

Bogotá, 10 de noviembre de 2020

Señor Juez.

ALFREDO MARTINEZ DE LA HOZ

JUZGADO TREINTA Y TRES (33) CIVIL DEL CIRCUITO

CARRERA 10 N° 14 – 33 PISO 2.

CCTO33BT@CENDOJ.RAMAJUDICIAL.GOV.CO

CIUDAD

REF.: ACCIÓN POPULAR PROCESO N°: 2020–00071.

ACCIONANTES: LUIS ALFREDO CUADROS RODRÍGUEZ Y GABRIEL
ANDRÉS GAITÁN

ACCIONADOS: BAVARIA & CIA S.C.A, DISPORTAL S.A.S.

MIGUEL NAGED RONDON, mayor de edad, domiciliado en la ciudad de Bogotá, identificado con la cedula de ciudadanía No. 1.110.466.927 de Ibagué, abogado en ejercicio, portador de la T.P. 234.786 del C.S. de la J., actuando en mi calidad de apoderado especial de la sociedad DISPORTAL S.A.S. identificada con Nit No. 900387993-4 tal y como consta en el poder especial que allego junto a la presente, respetuosamente doy contestación dentro del termino a la demanda interpuesta en el proceso de la referencia de la siguiente manera:

I. FRENTE A LOS HECHOS

HECHO PRIMERO: Es parcialmente cierto, pues la sociedad DISPORTAL SAS no exhibe publicidad de la cerveza BUDWEISER tal y como lo afirma el demandante. Lo anterior teniendo en cuenta el concepto de publicidad establecido en el Decreto 1686 de 2012 y la ley 1480 de 2011, conceptos que difieren claramente del concepto de recordatorio de marca establecido por el artículo 3° del Decreto 1686 de 2012. El aviso al que hace referencia el demandante corresponde según la ley a un recordatorio de marca y no a una pieza publicitaria. Concepto que me permitiré explicar mas adelante.

HECHO SEGUNDO: No me consta

HECHO TERCERO: En cuanto a la afirmación respecto de los registros sanitarios de la cerveza BUDWEISER, no me consta.

Con respecto a las normas a las que se refiere el demandante, (ley 30 de 1986 y ley 124 de 1994) La ley 30 de 1986 hace referencia a los requisitos establecidos

para las etiquetas de los recipientes de los productos con contenido alcohólico y no a los recordatorios de marca o avisos, como es el caso de la presente. Así mismo la ley 124 de 1994 no hace referencia a recordatorios de marca, Lo cual me permitirá desarrollar mas adelante.

HECHO CUARTO: No es cierto. Nuevamente se aclara que el aviso al que se refiere el demandante obedece a un recordatorio de marca, el cual se rige por normatividad diferente a la mencionada por el demandante, la cual no exige incorporar las leyendas citadas por el demandante.

HECHO QUINTO: No es cierto. No es coherente concluir que se esta promoviendo el consumo y la ingesta de bebidas alcohólicas en menores de edad por el hecho de omitir leyendas y advertencias que tienen como fin informar sobre los efectos nocivos del alcohol y la prohibición de su venta a menores de edad.

El concepto de “promover” según la Real Academia de la lengua española establece lo siguiente:

1. tr. Impulsar el desarrollo o la realización de algo.

El uso de recordatorios de marca, tal y como lo establece la ley, no exige el uso de las leyendas a las que hace referencia el demandante. No existe prueba que indique que los recordatorios de marca, por no contener las leyendas mencionadas por el demandante estén promoviendo el consumo de alcohol en menores de edad tal y como lo explicaré mas adelante.

HECHO SEXTO: No es cierto. Disportal SAS ha sido responsable y estricta en el cumplimiento de la normatividad que le aplica en su desarrollo comercial. El demandante nuevamente confunde los conceptos de publicidad y recordatorio de marca. No existe hecho alguno que demuestre conducta desplegada por Disportal SAS que promueva el consumo de bebidas alcohólicas en menores de edad. Me permitiré desarrollar este argumento mas adelante.

HECHO SÉPTIMO: No me consta.

II. FRENTE A LAS PRETENSIONES

Me opongo a todas y cada una de las pretensiones del demandante. No existe vulneración a los derechos colectivos de los consumidores, a la seguridad y la salubridad publicas y al desarrollo armónico e integral de los niños por el hecho de hacer uso de un recordatorio de marca que cumple con lo exigido legalmente.

Disportal SAS cumple con toda la normatividad aplicable. Para tal efecto propongo las siguientes:

III. EXCEPCIONES DE MÉRITO

A. FALTA DE LEGITIMACIÓN DE POR PASIVA

Al respecto me permito hacer referencia al contrato de patrocinio de establecimiento No. HE Centro C71 suscrito el 17 de septiembre de 2019 por medio del cual la sociedad DISPORTAL SAS cede el uso del espacio referido por el demandante a la sociedad KOPPS COMMERCIAL SAS identificada con Nit No. 900.818.921-5 para que haga uso del mismo exponiendo la publicidad o los recordatorios de marca que considere dentro del marco legal. Es así como la sociedad KOPPS COMMERCIAL SAS amparada en el contrato referido y haciendo uso de la autonomía que este le da para el uso del espacio objeto de la demanda, escoge según su preferencia la pieza publicitaria que considere.

Tal y como consta en el contrato referido, Disportal SAS, cedió el uso del aviso exterior sobre la calle 85 y la carrera 15 y dos espacios de vitrina del establecimiento de comercio. Por tal motivo, KOPPS COMMERCIAL SAS asumió el patrocinio comercial y publicitario del establecimiento comercial y es el responsable del uso de dichos espacios.

Señala la Ley 472 de 1998, en su artículo 14 sobre el particular lo siguiente:

Art. 14.- PERSONAS CONTRA QUIENES SE DIRIGE LA ACCION. La Acción Popular se dirigirá contra el particular, persona natural o jurídica, o la autoridad publica cuya actuación u omisión se considere que amenaza, viola o ha violado el derecho o interés colectivo. En caso de existir la vulneración o amenaza y se desconozcan los responsables, corresponderá al juez determinarlos.

Teniendo en cuenta lo anterior es evidente que la persona jurídica contra la cual se debe dirigir la acción popular es quien se considere que amenaza, viola o ha violado el derecho o interés colectivo. Si bien es cierto que el establecimiento de comercio donde obra el recordatorio de marca es de propiedad de DISPORTAL SAS es también cierto que, teniendo en cuenta el contrato referido, dicho espacio no hace parte del control de DISPORTAL SAS debido a que el contrato establece que el uso y disposición del mismo estará a cargo de KOPPS COMMERCIAL SAS.

Por lo anterior la acción debió dirigirse contra la persona que dispone, controla y tiene las facultades para hacer uso del espacio referido, esto es, la sociedad KOPPS COMMERCIAL SAS.

Así las cosas, teniendo en cuenta el contrato referido la sociedad DISPORTAL SAS debe ser desvinculada de la demanda y liberada de toda responsabilidad toda vez que no fue la persona que expuso el recordatorio de marca objeto de la presente acción popular, pues como ya se anoto, en virtud de un contrato debidamente celebrado, cedió los derechos de dicho espacio a la sociedad KOPPS COMMERCIAL SAS quien tiene su control y manejo y escogió el recordatorio de marca objeto de la presente demanda.

B. AUSENCIA DE LOS PRESUPUESTOS SUSTANCIALES PARA LA PROSPERIDAD DE LA ACCIÓN POPULAR.

Jurisprudencialmente se han establecido unos supuestos sustanciales de los cuales depende la prosperidad de la acción popular. La concurrencia de todos y cada uno de los mencionados presupuestos es requisito indispensable para que prospere dicha acción, por lo que no podrá declararse responsable al demandado por la presunta amenaza o vulneración a los derechos e intereses colectivos si faltare alguno de ellos.

