

Bogotá D.C.

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

RAD: 17-345542- -4

FECHA: 2017-12-06 17:34:20

DEP: 10 OFICINAJURIDICA

EVE: 0 SINEVENTO

TRA: 113 DP-CONSULTAS

FOLIOS: 1

ACT: 440 RESPUESTA

10

Señores

RED PAPAZ

DIRECTOR@REDPAPAZ.ORG

Asunto: Radicación: 17-345542- -4
Trámite: 113
Evento: 0
Actuación: 440
Folios: 1

Estimado(a) Señores :

Reciba cordial saludo.

De conformidad con lo previsto en el artículo 28 de la Ley 1755 de 2015, “*por medio de la cual se regula el Derecho Fundamental de Petición y se sustituye un título del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo*”, fundamento jurídico sobre el cual se funda la consulta objeto de la solicitud, procede la **SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO** a emitir un pronunciamiento, en los términos que a continuación se pasan a exponer:

1. CUESTIÓN PREVIA

Reviste de gran importancia precisar en primer lugar que la **SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO** a través de su Oficina Asesora Jurídica no le asiste la facultad de dirimir situaciones de carácter particular, debido a que, una lectura en tal sentido, implicaría la flagrante vulneración del debido proceso como garantía constitucional.

Al respecto, la Corte Constitucional ha establecido en la Sentencia C-542 de 2005:



“Los conceptos emitidos por las entidades en respuesta a un derecho de petición de consulta no constituyen interpretaciones autorizadas de la ley o de un acto administrativo. No pueden reemplazar un acto administrativo. Dada la naturaleza misma de los conceptos, ellos se equiparan a opiniones, a consejos, a pautas de acción, a puntos de vista, a recomendaciones que emite la administración pero que dejan al administrado en libertad para seguirlos o no”.

Ahora bien, una vez realizadas las anteriores precisiones, se suministrarán las herramientas de información y elementos conceptuales necesarios que le permitan absolver las inquietudes por usted manifestadas, como sigue:

2. FACULTADES DE LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO EN MATERIA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

La Superintendencia de Industria y Comercio, según lo disponen los numerales 22 al 31, 42 al 46 y 61 al 66 del artículo 1 del Decreto 4886 de 2011, a través del cual se modificó la estructura de la Entidad, en materia de protección al consumidor, tiene entre otras las siguientes facultades:

- Velar por la observancia de las disposiciones sobre protección al consumidor.
- Adelantar procedimientos por violación al régimen de protección del consumidor, en ejercicio de funciones administrativas y jurisdiccionales.
- Imponer sanciones por violación al régimen de protección al consumidor, una vez surtida una investigación.
- Impartir instrucciones en materia de protección al consumidor con el fin de establecer criterios y procedimientos que faciliten el cumplimiento de las normas.

Por disposición del numeral 22 del artículo 1 del mencionado decreto, la competencia de esta Superintendencia, en asuntos tales como el planteado en la consulta, puede resultar **residual**, por lo tanto, esta Entidad sólo podrá pronunciarse sobre aquellos asuntos cuya competencia no ha sido asignada a otra autoridad. Dispone la norma:

“(…) La Superintendencia de Industria y Comercio ejercerá las siguientes funciones:

(…)

22. Velar por la observancia de las disposiciones sobre protección al consumidor y dar trámite a las reclamaciones o quejas que se

*presenten, **cuya competencia no haya sido asignada a otra autoridad**, con el fin de establecer las responsabilidades administrativas del caso y ordenar las medidas que resulten pertinentes.”*

En este orden de ideas, se procederá en primer lugar al desarrollo legal, doctrinal y jurisprudencial que corresponda realizar en torno al objeto de su petición como eje centra

A continuación resolveremos los interrogantes de su consulta de fecha 2 de octubre de 2017 en los siguientes términos:

Primer interrogante

“1) ¿Cuáles son los lineamientos, directrices y normas en general que regulan la publicidad de alimentos para la ingesta y consumo de la población infantil colombiana- niños, niñas y adolescentes?”

