

Bogotá, D.C., 9 de septiembre de 2020

DOCTOR

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.

DANIELA PÉREZ AMAYA, mayor de edad, domiciliada en la ciudad de Bogotá D.C., identificada con la cédula de ciudadanía N° 1.032.433.260 de Bogotá, abogada en ejercicio, portadora de la Tarjeta Profesional N° 250.160 del Consejo Superior de la Judicatura, obrando en este acto como representante para fines judiciales y administrativos de la sociedad **BAVARIA & CIA S.C.A.**, tal como consta en el certificado de existencia y representación legal, que allego junto a la presente, **DOY CONTESTACIÓN DENTRO DE TÉRMINO A LA DEMANDA INTERPUESTA EN EL PROCESO DE LA REFERENCIA**, de la siguiente manera:

I. FRENTE A LOS HECHOS

HECHO PRIMERO: No me consta.

HECHO SEGUNDO: Es parcialmente cierto, pues el objeto social de BAVARIA & CIA S.C.A (en adelante Bavaria) es mucho más amplio e involucra otro tipo de actividades.

HECHO TERCERO: Es parcialmente cierto y aclaro. El producto cerveza BUDWEISER cuenta con Registro Sanitario INVIMA N° 2017L-0008912, otorgado en la modalidad de elaborar y vender. En todas y cada una de las etiquetas, tal y como lo puede corroborar el Despacho de los actos administrativos aportados, específicamente el que hace referencia a la autorización de unas etiquetas del producto en mención, se podrá verificar la inclusión de estas advertencias obligatorias (*Resolución N° 2017034534 de 22 de agosto de 2017 expedida por el INVIMA, por medio de la cual se concede registro sanitario al producto cerveza Budweiser; Resolución N° 20190227756 de 5 de julio de 2019 expedida del INVIMA, por medio de la cual se autoriza entre otras el rotulado de unas etiquetas*).

Al igual, en todos los productos cerveceros elaborados por Bavaria se inscriben y declaran las leyendas “PROHÍBESE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD” y “EL EXCESO DE

ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD”, de conformidad con lo establecido en la Ley 30 de 1986 y la Ley 124 de 1994.

En tal sentido y de conformidad a lo expuesto por el accionante, Bavaria da cabal cumplimiento a lo normado, y así mismo el establecimiento de comercio de DISPORTAL S.A.S, toda vez que se trata de un recordatorio de marca concepto que me permitirá explicar más adelante.

HECHO CUARTO: No es cierto y aclaro. La pieza objeto de reproche por el quejoso, obedece a un recordatorio de la marca Budweiser y por ende no requiere incorporar las leyendas “EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD” y “PROHÍBESE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD”, ya que el recordatorio de marca no hace alusión a información adicional diferente a la marca del producto y por tanto no se puede definir como publicidad.

HECHO QUINTO: No es cierto. Si bien las advertencias legales exigidas por la normativa tienen como fin informar al consumidor sobre los efectos nocivos del alcohol y la prohibición de su venta a menores de edad, no por ello puede concluirse que su omisión promueva el consumo excesivo de esta bebida o que induzca a los menores a su ingesta.

HECHO SEXTO: No es cierto y aclaro. Bavaria es rigurosa en el cumplimiento de sus obligaciones legales, en especial, las relativas a la publicidad de bebidas alcohólicas. Además, posee una política interna de autorregulación que es estrictamente aplicada a nivel nacional y supervisada por un Comité de Cumplimiento de Comunicación Comercial, conformado por profesionales de las diferentes áreas de la compañía (mercadeo, jurídica, desarrollo sostenible, entre otros). Este comité evalúa, aprueba o rechaza semanalmente cada uno de los elementos publicitarios que serán utilizados por la sociedad para promocionar sus productos, teniendo como referente no sólo la normativa sanitaria y de protección al consumidor, sino también un código de conducta que, en muchos casos, es más estricto que la propia legislación.

A la par, Bavaria en todas y cada una de las publicidades de productos cerveceros cuyo control ostenta, esto es, en cuanto a su producción, diagramación y emisión, realiza la declaración de las leyendas “PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD” y “EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD”.

HECHO SÉPTIMO: No me consta. Se trata de una apreciación subjetiva de la cual no es clara su redacción; “(...) hemos interpuesto la presente acción popular para defender el consumo de bebidas embriagantes a los menores de edad (...)”, es claramente identificable el objeto perseguido por los actores populares, los cuales se encuentran motivados única y exclusivamente por fines económicos (reconocimiento de costas) y no por el contrario a propender por la defensa de los derechos colectivos..

II. FRENTE A LAS PRETENSIONES

Me opongo a todas y cada una de las pretensiones del accionante, dado que la vulneración a los derechos colectivos de los consumidores, a la seguridad y la salubridad públicas y al desarrollo armónico e integral de los niños, es inexistente. Para el efecto propongo las siguientes:

III. EXCEPCIONES DE MÉRITO

A. FALTA DE LEGITIMACIÓN DE POR PASIVA

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 pública 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.

Del mismo modo y de acuerdo con lo solicitado por el accionante en sus pretensiones, se puede deducir acertadamente que lo querido por éste con relación a la pieza objeto de reproche no tiene asidero, toda vez que el establecimiento de comercio donde obra el recordatorio de marca, es de propiedad de Disportal S.A, y en esa medida, **BAVARIA & CIA S.C.A.**, no ejerce control alguno sobre los elementos que conforman el mencionado establecimiento, alineado con las disposiciones que en ese sentido recoge el artículo 518 del Código de Comercio. Por tal motivo la acción debió dirigirse exclusivamente contra la persona que tiene las facultades antes señaladas, esto es, la sociedad Disportal S.A.:

Artículo 516. ELEMENTOS DEL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO. Salvo estipulación en contrario, se entiende que forman parte de un establecimiento de comercio:

- 1) La enseña o nombre comercial y las marcas de productos y de servicios;*
- 2) Los derechos del empresario sobre las invenciones o creaciones industriales o artísticas que se utilicen en las actividades del establecimiento;*
- 3) Las mercancías en almacén o en proceso de elaboración, los créditos y los demás valores similares;*
- 4) El mobiliario y las instalaciones;*
- 5) Los contratos de arrendamiento y, en caso de enajenación, el derecho al arrendamiento de los locales en que funciona si son de propiedad del empresario, y las indemnizaciones que, conforme a la ley, tenga el arrendatario;*
- 6) El derecho a impedir la desviación de la clientela y a la protección de la fama comercial.*
- 7) Los derechos y obligaciones mercantiles derivados de las actividades propias del establecimiento, siempre que no provengan de contratos celebrados exclusivamente en consideración al titular de dicho establecimiento.*

Así las cosas, dentro del giro ordinario de los negocios y no siendo **BAVARIA** el propietario del establecimiento de comercio, le corresponde a este último la decisión unilateral de instalar el aviso que atienda a los objetivos del negocio, fijando las condiciones de forma y fondo que llevará el aviso que identifica el establecimiento de comercio. En tal sentido, asume su responsabilidad desde el momento mismo en que presenta al público las distintas piezas, específicamente en la información suministrada al consumidor.

Como lo puede verificar el Despacho, del Certificado de Existencia y Representación Legal de **BAVARIA**, dentro del mismo no existe actividad que se relacione con el manejo de medio publicitario alguno, ni

mucho menos que la sociedad Disportal S.A., sea subordinada o subsidiaria de mi representada o se ejerza sobre esta alguna situación de control.

Para el caso en particular, el actor interpone la acción popular contra **BAVARIA**, argumentando la violación a los derechos colectivos a la seguridad y salud pública y a los derechos de los consumidores y usuarios. Como lo puede observar el Despacho del material probatorio aportado, mi representada no tiene vinculación directa o indirecta con el petitum de la demanda, toda vez que no expuso el recordatorio de marca objeto de la presente acción popular en un establecimiento de su propiedad, razones por las cuales, **debe ser desvinculada de la demanda y liberada de toda responsabilidad con ocasión de la presentación de la misma.**

A modo de precedente, vale la pena destacar que al interior del fallo de primera instancia de la acción popular N° 2017 - 0042, la cual es identifica con la actual, en algunas de sus partes y el objeto de controversia (presunta ausencia de leyendas legales), en sentencia escrita de 12 de abril de 2019, el Juzgado 7° Civil del Circuito de Bogotá, resolvió declarar probada la excepción de “Falta de legitimación en la causa” y “Carencia actual del objeto: inexistencia de la conducta que amenace o vulnere el derecho colectivo”, propuestas por pasiva, debido a que **“(…) aunque en la fotografía adjunta al artículo aparecen elementos publicitarios de esa marca, los mismos están enmarcados dentro de los denominados recordatorios de marca antes mencionados, los cuales guardan completa correspondencia con lo reglado en el Decreto 1686 de 2012, conforme lo expuesto en los conceptos expedidos por la autoridad sobre la materia, en este caso el INVIMA”.** (Negrillas y subraya fuera de texto). Decisión que si bien fue apelada por los accionantes, fue rechazada de plano con base a lo contenido en el artículo 322 del Código General del Proceso por haberse presentado de forma extemporánea, tal y como consta en el Auto de 31 de mayo de 2019 notificado en el estado de 4 de junio del mismo año, por parte del juzgado Séptimo Civil del Circuito de Bogotá (Juez. Sergio Iván Mesa Macías)

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

Del material probatorio que reposa en el expediente, se concluye claramente que el actor popular no logró establecer todos los presupuestos esenciales para la prosperidad de la acción popular. Sobre el particular, la Sección Primera del Consejo de Estado, en sentencia del 23 de mayo de 2013, radicación 15001-23-31-000-2010-01166-01(AP), dijo lo siguiente:

“La prosperidad de la acción popular depende, según ha sido establecido por la jurisprudencia, 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 generado por la actividad humana; y, c) una relación de causalidad entre la acción u omisión y la señalada afectación de tales derechos e intereses [...]”

La concurrencia de todos y cada uno de los mencionados presupuestos es requisito indispensable para que exista un fallo estimatorio, de modo que, si faltare alguno de ellos, no podrá declararse responsable al demandado por la presunta amenaza o vulneración a los derechos e intereses colectivos.

En este caso en particular, el actor popular no acreditó el segundo de dichos elementos, esto es, la afectación concreta que sufrieron 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.

Sobre este punto, la jurisprudencia de lo contencioso administrativo ha sostenido que:

“[...] 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 prueba¹.” (Negrillo y Subrayado y negrilla fuera de texto)

No se encuentra demostrado entonces cuáles fueron esas amenazas o vulneraciones reales, directas e inminentes que sufrieron los derechos e intereses colectivos invocados por el actor ante un recordatorio de marca. No hay prueba si quiera sumaria de una presunta transgresión administrativa en materia sanitaria ni una afectación a la colectividad o que se hayan visto amenazados sus derechos de tal forma que se justifique la intervención del juez con el fin de tomar medidas preventivas o remediales que eviten o hagan cesar el daño. Mucho menos hay evidencia de que tales amenazas o vulneraciones **tengan hoy el carácter de actuales, más aún cuando el aviso de recordatorio de marca no corresponde a una pieza publicitaria que requiera incorporar las respectivas leyendas de ley.**

De acuerdo con el Decreto 1686 de 2012, la publicidad se define de la siguiente manera: *“Se entiende por publicidad de bebidas alcohólicas, la actividad orientada a persuadir al público con un mensaje comercial de un producto, marca, empresa o servicio, identificado por un diseño gráfico y/o caracterización sonora o visual, para que los consumidores tomen la decisión de compra o uso de un producto o servicio. Se incluyen en esta definición, las actividades, mecanismos y elementos destinados a estimular el consumo de bebidas alcohólicas declarando o no los atributos propios de su naturaleza”.*

Por su parte, el Estatuto de Protección al Consumidor, Ley 1480 de 2011, aborda el concepto de publicidad de la siguiente manera: *“Toda forma y contenido de comunicación que tenga como finalidad influir en las decisiones de consumo”.*

Teniendo en consideración las definiciones de publicidad, resulta evidente que la pieza ubicada en la Calle 85 # 15 - 10 no debe ser entendida como *publicidad de una bebida alcohólica*, pues como ya se ha dicho anteriormente, se trata de un **recordatorio de la marca Budweiser.**

Al respecto, el artículo 3° del Decreto 1686 de 2012, normativa sanitaria en materia de bebidas alcohólicas, define los recordatorios de marca de la siguiente forma:

¹ Consejo de Estado. Sala de lo Contencioso Administrativo, sección primera. Sentencia del 18 de abril de 2007. Rad. 41001-23-31-000-2004-00425-01(AP). C.P.: Rafael Ostau De Lafont Pianeta.

***“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.” (Negrilla y Subrayado fuera de texto)*

Con relación a los requisitos que deben cumplirse en materia de publicidad de bebidas alcohólicas, el artículo 54 del Decreto 1686 dispone 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.”

De los textos citados se concluye entonces que, en materia de bebidas alcohólicas, la norma sanitaria diferenció la publicidad de los denominados recordatorios y menciones de marca. A estos últimos les dio una connotación particular por no estar dirigidos a inducir o a promocionar entre el conglomerado el consumo de dichas bebidas sino a traer a memoria una determinada marca.

La consecuencia práctica es que, mientras la primera (publicidad) está sometida a las exigencias previstas en el Decreto 1686 de 2012, entre ellas la mención de las leyendas sanitarias contenidas en las Leyes 30 de 1986 y 124 de 1994, las segundas (menciones y recordatorios de marca) están excluidas de dicha obligación.

En este orden de ideas, no puede pasarse por alto que el recordatorio de marca de Budweiser objeto de la presente acción popular, no incorpora la palabra cerveza ni brinda información adicional sobre la bebida alcohólica amparada bajo la misma, es decir sobre el producto como tal (cerveza). Con fundamento en lo anterior, la pieza objeto de reproche no debe ser considerada como publicidad sino como un simple recordatorio o mención de marca y, en consecuencia, **no requiere la inclusión de las advertencias sanitarias.**

Quiere esto decir que no existe la presunta omisión que endilgan los actores a **BAVARIA** y, por tanto, no está acreditado tampoco el primero de los presupuestos atrás mencionados para la prosperidad de la acción popular.

Por todas estas razones, se solicita declarar la improcedencia de la acción y eximir en el presente caso a la sociedad **BAVARIA** 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.

De otro lado, como parte de la acción incoada, cita el actor la presunta trasgresión administrativa del artículo 61 del Decreto 3192 de 1983, el cual esboza que *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 registro sanitario*. Es de aclarar al actor que esta división nunca fue creada y dadas las nuevas regulaciones en materia publicitaria, el artículo 61 del Decreto 3192 de 1983 se encuentra derogado de forma expresa por el artículo 96 del Decreto 1686 de 2012.

En esa misma línea, el accionante pretende ilustrar una presunta omisión administrativa por el presunto incumplimiento de dos disposiciones legales que no se encuentran vigentes, estas son, el Decreto 1290 de 1994 y el Decreto 211 de 2004, ambos derogados por el artículo 33 del Decreto 2078 de 2012.

Conforme lo antes expuesto, es dable concluir la ausencia de presupuesto sustancial, ya que no se configuró omisión alguna y mucho menos un daño o agravio a los derechos e intereses colectivos por parte de mi representada.

C.- CARENCIA ACTUAL DE OBJETO: INEXISTENCIA DE LA CONDUCTA QUE AMENACE O VULNERE EL DERECHO COLECTIVO

El artículo segundo de la Ley 472 de 1998 define las acciones populares en los siguientes términos:

Art. 2.- ACCIONES POPULARES. *Son los medios procesales para la protección de los derechos e intereses colectivos. Las acciones populares se ejercen para evitar el daño contingente, hacer cesar el peligro, la amenaza, la vulneración o agravio sobre los derechos e intereses colectivos, o restituir las cosas a su estado anterior cuando fuere posible.*

De otro lado, la misma norma señala en su artículo noveno:

Art. 9.- PROCEDENCIA DE LAS ACCIONES POPULARES. *Las acciones populares proceden contra toda acción u omisión de las autoridades públicas o de los particulares, que hayan violado o amenacen violar los derechos e intereses colectivos.*

De lo anterior se concluye que la finalidad o el “por qué” de las acciones populares es la protección de los derechos e intereses colectivos, y que su objeto o el “para qué” cumple una triple función: i.- preventiva (evitar el daño contingente); ii.- suspensiva (hacer cesar el peligro, la amenaza, vulneración o agravio); y iii.- restaurativa (restituir las cosas a su estado anterior).