Al respecto, la sentencia con Radicación número: 25000-23-24-000-2010-00609-01(AP) del quince (15) de mayo de dos mil catorce (2014) Consejero ponente: GUILLERMO VARGAS AYALA del Honorable Consejo de Estado indica lo siguiente:

Según ha señalado la jurisprudencia administrativa en reiteradas oportunidades, la prosperidad de la acción popular depende de la verificación de los siguientes supuestos sustanciales en el caso concreto: a) una acción u omisión de la parte demandada; b) un daño contingente, peligro, amenaza, vulneración o agravio de derechos o intereses colectivos, distinto de aquél que proviene de todo riesgo normal de la actividad humana; y, c) una relación de causalidad entre la acción u omisión y la señalada afectación de tales derechos e intereses. Estos supuestos deben ser debidamente acreditados en el proceso como presupuesto para la que la vulneración del derecho colectivo invocado sea declarada.

Con respecto al caso que nos ocupa, haciendo un análisis de cada uno de los presupuestos sustanciales establecidos jurisprudencialmente, se observa que el demandante no acredita el segundo de dichos elementos: “b) un daño contingente, peligro, amenaza, vulneración o agravio de derechos o intereses colectivos, distinto de aquél que proviene de todo riesgo normal de la actividad humana”. Pues no se evidencia ni se prueba una vulneración concreta o amenaza real, directa e inminente de los derechos colectivos de los consumidores o de los menores de edad.

Al respecto me permito citar nuevamente al Honorable Consejo de Estado en la sentencia con Radicación No. AP–170012331000200400637 01 Consejero ponente: Alier E. Hernández Enríquez del veintiséis (26) de enero de dos mil seis (2006) por medio de la cual hace referencia expresa al segundo presupuesto sustancial **y a lo que se debe entender como amenaza y vulneración según sea el caso:**

“...la Sala considera importante anotar, que la acción popular no está diseñada para acudir a ella ante cualquier violación de la ley, irregularidad o disfunción que se presente ya sea en el ámbito público o privado. Por el contrario, como se indicó al inicio de estas consideraciones, la acción popular tiene un papel preventivo y/o remedial de protección de derechos e intereses colectivos, cuando quiera que éstos se ven amenazados o están siendo vulnerados, pero en uno y otro evento, tanto la amenaza como la vulneración, según el caso, deben ser reales y no hipotéticas, directas, inminentes, concretas y actuales, de manera tal que en realidad se perciba la potencialidad de violación del derecho colectivo o la verificación del mismo, aspectos todos que deben ser debidamente demostrados por el actor popular, quien conforme a lo dispuesto en el artículo 30 de la Ley 472 de 1998, tiene la carga de la prueba.

Teniendo en cuenta lo anterior no se observa dentro del material probatorio aportado por el demandante la violación **concreta, real y no hipotética de los derechos colectivos a los cuales hace referencia**. No se observa como, por medio de un recordatorio de marca que cumple lo establecido por la normatividad colombiana aplicable, tal y como lo expondré mas adelante, se vulneran derechos colectivos. Es importante resaltar que la jurisprudencia ha sido reiterativa al aclarar que **dicha amenaza o vulneración debe ser directa inminente y concreta, lo cual obliga al actor popular a probar de manera clara y concisa la violación precisa y determinada de los derechos colectivos, lo cual no se evidencia en la presente demanda.**

Lo anterior tiene como fundamento la clara diferenciación que ha hecho la normatividad colombiana entre los conceptos de publicidad y recordatorio de marca, los cuales no pueden ser confundidos debido a que en lo que respecta a las leyendas obligatorias exigidas por la ley, estas no aplican de igual manera para los dos casos.

Recordatorios de marca vs publicidad:

El artículo 3° del Decreto 1686 de 2012, normativa sanitaria en materia de bebidas alcohólicas, define los recordatorios de marca de la siguiente manera y resalta la característica principal que transforma al recordatorio de marca en publicidad, lo cual se debe observar y tener en cuenta de manera cuidadosa en el presente caso.

“Recordatorio de marca. Son todos los objetos o elementos de promoción de ventas, utilizados para mantener la marca de un producto presente en la mente del consumidor, buscando una reacción de compra. Algunos de los elementos más utilizados con este fin son vasos, gorras, lapiceros, camisetas, portavasos, llaveros, entre otros. Si el recordatorio de marca, hace alusión a información adicional, diferente a la marca del producto, éste se define como publicidad.”

El aviso al cual hace referencia el demandante en el presente caso esta compuesto únicamente de una marca sin hacer alusión a información adicional diferente a esta tal y como lo establece el concepto mencionado anteriormente de recordatorio de marca, por lo cual evidentemente estamos frente a un recordatorio de marca puro y simple cuyas características no le permiten ser considerado como publicidad según el concepto legal mencionado.

Ahora bien, en lo que respecta a los requisitos que se deben observar con el uso de la publicidad de bebidas alcohólicas y de recordatorios de marca el mismo decreto 1686 de 2012 en su artículo 54 establece lo siguiente:

“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 “Prohíbese 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.

Parágrafo. Se exceptúa del cumplimiento de los requisitos señalados en el presente artículo a los recordatorios de marca.”

Habiendo entonces hecho, una clara diferencia entre publicidad y recordatorios de marca, la normatividad citada además excluye expresa y taxativamente de la obligación de declarar las correspondientes leyendas a los recordatorios de marca, los cuales, por sus características diferenciadas tienen un tratamiento legal distinto y no deben equipararse al concepto de publicidad, pues su objeto no es inducir o promocionar el consumo de bebidas alcohólicas sino recordar una determinada marca, como sucede con el caso que nos ocupa, pues la palabra “BUDWEISER” objeto de la presente demanda es una marca por si sola y no incluye información adicional tal y como lo establece el artículo 3 del decreto 1686 de 2012.

Nuevamente, Por esta razón, se solicita declarar la improcedencia de la acción y eximir a la sociedad **DISPORTAL SAS** de toda responsabilidad por la presunta vulneración a los derechos colectivos de los consumidores, el derecho a la seguridad y a la salubridad pública y el derecho al desarrollo armónico e integral de los menores de edad.

C. INDEBIDA APLICACIÓN DE LA NORMA

Frente al Decreto 120 Del 2010

El decreto 120 del 2010 en su artículo 15, norma citada por el demandante, establece la obligación de declarar la leyenda de la prohibición de expendio de bebidas alcohólicas a menores de edad **pero se refiere expresamente a la publicidad**, concepto que ya se diferencio claramente de los recordatorios de marca y se evidencio con sustento normativo cuales son las obligaciones del uso de uno y otro concepto. Por lo cual se evidencia una indebida aplicación de la norma por parte del demandante.

Frente a la Ley 124 de 1994

En cuanto al artículo 15 de la ley 124 de 1994 mencionado por el demandante no se logra establecer a que hace referencia el mismo toda vez que dicha ley solo contiene cinco artículos.

Frente a la Ley 30 de 1986

Con respecto al artículo 16 de la ley 30 de 1986 traído a colación por el demandante para hacer referencia a la presunta violación del recordatorio de marca objeto de la demanda tampoco se logra establecer la conexión con el mismo toda vez que dicha norma hace referencia expresa a las etiquetas de los recipientes y el demandante menciona la presunta violación de un aviso exterior expuesto en la parte frontal de un establecimiento de comercio.

Frente al Decreto 3192 de 1983

El decreto 3192 de 1983 fue derogado por el artículo 96 del decreto 1686 de 2012. Por lo cual no se logra establecer el incumplimiento mencionado por el demandante haciendo referencia a una norma derogada.

Frente al Decreto 1290 de 1994

El decreto 1290 de 1983 fue derogado por el decreto 2078 de 2012. Por lo cual no se logra establecer el incumplimiento mencionado por el demandante haciendo referencia a una norma derogada.

Frente al Decreto 2011 del 2004

El decreto 20011 de 2004 fue derogado por el decreto 2078 de 2012. Por lo anterior no se logra establecer el incumplimiento mencionado por el demandante haciendo referencia a una norma derogada.

D. IMPROCEDENCIA DEL PAGO DEL INCENTIVO O RECOMPENSA.

Con respecto al incentivo solicitado por el demandante es necesario recordar que dicha figura fue eliminada por parte del legislador al derogar expresamente los artículos 39 y 40 por medio de la ley 1425 del año 2010, artículos que regulaban dicha figura.

Adicionalmente, el demandante sustenta su petición en los artículos 1005 y 2360 del código civil pero no tuvo en cuenta que la misma ley 1425 de 2010 en su artículo segundo deroga y modifica todas las disposiciones que le sean contrarias, por lo cual se reitera expresamente la eliminación de la figura del incentivo económico.