Respuesta:

Para resolver su interrogante abarcaremos el tema de información y publicidad de manera general así:

1. INFORMACIÓN GENERAL PARA LOS CONSUMIDORES

Para mayor claridad en la aplicación del Estatuto de Protección al Consumidor (Ley 1480 de 2011) el artículo 5 señala las siguientes definiciones:

“1. Calidad: Condición en que un producto cumple con las características inherentes y las atribuidas por la información que se suministre sobre él;

(...)

6. Idoneidad o eficiencia: Aptitud del producto para satisfacer la necesidad o necesidades para las cuales ha sido producido o comercializado.

7. Información: Todo contenido y forma de dar a conocer la naturaleza, el origen, el modo de fabricación, los componentes, los usos, el volumen, peso o medida, los precios, la forma de



empleo, las propiedades, la calidad, la idoneidad o la cantidad, y toda otra característica o referencia relevante respecto de los productos que se ofrezcan o pongan en circulación, así como los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización;

8. Producto: Todo bien o servicio;

(...)

12. Publicidad: Toda forma y contenido de comunicación que tenga como finalidad influir en las decisiones de consumo”

En consecuencia, la información es todo contenido y forma de dar a conocer los componentes, propiedades, naturaleza, origen, modo de fabricación, usos, volumen, peso o medida, precios, forma de empleo o mantenimiento, características, calidad, idoneidad, cantidad, término de garantía, disponibilidad de repuestos y mano de obra calificada para su reparación, las circunstancias que rodean su puesta en circulación, como las que se anuncian como “amigables con el medio ambiente” o similares, o con una finalidad de responsabilidad social, cualquiera sea su forma y toda otra característica o referencia relevante respecto de los productos que se ofrezcan o pongan en circulación, así como los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización.

El numeral 1.3 del artículo 3 de la Ley 1480 de 2011, consagra como derecho de los consumidores lo siguiente:

“1.3. Derecho a recibir información: Obtener información completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea respecto de los productos que se ofrezcan o se pongan en circulación, así como sobre los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización, los mecanismos de protección de sus derechos y las formas de ejercerlos”.

En concordancia con lo anterior, el artículo 24 de la precitada ley señala lo siguiente:

“Contenido de la información. La información mínima comprenderá:

1. Sin perjuicio de las reglamentaciones especiales, como mínimo el productor debe suministrar la siguiente información:

1.1. Las instrucciones para el correcto uso o consumo, conservación e instalación del producto o utilización del servicio;

1.2. Cantidad, peso o volumen, en el evento de ser aplicable; Las unidades utilizadas deberán corresponder a las establecidas en el Sistema Internacional de Unidades o a las unidades acostumbradas de medida de conformidad con lo dispuesto en esta ley;

1.3. La fecha de vencimiento cuando ello fuere pertinente. Tratándose de productos perecederos, se indicará claramente y sin alteración de ninguna índole, la fecha de su expiración en sus etiquetas, envases o empaques, en forma acorde con su tamaño y presentación. El Gobierno reglamentará la materia.

1.4. Las especificaciones del bien o servicio. Cuando la autoridad competente exija especificaciones técnicas particulares, estas deberán contenerse en la información mínima.

2. Información que debe suministrar el proveedor:

2.1. La relativa a las garantías que asisten al consumidor o usuario;

2.2. El precio, atendiendo las disposiciones contenidas en esta ley.

En el caso de los subnumerales 1.1., 1.2. y 1.3 de este artículo, el proveedor está obligado a verificar la existencia de los mismos al momento de poner en circulación los productos en el mercado.

Parágrafo. El productor o el proveedor solo podrá exonerarse de responsabilidad cuando demuestre fuerza mayor, caso fortuito o que la información fue adulterada o suplantada sin que se hubiera podido evitar la adulteración o suplantación”.

Por lo anterior, quienes ofrecen productos o servicios al público tienen, en relación con la información que suministran dos obligaciones legales:

- a) Que la información que se suministra sea cierta y comprobable (veracidad)
- b) Que la información que se suministra sea completa (suficiencia)

El deber legal de información al consumidor o usuario incluye tanto la veracidad de la información como la suficiencia de la misma. En ambos casos con el objetivo que el consumidor o usuario, con base en la información a su alcance, pueda razonablemente determinar de manera fundamentada su comportamiento en el mundo económico y de los negocios, con base en una apreciación objetiva de las características del bien o servicio a cuya oferta se enfrenta.