En este orden de ideas, y tal como lo sostuvo la Sección Primera del Consejo de Estado, en sentencia proferida el 25 de agosto de 2016 (Rad: 08001-23-33-000-2013-00118-01-AP), M.P. Roberto Augusto Serrato Valdés:

“(…) la orden de proteger los derechos colectivos supone la existencia de las circunstancias que los amenazan o vulneran; pues si éstas han desaparecido, desaparece también la causa que da lugar a dicha protección. No es posible hacer cesar la amenaza o vulneración de un

derecho colectivo, si éstas han dejado de existir; tampoco lo es restituir las cosas al estado anterior, en tanto que, la ausencia de dichas circunstancias, supone, precisamente, que las cosas volvieron a su estado anterior sin necesidad de la orden judicial. (Negrilla y subraya fuera de texto)

Así como la prosperidad de las pretensiones en una acción popular depende de lo acreditado por la parte demandante en el proceso, la orden de proteger los derechos colectivos sólo puede proferirse cuando, al momento de dictar sentencia, subsisten las circunstancias, que a juicio de los actores, vulneran o amenazan tales derechos, pues de lo contrario el fundamento fáctico y jurídico de dicha orden judicial habría desaparecido, y su objeto -que es, precisamente, la protección de los derechos colectivos- ya se habría logrado, generándose, de esta manera, una sustracción de materia .

Siendo ello así, si en el curso del proceso desaparecen las circunstancias que amenazan o vulneran el derecho colectivo, no es posible ordenar su protección en la sentencia, pues tal decisión sería inocua y alejada de la realidad”.

De otro lado, la Sección Primera respecto del mismo asunto, ha señalado lo siguiente:

“(…) la carencia de objeto por haberse superado el hecho vulnerador que originó la acción, se da cuando se comprueba que entre la presentación de ésta y el momento de dictar el fallo cesó la amenaza o vulneración del derecho cuya protección se había solicitado y, en tal circunstancia, ya no será necesaria la orden de protección, pero en todo caso, debe el juez declarar que la mencionada amenaza o vulneración existió pero desapareció”.

En consecuencia, en el evento en que cese la vulneración del derecho colectivo como consecuencia del ejercicio de la acción popular, no resulta procedente denegar de plano las pretensiones, sino que, por el contrario, el juez de conocimiento deberá declarar la vulneración de los derechos colectivos y precisar que se puso fin a la transgresión del derecho colectivo cuyo amparo se perseguía.”

Como se advierte, cuando entre el momento de la presentación de la acción popular y el momento de dictarse el fallo, se acredita que han cesado las circunstancias que amenazan o vulneran los derechos colectivos, no hay lugar a impartir orden alguna, en el entendido que el daño o amenaza ha cesado”. (Subrayado de la Sala).

Lo que significa que la acción popular pierde su objeto y finalidad, cuando desaparece la conducta que pueda amenazar o vulnerar el derecho colectivo que se pretende proteger, puesto que nada podría ordenar el juez en tal evento.

“Y es que el artículo 34 de la Ley 472 de 1998 en materia de acciones populares indica respecto de la sentencia que en ella se podrán dar órdenes de hacer o de no hacer, lo que implica que se requiere que la **conducta de amenaza o de vulneración persista**. De no tener realidad para ese momento ¿qué podría ordenarse hacer o no hacer según el caso? Las explicaciones anteriores también sirven para desestimar los argumentos del impugnante en cuanto a que el fallo apelado omitió pronunciarse sobre el responsable de la vulneración del interés colectivo y las ordenes de desmonte de los elementos de publicidad cuestionados, por lo que ya se explicó: para ese momento habían cesado las conductas públicas y privada de amenaza y vulneración al citado derecho colectivo. Se recaba que cualquiera medida de cautela, administrativa o judicial, requiere que al momento de decidir estén vivos los supuestos de

hecho que dan lugar a librarla; si han desaparecido esos hechos la medida solicitada no tiene objeto y, por lo tanto, hay lugar a denegarla². (Subrayado y negrilla fuera de texto)

Así las cosas, y en la medida que el establecimiento de comercio a cargo de Disportal contiene un recordatorio de marca que no requiere las leyendas sanitarias “PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD” y “EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD”, se entiende que no hay vulneración o amenaza alguna a los derechos colectivos de los consumidores, a la seguridad y la salubridad públicas o al desarrollo armónico e integral de los menores. Por lo anterior, se solicita denegar la pretensión del accionante.

D.- IMPROCEDENCIA DEL PAGO DEL INCENTIVO

En relación con el incentivo solicitado por el actor popular, con fundamento en los artículos 1005 y 2360 del Código Civil, dicha solicitud resulta improcedente, toda vez que el presente caso no versa sobre la demolición o enmendadura de una construcción, ni tampoco hay lugar al resarcimiento de un daño sufrido, como lo exige el supuesto de hecho de la primera de las normas invocadas.

Sobre este punto y en relación con la procedencia del incentivo cuando existe hecho superado, el Consejo de Estado ha manifestado que:

“En tratándose del hecho superado o de la carencia de objeto ocurridas en el curso del trámite de la acción popular [...] *procede el reconocimiento del incentivo económico para el demandante, si se establece que el restablecimiento del derecho colectivo amenazado o vulnerado se produjo con ocasión de la intervención del actor popular [...]. Con todo, es pertinente precisar que para que proceda el reconocimiento del incentivo económico debe estar plenamente acreditado en el proceso que existió realmente la amenaza o vulneración de los derechos colectivos, pues, en caso contrario, el solo hecho de que en determinado asunto se presente carencia de objeto o sustracción de materia (por ejemplo, porque se haya realizado la obra que constituía la materia de las pretensiones de la demanda), no supone necesariamente que se tenga derecho a dicho incentivo.*” (Subrayado fuera de texto)

Por otro lado, y a pesar de que el actor popular solicita el pago del incentivo con fundamento en normas del código civil, es preciso recordar que fue voluntad del legislador eliminar la mencionada figura del incentivo, para lo cual expidió la Ley 1425 de 2010; derogatoria que no sólo operó en forma expresa respecto de los artículos 39 y 40 de la Ley 472 de 1998, sino también en forma tácita respecto de las demás normas que le fueran contrarias (art. 2 Ley 1425 de 2010).

Al respecto, la Sala Plena de lo Contencioso Administrativo del Consejo de Estado, en sentencia de unificación jurisprudencial del 03 de septiembre de 2013, radicación (AP) 170013331001200901566 01, sostuvo lo siguiente:

“Si bien los artículos 39 y 40 de la ley 472 de 1998 establecen un estímulo para los actores populares, por cuya gestión se protegen los derechos colectivos, ambas normas fueron derogadas recientemente por la ley 1.425 de 2.010, publicada en el Diario Oficial No. 47.937, del 29 de diciembre del mismo año. Esta ley, que consta de dos artículos, dispone en el primero: ‘Deróguense los artículos 39 y 40 de la ley 472 de 1998’; y en el segundo que: ‘la

² Consejo de Estado. Sala de lo Contencioso Administrativo, sección tercera. Sentencia del 06 de diciembre de 2001. Rad. 25000-23-24-000-2001-9215-01(AP-284). C.P.: María Elena Giraldo Gómez.

presente ley rige a partir de su promulgación y deroga y modifica todas las disposiciones que le sean contrarias.

Es así como, la Sala, en vigencia de los arts. 39 y 40 habría concedido el incentivo, sin embargo, no puede hacerlo ahora, toda vez que a la fecha en que se dicta esta providencia están derogadas las disposiciones que lo autorizaban. Ello supone, dado que se trata de normas de contenido sustantivo, que su aplicación requiere de su vigencia, y por eso debe regir la nueva normativa, no obstante que el proceso se tramitó en vigencia de la ley 472, pero ocurre que no basta esta circunstancia para aplicar su contenido al caso en estudio.

En efecto, en la ley 153 de 1887 se respalda esta posición, como quiera que el art. 3 dispone: 'Estímase insubsistente una disposición legal por declaración expresa del legislador, o por incompatibilidad con disposiciones especiales posteriores, o por existir una ley nueva que regula íntegramente la materia a que la anterior disposición se refería', de manera que si perdió vigencia no se puede aplicar.'

Así las cosas, no puede ni debe reconocerse el pago del incentivo al actor popular. En primer lugar, porque el supuesto de hecho que animó al accionante a interponer la demanda no existe, razón por la cual, no es posible enmendar algo que está correcto. Y en segundo lugar, porque la Ley 1425 de 2010 no sólo derogó en forma expresa los artículos 39 y 40 de la Ley 472 de 1998, sino también en forma tácita todas las demás disposiciones en materia de incentivos dentro del marco de la acción popular.

Con fundamento en todo lo anteriormente expuesto, de manera respetuosa formulo las siguientes:

PETICIONES

1. **SE DESESTIMEN TODAS Y CADA UNA DE LAS PRETENSIONES DEL ACCIONANTE Y SE DECLARE LA IMPROCEDENCIA DE LA PRESENTE ACCIÓN POPULAR.**
2. **EN CONSECUENCIA, SE ABSUELVA A LA SOCIEDAD BAVARIA & CIA S.C.A. 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. **SE NIEGUE EL INCENTIVO SOLICITADO POR EL ACCIONANTE.**
4. **SE CONDENE EN COSTAS A LOS ACCIONANTES.**

PRUEBAS

Respetuosamente, solicito se tenga como pruebas las siguientes:

1. Resolución N° 2017034534 de 22 de agosto de 2017 expedida por el INVIMA, por medio de la cual se concede registro sanitario al producto cerveza Budweiser.
2. Resolución N° 20190227756 de 5 de julio de 2019 expedida del INVIMA, por medio de la cual se autoriza entre otras el rotulado de unas etiquetas.

ANEXOS

1. Copia del presente escrito para el archivo del juzgado.
2. Certificado de Existencia y Representación Legal de BAVARIA & CIA S.C.A.

NOTIFICACIONES

Para efecto de comunicaciones, requerimientos, notificaciones y demás fines que estime pertinentes, mi dirección es Carrera 53A N°127-35 en la ciudad de Bogotá, D.C. Teléfono: (1) 6389000. Dirección electrónica: notificaciones@co.ab-inbev.com

Atentamente,



DANIELA PÉREZ AMAYA
C.C. 1.032.433.260 DE BOGOTÁ
T.P. 250.160 DEL CS DE LA J.

República de Colombia
Ministerio de Salud y Protección Social
Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – INVIMA
RESOLUCIÓN No. 2017034534 DE 22 de Agosto de 2017
Por la cual se concede un Registro Sanitario

El Director de Alimentos y Bebidas del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA, en ejercicio de las facultades legales conferidas en el decreto 2078 del 8 de octubre del 2012, con base en lo previsto por la ley 9a. de 1979, Decreto - Ley 019 de 2012, Ley 1755 de 2015, Decreto 1686 de 2012.

ANTECEDENTES

Mediante escrito No. 2017100563 de 18/0782017, el Doctor Mario Andrés Cristancho Bernal, en calidad de apoderado de BAVARIA S.A., presentó la solicitud de concesión de Registro Sanitario para el producto descrito abajo en la modalidad de ELABORAR y VENDER.

CONSIDERACIONES DEL DESPACHO

Que ante este Instituto se ha solicitado la Concesión de un Registro Sanitario con base en la documentación allegada, previo estudio técnico y legal de la Dirección de Alimentos y Bebidas y en orden a lo establecido en los artículos 61 y 62 del Decreto 1686 de 2012 y demás normas concordantes, se emitió concepto favorable para la autorización de este Registro Sanitario.

Con relación al etiquetado da cumplimiento con lo establecido en el artículo 46 del Decreto 1686 de 2012; y las leyendas obligatorias estipuladas por el artículo 16 de la Ley 30 de 1986 y el artículo 1 de la Ley 124 de 1994.

El modelo de etiqueta presentado corresponde a la sociedad Anheuser Busch autorizado en la modalidad de Importar y Vender y a la vez presenta el mismo modelo de etiqueta para la fábrica en Colombia. Esto se fundamenta con base en el Parágrafo del artículo 60 del Decreto 1686 de 2012.

Se advierte que el texto de la leyenda establecida en el numeral 1 del artículo 50 del Decreto 1686 de 2012 debe ser resaltado y que no se opaque el fondo de la etiqueta.

Cabe resaltar que la información de lote del producto por parte del fabricante pone en manifiesto que el código de identificación del lote se coloca mediante inyección de tinta en la base de las latas o cuerpo de la botella respectivamente. El código consiste en una combinación alfanumérica de dos líneas:

La primera línea: se compone de tres letras: la letra **L** como abreviatura de lote; las dos letras siguientes indican la planta productora; una letra o número que señalan el equipo en el que se envasó el producto y cuatro números que indican la hora a la que se realizó el envasado.

La segunda línea: Se compone de las letras **VEN** como abreviatura de "Vence", la fecha de vencimiento descrita con dos números, tres letras y otros dos números que indican día, mes y año, respectivamente.

Ejemplo:

LTO 2 14:55

VEN 03 JUN 17.

En donde:

L = Lote;

TO = Cervecería de Tocancipá;

2 = Máquina envasadora;

14:55 = Hora de envasado;

VEN = Vence;

03 = Día 3;

JUN = Junio;

17 = Año 2017.

La información descrita, sanitariamente es aceptada y se enmarca dentro de lo establecido en el artículo 47 del Decreto 1686 de 2012.

República de Colombia
Ministerio de Salud y Protección Social
Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – INVIMA
RESOLUCIÓN No. 2017034534 DE 22 de Agosto de 2017
Por la cual se concede un Registro Sanitario

El Director de Alimentos y Bebidas del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA, en ejercicio de las facultades legales conferidas en el decreto 2078 del 8 de octubre del 2012, con base en lo previsto por la ley 9a. de 1979, Decreto - Ley 019 de 2012, Ley 1755 de 2015, Decreto 1686 de 2012.

En consecuencia, este Instituto,

RESUELVE

ARTICULO PRIMERO.- Conceder REGISTRO SANITARIO por el término de DIEZ (10) años al

PRODUCTO: CERVEZA Marca BUDWEISER.
REGISTRO SANITARIO No.: INVIMA 2017L-0008912
TIPO DE REGISTRO: ELABORAR y VENDER
TITULAR(ES): BAVARIA S.A. con domicilio en BOGOTÁ - D. C.
FABRICANTE(S): BAVARIA S. A. con domicilio en TOCANCIPÁ - CUNDINAMARCA.
GRADO ALCOHOLICO: 5 % en Volumen
CLASIFICACION: CERVEZA
EXPEDIENTE No.: 20130532
RADICACIÓN No.: 2017100563

ARTICULO SEGUNDO: AUTORIZAR el rotulado del producto CERVEZA Marca BUDWEISER en las presentaciones comerciales Botella de Vidrio de 250 cm³ y 315 cm³ y envase de aluminio de 269 ml., teniendo en cuenta las observaciones descritas en la parte motiva de éste proveído.

ARTICULO TERCERO: Para poder comercializar el producto, éste y sus etiquetas, deben cumplir en todo momento con los requisitos técnico/legales, establecidos en el artículo 16 de la ley 30 de 1986, ley 124 de 1994, Decreto Reglamentario 1686 de 2012 (**Inscribir el número del Registro Sanitario**), el Titular(es), Fabricante(es), serán responsables por lo aquí dispuesto y en caso de incumplimiento o infracción a las normas sanitarias se impondrá las sanciones correspondientes de acuerdo a lo establecido en los artículos 576 y siguientes de la Ley 09 de 1979.

