

SUPERINDUSTRIA SANCIONA A POSTOBÓN S.A. POR PUBLICIDAD ENGAÑOSA EN MENSAJES DE PRODUCTOS "HIT"

- **La empresa deberá pagar una multa de \$1.667.825.700, equivalentes a 1.900 salarios mínimos legales mensuales vigentes.**

Bogotá D.C., 16 de julio de 2020. – La Superintendencia de Industria y Comercio, en su rol de autoridad nacional de protección al consumidor, impuso una multa de \$1.667.825.700 a la empresa GASEOSAS POSADA TOBÓN S.A. –POSTOBÓN S.A., por falta de calidad, información inadecuada y publicidad engañosa en las proclamas anunciadas en diferentes piezas publicitarias emitidas durante la promoción de su producto denominado "*refrescos de frutas HIT variedades*".

La sanción fue impuesta por la Superindustria luego de concluir que, con base en el material probatorio recaudado, que la publicidad de los productos "HIT" con las proclamas "Elige hit, la fruta de verdad", "lo mejor para la lonchera de tus hijos", "Me hace más fuerte", "contiene dos veces más fruta que otros productos del mismo sabor de la categoría refrescos de fruta", "al mejor precio", "lo natural es un hit", entre otros, estaban destinados a incentivar de manera engañosa, el consumo de dicha bebida en niños, niñas y adolescentes.

La decisión, tomada a través de la Resolución 37544 de julio de 2020, se adoptó luego de adelantar el correspondiente proceso administrativo sancionatorio, donde se demostró la vulneración de los derechos que tienen los consumidores a:

- Recibir productos de **calidad** conforme a las condiciones anunciadas en la publicidad.
- Recibir protección contra la **publicidad engañosa**.
- Obtener **información** clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea sobre los productos ofrecidos.

Para la Autoridad los derechos de niños, niñas y adolescentes, en su calidad de consumidores, fueron vulnerados luego de recibir información inadecuada bajo los conceptos anteriormente enunciados. Asimismo, POSTOBÓN S.A. incumplió con la obligación de evitar el uso de imágenes, expresiones visuales o auditivas o representaciones que no correspondieran a la realidad del producto, en lo relacionado con sus características y la obligación de no exagerar su naturaleza.

Lo anterior, en relación con las siguientes campañas y proclamas:

Campaña	Proclama	Argumentos sanción
	"Jugos Hit"	No se cumplió con dicha proclama toda vez que el producto sólo contenía entre un 8% y un 14% de fruta y estaba adicionado con ingredientes artificiales, por lo que no cumplía con la definición de jugo que corresponde a los líquidos obtenidos por procedimientos de extracción a partir de las frutas sin ningún tipo de adición, sino solamente agua (Res. 3929 de 2013).