En otras palabras, la información que recibe el consumidor o usuario debe ser suministrada de manera y en condiciones tales que no lo induzcan o no lo puedan inducir a error en el momento de tomar la decisión de adquirir un bien o contratar un servicio.

2. INFORMACIÓN Y LA PUBLICIDAD DIRIGIDA A LOS NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES EN SU CALIDAD DE CONSUMIDORES

El artículo 2.2.2.33.3. del Decreto 1074 de 2015 que incorpora el Decreto 975 de 2014 dispone lo siguiente:

“Derechos de los niños, niñas y adolescentes frente a la información y la publicidad. La información dirigida a los niños, niñas y adolescentes deberá ser clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea.

Toda forma y contenido de comunicación que tenga por finalidad influir en las decisiones de consumo de los niños, niñas y adolescentes no podrá inducir a error, engaño o confusión.

Los anuncios publicitarios dirigidos a niños, niñas y adolescentes no contendrán ninguna forma de violencia, discriminación, acoso y en general, cualquier conducta que pueda afectar la vida o integridad física de una persona”.

Por su parte, y en relación con la publicidad de alimentos para la ingesta y consumo de los niños, niñas y adolescentes el artículo 2.2.2.33.4. del mencionado decreto señala los siguientes deberes para los anunciantes:

“Deberes del anunciante respecto de la información y publicidad dirigida a los niños, niñas y adolescentes. Toda información y



publicidad, dirigida a niños, niñas y adolescentes deberá ser respetuosa de sus condiciones de desarrollo mental, madurez intelectual y comprensión media propias de personas de su edad. Por lo tanto, frente a dicha publicidad e información, el anunciante deberá cumplir con las siguientes condiciones:

1. Evitar el uso de imágenes, textos, expresiones visuales o auditivas o representaciones que no correspondan a la realidad del producto en lo relacionado con su funcionamiento o características.

(...)

7. No deberá afirmar ni insinuar que el consumo de un alimento o bebida sustituye alguna de las tres comidas principales del día (desayuno, almuerzo y cena).

(...)”

En consecuencia, la información y publicidad para niños, niñas y adolescentes debe ser clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea respecto de los productos que se ofrezcan o se pongan en circulación, así como sobre los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización y los mecanismos de protección de sus derechos y las formas de ejercerlos.

En relación con el consumo de alimentos o bebidas no se debe informar o insinuar que sustituye alguna de las tres comidas principales del día.

Segundo interrogante

2) ¿Cuáles son los requisitos mínimos de calidad e idoneidad que deben contener los productos destinados para la ingesta infantil a efectos de satisfacer las necesidades nutricionales de la población infantil –niños, niñas y adolescentes?”

Respuesta:

El artículo 5 de la Ley 1480 de 2011 señala las siguientes definiciones:

“1. Calidad: Condición en que un producto cumple con las características inherentes y las atribuidas por la información que se suministre sobre él;

(...)

6. Idoneidad o eficiencia: Aptitud del producto para satisfacer la necesidad o necesidades para las cuales ha sido producido o comercializado”.

Tercer interrogante

“3) ¿Cómo se garantiza la provisión de información suficiente, clara e idónea que, respecto de los productos y/o servicios que se ofrecen o se ponen en circulación para el consumo de los niños, niñas y adolescentes, deben contener los productos destinados para la ingesta infantil sobre los riesgos que puedan derivarse de su consumo habitual o utilización constante en el tiempo?”

Respuesta:

Sobre el particular, sea lo primero indicar que, con fundamento en las facultades de inspección, vigilancia y control conferidas a la Superintendencia de Industria y Comercio, de conformidad con lo dispuesto en el Decreto 4886 de 2011 y la Ley 1480 de 2011, le corresponde a esta Entidad verificar, entre otras, el cumplimiento de las normas relativas a la seguridad, calidad e idoneidad de los bienes y servicios que se ponen a disposición de los consumidores colombianos, la información y la información pública de precios suministradas en su comercialización, la publicidad, las promociones, las ofertas, las condiciones generales de los contratos de adhesión, así como, las operaciones mediante sistemas de financiación y las ventas que utilizan métodos no tradicionales o a distancia, las relaciones concertadas mediante comercio electrónico y demás contenidas en el Estatuto del Consumidor.