ARTICULO CUARTO.- Notificar al interesado de la presente resolución advirtiéndole que contra la misma procede únicamente el Recurso de Reposición, que deberá interponerse ante LA DIRECCIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS INVIMA, dentro de los DIEZ (10) días siguientes a su notificación, en los términos señalados en el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

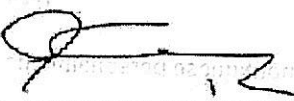
ARTICULO QUINTO.-La presente resolución rige a partir de la fecha de su ejecutoria.

NOTIFIQUESE Y CUMPLASE

Dada en Bogotá D. C. a los 22 de Agosto de 2017.

Este espacio, hasta la firma se considera en blanco.




SERGIO ALFONSO TRONCOSO RICO
DIRECTOR TECNICO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Vo.Bo. Coordinadora (E): Ing. Nubia Martínez E. ; Proyectó: Ing. Victoria Castañeda; Legal: Francy Torrado; Revisó: Belquis A. Jory O.

Firma válida

Digitally signed by SERGIO ALFONSO TRONCOSO RICO
Date: 2017.08.22 14:47:37 COT
Reason: Invima
Location: Bogota, CO



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

RESOLUCION No. 2019027756 DE 5 de Julio de 2019

Por la cual se Modifica una Resolución

El Director de Alimentos y Bebidas del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA, en ejercicio de las facultades legales conferidas en el decreto 2078 del 8 de octubre del 2012, con base en lo previsto por la ley 9a. de 1979, Decreto - Ley 019 de 2012, Ley 1755 de 2015, Decreto 1686 de 2012

EXPEDIENTE: 20130532
REGISTRO SANITARIO:

RADICACIÓN: 20191111015
INVIMA 2017L-0008912 VIGENCIA

FECHA: 12/06/2019
05/09/2027

ANTECEDENTES

Mediante Resolución No. 2017034534 de 22 de Agosto de 2017 el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA concedió REGISTRO SANITARIO INVIMA 2017L-0008912 para el PRODUCTO: CERVEZA Marca BUDWEISER. en la modalidad de ELABORAR y VENDER, siendo TITULAR(ES): BAVARIA S.A. con domicilio en BOGOTÁ - D. C., siendo FABRICANTE(S): BAVARIA S. A. con domicilio en TOCANCIPÁ - CUNDINAMARCA, con una graduación alcohólica de 5 % en Volumen y autorizó el rotulado del producto CERVEZA Marca BUDWEISER en las presentaciones comerciales Botella de Vidrio de 250 cm³ y 315 cm³ y envase de aluminio de 269 ml., teniendo en cuenta las observaciones descritas en la parte motiva de éste proveído.

Mediante radicado No 20191111015 de fecha 12/06/2019 la señora Nydia Valeria Salamanca actuando en calidad de representante legal presento solicitud de modificación al registro sanitario en el sentido que se autorice el cambio de razón social del titular y fabricante junto con el rotulado del producto CERVEZA Marca BUDWEISER en presentación comercial de 175cm³, 200cm³, 225cm³, 250cm³, 275cm³, 300cm³, 330cm³, 350cm³, 355cm³, 750cm³, 1000cm³, 1500cm³, lata 150cm³, 222cm³, 237cm³, 250cm³, 269cm³, 295cm³, 307cm³, 310cm³, 330cm³, 330ml, 350cm³, 355cm³, 355ml, 473cm³, 500cm³, 550cm³, 1 litro y agotamiento de existencias del producto CERVEZA Marca BUDWEISER en presentación comercial 269cm³, 330cm³, 355cm³, 473cm³

CONSIDERACIONES DEL DESPACHO

Revisada la documentación del expediente, se encontró que el cambio en la razón social del titular y fabricante es procedente ya que el interesado actualiza la información de Registro Sanitario mediante trámite de modificación de registro sanitario, así mismo, como las nuevas presentaciones comerciales van implícitas en el rotulado del producto de referencia, también, se evalúa el contenido de la información de etiqueta con base en el Artículo 46 y ss., del Decreto 1686 de 2012; y las leyendas obligatorias estipuladas por el Artículo 16 de la Ley 30 de 1986 y el Artículo 1 de la Ley 124 de 1994.

Sobre el agotamiento, se analizó el argumento expuesto por el interesado sobre el cambio en la razón social del fabricante y en el proceso de inventario en la Bodegas y en el mercado tienen una existencia de etiquetados del producto CERVEZA Marca BUDWEISER en presentación comercial 269cm³, 330cm³, 355cm³, 473cm³. correspondientes a la razón social anterior del fabricante. El interesado solicita un tiempo para utilizar el etiquetado del producto anterior. Con base en las razones expuestas se concede el permiso temporal dando seis meses a partir de la fecha de ejecutoria de la presente resolución

El fabricante del producto pone de manifiesto que el número de lote se coloca mediante inyección de tinta en la base de las latas. El código consiste en una combinación alfanumérica de dos líneas:

La primera línea se compone de tres letras: la letra L como abreviatura de lote; las dos letras siguientes indican la planta productora; una letra o número que señala el equipo en que se envasó el producto; cuatro números que indican la hora a la que se realizó el envasado.

La segunda línea se compone de: las letras VEN como abreviatura de vence, la fecha de vencimiento descrita con dos números, tres letras y otros dos números que indican día, mes y año, respectivamente.



La salud
es de todos

Minsalud

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

RESOLUCION No. 2019027756 DE 5 de Julio de 2019

Por la cual se Modifica una Resolución

El Director de Alimentos y Bebidas del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA, en ejercicio de las facultades legales conferidas en el decreto 2078 del 8 de octubre del 2012, con base en lo previsto por la ley 9a. de 1979, Decreto - Ley 019 de 2012, Ley 1755 de 2015, Decreto 1686 de 2012

Ejemplo: LTO 2 14:55
VEN 03 JUN 18

En donde: L: lote; TO: Cervecería de Tocancipá; 2: máquina envasadora; 14:55: hora de envasado; VEN: vence; 03: día 3; JUN: junio; 18: año 2018; situación que sanitariamente es aceptada y se enmarca dentro de lo establecido por el Artículo 47 del Decreto 1686 de 2012.

En consecuencia, el Director de Alimentos y Bebidas,

RESUELVE

ARTICULO PRIMERO: MODIFICAR la Resolución 2017034534 del 22/08/2017 que concedió Registro Sanitario número INVIMA 2017L-0008912 a favor de BAVARIA S.A con domicilio en BOGOTA - D.C. para el producto CERVEZA MARCA BUDWEISER en la modalidad ELABORAR Y VENDER, en el sentido de autorizar

1. Cambio de razón social del titular y fabricante a: BAVARIA & CIA S.C.A

ARTICULO SEGUNDO: AUTORIZAR ROTULADO del producto CERVEZA Marca BUDWEISER en presentación comercial de 175cm3, 200cm3, 225cm3, 250cm3, 275cm3, 300cm3, 330cm3, 350cm3, 355cm3, 750cm3, 1000cm3, 1500cm3, lata 150cm3, 222cm3, 237cm3, 250cm3, 269cm3, 295cm3, 307cm3, 310cm3, 330cm3, 330ml, 350cm3, 355cm3, 355ml, 473cm3, 500cm3, 550cm3, 1 litro

ARTICULO TERCERO: AUTORIZAR el agotamiento de existencias de etiquetas del producto CERVEZA Marca BUDWEISER en presentación comercial 269cm3, 330cm3, 355cm3, 473cm3, por el término de seis (6) meses a partir de la fecha de ejecutoria de la presente resolución. Esto con base en las razones descritas en la parte motiva de éste proveído

ARTICULO CUARTO: Para poder comercializar el producto, éste y sus etiquetas, deben cumplir en todo momento con los requisitos técnico/legales, establecidos en el artículo 16 de la ley 30 de 1986, ley 124 de 1994, decretos reglamentarios 1686 de 2013, el Titular(es), Fabricante(es), envasador (es), hidratador (es), Importador(es) serán responsables por lo aquí dispuesto y en caso de incumplimiento o infracción a las normas sanitarias se impondrá las sanciones correspondientes de acuerdo a lo establecido en los artículos 576 y siguientes de la Ley 09 de 1979.

ARTICULO QUINTO: Contra la presente resolución procede únicamente el Recurso de Reposición, que deberá interponerse ante el DIRECTOR TECNICO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS INVIMA, dentro de los DIEZ (10) días siguientes a su notificación, en los términos señalados en el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

ARTICULO SEXTO: La presente resolución rige a partir de la fecha de ejecutoria.

COMUNIQUESE, NOTIFIQUESE Y CUMPLASE

Se Expide en Bogotá D.C., el 5 de Julio de 2019

Este espacio, para la firma se considera en blanco.

Firmado digitalmente por
CARLOS ALBERTO ROBLES COCUYAME
Fecha: 2019.07.05
11:43:39 COT
Razón: Invima
Locación: BOGOTA D.C.,
Colombia

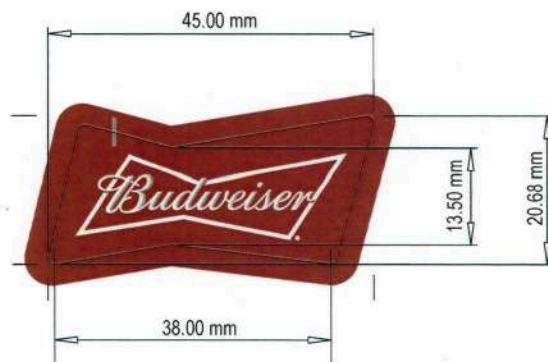
CARLOS ALBERTO ROBLES COCUYAME
DIRECTOR TECNICO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Proyecto: Ing. Juan Castaño, Vobo Legal Iván Salazar

INVIMA
Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos

09 JUL 2019

ESTE DOCUMENTO ES FIEL
COPIA DEL QUE REPOSA EN
EL ARCHIVO DE ESTA ENTIDAD



85x70mm=59.5mm ÁREA TOTAL ETIQUETA PRINCIPAL DE LA BOTELLA

10% LEGAL 6.04 CM

60.42 x 10 % = 6.04 cm

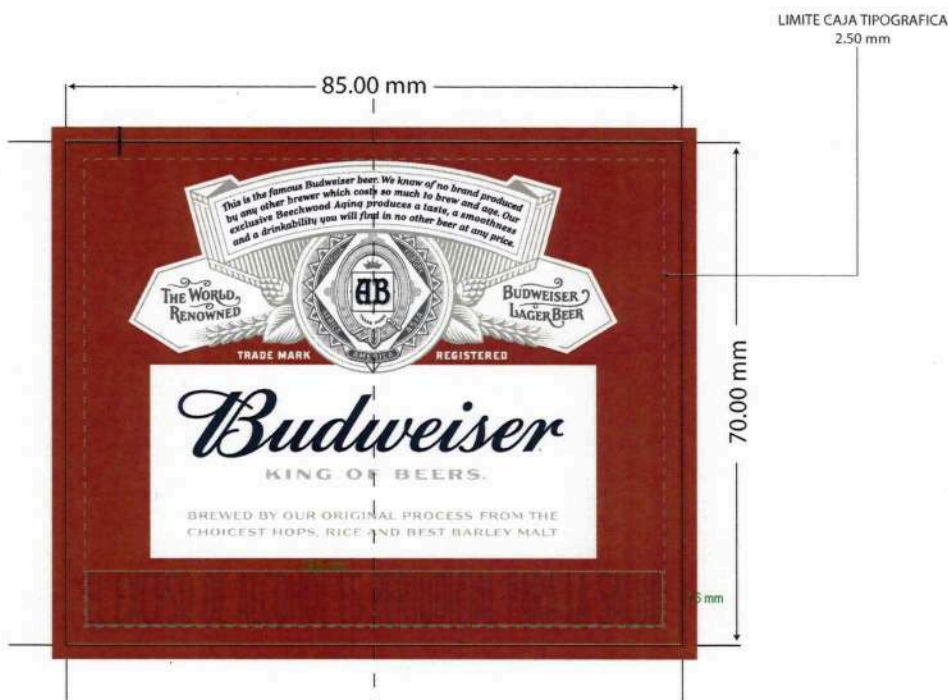
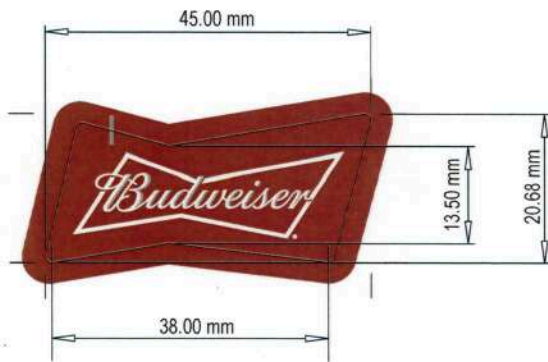
79.5 mm

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD

7.6mm

79.5x7.6=60.42 mm2 ÁREA DEL TEXTO LEGAL

Yo Bo 1854
Recd 20/9/11/10/15

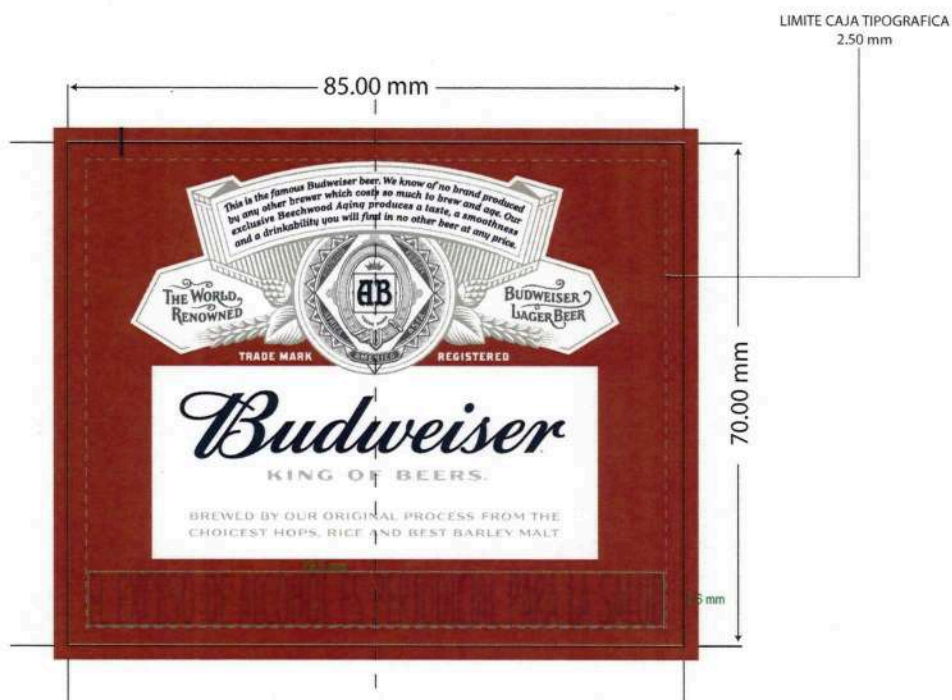
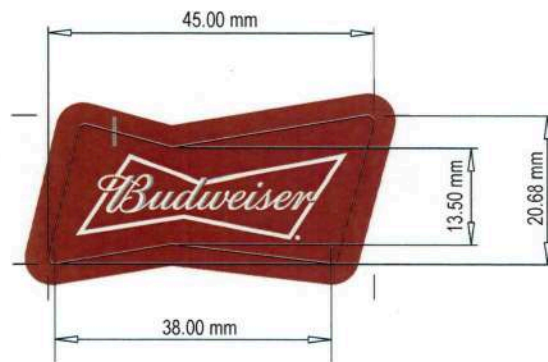


85x70mm=59.5mm ÁREA TOTAL ETIQUETA PRINCIPAL DE LA BOTELLA

10% LEGAL 6.04 CM
60.42 x 10 % = 6.04 cm

79.5 mm
EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD
7.6mm
79.5x7.6=60.42 mm2 ÁREA DEL TEXTO LEGAL

