

**Acelera a 300 megas**  
con internet de ultravelocidad  
en tu hogar

Llévalo en Claro Tripleplay  
**y paga en noviembre**



**Conoce más**

Promoción válida del 1 al 30 de septiembre de 2018. Condiciones y restricciones en claro.com.co

EL TIEMPO

SUSCRIBIRME INICIO

VIDA | CIENCIA EDUCACIÓN SALUD VIAJAR MEDIO AMBIENTE

# Demandan a SIC e Invima por presunta publicidad engañosa de jugos

Red Papaz asegura que las dos entidades no han tomado cartas para evitar mensajes equivocados.

Comentar  
2

Facebook  
64

Twitter

Guardar

Enviar

Google+

Linkedin



Esta imagen hace parte del comercial del que habla Redpapaz.

Foto: Archivo particular

RELACIONADOS: INVIMA | SIC | RED PAPAZ

Por: REDACCIÓN SALUD | 08 de septiembre 2018 , 03:33 a.m.

La organización Red Papaz, en compañía de Dejusticia, acaba de presentar una acción de tutela en contra de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) y del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos

(invima) **reclamando la protección “de los derechos de los niños y padres de familia para que no reciban publicidad engañosa que pueda incidir en las decisiones de consumo y menoscabar los derechos a la alimentación equilibrada y a la salud de los pequeños”, según explicaron.**

En concreto, dice Red Papaz que estos comerciales incluyen mensajes falsos como “fruta de verdad”, “recomendado por pediatras”, “te hace crecer y aprender”, “es jugo”, “ideal para niños”, con el objetivo de inducir a su compra y consumo a niños y padres. Se refiere a este comercial de [Jugos Hit](#) y a este de [Alpina](#).

La SIC anunció que ya se encuentra en averiguación preliminar de las solicitudes de RedPapaz.

Estos productos, en realidad, contienen altas concentraciones de azúcar que tienen un efecto dañino sobre la salud, según la organización civil. “Además, la adición de nutrientes que se le realiza a las bebidas, para justificar que “ayudan a crecer y a aprender” son mínimas y no existe evidencia de que nutran como lo hacen los alimentos naturales”, argumenta.

La tutela, en ese sentido, pide ordenar medidas sobre la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), entidad en la que desde el año pasado cursa una queja puntual de Red Papaz contra estos comerciales que no ha tenido respuesta.

“El 21 de diciembre de 2017, con el respaldo de más de 36.000 firmas de padres de familia, Red PaPaz presentó ante la SIC dos quejas pidiendo protección a niños, niñas y adolescentes en contra de la publicidad engañosa de los productos Hit y Fruper”, asegura el grupo de padres sobre un proceso que parece estancado.

### **La tutela también pretende que el Invima rinda cuentas sobre las actuaciones adelantadas contra estas piezas comerciales.**

La falta de actuación que denuncia Red Papaz vulnera el derecho a recibir protección contra la publicidad engañosa, a la alimentación y a la salud por el uso reiterativo “de mensajes engañosos dirigidos a niños para motivar hábitos de consumo nocivos para su salud” y porque la SIC, que “es la autoridad encargada de defender a niños, y a los consumidores en general, no los defiende y dilata la respuesta a las quejas de la ciudadanía”.

EL TIEMPO consultó a la Cámara de Bebidas de la Andi, que agremia a los productores de este tipo de productos, y afirmaron que no emitirán ninguna respuesta por el momento.

### **Lo que dice el Invima**

El Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (invima) se encarga de la vigilancia de alimentos y medicamentos. Y respondió a la información revelada por Red Papaz en un comunicado en el que afirma que a la fecha no ha sido notificado de ninguna acción de tutela.

### **Estos son algunos apartes de la respuesta:**

“Con relación a las bebidas marca HIT, el Invima en el año 2016 realizó diligencia de inspección, vigilancia y control en las instalaciones del establecimiento Gaseosas

**Cómodo, autónomo y amigable con el medio ambiente**



Estas son algunas de las características de la Renault ZOE cien por ciento eléctrica.

**Cómodo, autónomo y amigable con el medio ambiente**



Estas son algunas de las características de la Renault ZOE cien por ciento eléctrica.