Ahora bien, en lo que tiene que ver con la protección de población especial como los niños, niñas y adolescentes, el Capítulo 23 del Decreto 1074 de 2015¹, dotó de condiciones especiales la información y publicidad dirigida a este grupo poblacional, señalando, por ejemplo: “[L]os anuncios publicitarios dirigidos a niños, niñas y

¹ Incorpora el Decreto 975 de 2014 “Por el cual se reglamentan los casos, el contenido y la forma en que se debe presentar la información y la publicidad dirigida a los niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores”



adolescentes no contendrán ninguna forma de violencia, discriminación, acoso y en general, cualquier conducta que pueda afectar la vida o integridad física de una persona.”.

Aunado a lo anterior, impuso deberes adicionales a los anunciantes de información y publicidad dirigida a niños, niñas y adolescentes, entre las cuales:

1. Respetar las condiciones de desarrollo mental, madurez intelectual y comprensión media propias de su edad.
2. Indicar o representar una edad diferente de la requerida para que un niño manipule piezas u opere un producto.
3. Informar si las baterías o accesorios que se muestren, están incluidos en el empaque del producto o se venden por separado.
4. No incluir imágenes o información de contenido sexual, violento, discriminatorio o que promueva conductas contrarias a la moral y las buenas costumbres.
5. No usar imágenes, texto, expresiones visuales o auditivas que sugieran al niño, niña y adolescente, que no usar un producto puede generar rechazo social o falta de aceptación.
6. No afirmar o insinuar que el consumo de algún alimento o bebida reemplaza una de las tres comidas principales, esto es, desayuno, almuerzo y/o cena.

En igual sentido, ordenó a los medios de comunicación, aclarar, de forma expresa, que las pautas difundidas en el transcurso de programas dirigidos a niños, niñas y adolescentes, no hacen parte del contenido del programa. Y sobre la información y publicidad en el entorno digital, señaló: *“(…) la publicidad y oferta de productos dirigidos exclusivamente a niños, niñas y adolescentes o aquellos que sean publicitados u ofertados en entornos o plataformas cuyo público objetivo y exclusivo sean aquellos o que puedan ser adquiridos, descargados, o a los que se pueda tener acceso por internet o a través de dispositivos móviles, deben incluir advertencias claras sobre la necesidad de contar con la autorización de sus padres o representantes para realizar la transacción.”*

Como se observa, el mencionado decreto, más que atribuir a esta Superintendencia competencias adicionales para la protección de los niños, niñas y adolescentes en el ámbito de consumo, reguló la actividad de información y publicidad dirigida especialmente a este grupo poblacional. En otras palabras, lo que compete a esta Autoridad en materia de protección a los consumidores, independiente de la edad que tengan, es velar por el cumplimiento de las disposiciones que regulan la materia, para lo cual, inspecciona la actividad publicitaria, de información, contractual, de ventas no tradicionales o a distancia y de comercio electrónico, entre otras, y adopta las medidas pertinentes en caso de advertir conductas contrarias a dicho marco normativo.



Así las cosas, corresponde a los anunciantes, productores y/o proveedores de bienes destinados exclusivamente al consumo de niños, niñas y adolescentes, garantizar que la información suministrada en su comercialización se adecue a las disposiciones que los cobijan como consumidores. Y a esta Superintendencia, vigilar el cumplimiento de las normas dispuestas para la protección de este grupo poblacional, en el marco del consumo, y sancionar las conductas contrarias a derecho.

No obstante, en el ejercicio de las facultades de inspección, vigilancia y control atribuidas a esta Superintendencia, se adelantan jornadas de capacitación a productores y proveedores en un marco de prevención, para ofrecer información suficiente sobre la forma como deben conducir su actividad publicitaria, de manera que, en el ejercicio de la misma, no vulneren derechos de los consumidores, incluidos niños, niñas y adolescentes.

Aunado a lo anterior, se hace vigilancia constante en el mercado, mediante visitas administrativas de inspección a establecimientos de comercio y páginas de internet, con el objeto de verificar el cumplimiento de las normas de protección al consumidor. En igual sentido, se atienden las diferentes denuncias recibidas de consumidores, productores, proveedores, otras entidades, y en general, de cualquier ciudadano, para verificar si las conductas descritas en las mismas, podrían constituir violación al régimen de protección al consumidor, proceso en el cual, se recauda el material necesario, para decidir sobre el inicio o no de una investigación administrativa.