V.B. 1854
Rad 2019/11/015

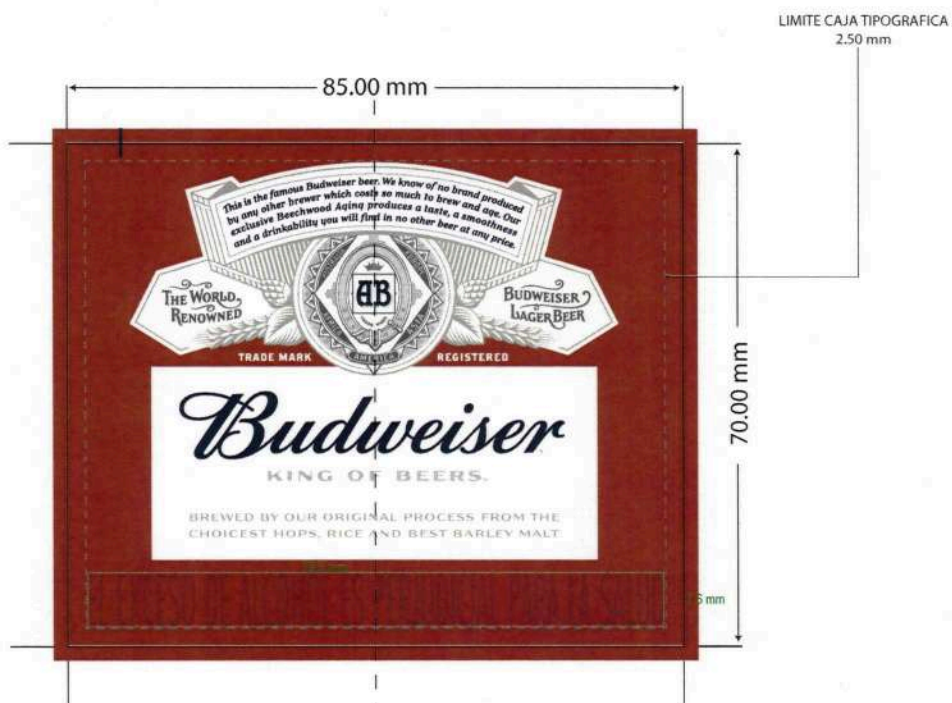
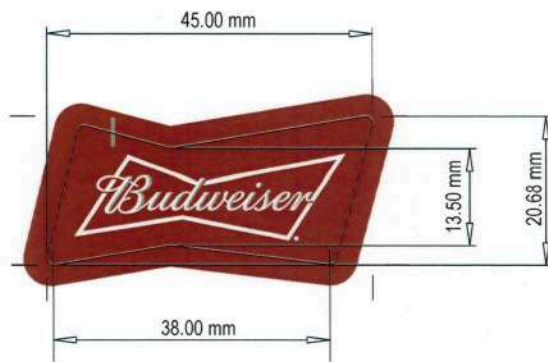


85x70mm=59.5mm ÁREA TOTAL ETIQUETA PRINCIPAL DE LA BOTELLA

10% LEGAL 6.04 CM
60.42 x 10 % = 6.04 cm

79.5 mm
EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD 7.6mm
79.5x7.6=60.42 mm2 ÁREA DEL TEXTO LEGAL



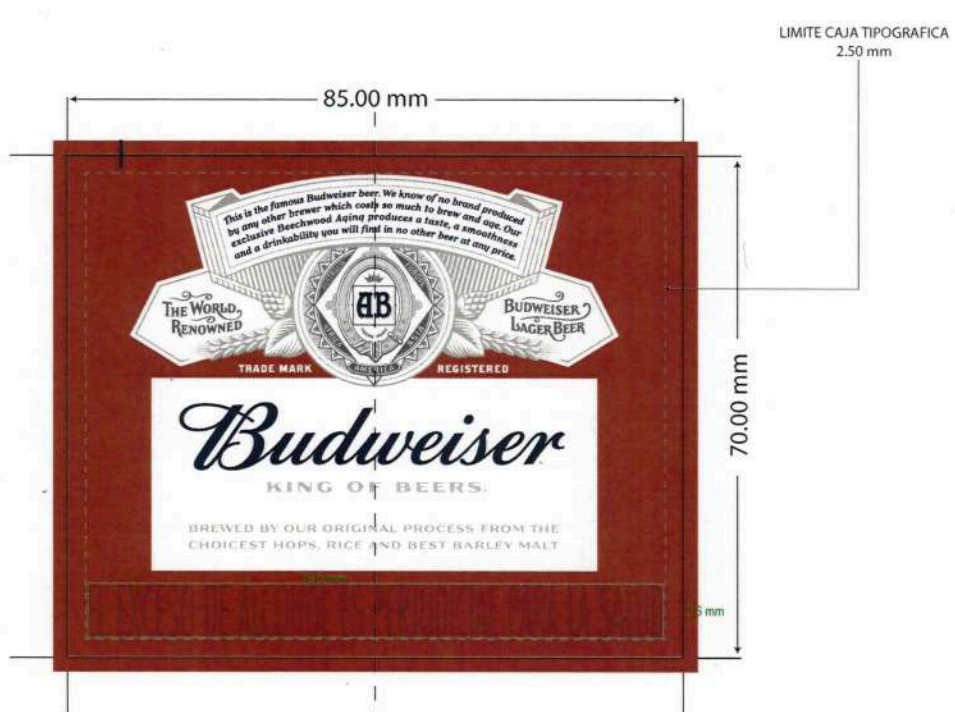
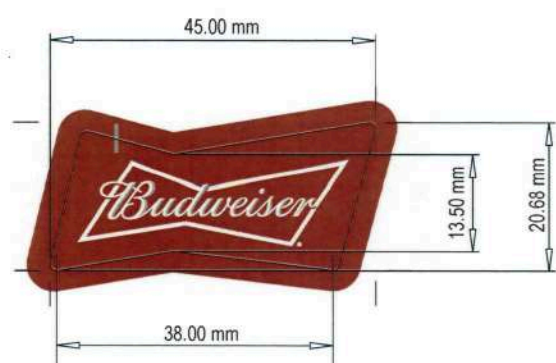


85x70mm=59.5mm ÁREA TOTAL ETIQUETA PRINCIPAL DE LA BOTELLA

10% LEGAL 6.04 CM
60.42 x 10 % = 6.04 cm

79.5 mm
EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD 7.6mm
79.5x7.6=60.42 mm2 ÁREA DEL TEXTO LEGAL

Rec 2019/11/10/15
Vb 1254

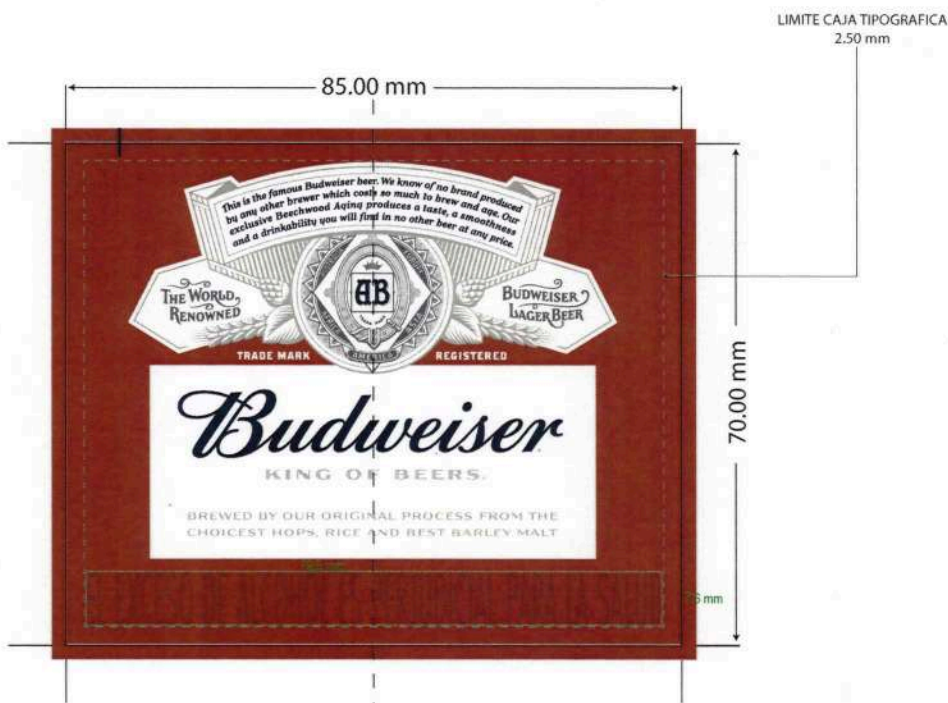
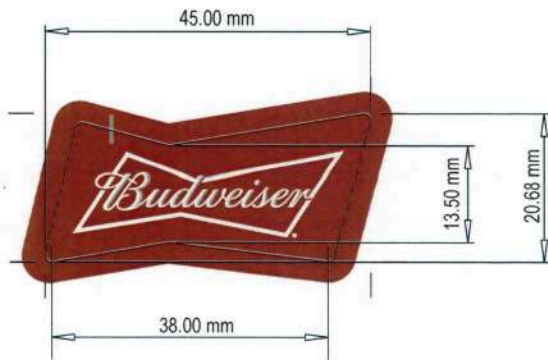


85x70mm=59.5mm ÁREA TOTAL ETIQUETA PRINCIPAL DE LA BOTELLA

10% LEGAL 6.04 CM
60.42 x 10 % = 6.04 cm

79.5 mm
EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD 7.6mm
79.5x7.6=60.42 mm2 ÁREA DEL TEXTO LEGAL

V.B. 1854
Ked 2019/11/015



85x70mm=59.5mm ÁREA TOTAL ETIQUETA PRINCIPAL
DE LA BOTELLA

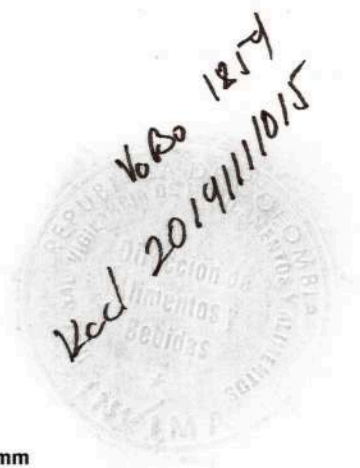
10% LEGAL 6.04 CM
60.42 x 10 % = 6.04 cm

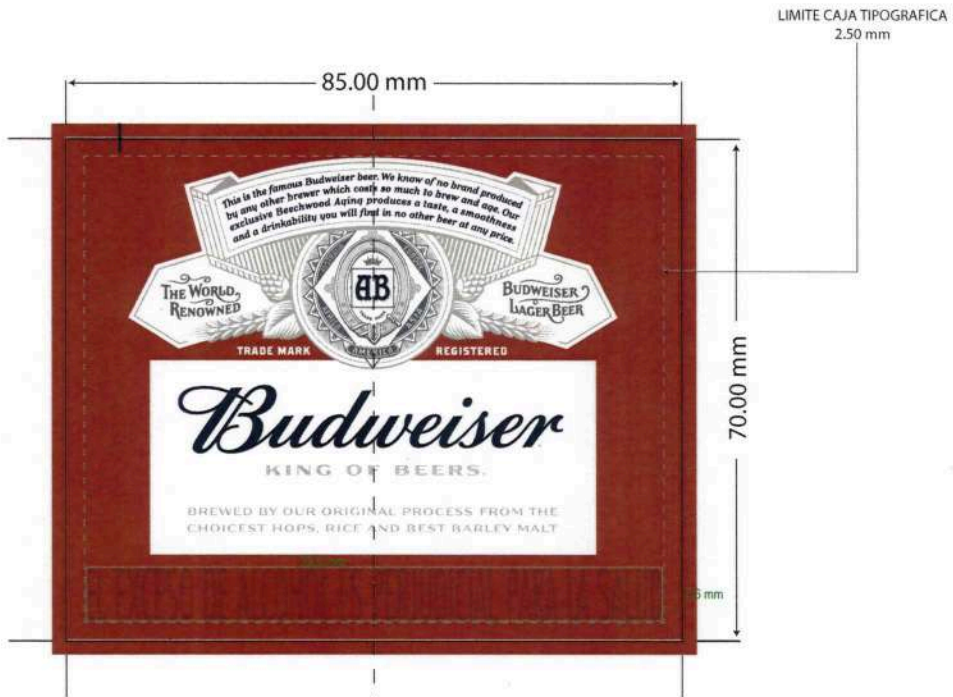
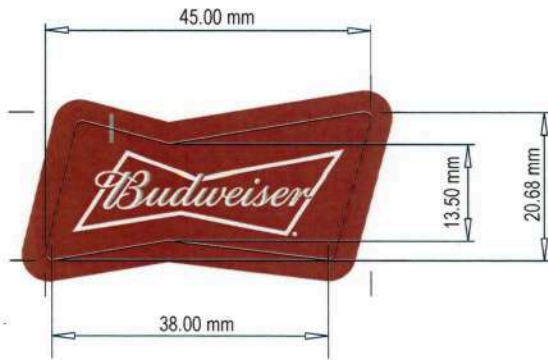
79.5 mm

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD

7.6mm

79.5x7.6=60.42 mm2 ÁREA DEL TEXTO LEGAL





85x70mm=59.5mm ÁREA TOTAL ETIQUETA PRINCIPAL DE LA BOTELLA

10% LEGAL 6.04 CM
60.42 x 10 % = 6.04 cm

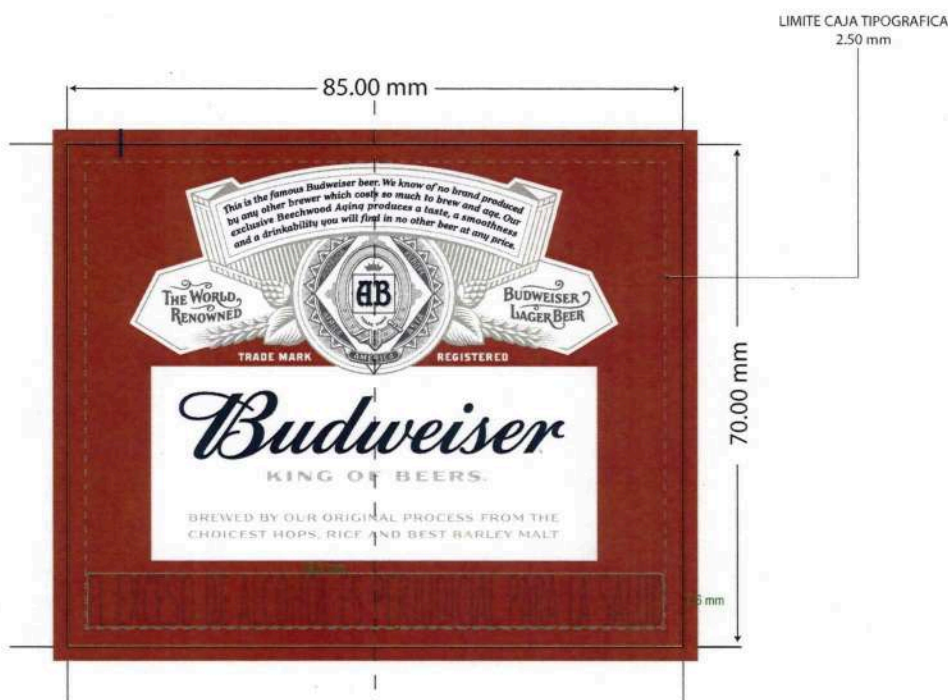
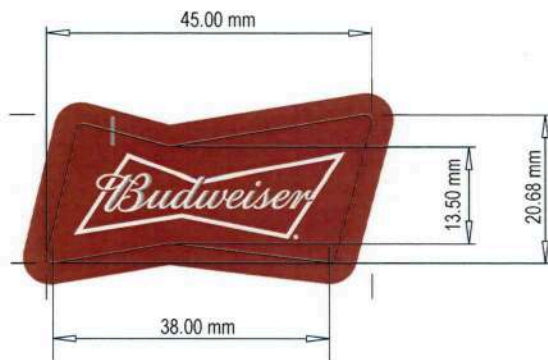
79.5 mm