Así mismo, con respecto a la procedencia del pago del incentivo, la jurisprudencia del Consejo de Estado ha sido clara estableciendo la eliminación de dicha figura de la siguiente manera:

CONSEJO DE ESTADO SALA DE LO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO SECCION SEGUNDA Consejero ponente: GUSTAVO EDUARDO GOMEZ ARANGUREN Bogotá, D.C., Bogotá, D.C., dos (2) de octubre de dos mil catorce (2014) Radicación número: 11001-33-31-019-2007-00735-01(AP)REV

Pues bien, al Consejo de Estado no le queda el menor asomo de duda que de conformidad con lo dispuesto en la Ley 1425, de diciembre 29 de 2010, "Por medio de la cual se derogan artículos de la Ley 472 de 1998 Acciones Populares y [de] Grupo", el reconocimiento judicial del incentivo económico dentro de las acciones populares fue suprimido por el Legislador del actual ordenamiento jurídico, según se determinó en forma expresa en el artículo 1° de la mencionada ley.

Por su parte, la Corte Constitucional se ocupó de analizar la constitucionalidad de la Ley 1425 y mediante la sentencia C-630 de agosto 24 de 2011 la declaró exequible, circunstancia que refuerza que el legislador sí dispuso la derogatoria expresa de las normas que consagraban el incentivo económico en las acciones populares.

Con referencia al artículo 34 de la Ley 472 de 1998, que alude a los contenidos de la sentencia que se profiere en la acción popular expuso la Corte tres argumentos en su orden histórico, normativo y pragmático. Con relación al primero, con fundamento en las ponencias para primer debate ante la Comisión Primera de la Cámara de Representantes, segundo debate ante la plenaria de la Corporación y tercer debate ante la Comisión Primera del Senado, concluyó: Como se observa, el objetivo de la ley acusada, de acuerdo con la voluntad del legislador, fue constante y claro: la eliminación de los incentivos de la acción popular, a través de la derogatoria de los dos artículos de la Ley 472 de 1998, que regulaban específicamente la materia. Este objetivo fue unívoco y no se contemplaron excepciones dentro del trámite legislativo, de modo que resulta desacertado sostener que, debido a que la derogatoria expresa no se extendió a otros contenidos normativos que refieren al incentivo económico, la finalidad de la norma es diferente. En cuanto al segundo, expresó: "El segundo argumento es de tipo normativo. De la lectura de la Ley 1425 de 2010 se observa que, en relación con las reglas de vigencia del precepto, concurren dos modalidades de derogatoria. Una expresa, que se colige del contenido del

artículo 1º, el cual retira del ordenamiento jurídico los artículos 39 y 40 de la Ley 472 de 1998. Y otra tácita, derivado de la regla de derecho prevista en el artículo 2º, la cual señala que la Ley 1425 de 2010 “rige a partir de su promulgación y deroga y modifica todas las disposiciones que le sean contrarias”. Quiere esto decir que los efectos derogatorios de la Ley se extienden a todas aquellas reglas de derecho que le sean contrarias. Como se explicó anteriormente, el propósito de la Ley 1425 de 2010 es la eliminación del incentivo económico de las acciones populares, por lo que sus efectos derogatorios tácitos se extienden a todas aquellas disposiciones legales que prevean la exigibilidad de dicho estímulo, entre ellas las de la misma Ley 472 de 1998, como sucede con el artículo 34 de esa normativa. Acerca de la configuración de derogatoria de normas jurídicas, la Corte ha señalado que “la derogatoria es aquel efecto de una ley, determinante de la pérdida de vigencia de otra ley anterior, la cual puede ser expresa o tácita. Este último evento tiene lugar al menos en dos hipótesis: (i) cuando una norma jurídica posterior resulta incompatible con una anterior, o (ii) cuando se produce una nueva regulación integral de la materia⁵. Así lo ha entendido la jurisprudencia de esta Corporación al señalar que la derogatoria de una ley puede ser “expresa, tácita o por reglamentación integral (orgánica) de la materia, sucediendo la primera cuando la nueva ley suprime formal y específicamente la anterior; la segunda cuando la nueva ley contiene disposiciones incompatibles o contrarias a la de la antigua, y la tercera cuando una ley reglamenta toda la materia regulada por una o varias normas precedentes, aunque no haya incompatibilidad entre las disposiciones de éstas y las de la nueva ley.

En el caso planteado, se está ante la segunda hipótesis. La Ley 1425 de 2010 determina la exclusión del incentivo económico de las acciones populares, para lo cual deroga las normas que regulaban específicamente la materia y, además, previó en su artículo 2 que también quedaban derogadas tácitamente las demás disposiciones incompatibles con ese propósito, como sucede con el aparte pertinente del artículo 34 de la Ley 472 de 1998. En ese sentido, no puede sostenerse, como lo hace el Ministerio Público, que el incentivo no ha perdido vigencia, pues ello significaría desconocer los efectos de la derogatoria tácita, connaturales a todo sistema de derecho positivo.”

Y finalmente en cuanto al argumento pragmático señaló:

4.2.3. Finalmente, los efectos derogatorios del incentivo económico que tiene la Ley 1425 de 2010 también se justifican a partir del uso que de esa disposición han hecho las autoridades judiciales, en especial las altas cortes, quienes tienen la función constitucional de creación y unificación jurisprudencial, lo que otorga carácter formal y vinculante a las subreglas de derecho así conformadas. A este respecto, la Corte encuentra que el Consejo de Estado, al resolver en última instancia casos sobre acciones populares, ha considerado que el efecto necesario de la Ley acusada es la exclusión del incentivo. El Consejo de Estado incluso ha decidido en ocasiones no reconocer el incentivo a actores populares cuyas pretensiones fueron presentadas ante la justicia, antes de la entrada en vigencia de la ley que lo derogó.⁸ No obstante, es preciso que la Corte Constitucional advierta que la aplicación de la Ley 1425 de 2010 a los procesos en curso al momento de entrar en vigencia, cuestión que no es objeto de decisión en el presente proceso, es un asunto que no ha sido del todo pacífico en la jurisprudencia contenciosa administrativa.

4.2.4. Teniendo en cuenta las anteriores consideraciones, la Corte concluye que la Ley 1425 de 2010 tiene el efecto de eliminar el incentivo económico de las acciones populares, para lo cual derogó expresamente los artículos 39 y 40 de la Ley 472 de 1998 y, tácitamente, las demás normas del ordenamiento que fueran incompatibles. Los demandantes, con base en las consecuencias jurídicas de la Ley acusada, construyen los cargos que dan lugar a los problemas jurídicos a resolver.

Con base en todo lo anterior, teniendo claro sustento legal y jurisprudencial no es procedente el reconocimiento del incentivo solicitado por el demandante, pues además de que no existe tal figura, **tampoco se configura o se logro demostrar daño contingente, peligro, amenaza, vulneración o agravio sobre los derechos e intereses colectivos que pudieran dar lugar como primera medida a ordenar su protección y en segundo lugar al pago de un reconocimiento económico a favor del demandante.**

SOLCITUDES

Con base en todo lo anterior muy respetuosamente solicito lo siguiente:

1. Desestimar todas y cada una de las pretensiones del accionante y declarar la improcedencia de la presente acción popular.
2. Eximir a la sociedad DISPORTAL SAS. de cualquier responsabilidad en relación con la presunta vulneración a los derechos colectivos a la seguridad y la salubridad pública, a los derechos del consumidor y al derecho al desarrollo armónico e integral de los menores de edad.
3.  Negar el incentivo solicitado por el demandante
4. Condenar en costas a los accionantes en virtud del artículo 38 de la ley 472 de 1998.

PRUEBAS

Respetuosamente, solicito se tenga como pruebas las siguientes:

1. Contrato de patrocinio de establecimiento No. HE Centro C71 suscrito el 17 de septiembre de 2019 por medio del cual la sociedad DISPORTAL SAS cede el uso del espacio referido por el demandante a la sociedad KOPPS COMMERCIAL SAS identificada con Nit No. 900.818.921-5 para que haga uso del mismo exponiendo la publicidad o los recordatorios de marca que considere dentro del marco legal.

ANEXOS.