En este punto, cabe aclarar que, si en el marco de las averiguaciones preliminares se advierten violaciones a los derechos de los consumidores, incluidos niños, niñas y adolescentes, que hacen necesaria la intervención inmediata de la Autoridad, la Ley permite que se adopten decisiones previas, preventivas y de carácter temporal, para evitar que se continúe dañando o perjudicando a los consumidores.

Por último, advirtiéndole que la pregunta formulada se refiere a productos destinados al consumo o ingesta infantil, es decir, alimentos y/o bebidas, sea del caso indicar que, el **Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – INVIMA**, ostenta competencia preferente en lo que a contenido y tabla nutricional se refiere, pues le corresponde vigilar el cumplimiento de las resoluciones números 333 de 2011 *“Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado nutricional que deben cumplir los alimentos envasados para consumo humano”* y 5109 de 2005 *“Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano.”*. Además de ser la encargada de otorgar registro sanitario a estos productos, previo a su comercialización.



Cuarto interrogante

“4) ¿Cuántas investigaciones de oficio o a petición de parte ha desplegado la Superintendencia de Industria y Comercio respecto de la publicidad de productos alimenticios destinados al consumo infantil colombiano? Sírvase enviar el informe histórico de dichas investigaciones”.

Respuesta:

Específicamente en el contexto de la pregunta, esto es, respecto de la publicidad de productos alimenticios destinados al público infantil, se instruyó recientemente a Arcos Dorados Colombia S.A.S., mediante oficio radicado bajo el No. 16-15279-10, conminándole para que *“(…) en las próximas publicidades de sus productos, en especial las que son dirigidas a niños, niñas y adolescentes, a suministrar una información clara, veraz, suficiente y oportuna del producto que realmente se ofrece, evitando el uso de imágenes, textos, expresiones o representaciones que no correspondan a este (…)”*.

Del mismo modo, en cuanto a la publicidad e información suministrada en la comercialización de productos distintos a alimentos y/o bebidas, destinados a niños, niñas y adolescentes, esta Entidad ha adoptado las siguientes decisiones:

- i. En relación con la información suministrada por C.I. Dominio S.A., en la comercialización de las denominadas “Cuatrimotos”, se decidió, mediante Resolución No. 37886 del 2013: **“ORDENAR como medida definitiva a la sociedad C.I. DOMINIO S.A. (….) abstenerse de utilizar cualquier forma de publicidad o mecanismo de comercialización, incluida la información que contractualmente o de manera personalizada dé a sus clientes, en la que se ofrezcan los vehículos cuatrimotos o mini cuatrimotos como juguetes, sin excepción alguna (….)”**. A esta misma sociedad, una vez concluida la investigación administrativa, se impuso una multa por la suma de cincuenta y un millones quinientos cuarenta y ocho mil pesos m/cte (51.548.000.00), decisión confirmada mediante Resolución No. 90638 de 2016.
- ii. Sobre la información suministrada en la comercialización del “Libro Trol” y para salvaguardar la integridad moral y física de los niños, niñas y adolescentes, se adoptó una medida preventiva de carácter definitivo, mediante la Resolución No. 86347 de 2015, que dispuso:

“ORDENAR a la EDITORIAL PLANETA COLOMBIANA S.A., identificada con NIT. No. 830077981-2 que incorpore de manera inmediata en la



carátula del libro titulado “EL LIBRO TROLL”, un aviso de advertencia, en el que se indique de manera visible y fácilmente identificable lo siguiente:

“El contenido de este libro no es apto para niños, niñas y adolescentes”.

La advertencia indicada debe ser incorporada en todos los libros de la referencia, tanto los que están en proceso de elaboración y no han salido al mercado, como los que ya se encuentran en circulación.”