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD

7.6mm

79.5x7.6=60.42 mm2 ÁREA DEL TEXTO LEGAL

V.B. 1854
Recd 2019/11/10/15



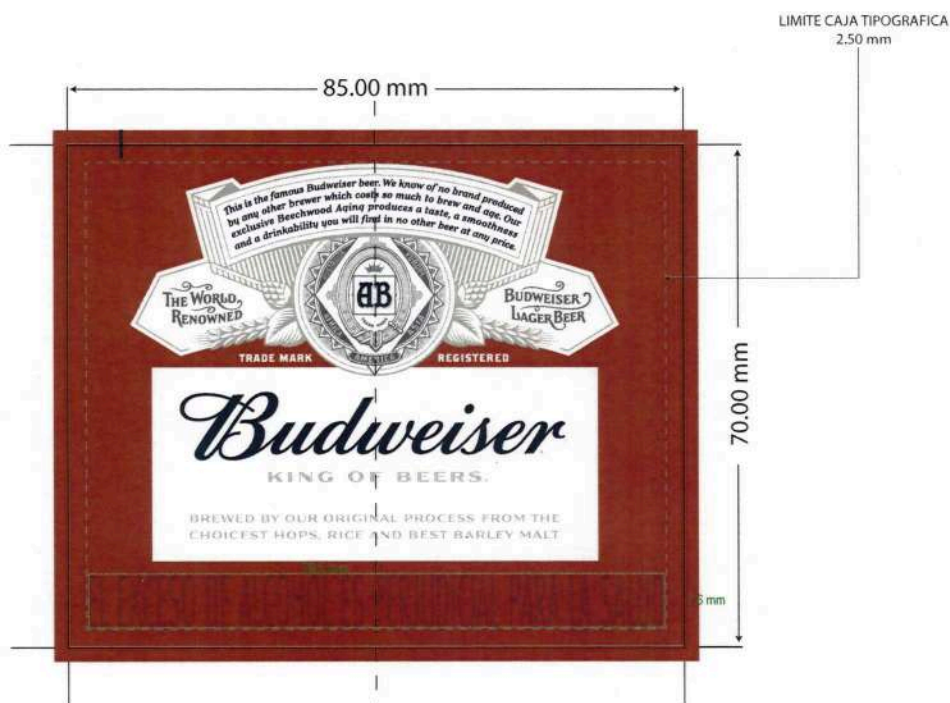
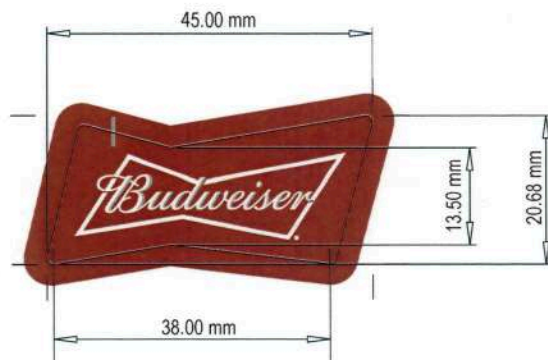
85x70mm=59.5mm ÁREA TOTAL ETIQUETA PRINCIPAL DE LA BOTELLA

10% LEGAL 6.04 CM

60.42 x 10 % = 6.04 cm



V.B. 1854
Recd 2019/11/10/15

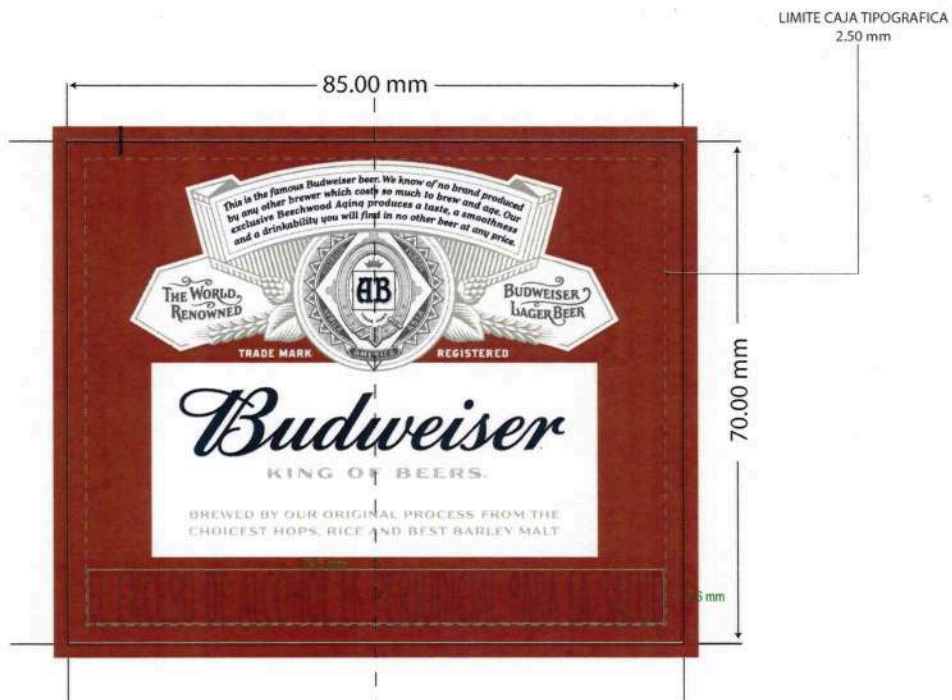
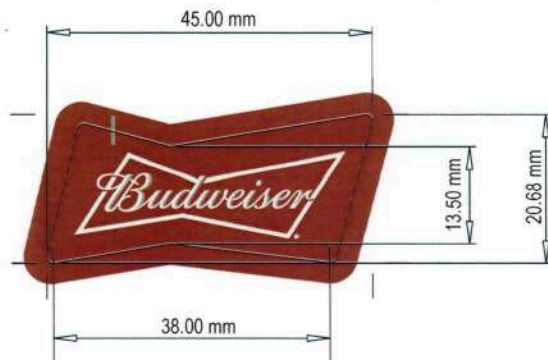


85x70mm=59.5mm ÁREA TOTAL ETIQUETA PRINCIPAL DE LA BOTELLA

10% LEGAL 6.04 CM
60.42 x 10 % = 6.04 cm

79.5 mm
EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD 7.6mm
79.5x7.6=60.42 mm2 ÁREA DEL TEXTO LEGAL

Vols 1854
Decl 2019/11/015



85x70mm=59.5mm ÁREA TOTAL ETIQUETA PRINCIPAL
DE LA BOTELLA

10% LEGAL 6.04 CM
60.42 x 10 % = 6.04 cm

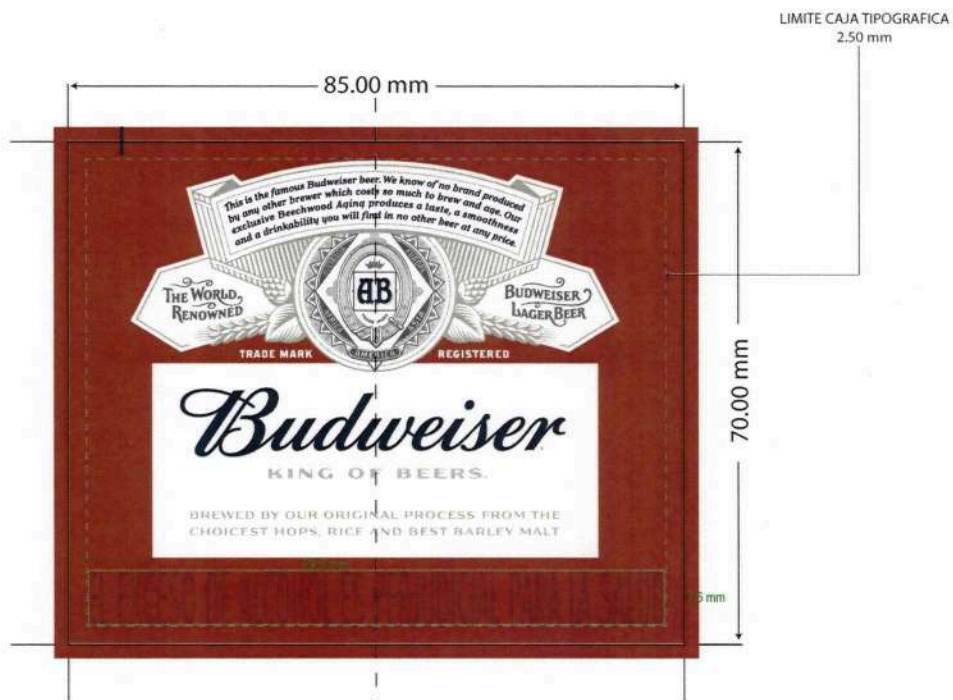
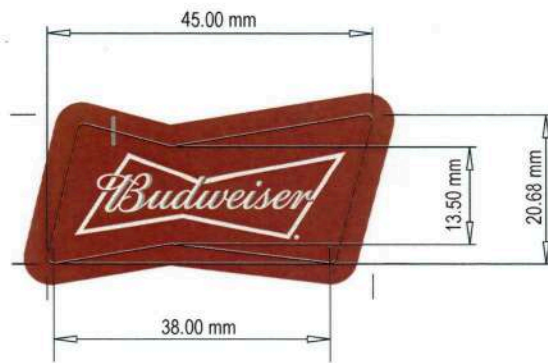
79.5 mm

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD

7.6 mm

79.5x7.6=60.42 mm2 ÁREA DEL TEXTO LEGAL

16 Bo 1854
Recd 2019/11/015

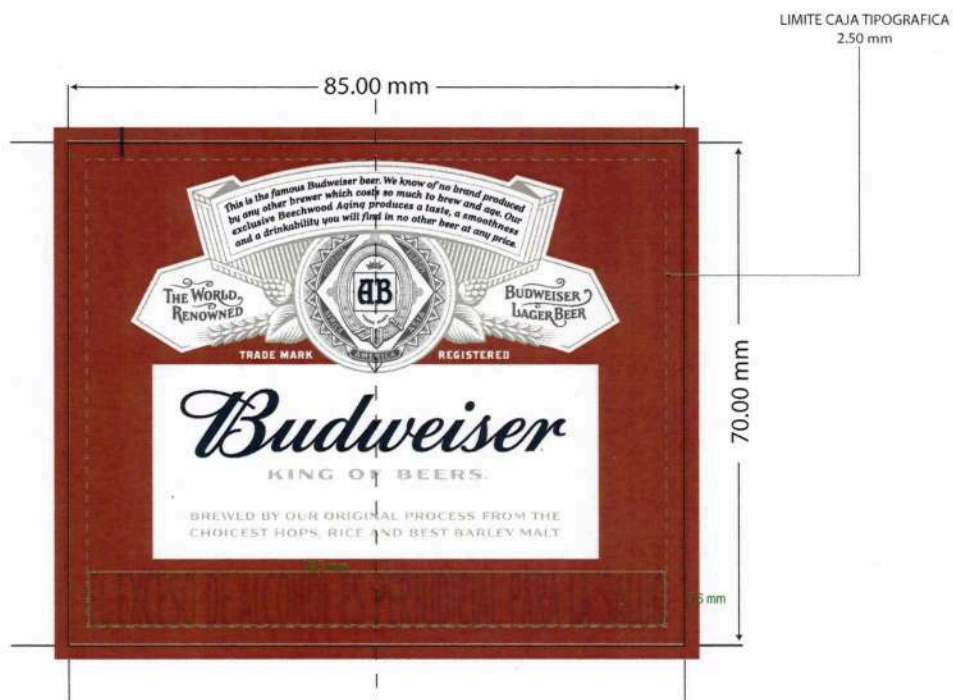
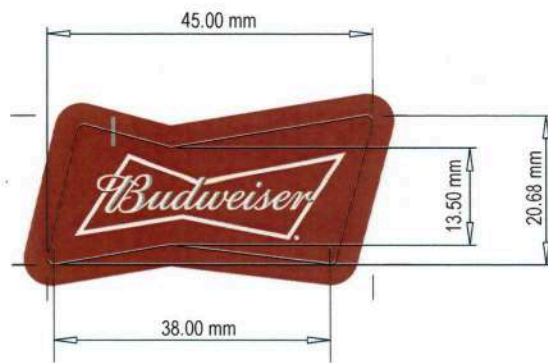


85x70mm=59.5mm ÁREA TOTAL ETIQUETA PRINCIPAL
DE LA BOTELLA

10% LEGAL 6.04 CM
60.42 x 10 % = 6.04 cm



16B 1274
2019/11/05
Dec



85x70mm=59.5mm ÁREA TOTAL ETIQUETA PRINCIPAL DE LA BOTELLA

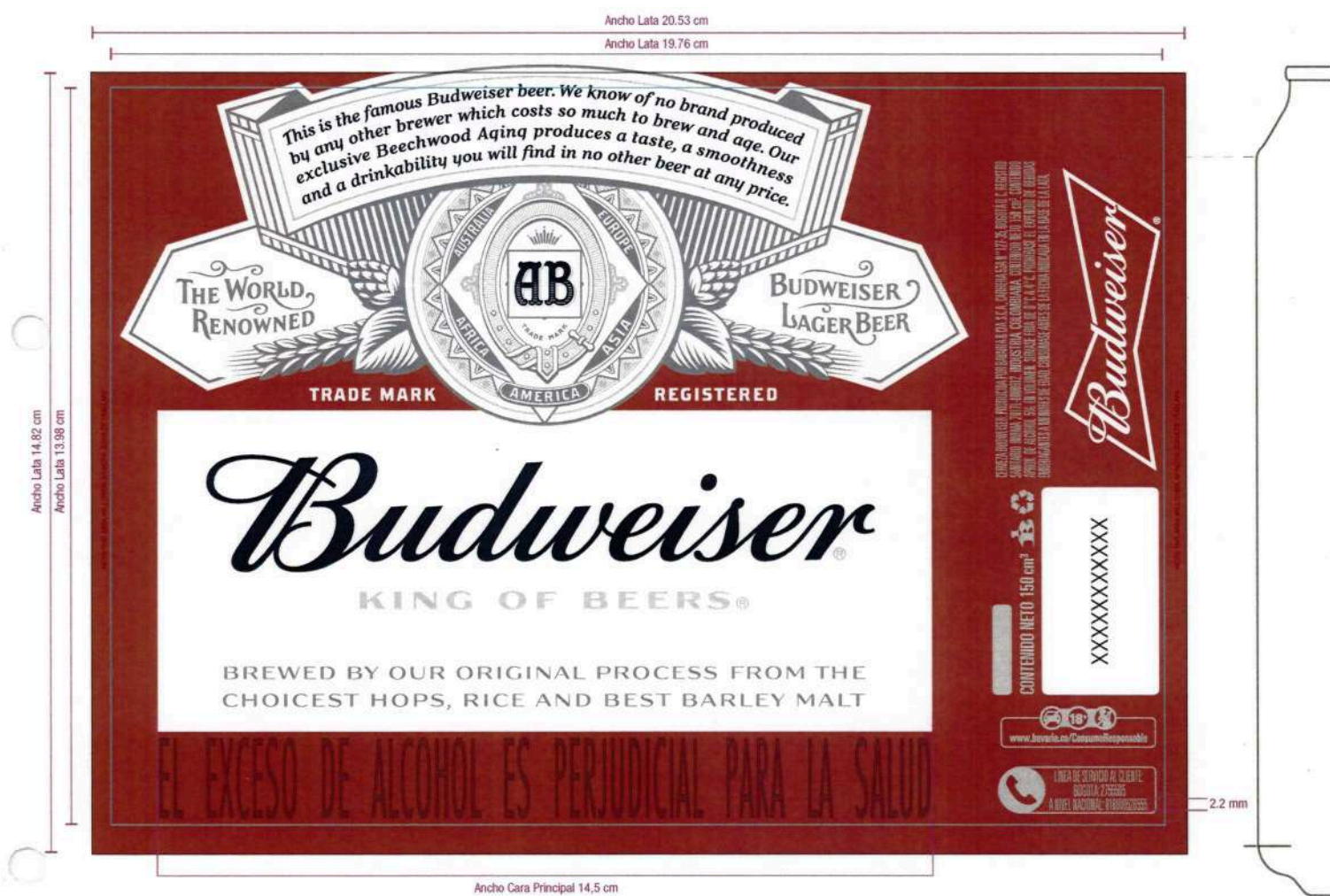
10% LEGAL 6.04 CM

60.42 x 10 % = 6.04 cm



Vols 1854
Red 2019/11/05

ETIQUETA BUDWEISER LATA 150 cm³



20.53 cm x 14.82 cm = 304.2546 cm² ÁREA TOTAL DE LA LATA
14.5 cm x 14.82 cm = 214.89 cm² ÁREA TOTAL DE LA CARA PRINCIPAL