1. Poder especial que me confiere DISPORTAL SAS.
2. Contrato de patrocinio de establecimiento No. HE Centro C71 suscrito el 17 de septiembre de 2019.
3. Certificado de existencia y representación legal de DISPORTAL SAS

NOTIFICACIONES

Mi dirección: Calle 18 A # 63 – 87 Bogotá D.C.
Correo electrónico: miguelnaged@gmail.com
Celular: 3014307044

Dirección de la sociedad demandada (DISPORTAL SAS):
Calle 18 A # 63 – 87 Bogotá D.C.
Tel. 4057500
Correo electrónico: paulo@disportal.com.co

Atentamente,



MIGUEL NAGED RONDON
Apoderado Disportal SAS
C.C. No. 1.110.466.927
T.P. No. 234786
Cel. 3014307044
miguelnaged@gmail.com

15 de julio de 2020

Señor
JUEZ TREINTA Y TRES CIVIL DEL CIRCUITO
Bogotá D.C.

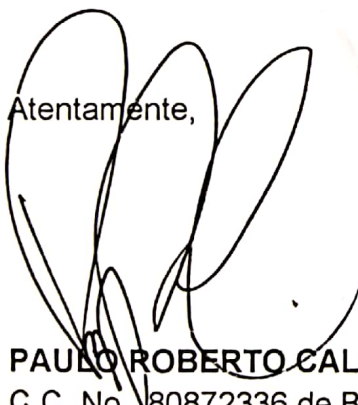
REFERENCIA: OTORGAMIENTO PODER ESPECIAL
Radicado: Acción Popular No. 2020-00071
Demandante: LUIS ALFREDO CUADROS RODRIGUEZ
Demandado: Bavaria y Disportal SAS

Paulo Roberto Calderón Santa, mayor de edad, con domicilio y residencia en la ciudad de Bogotá, identificado con la Cédula de Ciudadanía No. 80872336 de Bogotá, en mi calidad de Representante Legal de Disportal SAS identificada con NIT. 900387993-4, tal como consta en el Certificado de Existencia y Representación Legal expedido por la Cámara de Comercio de Bogotá, respetuosamente manifiesto que por medio del presente escrito confiero poder especial, amplio y suficiente al Doctor **Miguel Naged Rondón**, mayor de edad, identificado con la Cédula de Ciudadanía No. 1.110.466.927, portador de la Tarjeta Profesional No. 234786 del C. S. J, para que me represente en el proceso referido, actualmente tramitado en este juzgado.

Mi apoderado queda expresamente facultado para recibir, desistir, sustituir, transigir, conciliar, renunciar, reasumir, formular tachas y efectuar todas las acciones y trámites necesarios en el cumplimiento de su mandato Y todas las demás facultades establecidas en el artículo 70 del Código de Procedimiento Civil.

Sírvase, por lo tanto reconocerle personería a mi apoderado en los términos y para los efectos del presente poder.

Atentamente,


PAULO ROBERTO CALDERON SANTA
C.C. No. 80872336 de Bogotá
Representante legal
Disportal SAS
Nit. No. 900387993-4

Acepto:


MIGUEL NAGED RONDON
C. C. No. 1.110.466.927 de Ibagué
T. P. No. 234786 del C. S. J.
Recibo notificaciones en la Cll 18A # 63 – 87
Bogotá D.C.
E-mail: miguelnaged@gmail.com
Cel.: 3014307044

NOTARIA SESENTA Y UNA DE BOGOTÁ
RECONOCIMIENTO Y PRESENTACION PERSONAL
Bogotá, D.C. **21 JUL 2020**
Ante Mí **PAUL VARON MENDEZ**
NOTARIO ENCARGADO SESENTA Y UNO DEL CÍRCULO
DE BOGOTÁ D.C.
Compareció (eron) *Paulo Roberto*
Calderon Santa
Quien(es) exhibió(eron) la(s) C.C. *872.336*
Y declaró(aron) que la(s) firma(s) que aparece(n)
en el presente documento es(son) la(s) suya(s) y
que el contenido del mismo es cierto.
En constancia se firma esta diligencia y se imprime
huella dactilar

8  



CONTRATO DE PATROCINIO DE ESTABLECIMIENTO

PARTE I. CONDICIONES ESPECÍFICAS

1. Número de contrato:

Gerencia: HE Centro C71 Unidad de Negocios: Bogotá Norte AM
Codigo de cliente: 11613902
Nombre del Negocio: DISPORTAL SAS

2. Partes:

	2.1. La Empresa	2.2.El Patrocinado
Nombre	KOPPS COMMERCIAL S.A.S.	DISPORTAL SAS
Identificación	NIT 900 818 971 5	900387993-4
Domicilio	CALLE 85 # 15 -10, BOGOTÁ, COLOMBIA	CLL 85 # 15 -10, BOGOTÁ, COLOMBIA
Teléfono	+57 3108563325	+57 3108563325
Mail	angelita@disportal.com.co	angela@disportal.com.co

3. Establecimiento(s):

1585 Portal de Licores

4. Inversión:

Tipo	Cantidad y especificaciones
FEE	Primer año: 127 millones Segundo año: 132 millones, de los cuales
Equipo de frío, decoración, vitrina, visibilidad interior	Visibilidad Exterior: Aviso exterior sobre la calle y la carrera 15 y dos espacios de vitrina, ubicadas sobre la calle 85, adjuntas a la puerta de entrada (ver imagen de referencia). Visibilidad Interior: Exclusividad de marca en dos cuerpos completos de la nevera, ubicada en el costado derecho.
Producto	Se dará descuento en compras de productos de marcas globales liquidados mensualmente y pagados trimestralmente por medio de Nota Crédito (producto). 1. Entre 300 y 600 cajas : 9% 2. Entre 601 y 900 cajas: 10% 3. Entre 901 y 1500 cajas: 12%
Mobiliario y equipo de frío en comodato	Haga clic.

5. Forma de pago o entrega de la inversión:

Pago de fee a 120 días después de radicada la factura. Meses de radicación de facturas: 50% del año 1 en Julio 2019, 50% restante del año 1 en Febrero de 2020; 50% del año 2 en Julio de 2020; el restante del año 2 en Febrero de 2021.

6. Contraprestaciones:

Tipo	Cantidad y especificaciones
Visibilidad de marca	Exclusividad en publicidad y ventas de marcas premium mainstream.
Activaciones de marca	Haga clic.
Vigencia	Vigencia del 16 de julio de 2019 a 16 de julio de 2021.

7. Exclusividad o preferencia publicidad:

Exclusividad en publicidad en cervezas mainstream.

8. Exclusividad o preferencia venta:

Preferencia en venta de cervezas premium mainstream.

9. Duración:

Revisado por:

CONTRATO DE PATROCINIO DE ESTABLECIMIENTO

24 mes(es) contado(s) a partir de la firma del presente documento.

100 FIRMAS: Como constancia de completo entendimientos y total acuerdo entre las Partes, sobre el contenido de la PARTE I. CONDICIONES ESPECÍFICAS y de la PARTE II. CONDICIONES GENERALES, se firma por parte de La Empresa y el Patrocinado:

Lugar: Bogotá

Fecha: 17 de septiembre de 2019

La Empresa

Camilo González

1.015.394.593

El Patrocinado

Paulo Roberto Calderón Santa

80.872.336

Gerente Trade Marketing High End

10. Elaborado por: Juliana Franco

PARTE II. CONDICIONES GENERALES

1. DEFINICIONES.-

- 1.1. **Administrador del Contrato:** Persona designada por La Empresa, quien será el interlocutor entre ésta y el Patrocinado, cuya función principal será verificar el cumplimiento cabal del contrato
- 1.2. **La Marca:** Hace referencia a las marcas del portafolio de La Empresa.
- 1.3. **Patrocinado:** hace referencia a la persona natural o jurídica identificada a continuación, quien obra como propietario, poseedor, tenedor, o arrendatario del(os) Establecimiento(s).
- 1.4. **Partes:** Son partes en el presente contrato La Empresa y el Patrocinado, quienes estarán representados por quienes firman el presente documento y cuya denominación genérica aplicará para todos los efectos del mismo.

2.6. El apoyo que La Empresa brinda al Patrocinado genera beneficios económicos para éste, lo cual propicia su crecimiento y fortalece su continuidad.