Igualmente, esta Autoridad ha tomado medidas respecto de productos destinados a niños, niñas y adolescentes, con el fin de proteger su integridad física, llegando incluso a prohibir la comercialización de bienes destinados a esta población. Algunas de las cuales se incluyen en la siguiente tabla:

DECISIONES PROTECCIÓN A CONSUMIDORES NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES		
PRODUCTO	ÚLTIMO ACTO ADMINISTRATIVO	DECISIÓN
Esferas acuáticas	Resolución No. 67541 de 2012	“PROHIBIR como medida definitiva la comercialización directa al usuario final y que tenga como único objeto el uso personal del producto denominado “Esfera acuáticas” (...) o cualquier otro en el que se verifiquen iguales características y especificaciones (...)”
Máscaras de disfraz	Resolución No. 33 de 2013	“PROHIBIR como medida definitiva la producción, distribución y comercialización de toda máscara que, independientemente del material en que haya sido elaborada o se pretenda fabricar, impida ejecutar de forma libre y natural el proceso vital de respiración (...)”
Velas pirotécnicas	Resolución No. 53956 de 2013	“CONFIRMAR como definitiva la orden preventiva que se impartió mediante Resolución No. 8039 del 28 de febrero de 2013 (...). A su vez, la Resolución No. 8039 de 2013, señaló: “Ordenar de manera preventiva, mientras se surte la investigación correspondiente, que se suspenda inmediatamente la comercialización individual del producto denominado “vela pirotécnica para uso con fines de diversión / vela pirotécnica” cuando no se informen las indicaciones o condiciones necesarias para su correcta utilización, bien sea en la etiqueta, empaque, directamente en el cuerpo del producto o en un anexo (...) ”
Juguetes que	Resolución 11638 del	“PROHIBIR como medida definitiva la producción,

utilizan baterías para su funcionamiento	2013		<i>distribución y comercialización de todo juguete – incluido el control remoto con el que opere que no cuente con un sistema de seguridad que restrinja el fácil acceso al compartimento de las pilas o baterías y de aquellos otros cuyo mecanismo de transmisión de energía no las resguarde adecuadamente (...)</i>
Gas hidrógeno	Resolución 53026 del 2015	No.	“PROHIBIR el uso de cilindros como contenedores de reacción para generar gas hidrógeno (...)
Mini gelatina, gel saborizado de gelatina, gelatina variedad con fruta, mini gelatina de fruta, mini fruity gels, mini fruit jelly ó mini fruit bites.	Resolución 79980 de 2015	No.	“PROHIBIR de manera inmediata y definitiva la PRODUCCIÓN, IMPORTACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y TODA PUESTA A DISPOSICIÓN del producto denominado: “MINI GELATINA” “GEL SABORIZADO DE GELATINA” “GELATINA VARIEDAD CON FRUTA” “MINI GELATINA DE FRUTA” “MINI FRUITY GELS” “MINI FRUIT JELLY” ó “MINI FRUIT BITES”, descrito en el numeral 8.1 de la parte motiva de esta resolución (...)
Coches para bebe	Resolución 63218 de 2017	No.	“Confirmar la Resolución No. 39994 del 7 de julio de 2017 (...)”. A su vez, la Resolución No. 39994 de 2017, resolvió: “IMPONER una multa a LA SURTIDORA DEL BEBE S.A.S. , identificada con Nit. 900194876 – 1, por la suma de CIENTO OCHENTA Y CUATRO MILLONES CUATROCIENTOS VEINTINUEVE MIL DOSCIENTOS CINCUENTA PESOS M/CTE (\$184.429.250,00) (...)
Coches para bebe	Resolución 63216 de 2017	No.	“Confirmar la Resolución No. 43065 del 19 de julio de 2017 (...)”. A su vez, la Resolución No. 43065 de 2017, resolvió: “IMPONER una multa a REDICOL S.A.S. , identificada con Nit. 800072607-0, por la suma de CIENTO OCHENTA Y CUATRO MILLONES CUATROCIENTOS VEINTINUEVE MIL DOSCIENTOS CINCUENTA PESOS M/CTE (\$184.429.250,00) (...)

Quinto interrogante

“5) ¿Cuáles son las acciones que ha emprendido la Superintendencia de Industria y Comercio, de oficio o a petición de parte, para evitar y/o sancionar la publicidad abusiva, engañosa y/o con información insuficiente de los productos y servicios que se ofertan en el mercado para la ingesta de los niños, niñas y adolescentes?”.