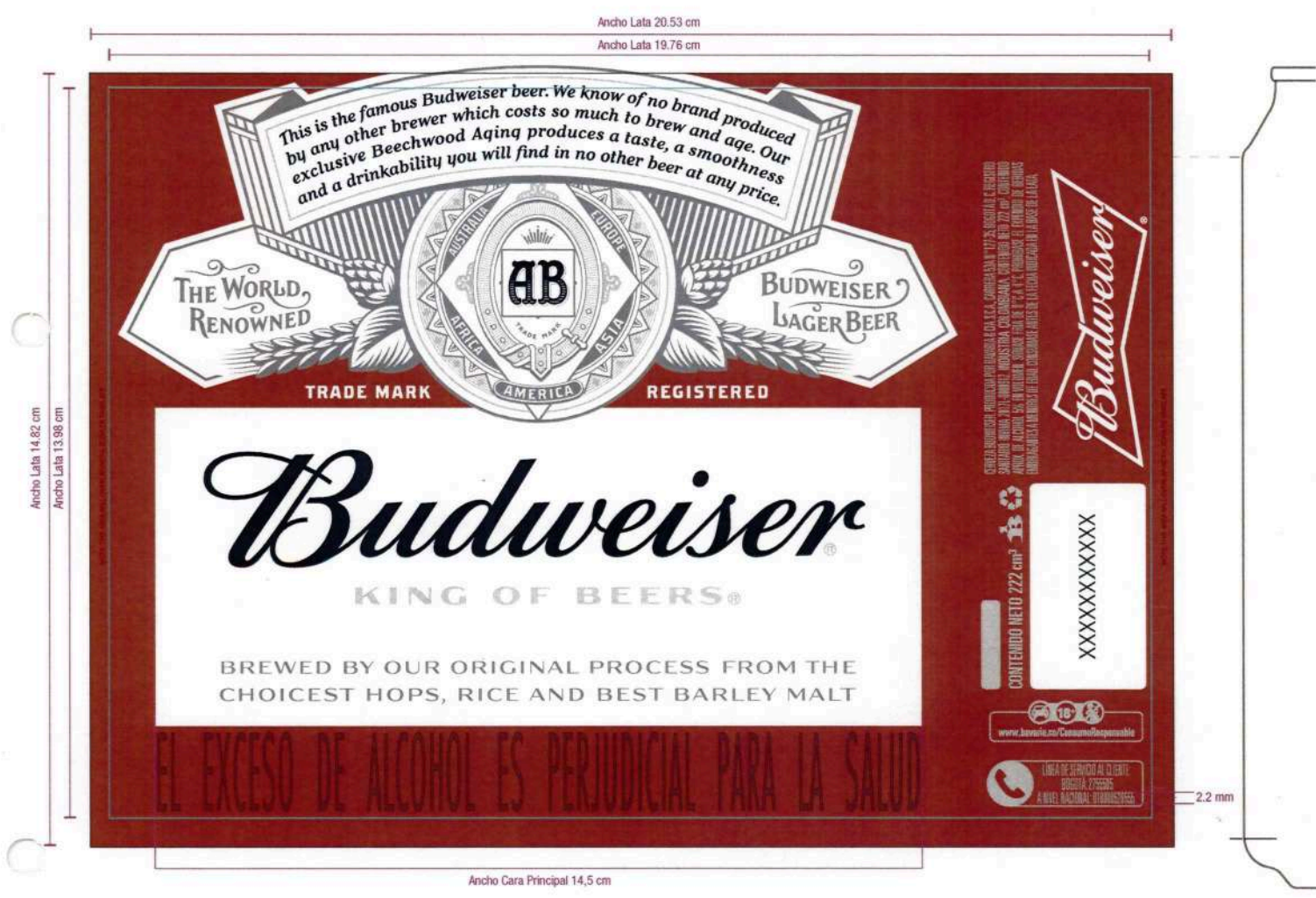
10% LEGAL
14.5 cm x 1.482 cm = 21.489 cm²

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD

14.4679 cm x 1.5211 cm = 22.0071 cm² ÁREA DEL TEXTO LEGAL QUE
CORRESPONDE A MÁS DEL 10% DEL FRENTE DE LA LATA

Recl 16 Bo 1854
2019/11/05

ETIQUETA BUDWEISER LATA 222 cm³



20.53 cm x 14.82 cm = 304.2546 cm² ÁREA TOTAL DE LA LATA
14.5 cm x 14.82 cm = 214.89 cm² ÁREA TOTAL DE LA CARA PRINCIPAL

10% LEGAL
14.5 cm x 1.482 cm = 21.489 cm²

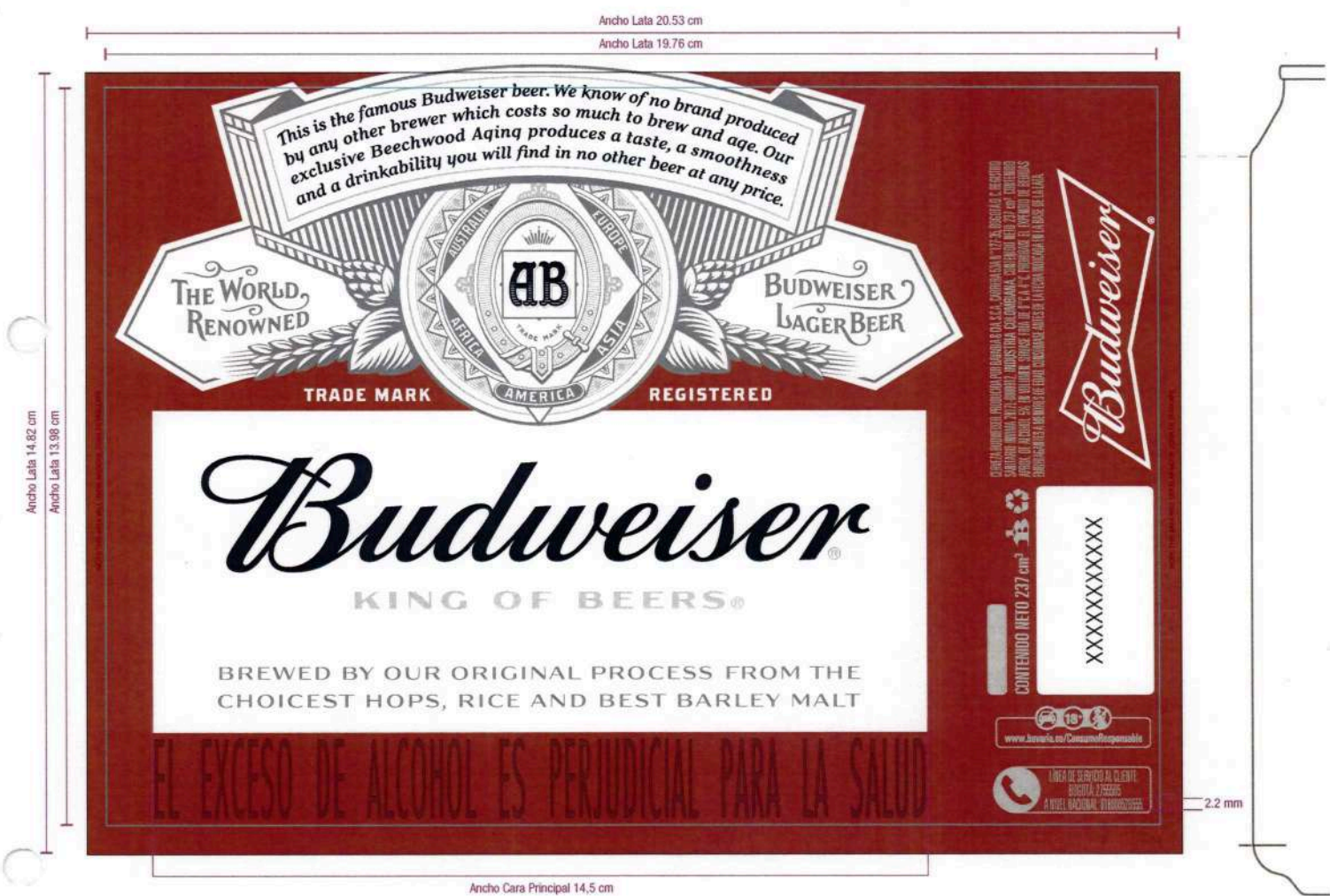
14.4679 cm
EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD 1.5211 cm

14.4679 cm x 1.5211 cm = 22.0071 cm² ÁREA DEL TEXTO LEGAL QUE
CORRESPONDE A MÁS DEL 10% DEL FRENTE DE LA LATA

YoBo B54
Red 2019/11/05

65

ETIQUETA BUDWEISER LATA 237 cm³



20.53 cm x 14.82 cm = 304.2546 cm² ÁREA TOTAL DE LA LATA
14.5 cm x 14.82 cm = 214.89 cm² ÁREA TOTAL DE LA CARA PRINCIPAL

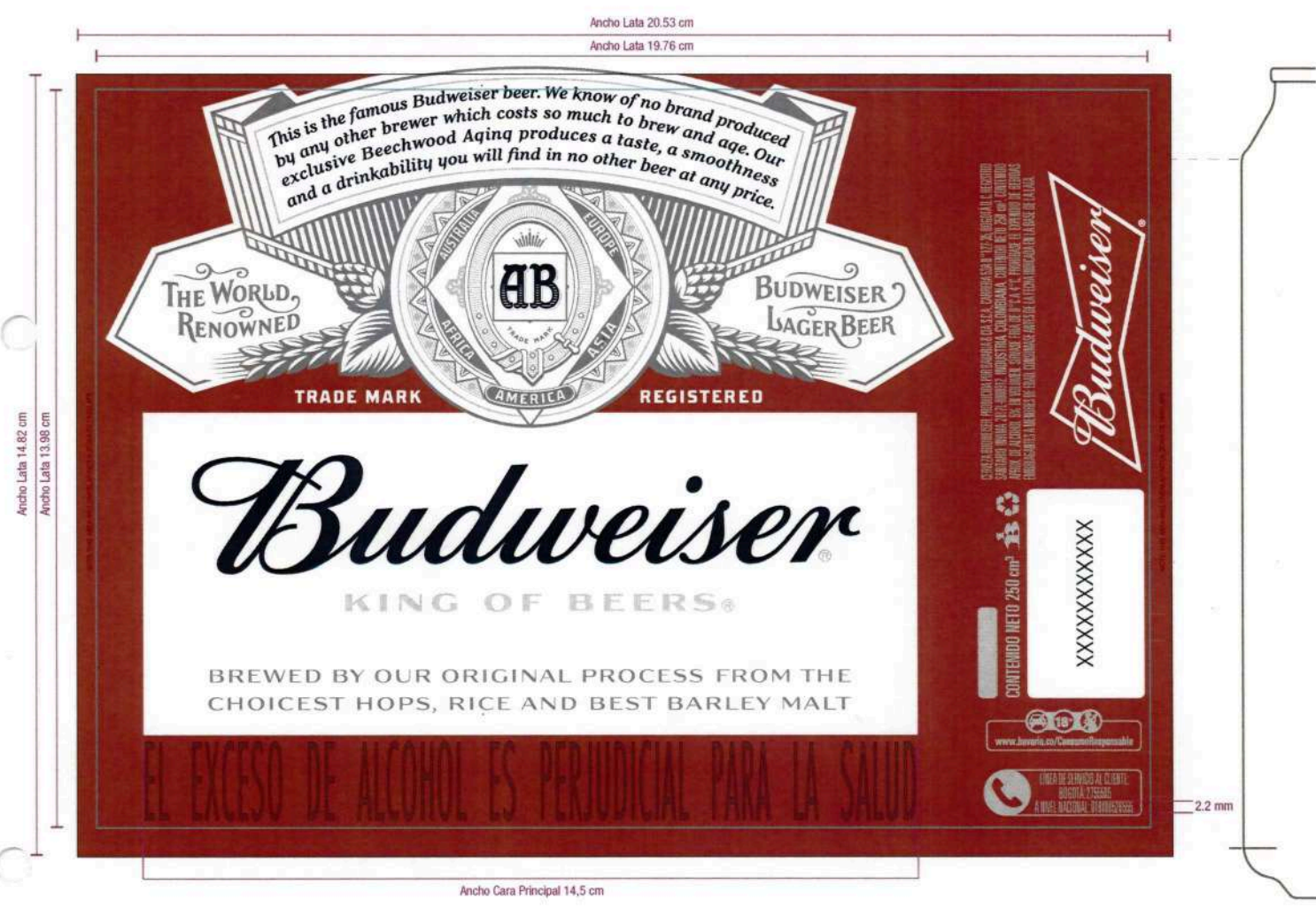
10% LEGAL
14.5 cm x 1.482 cm = 21.489 cm²

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD

14.4679 cm x 1.5211 cm = 22.0071 cm² ÁREA DEL TEXTO LEGAL QUE
CORRESPONDE A MÁS DEL 10% DEL FRENTE DE LA LATA

VoBo 1854
Recd 2019/11/015

ETIQUETA BUDWEISER LATA 250 cm³



20.53 cm x 14.82 cm = 304.2546 cm² ÁREA TOTAL DE LA LATA
 14.5 cm x 14.82 cm = 214.89 cm² ÁREA TOTAL DE LA CARA PRINCIPAL

10% LEGAL
 14.5 cm x 1.482 cm = 21.489 cm²

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD

14.4679 cm x 1.5211 cm = 22.0071 cm² ÁREA DEL TEXTO LEGAL QUE
 CORRESPONDE A MÁS DEL 10% DEL FRENTE DE LA LATA

Handwritten: Vob 18374
 2019/11/10/15

ETIQUETA BUDWEISER LATA 269 cm³



20.53 cm x 14.82 cm = 304.2546 cm² ÁREA TOTAL DE LA LATA
14.5 cm x 14.82 cm = 214.89 cm² ÁREA TOTAL DE LA CARA PRINCIPAL

10% LEGAL
14.5 cm x 1.482 cm = 21.489 cm²

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD

14.4679 cm x 1.5211 cm = 22.0071 cm² ÁREA DEL TEXTO LEGAL QUE
CORRESPONDE A MÁS DEL 10% DEL FRENTE DE LA LATA

12001 163 1854
2019/11/015

74

✓ 1254
✓ 2019/11/015



1111

④ 此题考查的是对《孟子·梁惠下》中“故士有画地不移其节者”的理解。结合文意可知，这句话的意思是：所以士人有画地为牢，誓死不移其节操的。选项A、B、C、D均不符合文意，故正确答案为E。

ETIQUETA BUDWEISER LATA 295 cm³



20.53 cm x 14.82 cm = 304.2546 cm² ÁREA TOTAL DE LA LATA
14.5 cm x 14.82 cm = 214.89 cm² ÁREA TOTAL DE LA CARA PRINCIPAL

