al Ministerio Público – PROCURADURÍA GENERAL DE LA NACIÓN y a la DEFENSORÍA DEL PUEBLO, ésta última a quien igualmente ha de notificarse de la admisión de la presente acción, toda vez que la demanda se interpuso sin la intermediación de apoderado judicial, con el fin de que intervengan como parte pública en defensa de los derechos e intereses colectivos invocados en la acción enfilada y, demás de su resorte y competencia (arts.13 y 21 de la ley 472/98). OFÍCIESE y/o librese respectivas citaciones en tratándose de notificación.



Rama Judicial  
Consejo Superior de la Judicatura  
Republica de Colombia

44/103

Así mismo y, para los fines previstos en el Art.80 ibídem, por secretaría envíese copia de la demanda y de este auto a la Defensoría del Pueblo, para que se sirva proceder en la forma y términos de la norma en cita.

5°.- OFÍCIESE a las SECRETARÍAS DISTRITALES DE AMBIENTE y SALUD – ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ como al MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL y, a la SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, como entidades administrativas que se estiman son las encargada de proteger el derecho o interés colectivo afectado (literales g) y n) del Art. 4 de la Ley 472/98<sup>1</sup>), a fin de comunicarles lo aquí dispuesto y, con la finalidad que se pronuncien conforme lo estimen legalmente conducente y pertinente. Secretaría proceda de conformidad dejando las constancias de rigor.

6°.- TENGASE en cuenta que el aquí demandante actúa en causa propia.

NOTIFÍQUESE,

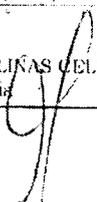
  
LILIANA CORREDOR MARTÍNEZ  
JUEZ

2.

JUZGADO TERCERO CIVIL DEL CIRCUITO DE BOGOTÁ D.C.

La providencia anterior es notificada por anotación en  
ESTADO No. 64 Hoy 5 de Mayo

AMANDA RUTH SALINAS CELIS  
Secretaria



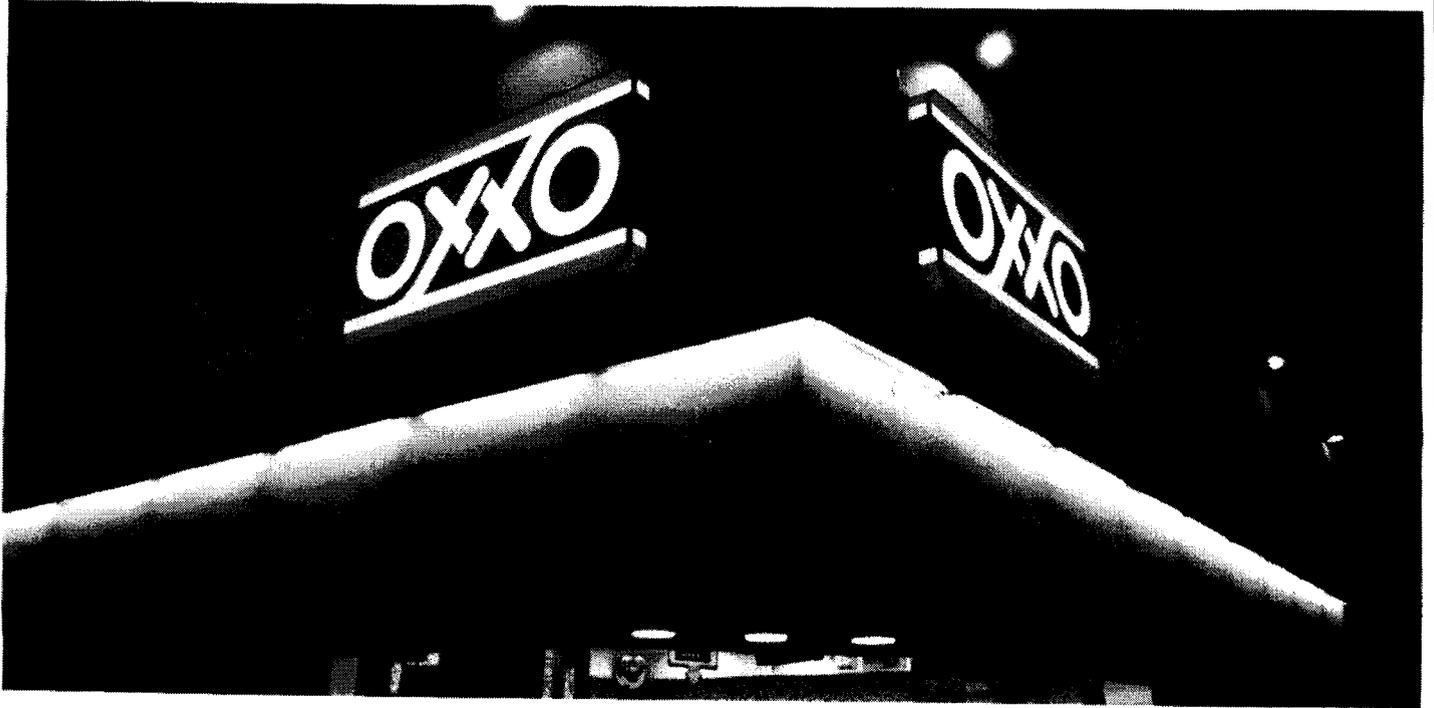
169



195



156



JUZGADO TERCERO CIVIL DEL CIRCUITO

RECIBIDO Y SE AGREGARA EL PROCESO

*Después Continúa - ocabido Correo  
Folio 166*

JUZGADO TERCERO CIVIL DEL  
CIRCUITO DE BOGOTÁ D.C.

Al Despacho del Señor Juez informando que:

- 1. En firme el auto anterior
- 2. Venció el termino del traslado contenido en el auto anterior
- La (s) parte (s) se pronuncio (aron) en tiempo: SI **NO**
- 3. Se presentó la anterior solicitud para resolver
- 4. Ejecutoriada la providencia anterior para costas
- 5. Al Despacho por reparto
- 6. Se dio cumplimiento al auto anterior
- 7. Con el anterior escrito en \_\_\_\_\_ folios
- 8. Venció el termino de traslado del recurso
- 9. Venció el traslado de liquidación
- 10. Se recibió de la Honorable Corte Suprema de Justicia
- 11. *Sin efectos notificaciones de decretados, sin cumplimiento de*

Bogotá *auto folio 137 numeral 5<sup>a</sup>*  
29 ABR 2021