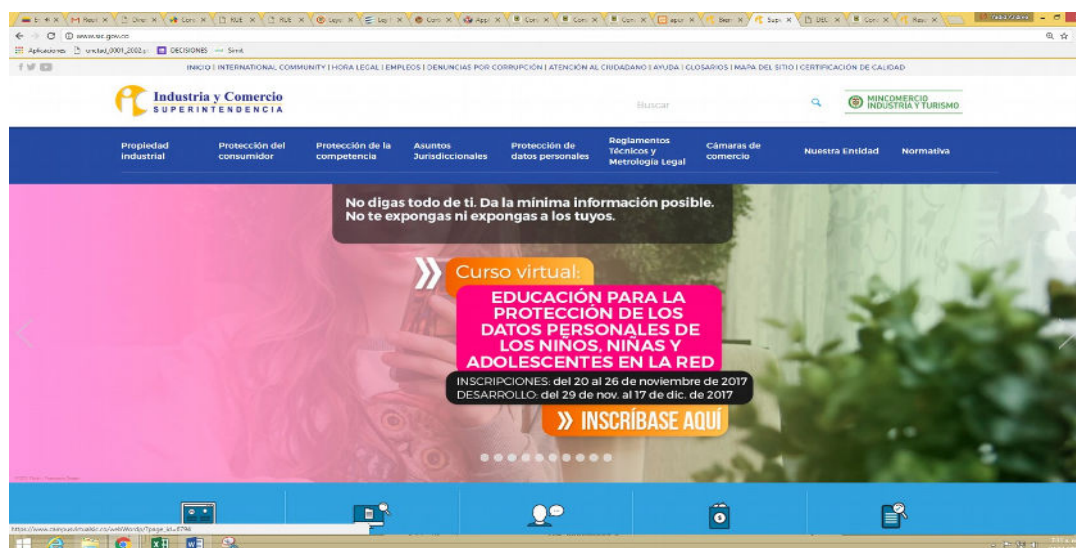
Respuesta:

Cra. 13 #27 - 00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 y 10 - PBX: (571) 5870000 - contactenos@sic.gov.co - Bogotá D.C., Colombia

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
www.sic.gov.co - Teléfono en Bogotá: 5920400 - Línea gratuita a nivel nacional: 018000 910165

Como se indicó en los numerales precedentes, esta Superintendencia, en el cumplimiento de las facultades legalmente asignadas, además de inspeccionar, vigilar y controlar los productos que se ponen a disposición de los niños, niñas y adolescentes en el mercado nacional e imponer las sanciones o medidas que considere pertinentes, impulsó y participó activamente en la construcción del Decreto 975 de 2014 “Por el cual se reglamentan los casos, el contenido y la forma en que se debe presentar la información y la publicidad dirigida a los niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores”, compilado actualmente en el Decreto 1074 de 2015.

En suma, esta Autoridad organiza jornadas de capacitación, tanto a productores y/o proveedores, como a niños, niñas y adolescentes, informando a estos últimos, entre otras cosas, los derechos y deberes que tienen como consumidores, la forma en que pueden acercarse a informar sobre presuntas transgresiones a las normas que los cobijan en calidad de usuarios y la importancia de mantener comunicación constante con sus padres para evitar ser víctimas de información engañosa, confusa, imprecisa o publicidad con contenido no apto para su edad. Todo esto, complementado con jornadas de capacitación a padres de familia, especialmente en la necesidad de acompañar a los niños, niñas y adolescentes en su inserción como usuarios de servicios de telecomunicaciones y redes sociales. Un ejemplo de esta última actividad, es el curso virtual de “Educación para la protección de los datos personales de los niños, niñas y adolescentes en la red”, que se encuentra ofreciendo actualmente esta Entidad, como consta en la siguiente captura de pantalla.



Cra. 13 #27 - 00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 y 10 - PBX: (571) 5870000 - contactenos@sic.gov.co - Bogotá D.C., Colombia

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
www.sic.gov.co - Teléfono en Bogotá: 5920400 - Línea gratuita a nivel nacional: 018000 910165

Sexto interrogante

“6) ¿Qué sanciones ha impuesto la Superintendencia de Industria y Comercio por publicidad engañosa con insuficiente información o que genere un riesgo y/o afecte la salud tratándose de productos alimentación y/o consumibles dirigidos a la población infantil?”