PRENSA: Paola Casallas Z. ~ Tel. 3114548534 ~ Mail: lcasallas@sic.gov.co

"HIT TEMÁTICO"	"Hit es fruta de verdad"	Se consideró que la promesa "fruta de verdad", resultó incumplida porque en realidad las características del producto no se enmarcan a las de una fruta de verdad, dado que no es sometida a ningún proceso de extracción, todo lo contrario, se encontró que el "refresco de frutas pasteurizado Hit" es una bebida ultraprocesada que sólo posee un pequeño porcentaje de fruta y en la presentación de pulpa adicionado con agua y aditivo, razón por la que se concluyó que el mensaje transmitido resultó engañoso.
	"Elige hit, la fruta de verdad"	
	"lo mejor para la lonchera de tus hijos"	Al no aportarse los estudios técnicos, científicos y/o académicos que prueben que el "Refresco de Frutas Hit" era o es "lo mejor para la lonchera de sus hijos", dicha afirmación resulta no veraz, inverificable y/o improbable y, a su vez, también le resta veracidad y suficiencia al mensaje que se transmitió a través de la publicidad.
	"Me hace más fuerte"	Se consideró que afirmar que "Hit" hace a los niños más fuertes, sólo por contener una cantidad mínima de fruta es inapropiado e impreciso en la medida que este producto no es equiparable con las frutas y, por tanto, sus efectos en el cuerpo humano no son los mismos.
"LANZAMIENTO MANDARINA"	"contiene 2 veces más fruta que otros productos del mismo sabor de la categoría: refrescos de fruta"	La información de dicha proclama resultó imprecisa, dado que el producto no cumplía con la condición de contener dos veces más fruta que otros productos del mismo sabor y categoría. Así mismo, no se cumplió con la calidad ofrecida a los consumidores respecto del producto "refresco de fruta Hit Mandarina", en tanto que no guardaron correspondencia las características atribuidas en la información suministrada en la publicidad y las que realmente poseía el producto, vulnerando los derechos de los consumidores de recibir productos de calidad e información veraz y precisa sobre ellos, constituyendo también publicidad engañosa.
"LITRO TETRA"	"al mejor precio"	No se demostró que el precio del producto "refresco de fruta Hit" en la presentación familiar y/o litro fuera el menor en el mercado durante la época en que se anunció tal condición objetiva, impidiendo recibir productos de conformidad con las condiciones ofrecidas y obtener información veraz, verificable, precisa e idónea sobre los productos ofrecidos.
"LLEGÓ NUEVO MARACUYÁ"	"el nuevo hit maracuyá con mucha más fruta"	El refresco de fruta "Hit maracuyá" no cumplió con dichas proclamas, dado que se demostró que para el período durante el cual estuvo vigente la campaña, existía en el mercado colombiano otro producto de la misma categoría y sabor, cuyo contenido de fruta era igual al porcentaje anunciado por Postobón (12%), es decir que el producto "Hit maracuyá" no contenía una cantidad de fruta mayor a la de su competidor, razón por la cual se concluyó que el mensaje transmitido no correspondió a la realidad e indujo a engaño y confusión, vulnerándose con ello los derechos de los consumidores a recibir productos de conformidad con las condiciones que les ofrecieron y de obtener información veraz, verificable, precisa e idónea sobre los mismos.
	"Hit maracuyá contiene 50% más fruta comparado con otro producto de la misma categoría"	
"HIT NATURALIDAD"	"lo natural es un hit"	Dicho atributo no era ni es propio del "refresco de fruta Hit" en sus diferentes variedades, por cuanto el mismo no es del todo natural, sino que, por el contrario, la mayoría de sus ingredientes son artificiales y sólo cuenta con una pequeña cantidad de fruta, tal como se evidencia de las fichas técnicas del producto en sus diferentes variedades; razón por la cual al anunciarse de esa manera le estaba otorgando un valor inexistente al producto con el fin de elevar las expectativas de los consumidores que podrían creer que al ingerir el mismo obtendrían iguales beneficios a los que genera el consumo de una bebida natural.

PRENSA: Paola Casallas Z. ~ Tel. 3114548534 ~ Mail: lcasallas@sic.gov.co

		<p>En consecuencia, se encontraron probadas las conductas imputadas, puesto que, el mensaje anunciado en el comercial indujo en error, engaño o confusión a los consumidores, por cuanto, analizados en conjunto todos los planos de contenido de la publicidad, la información suministrada fue imprecisa al ser fragmentada y dispuesta de forma tal que, acompañada de los escenarios (espacios al aire libre, escenas de frutas, etc) y textos transmitidos en letra grande ("hecho con frutas deliciosas", "naturalmente") distorsionó el mensaje anunciado con la intención de incrementar un valor natural que no tiene el producto promocionado.</p>
--	--	--

Contra el acto administrativo sancionatorio procede recurso de reposición ante quien profirió la decisión y/o el de apelación ante la Delegada Para la Protección del Consumidor.

*iSuperintendencia de Industria y Comercio,
confianza que construye progreso!*

PRENSA: Paola Casallas Z. ~ Tel. 3114548534 ~ Mail: lcasallas@sic.gov.co