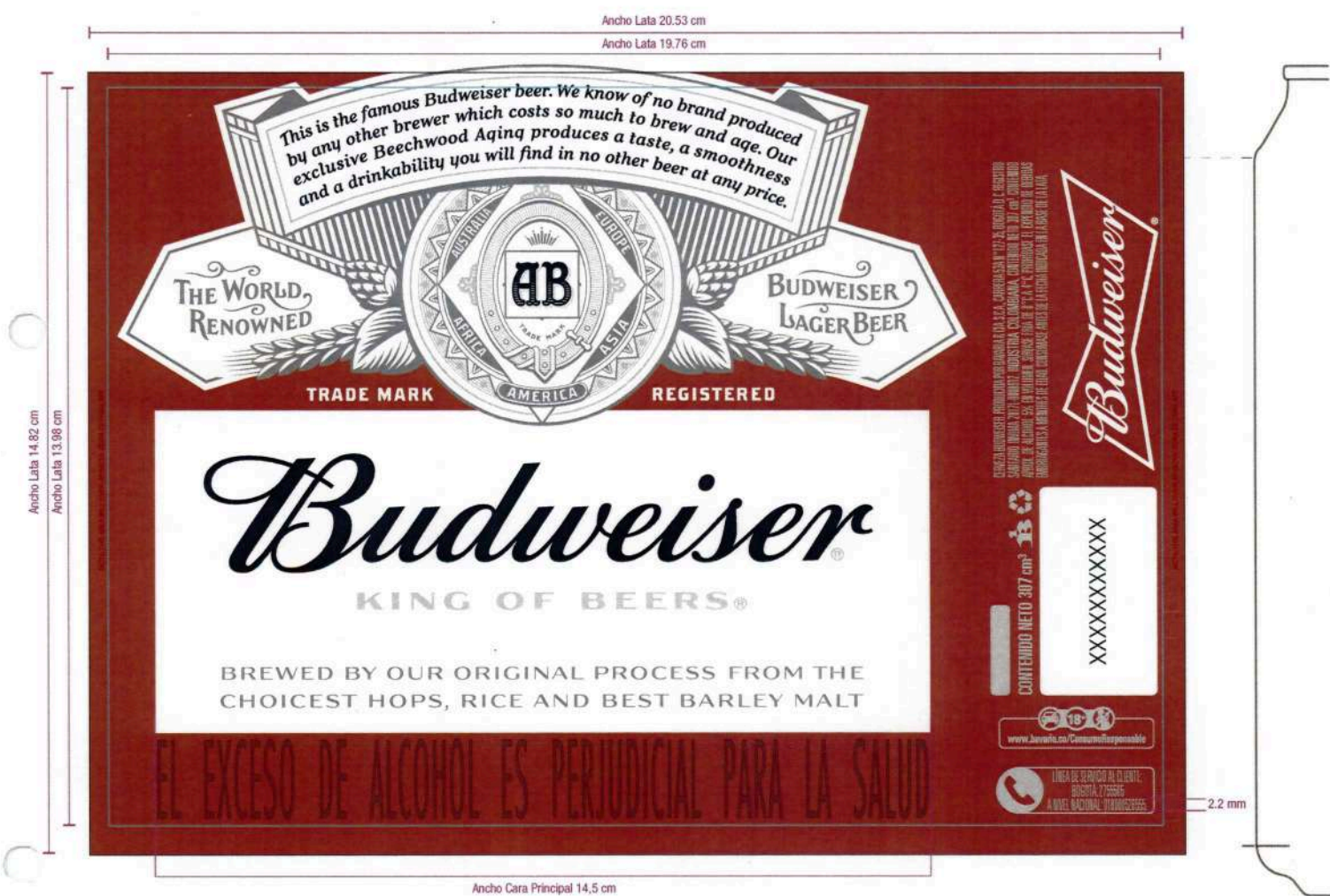
10% LEGAL
14.5 cm x 1.482 cm = 21.489 cm²

14.4679 cm
EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD
1.5211 cm

14.4679 cm x 1.5211 cm = 22.0071 cm² ÁREA DEL TEXTO LEGAL QUE
CORRESPONDE A MÁS DEL 10% DEL FRENTE DE LA LATA

V.B. 1854
Recd 2019/11/10/15

ETIQUETA BUDWEISER LATA 307 cm³



20.53 cm x 14.82 cm = 304.2546 cm² ÁREA TOTAL DE LA LATA
 14.5 cm x 14.82 cm = 214.89 cm² ÁREA TOTAL DE LA CARA PRINCIPAL

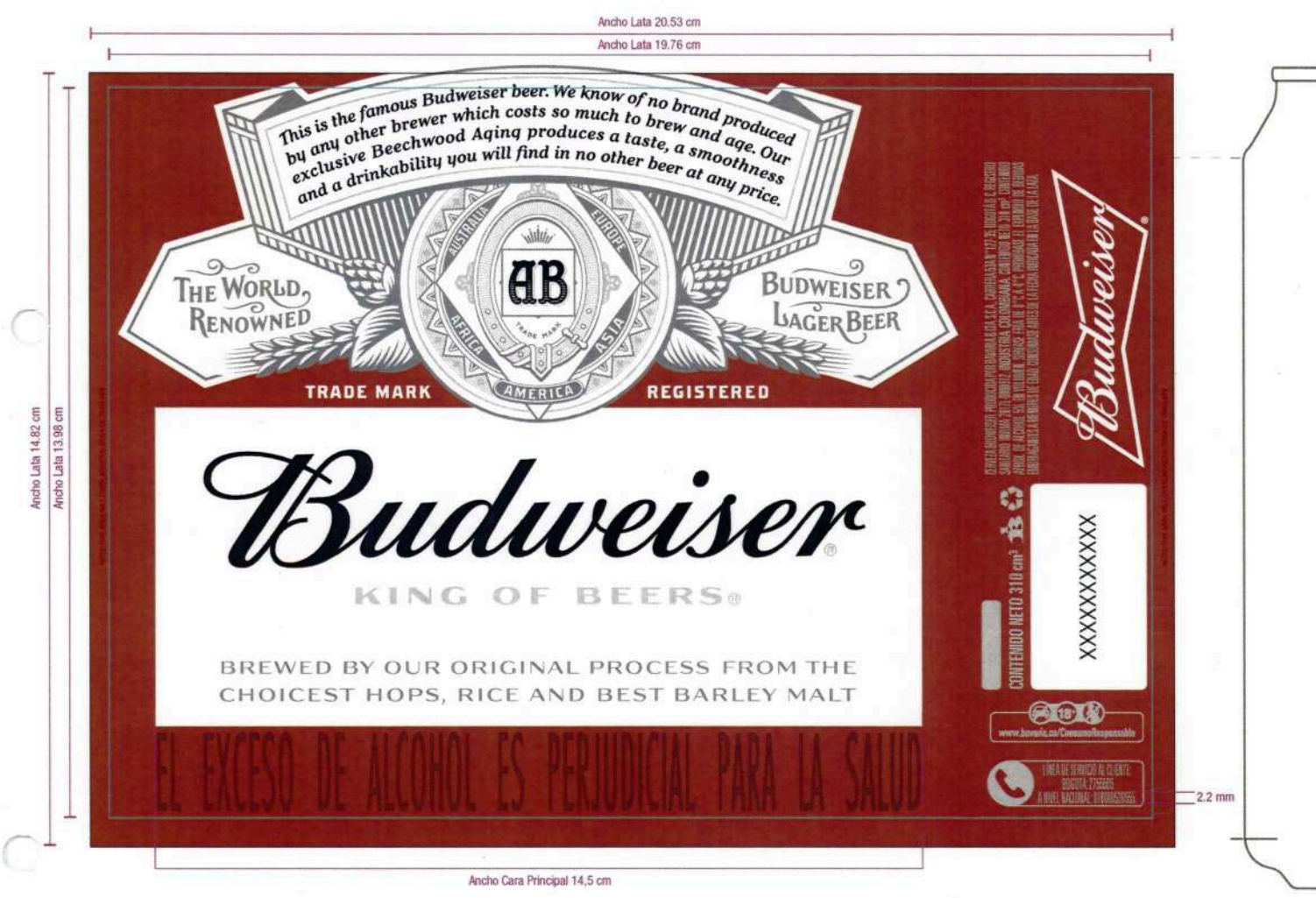
10% LEGAL
 14.5 cm x 1.482 cm = 21.489 cm²

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD

14.4679 cm x 1.5211 cm = 22.0071 cm² ÁREA DEL TEXTO LEGAL QUE
 CORRESPONDE A MÁS DEL 10% DEL FRENTE DE LA LATA

Vols 1854
 Recd 2019/11/10/15

ETIQUETA BUDWEISER LATA 310 cm³



20.53 cm x 14.82 cm = 304.2546 cm² ÁREA TOTAL DE LA LATA
14.5 cm x 14.82 cm = 214.89 cm² ÁREA TOTAL DE LA CARA PRINCIPAL

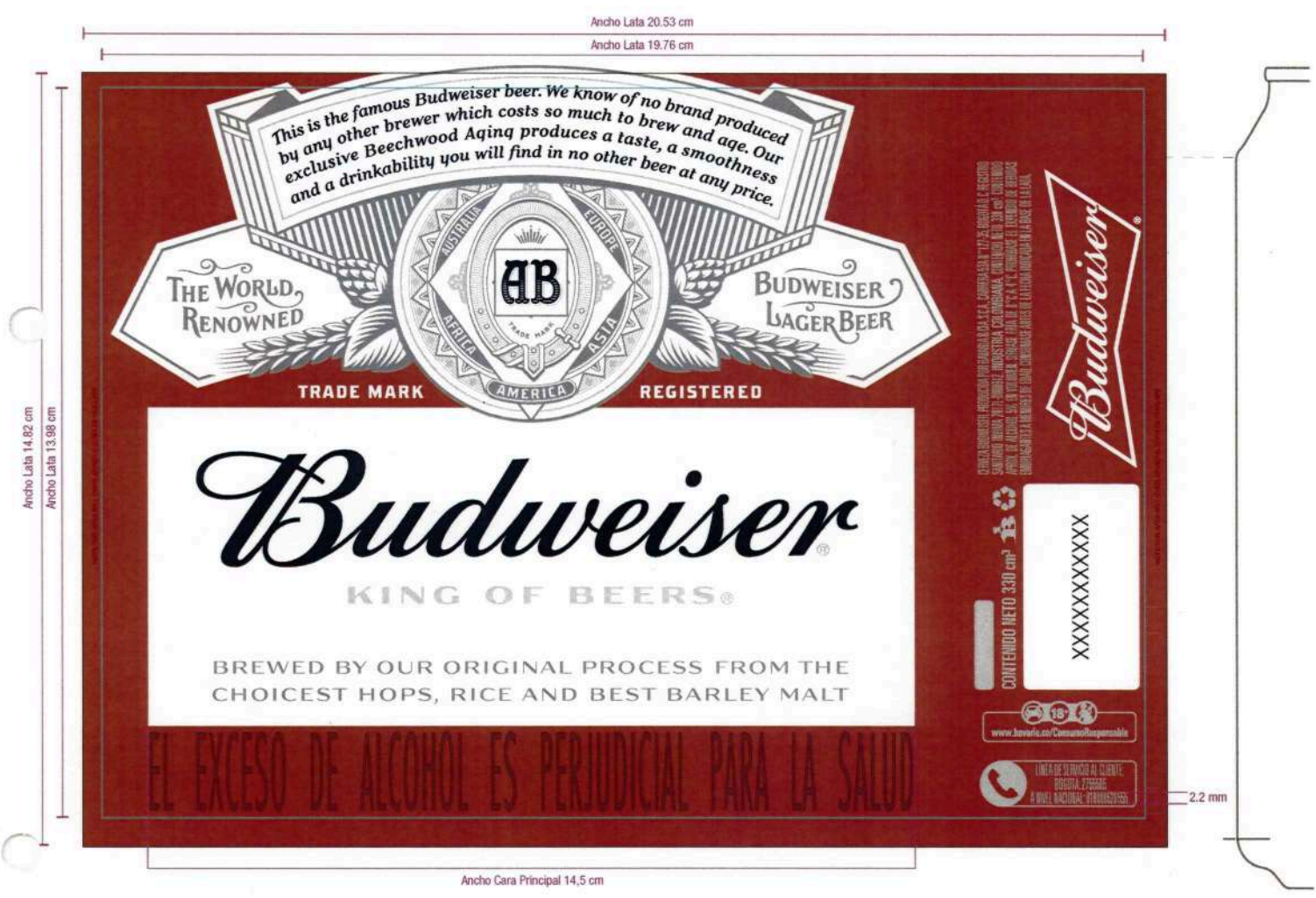
10% LEGAL
14.5 cm x 1.482 cm = 21.489 cm²

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD

14.4679 cm x 1.5211 cm = 22.0071 cm² ÁREA DEL TEXTO LEGAL QUE
CORRESPONDE A MÁS DEL 10% DEL FRENTE DE LA LATA

Vols 1254
Real 2019/11/10/25

ETIQUETA BUDWEISER LATA 330 cm³



20.53 cm x 14.82 cm = 304.2546 cm² ÁREA TOTAL DE LA LATA
14.5 cm x 14.82 cm = 214.89 cm² ÁREA TOTAL DE LA CARA PRINCIPAL

10% LEGAL
14.5 cm x 1.482 cm = 21.489 cm²

14.4679 cm
EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD
1.5211 cm

14.4679 cm x 1.5211 cm = 22.0071 cm² ÁREA DEL TEXTO LEGAL QUE
CORRESPONDE A MÁS DEL 10% DEL FRENTE DE LA LATA

Y.O.B. 1854
Recd 2019/11/015

ETIQUETA BUDWEISER - LATA 330ML

208.5 mm

4.24 mm

197

4.24 mm

1854
And 20/9/11/10/15



Area total de la etiqueta frontal
12.00 cm X 10.71 cm = 128.52 cm²

Area total del legajo en
referencia de la etiqueta
12 cm X 1.092 cm = 13.104 cm²

CONSEJO SUPERIOR PRODUCTORES, NO SUJETA A P.A. S.C.A. CARRERA 55A
N° 17-26, BOGOTÁ, D.C. REGISTRO SANITARIO INVIMA 20171008912
INDUSTRIA COLOMBIANA, CONTENIDO NETO 330 ml. CONTENIDO APROX.
DE ALCOHOL 5% EN VOLUMEN. SURTASE FRÍA DE 0°C A 4°C. PROHÍBSE EL
EXPEDIR DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. CONSUMASE
ANTES DE LA FECHA INDICADA EN LA BASE DE LA LATA.



10%
EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD

CONTENIDO NETO 330 ml



LINEA DE SERVICIO AL CLIENTE
BOGOTÁ 2755005
A LINEA NACIONAL 0800053655

21mm

ETIQUETA BUDWEISER LATA 350 cm³



20.53 cm x 14.82 cm = 304.2546 cm² ÁREA TOTAL DE LA LATA
14.5 cm x 14.82 cm = 214.89 cm² ÁREA TOTAL DE LA CARA PRINCIPAL

10% LEGAL
14.5 cm x 1.482 cm = 21.489 cm²

14.4679 cm
EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD 1.5211 cm

14.4679 cm x 1.5211 cm = 22.0071 cm² ÁREA DEL TEXTO LEGAL QUE
CORRESPONDE A MÁS DEL 10% DEL FRENTE DE LA LATA

166 1854
Red 2019/11/10/15

ETIQUETA BUDWEISER LATA 355 cm³



20.53 cm x 14.82 cm = 304.2546 cm² ÁREA TOTAL DE LA LATA
14.5 cm x 14.82 cm = 214.89 cm² ÁREA TOTAL DE LA CARA PRINCIPAL

10% LEGAL
14.5 cm x 1.482 cm = 21.489 cm²

14.4679 cm
EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD
1.5211 cm

14.4679 cm x 1.5211 cm = 22.0071 cm² ÁREA DEL TEXTO LEGAL QUE
CORRESPONDE A MÁS DEL 10% DEL FRENTE DE LA LATA

Yo Bo 18-4
Recd 2019/11/10/15

ETIQUETA BUDWEISER - LATA 355ML



YoBo 1254
Rnd 2019/11/10H

CONSEJO REGULADOR NACIONAL PARA BEBIDAS ALCOHÓLICAS, S.A. CARRETERA 50A N° 127-35 BOGOTÁ, D.C. REGISTRO SANITARIO INVIMA 20171-0000312. INDUSTRIA COLOMBIANA. CONTENIDO NETO 355 ml. CONSERVAR APROX. 10°C. APROX. 5% EN VOLUMEN. SERVIRSE FRÍA DE 0°C A 4°C. PROHÍBSE EL EXPEDIR DE BEBIDAS EMBORRAGANTES A MENORES DE EDAD. CONSUMIRSE ANTES DE LA FECHA INDICADA EN LA BASE DE LA LATA.