2.7. Dado que La Empresa incurre en costos al apoyar al Patrocinado, resulta contrario a las prácticas comerciales que terceros en forma gratuita y sin causa justa obtengan provecho económico de las inversiones que La Empresa realiza en el(los) Establecimiento(s).

3. CLÁUSULAS.-

PRIMERA: OBJETO.- Con el fin de apoyar el desarrollo y la permanencia del(los) Establecimiento(s) del Patrocinado identificados en el numeral 3 de la PARTE I. y propiciar el crecimiento del volumen de venta del portafolio de productos de La Empresa, las Partes celebran de común acuerdo el presente contrato en virtud del cual La Empresa asume el patrocinio comercial y publicitario del(los) Establecimiento(s), mediante la realización de las inversiones descritas en el numeral 4 de la PARTE I. y de la concesión recíproca por parte del Patrocinado de las contraprestaciones descritas en la cláusula cuarta de la PARTE II.

SEGUNDA: CONDICIONES GENERALES DE PAGO O ENTREGA DE LA INVERSIÓN.- El pago o entrega de la inversión por parte de La Empresa al Patrocinado se realizará conforme a las siguientes condiciones:

- 2.1. **Forma del pago:** Si es una suma de dinero, por transferencia de fondos a la cuenta bancaria que indique el Patrocinado.
- 2.2. **Forma de entrega:** Si son bienes muebles o producto de La Marca, la entrega de los mismos se realizará de acuerdo a lo establecido en el numeral 5 de la PARTE I. y se tendrá en cuenta el valor comercial el señalado por las partes.
- 2.3. **Día de pago:** El Patrocinado declara conocer y aceptar la política de pagos de La Empresa, en virtud de la cual ésta solamente realiza pagos el primer miércoles de cada mes. En consecuencia, salvo que en el numeral 5 de la PARTE I. se

Revisado por:

Página 2 de 5

CONTRATO DE PATROCINIO DE ESTABLECIMIENTO

establezca entre las Partes un término diferente, todos los pagos que realice **La Empresa** serán el miércoles de pago siguiente, pasados 040 días calendario, contados a partir de la radicación de la correspondiente factura por parte del **Patrocinado**, la cual deberá ser previamente aprobada por **La Empresa**.

TERCERA: IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA): Salvo que por disposición legal deba procederse en forma distinta, el Impuesto al Valor Agregado IVA no se encuentra dentro del monto establecido como inversión y será liquidado y facturado por el **Patrocinado** y pagado por **La Empresa**, conforme a las disposiciones legales vigentes al momento de su causación.

CUARTA: CONTRAPRESTACIONES.- En caso que apliquen de acuerdo a lo efectivamente negociado entre las Partes, el **Patrocinado** le concederá a **La Empresa** las siguientes contraprestaciones:

- 4.1. En caso que se haya(n) entregado bien(es) por **La Empresa** a título de comodato, el **Patrocinado** se obliga a utilizarlos únicamente para la venta de los productos de **La Empresa**, y a no exhibir en él otras bebidas alcohólicas.
- 4.2. En caso que se haya(n) entregado equipo(s) de frío de **La Empresa** en comodato, el **Patrocinado** se obliga a mantenerlo(s) conectado(s) permanentemente, y con disponibilidad del(los) productos de marcas de **La Empresa**, los cuales se obliga a organizar conforme a los lineamientos establecidos por ella.
- 4.3. Garantizar adecuada rotación de inventario de productos de **La Empresa** para evitar la venta de productos de menos de un (1) mes de vida útil.
- 4.4. Garantizar disponibilidad de inventario del portafolio de las marcas de **La Empresa** de por lo menos una (1) semana de venta.
- 4.5. En caso que aplique, utilizar de manera adecuada los elementos consumibles entregados por **La Empresa**, tales como: portavasos, hieleras y cristalería, y demás elementos publicitarios.
- 4.6. Las descritas en el numeral 6 de la PARTE I.

QUINTA: EXCLUSIVIDAD O PREFERENCIA EN PUBLICIDAD.- De acuerdo a lo establecido en el numeral 7 de la PARTE I., el **Patrocinado** le concederá por el presente contrato a **La Empresa** la exclusividad o preferencia, según aplique, para hacer publicidad, promociones y activaciones de cervezas y maltas en el(los) **Establecimiento(s)**. En consecuencia, en caso que aplique, el **Patrocinado** se abstendrá de celebrar contratos o de realizar actividades, adquirir obligaciones o cumplir prestaciones similares a las contenidas en este contrato, con otras empresas en las categorías de producto antes mencionadas.

SEXTA: EXCLUSIVIDAD O PREFERENCIA EN VENTA.- De acuerdo a lo establecido en el numeral 8 de la PARTE I., el **Patrocinado** le concede por el presente contrato a **La Empresa** la exclusividad o preferencia, según aplique, en venta de cervezas y maltas en el(los) **Establecimiento(s)**. En consecuencia, en caso que aplique, el **Patrocinado** se abstendrá de celebrar contratos o de realizar actividades, adquirir obligaciones o cumplir prestaciones similares a las contenidas en este contrato, con otras empresas en las categorías de producto antes mencionadas.

SÉPTIMA: DURACIÓN DEL CONTRATO.- El término de duración del patrocinio será el descrito en el numeral 9 de la PARTE I., y solamente podrá ser modificado por documento firmado por las Partes.

OCTAVA: AVISO DE PRIVACIDAD.- **La Empresa** considerada como Responsable del Tratamiento de Datos Personales, para el adecuado desarrollo de sus actividades comerciales, así como para el fortalecimiento de sus relaciones con terceros, recolecta, almacena, usa, circula y suprime Datos Personales correspondientes a sus proveedores, clientes y aliados. **La Empresa** se obliga a realizar el tratamiento de Datos del **Patrocinado** conforme a la *Política de Protección de Datos de Bavaria S.A.* la cual se encuentra en la página web www.bavaria.com.co.

NOVENA: PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES:

- 9.1. Datos recolectados por el **Patrocinado**: En caso que el **Patrocinado** deba realizar el tratamiento de datos personales de terceros con el fin de ejecutar el objeto del presente contrato, éste se asegurará de que las bases de datos que contengan datos personales de terceros y que sean desarrolladas, implementadas o administradas por el **Patrocinado** en virtud de este contrato, incluyendo listas de correos así como cualquier otra información relacionada con el desarrollo del presente contrato, cumplan con los requisitos exigidos en la legislación vigente sobre protección de los datos personales a los que se refiere el artículo 15 de la Constitución Política, incluyendo la Ley 1581 de 2012, la ley 1266 de 2008, el Decreto 1727 de 2009 y toda la regulación que se expida sobre esta materia durante la vigencia del presente contrato.
- 9.2. Datos recolectados por **La Empresa**: En caso que **La Empresa** (responsable) deba transferir o transmitir datos personales de terceros al **Patrocinado** (encargado o responsable, según el caso) con el fin de que éste ejecute el objeto del presente contrato, **La Empresa** garantiza que los titulares de todos los datos personales transmitidos o transferidos han prestado su consentimiento libre, expreso e informado para la recopilación, almacenamiento, transmisión y/o transferencia, y el tratamiento de sus datos personales por parte de **La Empresa** directamente o a través de terceros de conformidad con el alcance del presente contrato, así como las actividades autorizadas al encargado por cuenta del responsable. En consecuencia, el **Patrocinado** mediante el presente contrato, se obliga a (i) realizar el tratamiento de Datos conforme a la Política de Protección de Datos de **La Empresa** la cual se encuentra en la página web www.bavaria.com.co, (ii) realizar el tratamiento de acuerdo a las finalidades que los titulares haya autorizado, (iii) dar tratamiento a los datos a nombre del responsable, conforme a los principios que los tutelan, (iv) Salvaguardar la seguridad de las bases de datos personales, (iv)guardar confidencialidad respecto al tratamiento que se dé a datos personales, conforme a la cláusula de confidencialidad objeto del presente contrato y (v) una vez finalizado este contrato, eliminar las bases de datos personales suministradas por **La Empresa** o recolectadas por el **Patrocinado**, constancia escrita de tal eliminación a **La Empresa**.