Posada Tobón S. A. – Postobón S. A., en cuya acta consta la aplicación de medida sanitaria consistente en la suspensión total de los servicios de publicidad en la página web <http://www.postobon.com/contenido/hit>, así como la suspensión total de los servicios del material publicitario audiovisual y radial vigentes (al aire), los cuales eran transmitidos en los canales de televisión y radio a nivel nacional y regional.

Lo anterior por cuanto se verificó la utilización en los descritos medios publicitarios, de expresiones tales como: “comete la fruta”; “todo el poder y el sabor de la fruta en una botella”; “es la fruta metida en una botella” y “te encanta la fruta, te encanta HIT”, **considerándolas generadoras de confusión al consumidor por cuanto llevan a pensar que el producto es una fruta como tal y no un producto con contenido de fruta, infringiendo lo dispuesto en el Artículo 272 de la Ley 9 de 1979.**

Como consecuencia de esta actuación, la Dirección de Responsabilidad Sanitaria de este instituto inició Proceso Sancionatorio No 201601561 contra el establecimiento Gaseosas Posada Tobón S.A. – Postobón S.A., actuación que se encuentra en curso y en formulación de cargos.

- 🔗 **Qué son los 'impuestos al pecado' (y por qué causan polémica)**
- 🔗 **La salud de un niño comienza por el cuidado de sus dientes**
- 🔗 **La comida chatarra gana la batalla, por ahora**
- 🔗 **Comercial de Red Papaz ya se emite por canales privados**

Respecto del producto bebidas marca Fruper, el Invima adelantó la revisión de los comerciales televisivos y encuentra que la denominación del producto otorgada por el Instituto es coherente con dichas proclamas, pues corresponde a un alimento adicionado con vitaminas y minerales, además las declaraciones no son de orden absoluto, se hacen en función del nutriente y no del producto.

Adicionalmente, el comercial presenta la proclama “refresco de fruta, adicionado con vitaminas y zinc, consume Fruper junto a una alimentación balanceada y ejercicio físico”, la cual hace entender que el producto no es el único factor que ayuda al crecimiento y a fortalecer las defensas, por tanto la pieza publicitaria no contraviene la reglamentación sanitaria legal vigente en materia de publicidad de alimentos y bebidas.

**Es importante precisar que el Invima como autoridad sanitaria nacional y protectora de la salud de los colombianos, prioriza y atiende las peticiones, quejas, reclamos y denuncias relacionadas con su competencia, en el caso concreto, se reiteró a la Organización Red PaPaz sobre las actuaciones administrativas descritas anteriormente.**

Finalmente, es pertinente indicar que conforme a la normatividad sanitaria vigente, no es obligatoria la autorización previa por parte del Invima de la publicidad para alimentos y bebidas, con excepción de las bebidas energizantes. Sin embargo, este Instituto realiza esfuerzos para ejercer el mayor control y la vigilancia posible en esta materia, por lo cual realiza un monitoreo contante de medios tradicionales y digitales de publicidad de alimentos y bebidas.

REDACCIÓN SALUD

TE PUEDE GUSTAR

Enlaces Patrocinados



**Ganga para Bogotá  
baratos desde \$ 77.**  
[www.jetcost.com.co](http://www.jetcost.com.co)



**Con esta app aprende  
inglés con lecciones  
de 10-15 minutos al día**  
Babel



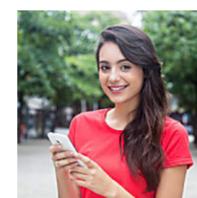
**La solución crediticia  
tanto necesitas está  
a un clic**  
RapiCredit

TE PUEDE GUSTAR

Enlaces Patrocinados



**Ganga para Bogotá  
baratos desde \$ 77.**  
[www.jetcost.com.co](http://www.jetcost.com.co)



**Con esta app aprende  
inglés con lecciones  
de 10-15 minutos al día**  
Babel

COMENTAR 

GUARDAR 

REPORTAR 

## TE PUEDE INTERESAR



**BARRANQUILLA**

**La broma de 'El Tino' a Linero tras anunciar que deja de ser sacerdote**



**OTROS DEPORTES**

**La bicampeona olímpica Kristina Vogel, tetrapléjica tras accidente**



**INVESTIGACIÓN**

**Stella Durán habría ofrecido 50 millones a testigo en caso Invima**



**CICLISMO**

**Nairo Quintana rompe récord e ascenso a La Camperona**