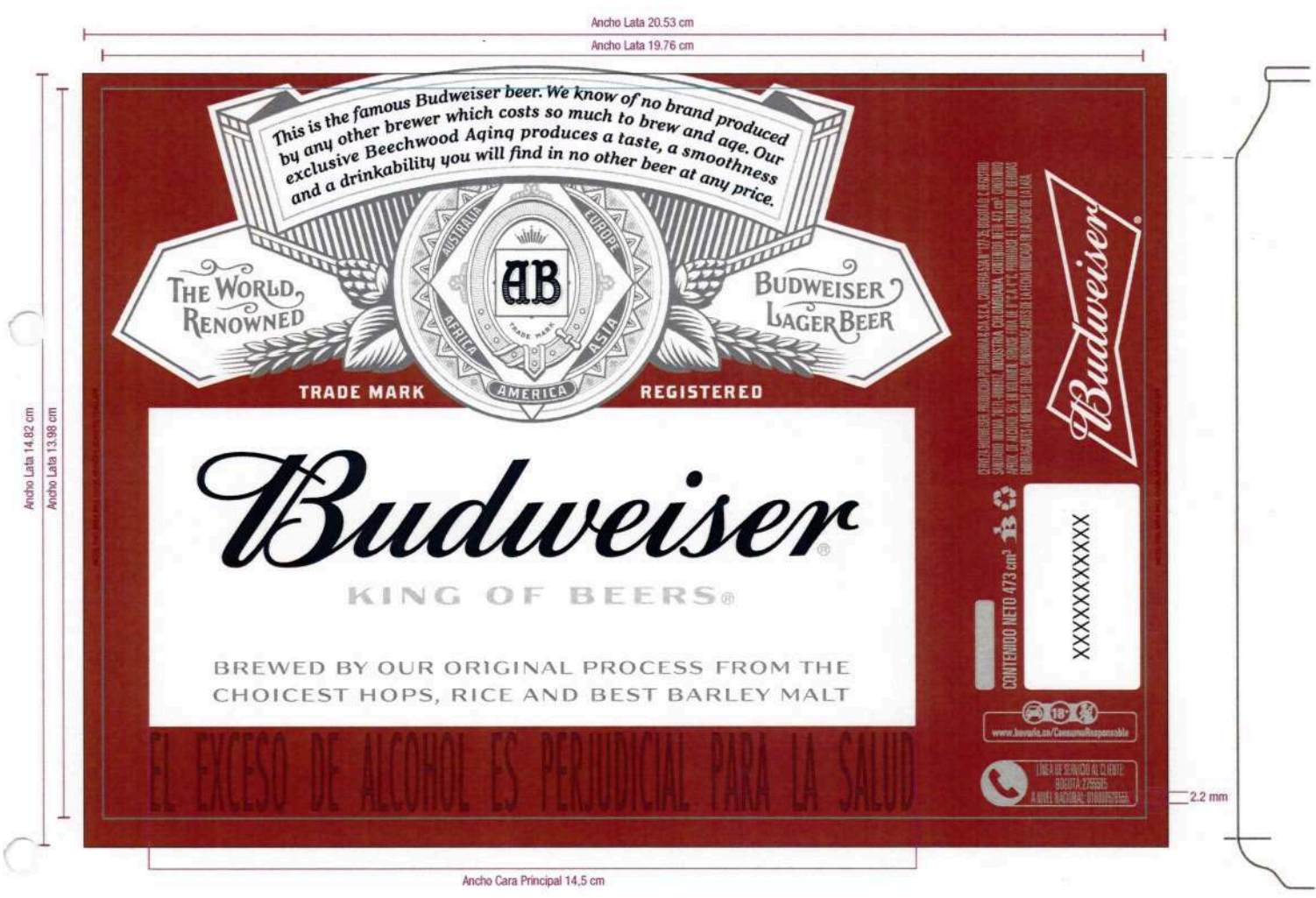


10% EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD

13 cm



ETIQUETA BUDWEISER LATA 473 cm³



20.53 cm x 14.82 cm = 304.2546 cm² ÁREA TOTAL DE LA LATA
14.5 cm x 14.82 cm = 214.89 cm² ÁREA TOTAL DE LA CARA PRINCIPAL

10% LEGAL
14.5 cm x 1.482 cm = 21.489 cm²

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD

14.4679 cm x 1.5211 cm = 22.0071 cm² ÁREA DEL TEXTO LEGAL QUE
CORRESPONDE A MÁS DEL 10% DEL FRENTE DE LA LATA

V.O. 1854
Rad 2019/11/10/15

208mm Máx. Rebases

19mm Máx. Impresión de textos

151mm Máx. Rebases

142.61mm Máx. Impresión de textos

THE WORLD
RENOWNED

TRADE MARK

REGISTERED

BUDWEISER
LAGER BEER

AFRICA AUSTRALIA AMERICA ASIA EUROPE

AB

MARK

THIS IS THE FAMOUS Budweiser BEER. We know of no brand produced by any other brewer which costs so much to brew and age. Our exclusive Beechwood Aging produces a taste, a smoothness and a drinkability you will find in no other beer at any price.

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD

Budweiser

KING OF BEERS®

BREWED BY OUR ORIGINAL PROCESS FROM THE CHOICEST HOPS, RICE AND BEST BARLEY MALT

CONTENIDO NETO 473 ml

XXXXXXXXXXXX

Budweiser

CERVEZA BUDWEISER. PRODUCCION POR BAVARIA & CIA. S.C.A. CARRETERA 53A N° 127-35, BOGOTÁ, D.C. REGISTRO SANGARIQ INVIMA 20171-000812 INDUSTRIA COLOMBIANA. CONTENIDO NETO 473 ml. CONTENIDO APROX. DE ALCOHOL 5% EN VOLUMEN. SERVESE FRÍA DE 0°C A 4°C. PROHIBASE EL EXPEDIR DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. CONSUMASE ANTES DE LA FECHA INDICADA EN LA BASE DE LA LATA.

www.budweiser.com

LINEA DE SERVIDO AL CLIENTE: 0800 735365

A NÚMERO NACIONAL: 0100033553

INDUSTRIA PRODUCTORA DE BEBIDAS S.A. S.A. CARRETERA 53A N° 127-35, BOGOTÁ, D.C. REGISTRO SANGARIQ INVIMA 20171-000812 INDUSTRIA COLOMBIANA. CONTENIDO NETO 473 ml. CONTENIDO APROX. DE ALCOHOL 5% EN VOLUMEN. SERVESE FRÍA DE 0°C A 4°C. PROHIBASE EL EXPEDIR DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. CONSUMASE ANTES DE LA FECHA INDICADA EN LA BASE DE LA LATA.

10% EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD

132 cm

www.budweiser.com

LINEA DE SERVIDO AL CLIENTE: 0800 735365

A NÚMERO NACIONAL: 0100033553

Vols 1854

Recd 2019/11/015

ETIQUETA BUDWEISER LATA 500 cm³



20.53 cm x 14.82 cm = 304.2546 cm² ÁREA TOTAL DE LA LATA
14.5 cm x 14.82 cm = 214.89 cm² ÁREA TOTAL DE LA CARA PRINCIPAL

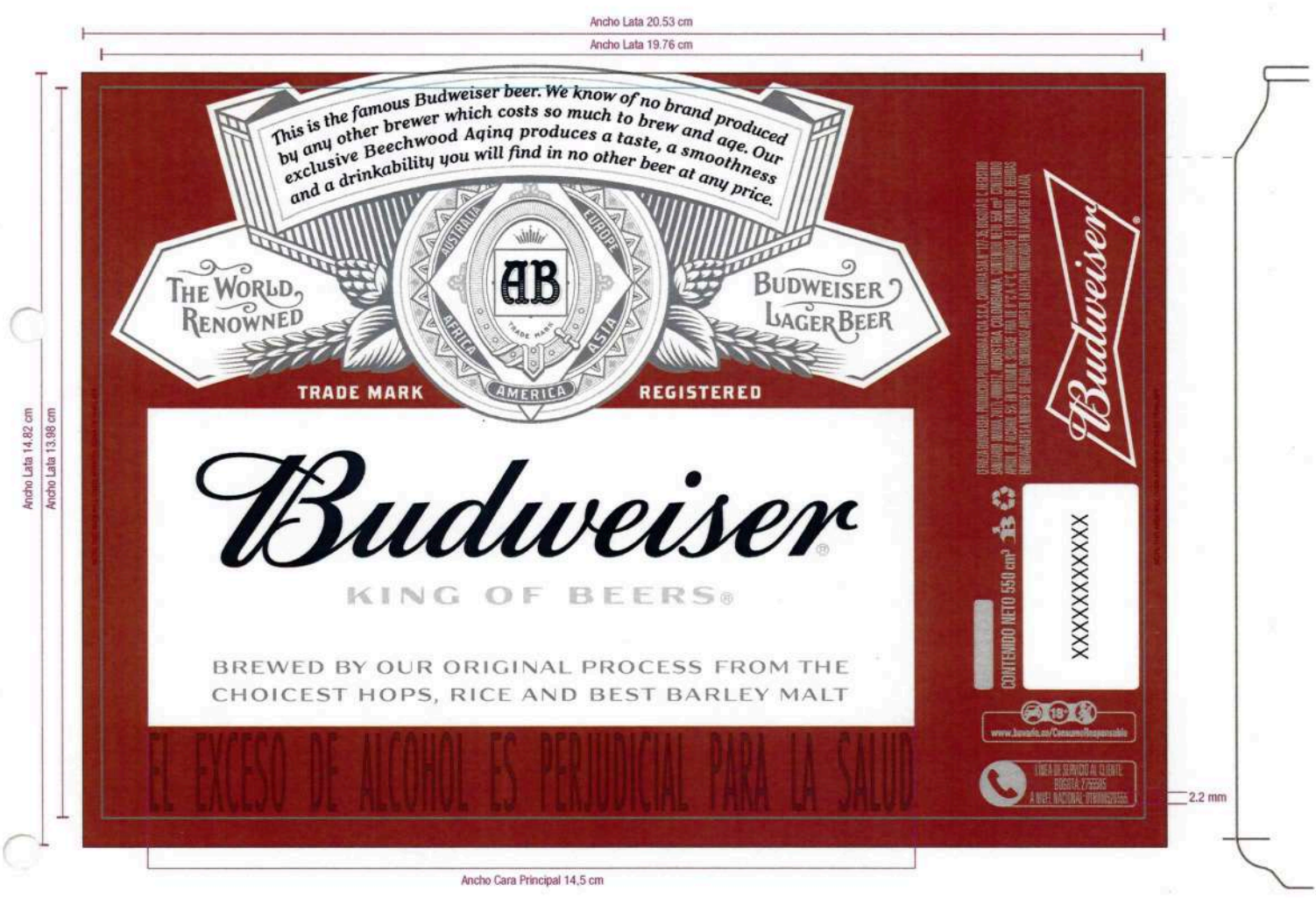
10% LEGAL
14.5 cm x 1.482 cm = 21.489 cm²

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD

14.4679 cm x 1.5211 cm = 22.0071 cm² ÁREA DEL TEXTO LEGAL QUE
CORRESPONDE A MÁS DEL 10% DEL FRENTE DE LA LATA

12001 2019111015
V60 1854

ETIQUETA BUDWEISER LATA 550 cm³



20.53 cm x 14.82 cm = 304.2546 cm² ÁREA TOTAL DE LA LATA
14.5 cm x 14.82 cm = 214.89 cm² ÁREA TOTAL DE LA CARA PRINCIPAL

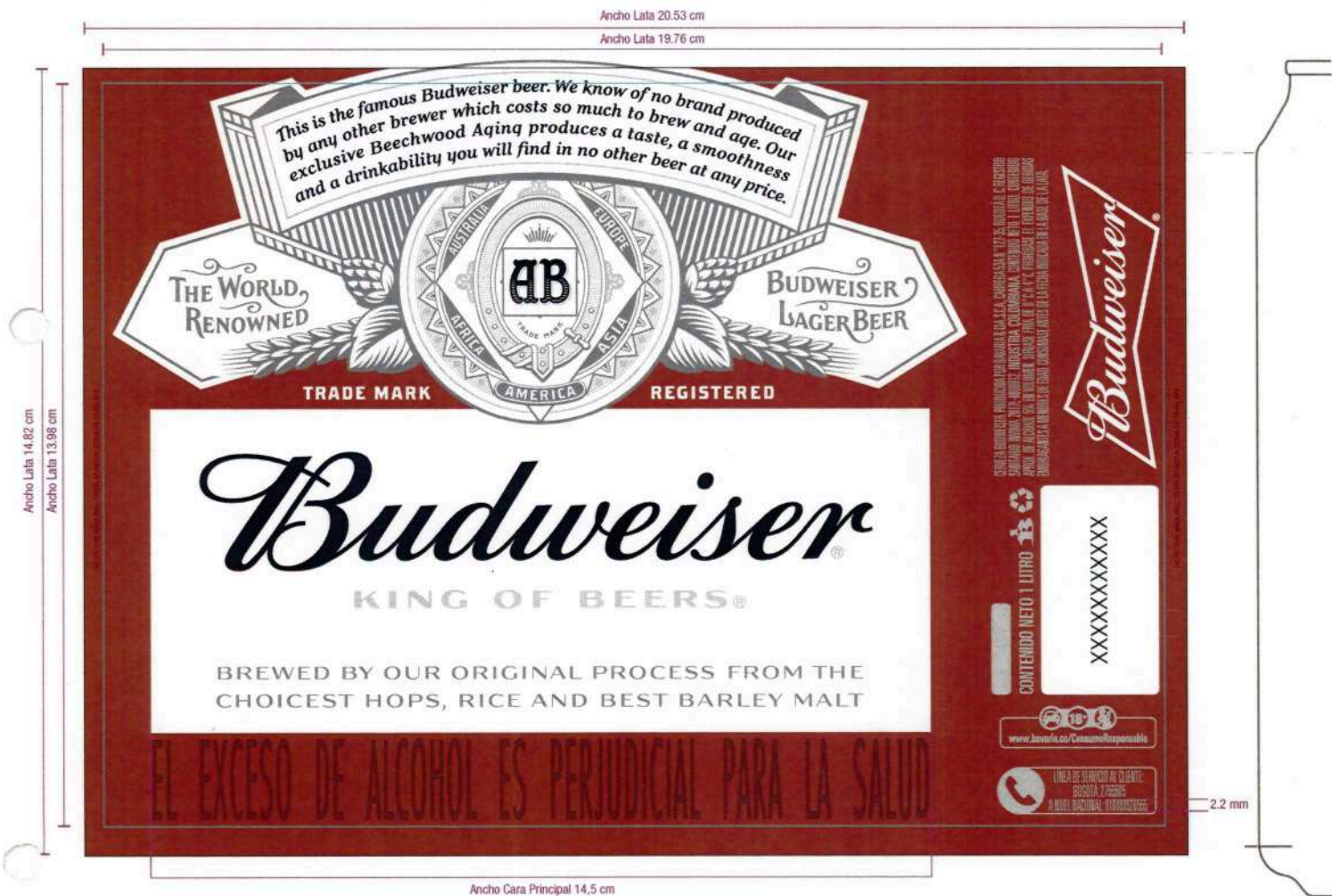
10% LEGAL
14.5 cm x 1.482 cm = 21.489 cm²

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD

14.4679 cm x 1.5211 cm = 22.0071 cm² ÁREA DEL TEXTO LEGAL QUE
CORRESPONDE A MÁS DEL 10% DEL FRENTE DE LA LATA

V. A. 1854
Recd 2019/11/05

ETIQUETA BUDWEISER LATA 1 LITRO



20.53 cm x 14.82 cm = 304.2546 cm² ÁREA TOTAL DE LA LATA
14.5 cm x 14.82 cm = 214.89 cm² ÁREA TOTAL DE LA CARA PRINCIPAL

10% LEGAL
14.5 cm x 1.482 cm = 21.489 cm²

14.4679 cm
EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD 1.5211 cm

14.4679 cm x 1.5211 cm = 22.0071 cm² ÁREA DEL TEXTO LEGAL QUE
CORRESPONDE A MÁS DEL 10% DEL FRENTE DE LA LATA

Vols 1854
Recd 2019/11/01