DÉCIMA: CESIÓN DEL CONTRATO.- El **Patrocinado** no podrá ceder el presente contrato salvo que medie autorización expresa escrita de **La Empresa**. El presente contrato no forma parte del(los)

Revisado por:

Página 3 de 5

CONTRATO DE PATROCINIO DE ESTABLECIMIENTO

Establecimiento(s) del Patrocinado. En consecuencia, el Patrocinado se obliga a informar a La Empresa en caso que el Establecimiento vaya a cambiar de propietario y garantizará que el nuevo propietario aceptará el contenido del presente contrato.

UNDECIMA: RESPONSABILIDAD.- El Patrocinado mantendrá indemne a La Empresa respecto de cualquier responsabilidad que pueda presentarse ante terceros o ante el personal del Patrocinado, por la ejecución del presente contrato.

DUODECIMA: SUSPENSIÓN DE PAGOS.- Si durante la ejecución del presente contrato, el Patrocinado incurriere en mora para el cumplimiento de cualquiera de las obligaciones pactadas en el presente documento, o en forma alguna incumpliere el presente contrato, La Empresa estará facultada para suspender los pagos de las sumas que en ese momento adeude al Patrocinado por cualquier causa, hasta cuando éste se allane a cumplir con lo pactado.

DECIMOTERCERA: CAUSALES DE TERMINACIÓN.- Además de la terminación del contrato por cumplir la vigencia pactada, éste se terminará, por los eventos contenidos en la ley aplicable y en los siguientes casos:

- 13.1. Cuando el Patrocinado pretenda ceder en forma alguna los derechos derivados del presente contrato, sin que medie para ello autorización previa y escrita de parte de La Empresa.
- 13.2. Por incapacidad financiera de cualquiera de las Partes. Las Partes pueden considerar que hay incapacidad financiera cuando exista atraso en el pago de salarios o prestaciones sociales de los trabajadores o sea embargada judicialmente de forma que afecte gravemente la ejecución del contrato.
- 13.3. Por decisión unilateral de cualquiera de las Partes, comunicada mediante documento escrito a la otra Parte, con no menos de dos (2) meses de antelación.
- 13.4. Cuando el presente contrato implique un deterioro grave en la imagen, reputación, fama, posicionamiento o acreditación de las marcas o La Empresa.
- 13.5. Por la no ejecución o la ejecución incompleta, defectuosa o extemporánea e injustificada por parte del Patrocinado de cualquier obligación derivada del presente contrato.
- 13.6. Por uso indebido de los bienes entregados por La Empresa.

PARÁGRAFO PRIMERO: Cuando ocurra el evento previsto en los numerales 13.5. y 13.6. de ésta cláusula, La Empresa hará una reclamación formal al Patrocinado por escrito, en la cual se establecerá un plazo razonable para que, teniendo en cuenta la gravedad de la falla, el Patrocinado proceda a subsanarla. Si una vez vencido el plazo, el Patrocinado no subsana el incumplimiento, La Empresa podrá dar por terminado el contrato y exigir el pago de los perjuicios causados por el Patrocinado. Para el resto de las causales, excepto la descrita en el numeral 13.3., la terminación del contrato se hará efectiva tan pronto como La Empresa tenga conocimiento del acaecimiento de la misma.

PARÁGRAFO SEGUNDO: En caso que así lo decida La Empresa, requerirá al Patrocinado para que dentro de los diez (10) días siguientes a la terminación del contrato el Patrocinado:

- a. Remueva, en caso de ser posible, de su(s) Establecimiento(s), por su propia cuenta, cualquier elemento, enseña comercial o similar que contenga o sea alusivo a las marcas de La Empresa.

Revisado por:

Página 4 de 5

- b. Suspenda cualquier uso de las marcas de La Empresa.
- c. Devuelva a La Empresa todos los elementos no consumibles que le fueren entregados a título de comodato precario en virtud del presente contrato.

DECIMOCUARTA: CONFIDENCIALIDAD.- Para todos los efectos, toda la información de La Empresa, que en virtud del presente contrato conozca el Patrocinado, tendrá carácter de confidencial y en consecuencia deberá ser tratada como tal.

DECIMOQUINTA: NOTIFICACIONES.- Las Partes manifiestan que recibirán cualquier notificación, comunicación o similar por mail, fax o en la dirección del domicilio declarada en la primera parte del presente documento.

DECIMOSEXTA: INTEGRIDAD.- El presente contrato, constituye el acuerdo total entre las Partes en relación con el objeto del mismo y deja sin efecto cualquier otro acuerdo previo, comunicación, o convenio ya sea oral o escrito entre las Partes. Este contrato sólo podrá ser modificado por documento escrito suscrito por ambas Partes.

DECIMOSÉPTIMA: ANTICORRUPCIÓN.- El Patrocinado declara que conoce y acepta la Política Global Anticorrupción de La Empresa, la cual podrá en consultar en el siguiente enlace: <http://www.bavaria.co/proveedores/documentos-y-enlaces-de-inter%C3%A9s>, y que se compromete a cumplir con todas las leyes, normas y reglamentos vigentes contra la corrupción y sus delitos asociados como el soborno y el cohecho (en adelante "Leyes Anticorrupción").

17.1. El Patrocinado reconoce y acepta que, en los últimos cinco (5) años, no ha sido objeto de investigación alguna relacionada con el incumplimiento de las Leyes Anticorrupción. Adicionalmente, se compromete a mantener indemne a La Empresa ante cualquier reclamación en contra de ésta que resulte en alguna demanda, causa, investigación, o proceso judicial o administrativo con ocasión del incumplimiento por parte del Patrocinado a las Leyes Anticorrupción, y asumirá todos los gastos de defensa, honorarios de abogado, sanciones, indemnizaciones y condenas correspondientes.

17.2. A partir de la fecha de celebración del presente Contrato y durante toda su vigencia, ningún accionista, socio, funcionario, director, empleado, representante, factor, dependiente o agente del Patrocinado ocupará un cargo de autoridad, como servidor público o como miembro de un partido político. Previo al inicio del contrato, el Patrocinado pasará por un proceso de validación de la información, para cuyo efecto responderá un cuestionario en el formato que le suministre La Empresa. El Patrocinado deberá adoptar las recomendaciones que La Empresa indique a fin de evitar inconvenientes futuros.

17.3. El Patrocinado se compromete y acepta que no hará ningún tipo de contribución o donación a favor de campañas políticas, candidatos a cargos políticos, partidos políticos, funcionarios de dichos partidos, a menos que tales contribuciones y donaciones: (a) se realicen acorde a la legislación aplicable, (b) no se realicen a cambio de ventajas o de beneficios para La Empresa o el Patrocinado, o al respecto de la relación comercial entre La Empresa y el Patrocinado, y (c) sean ingresados en forma expresa y registrados con precisión en los libros y en los registros.

CONTRATO DE PATROCINIO DE ESTABLECIMIENTO

Contables del Patrocinado.

17.4. El Patrocinado facilitará a La Empresa, durante la vigencia del Contrato y por un periodo de dos (2) años posteriores a la terminación del mismo, el acceso a la información y documentación necesarias para verificar el cumplimiento del Patrocinado a la presente Cláusula.

17.5. En caso de que el Patrocinado subcontrate, contrate un tercero o un gestor para tramitar las licencias y permisos que comprenda la prestación de los servicios objeto del presente Contrato, deberá obtener autorización previa y por escrito del Área de Compliance de La Empresa, cuyo correo electrónico de contacto es el siguiente: Compliance.COPEC@la.sabmiller.com.

17.6. Asimismo, el Patrocinado se compromete a mantener libros y registros fehacientes, precisos y completos con respecto a

todos los pagos efectuados a terceros o en beneficio de terceros en desarrollo del presente Contrato, o que se relacionen de manera directa o indirecta con los bienes y servicios prestados a La Empresa.

17.7. En el evento de que el Patrocinado no cumpla con esta Cláusula, La Empresa podrá terminar el presente contrato unilateralmente, de manera inmediata y sin lugar a indemnización alguna.

17.8. La Empresa pone a disposición del Patrocinado la "Línea de Ayuda Compliance" (<http://compliancechannelglobal.ab-inbev.com>), por medio de la cual el Patrocinado podrá denunciar, de forma confidencial, cualquier acto de corrupción u otra conducta ilícita que sospeche se haya cometido por algún empleado, agente o Patrocinado de La Empresa.