Respuesta:

En este punto, resulta procedente reiterar lo anotado en la respuesta del cuarto interrogante, en relación a que se enlistaron las medidas adoptadas por esta Superintendencia para proteger a los niños, niñas y adolescentes, así como, las sanciones impuestas por conductas contrarias a las normas que los cobijan como consumidores.

En igual sentido, se insiste en que, la información de etiquetado y rotulado de alimentos destinados al consumo humano, incluidos niños, niñas y adolescentes, cuenta con reglamento técnico cuya vigilancia ostenta el Instituto Nacional de Medicamentos y Alimentos – INVIMA, de conformidad con lo dispuesto en las resoluciones números 333 de 2011 *“Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado nutricional que deben cumplir los alimentos envasados para consumo humano”* y 5109 de 2005 *“Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano.”*

Por último y en lo que respecta a la publicidad de alimentos de fórmula para lactantes y complementarios de la leche materna, el Decreto 1397 de 1992, restringe la difusión de mensajes comerciales que ofrezcan estos productos, señalando entre otras cosas:

“Artículo 4° DEL CONTENIDO DEL MATERIAL. Todo material informativo, de divulgación y educativo sobre alimentación de los niños, especialmente de lactantes, dirigido a cualquier público, debe contener datos sobre los siguientes aspectos:

a) La relevancia de la exclusividad de la lactancia materna durante los primeros cuatro (4) a seis (6) meses de vida, para



lograr todos los beneficios nutricionales, afectivos e inmunológicos del lactante menor.

b) Los efectos negativos que ejerce sobre la lactancia materna la introducción parcial del biberón o de otro tipo de alimentación antes del tiempo requerido.

Parágrafo. El material de divulgación y de formación científica respecto de los alimentos de fórmula para lactantes debe cumplir con normas éticas, proporcionando una información científica y veraz.

Artículo 5° DE LA PROMOCIÓN COMERCIAL. *En toda promoción comercial de alimentos de fórmula para lactantes se deber hacer mención específica a:*

a) La leche materna es el mejor alimento para el niño.

b) Si no se siguen estrictamente las indicaciones de preparación e higiene, el alimento promocionado es perjudicial para la salud del niño.

c) La utilización del biberón incide negativamente en la calidad y cantidad de lactancia materna. (...)"

"Artículo 6° *En la promoción comercial de alimentos de fórmula para lactantes se prohíbe:*

a) Hacer mención, alusión o representación gráfica del biberón.

b) Toda leyenda dibujo o alusión directa o indirecta que induzca a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o que pretenda limitarla, igualarla, compararla y el utilizar términos como humanizada o maternizada.

c) Hacerla por medio de ofrecimientos gratuitos o subsidiados de cualquier bien o servicio, inclusive los dirigidos a los usuarios y empleados de los organismos de salud. (...)"

"Artículo 19. *Las infracciones a este Decreto serán sancionadas de conformidad con lo previsto en la Ley 9 de 1979 de acuerdo al procedimiento señalado en el Decreto 2780 de 1991."*

Sobre el particular, se aclara que, la precitada norma ordenó tramitar las infracciones contra lo allí dispuesto, siguiendo el procedimiento señalado para sancionar contravenciones de carácter sanitario. Por lo que, está siendo revisada actualmente por diferentes autoridades administrativas, comprometidas con su armonización a las disposiciones constitucionales y legales, en cuyas mesas de discusión a participado activamente esta Superintendencia.

Finalmente le informamos que algunos conceptos de interés general emitidos por la Oficina Jurídica, los puede consultar en nuestra página web <http://serviciosweb.sic.gov.co/servilinea/ServiLinea/ConceptosJuridicos/Conceptos.php>

En ese orden de ideas, esperamos haber atendido satisfactoriamente su consulta, reiterándole que la misma se expone bajo los parámetros del artículo 28 de la Ley 1437 de 2011, esto es, bajo el entendido que la misma no compromete la responsabilidad de esta Superintendencia ni resulta de obligatorio cumplimiento ni ejecución.

Atentamente,

JAZMÍN ROCÍO SOACHA PEDRAZA
JEFE OFICINA ASESORA JURÍDICA

Elaboró: Carolina Garcia
Revisó: Rocio Soacha
Aprobó: Rocio Soacha