Hasta aquí va el contrato

ESPACIO EN BLANCO

CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA

SEDE VIRTUAL

CÓDIGO VERIFICACIÓN: B2036544131D9E

5 DE NOVIEMBRE DE 2020

HORA 11:46:45

AB20365441

PÁGINA: 1 DE 3

* * * * *

LA MATRÍCULA MERCANTIL PROPORCIONA SEGURIDAD Y CONFIANZA EN LOS
NEGOCIOS.

ESTE CERTIFICADO FUE GENERADO ELECTRÓNICAMENTE Y CUENTA CON UN CÓDIGO
DE VERIFICACIÓN QUE LE PERMITE SER VALIDADO ILIMITADAMENTE DURANTE
60 DÍAS, INGRESANDO A WWW.CCB.ORG.CO

RECUERDE QUE ESTE CERTIFICADO LO PUEDE ADQUIRIR DESDE SU CASA U
OFICINA DE FORMA FÁCIL, RÁPIDA Y SEGURA EN WWW.CCB.ORG.CO

PARA SU SEGURIDAD DEBE VERIFICAR LA VALIDEZ Y AUTENTICIDAD DE ESTE
CERTIFICADO SIN COSTO ALGUNO DE FORMA FÁCIL, RÁPIDA Y SEGURA EN
WWW.CCB.ORG.CO/CERTIFICADOSELECTRONICOS

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL O INSCRIPCION DE
DOCUMENTOS.

LA CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA, CON FUNDAMENTO EN LAS MATRICULAS E
INSCRIPCIONES DEL REGISTRO MERCANTIL

CERTIFICA:

NOMBRE : DISPORTAL SAS
N.I.T. : 900.387.993-4
DOMICILIO : BOGOTÁ D.C.

CERTIFICA:

MATRICULA NO: 02032033 DEL 4 DE OCTUBRE DE 2010

CERTIFICA:

RENOVACION DE LA MATRICULA :2 DE JULIO DE 2020

ULTIMO AÑO RENOVADO : 2020

ACTIVO TOTAL : 10,372,516,515

CERTIFICA:

DIRECCION DE NOTIFICACION JUDICIAL : CALLE 18 A # 63 - 87

MUNICIPIO : BOGOTÁ D.C.

EMAIL DE NOTIFICACION JUDICIAL : PAULO@DISPORTAL.COM.CO

DIRECCION COMERCIAL : CALLE 18 A # 63 - 87

MUNICIPIO : BOGOTÁ D.C.

EMAIL COMERCIAL : PAULO@DISPORTAL.COM.CO

CERTIFICA:

CONSTITUCION: QUE POR DOCUMENTO PRIVADO DE ASAMBLEA CONSTITUTIVA DEL
28 DE SEPTIEMBRE DE 2010, INSCRITA EL 4 DE OCTUBRE DE 2010 BAJO EL
NUMERO 01418741 DEL LIBRO IX, SE CONSTITUYO LA SOCIEDAD COMERCIAL
DENOMINADA DISPORTAL SAS.

CERTIFICA:

REFORMAS:

DOCUMENTO NO. FECHA

ORIGEN

FECHA

NO. INSC.

2 2012/02/23 ASAMBLEA DE ACCIONIST 2012/03/14 01616393
2 2013/02/12 ASAMBLEA DE ACCIONIST 2013/02/14 01706252

CERTIFICA:

VIGENCIA: QUE LA SOCIEDAD NO SE HALLA DISUELTA. DURACION HASTA EL
4 DE OCTUBRE DE 2060

CERTIFICA:

OBJETO SOCIAL: LA SOCIEDAD TENDRÁ COMO ACTIVIDAD PRINCIPAL LA
COMERCIALIZACIÓN, EL MERCADEO Y LA VENTA DE PRODUCTOS DE CONSUMO
MASIVO, SU IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN Y LA COMERCIALIZACIÓN DE TODA
CLASE DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, LICORES, VINOS Y CERVEZAS DE ORIGEN
NACIONAL Y DEL EXTERIOR. LA REPRESENTACIÓN DE FIRMAS NACIONALES O
EXTRANJERAS QUE SE DEDIQUEN AL RAMO DE LA INDUSTRIA O EL COMERCIO. SE
ENTENDERÁN INCLUIDAS EN EL OBJETO SOCIAL LAS ACTIVIDADES RELACIONADAS
CON EL MISMO Y LOS ACTOS QUE TENGAN POR FINALIDAD EJERCER LOS DERECHOS
O CUMPLIR LAS OBLIGACIONES LEGALES O CONVENCIONALMENTE DERIVADAS DE LA
EXISTENCIA DE LA SOCIEDAD. EN NINGÚN CASO PODRÁ LA SOCIEDAD SERVIR DE
GARANTE A PERSONAS EXTRAÑAS NI A LOS SOCIOS, SIN LA APROBACIÓN UNÁNIME
DE TODOS LOS SOCIOS, SIN DICHA APROBACIÓN ESTOS ACTOS CARECERÁN DE
VALOR VINCULATORIO PARA LA SOCIEDAD Y SERÁ CAUSAL DE MALA CONDUCTA SI
EL GERENTE FIRMA O COADYUVA.

CERTIFICA:

ACTIVIDAD PRINCIPAL:

4631 (COMERCIO AL POR MAYOR DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS)

ACTIVIDAD SECUNDARIA:

4632 (COMERCIO AL POR MAYOR DE BEBIDAS Y TABACO)

CERTIFICA:

CAPITAL:

** CAPITAL AUTORIZADO **

VALOR : \$400,000,000.00
NO. DE ACCIONES : 400.00
VALOR NOMINAL : \$1,000,000.00

** CAPITAL SUSCRITO **

VALOR : \$400,000,000.00
NO. DE ACCIONES : 400.00
VALOR NOMINAL : \$1,000,000.00

** CAPITAL PAGADO **

VALOR : \$400,000,000.00
NO. DE ACCIONES : 400.00
VALOR NOMINAL : \$1,000,000.00

CERTIFICA:

REPRESENTACION LEGAL: LA ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD Y SU
REPRESENTACIÓN JUDICIAL Y EXTRAJUDICIAL ESTARÁN A CARGO DE UN GERENTE
GENERAL. EN CASO DE FALTAS TEMPORALES O DEFINITIVAS, EL GERENTE
GENERAL SERÁ REEMPLAZADO EN SU ORDEN POR EL GERENTE ADMINISTRATIVO Y
EL GERENTE FINANCIERO QUIENES EJERCERÁN LA REPRESENTACIÓN LEGAL DE LA
SOCIEDAD VALIDAMENTE EN TODOS LOS CASOS.

CERTIFICA:

** NOMBRAMIENTOS **

QUE POR DOCUMENTO PRIVADO DE ASAMBLEA CONSTITUTIVA DEL 28 DE
SEPTIEMBRE DE 2010, INSCRITA EL 4 DE OCTUBRE DE 2010 BAJO EL NUMERO
01418741 DEL LIBRO IX, FUE (RON) NOMBRADO (S):

NOMBRE
GERENTE GENERAL

IDENTIFICACION

CALDERON SANTA PAULO ROBERTO

C.C. 000000080872336



CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA

SEDE VIRTUAL

CÓDIGO VERIFICACIÓN: B2036544131D9E

5 DE NOVIEMBRE DE 2020

HORA 11:46:45

AB20365441

PÁGINA: 2 DE 3

* * * * *

GERENTE ADMINISTRATIVO

SANTA BOTERO PASTORA

C.C. 000000024867526

GERENTE FINANCIERO

CALDERON ARIAS LUIS ANTONIO

C.C. 000000019372693

CERTIFICA:

FACULTADES DEL REPRESENTANTE LEGAL: EL GERENTE GENERAL ES MANDATARIO CON REPRESENTACIÓN, INVESTIDO DE FUNCIONES EJECUTIVAS Y ADMINISTRATIVAS Y COMO TAL, TIENE A SU CARGO LA REPRESENTACIÓN LEGAL DE LA SOCIEDAD, LA GESTIÓN COMERCIAL Y FINANCIERA, LA RESPONSABILIDAD DE LA ACCIÓN ADMINISTRATIVA, LA COORDINACIÓN Y SUPERVISIÓN GENERAL DE LA EMPRESA, LAS CUALES CUMPLIRÁ CON ARREGLO A LAS NORMAS DE ESTOS ESTATUTOS Y A LAS DISPOSICIONES LEGALES, Y CON SUJECCIÓN A LAS ÓRDENES DE INSTRUCCIONES DE LA ASAMBLEA GENERAL. ADEMÁS DE LAS FUNCIONES GENERALES ANTES INDICADAS, CORRESPONDE AL GERENTE GENERAL: 1. EJECUTAR LAS DECISIONES DE LA ASAMBLEA GENERAL. 2. VELAR POR EL CUMPLIMIENTO DE LAS DISPOSICIONES LEGALES APLICABLES A LA SOCIEDAD. 3. SOMETER A CONSIDERACIÓN DE LA ASAMBLEA GENERAL LOS BALANCES DE PRUEBA Y LOS DEMÁS ESTADOS FINANCIEROS DESTINADOS A LA ADMINISTRACIÓN, Y SUMINISTRARLE LOS INFORMES QUE ELLA LE SOLICITE EN RELACIÓN CON LA SOCIEDAD Y CON SUS ACTIVIDADES. 4. EFECTUAR LOS NOMBRAMIENTOS Y FIJAR LA REMUNERACIÓN DE LOS EMPLEADOS DE LA SOCIEDAD DE ACUERDO A LAS AUTORIZACIONES DE LA ASAMBLEA GENERAL. 5. PRESENTAR A LA ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS, EN SU REUNIÓN ORDINARIA, EL INFORME SOBRE LA FORMA COMO HAYA LLEVADO A CABO SU GESTIÓN Y LAS MEDIDAS CUYA ADOPCIÓN RECOMIENDA A LA ASAMBLEA. 6. COMO REPRESENTANTE LEGAL DE LA SOCIEDAD JUDICIAL O EXTRAJUDICIAL, EL GERENTE GENERAL TIENE FACULTADES PARA EJECUTAR O CELEBRAR, SIN OTRAS LIMITACIONES QUE LAS ESTABLECIDAS EN ESTOS ESTATUTOS, TODOS LOS ACTOS O CONTRATOS COMPRENDIDOS DENTRO DEL OBJETO SOCIAL O QUE TENGAN CARÁCTER SIMPLEMENTE PREPARATORIO PARA LA REALIZACIÓN DE LOS FINES QUE PERSIGUE LA SOCIEDAD, Y LOS QUE SE RELACIONAN DIRECTAMENTE CON LA EXISTENCIA Y FUNCIONAMIENTO DE LA MISMA. EL GERENTE GENERAL QUEDA INVESTIDO DE PODERES ESPECIALES PARA RECIBIR, TRANSIGIR, ARBITRAR Y COMPROMETER EN LOS NEGOCIOS SOCIALES, PROMOVER LAS ACCIONES JUDICIALES EN LAS QUE LA SOCIEDAD TENGA INTERÉS, INTERPONER TODOS LOS RECURSOS QUE SEAN PROCEDENTES CONFORME LA LEY, DESISTIR DE LAS ACCIONES O RECURSOS, NOVAR OBLIGACIONES Y CRÉDITOS, DAR O RECIBIR BIENES EN PAGO, CONSTITUIR APODERADOS JUDICIALES, DELEGARLES FACULTADES, REVOCAR MANDATOS Y RESTITUCIONES. 7. PROPONER A LA ASAMBLEA GENERAL EL PRESUPUESTO DE GASTOS E INVERSIONES. 8. HACER CUMPLIR LAS DECISIONES DE LA ASAMBLEA GENERAL. 9. LAS DEMÁS QUE LE SEAN DELEGADAS POR LA ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS O LE SEAN CONFERIDOS EN ESTOS ESTATUTOS O LA LEY. PROHIBICIÓN AL GERENTE GENERAL LE ESTÁ PROHIBIDO AL REPRESENTANTE LEGAL Y A LOS DEMÁS ADMINISTRADORES DE LA SOCIEDAD, POR SÍ O POR INTERPUESTA PERSONA, OBTENER DE PARTE DE LA SOCIEDAD AVAL, FIANZA O CUALQUIER OTRO TIPO DE GARANTÍA DE SUS

OBLIGACIONES PERSONALES. ATRIBUCIONES DEL GERENTE GENERAL. EL GERENTE GENERAL ESTÁ FACULTADO PARA EJECUTAR COMPROMISOS EN NOMBRE DE LA SOCIEDAD HASTA POR UN VALOR DE 500 SALARIOS MÍNIMOS MENSUALES LEGALES VIGENTES (S.M.M.L.V) .

CERTIFICA:

** REVISOR FISCAL **

QUE POR DOCUMENTO PRIVADO NO. SIN NUM DE REVISOR FISCAL DEL 15 DE SEPTIEMBRE DE 2017, INSCRITA EL 6 DE OCTUBRE DE 2017 BAJO EL NUMERO 02265729 DEL LIBRO IX, FUE (RON) NOMBRADO (S):

NOMBRE	IDENTIFICACION
REVISOR FISCAL PRINCIPAL	
HIGUERA TORRES JOHN JAIRO	C.C. 000001070949736

QUE POR ACTA NO. 08 DE ASAMBLEA DE ACCIONISTAS DEL 15 DE SEPTIEMBRE DE 2017, INSCRITA EL 6 DE OCTUBRE DE 2017 BAJO EL NUMERO 02265728 DEL LIBRO IX, FUE (RON) NOMBRADO (S):

NOMBRE	IDENTIFICACION
REVISOR FISCAL PERSONA JURIDICA	
CONTROL & HACIENDA & CO. S.A.S.	N.I.T. 000008301297487

CERTIFICA:

QUE LA SOCIEDAD TIENE MATRICULADOS LOS SIGUIENTES ESTABLECIMIENTOS:

NOMBRE : GOLOSINAS COM

MATRICULA NO : 01691828 DE 9 DE ABRIL DE 2007

RENOVACION DE LA MATRICULA : EL 2 DE JULIO DE 2020

ULTIMO AÑO RENOVADO : 2020

DIRECCION : CL 9 NO. 32A-46

TELEFONO : 4057500

DOMICILIO : BOGOTÁ D.C.

EMAIL : PAULO@DISPORTAL.COM.CO

NOMBRE : LICORES 1585

MATRICULA NO : 02701688 DE 23 DE JUNIO DE 2016

RENOVACION DE LA MATRICULA : EL 2 DE JULIO DE 2020

ULTIMO AÑO RENOVADO : 2020

DIRECCION : CR 15 85 - 09

TELEFONO : 2362881

DOMICILIO : BOGOTÁ D.C.

EMAIL : PAULO@DISPORTAL.COM.CO

CERTIFICA:

DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL CÓDIGO DE PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO Y DE LO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO Y DE LA LEY 962 DE 2005, LOS ACTOS ADMINISTRATIVOS DE REGISTRO AQUÍ CERTIFICADOS QUEDAN EN FIRME DIEZ (10) DÍAS HÁBILES DESPUÉS DE LA FECHA DE LA CORRESPONDIENTE ANOTACIÓN, SIEMPRE QUE NO SEAN OBJETO DE RECURSO. LOS SÁBADOS NO SON TENIDOS EN CUENTA COMO DÍAS HÁBILES PARA LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ.

* * *	EL PRESENTE CERTIFICADO NO CONSTITUYE PERMISO DE	* * *
* * *	FUNCIONAMIENTO EN NINGUN CASO	* * *

INFORMACION COMPLEMENTARIA

LOS SIGUIENTES DATOS SOBRE PLANEACION DISTRITAL SON INFORMATIVOS

FECHA DE ENVIO DE INFORMACION A PLANEACION DISTRITAL : 2 DE JULIO DE 2020

SEÑOR EMPRESARIO, SI SU EMPRESA TIENE ACTIVOS INFERIORES A 30.000

CUENTA CON PLENA VALIDEZ JURÍDICA CONFORME A LA LEY 527 DE 1999.

FIRMA MECÁNICA DE CONFORMIDAD CON EL DECRETO 2150 DE 1995 Y LA
AUTORIZACIÓN IMPARTIDA POR LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y
COMERCIO, MEDIANTE EL OFICIO DEL 18 DE NOVIEMBRE DE 1996.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Constanza Penta". The signature is fluid and cursive, with a large initial 'C' and a stylized 'P'.