



Empaque, publicidad y sellos de productos agropecuarios: hacia una producción y comercialización responsable y ecológicamente sustentable

Juan Ignacio Granados Aristizábal¹

Packing, advertising and labels for agricultural and livestock products: towards a responsible and environmentally sustainable production and commercialization

Empacotamento, publicidade e selos de produtos agropecuários: para uma produção e comercialização responsável e ecológicamente sustentável

RESUMEN

La producción y comercialización de productos derivados de actividades agrícolas es de suma importancia para los intereses del país, habida consideración de que Colombia es un territorio que dedica gran parte de su suelo al desarrollo de actividades agroindustriales. Por ende, alrededor de la producción y comercialización de productos agrícolas se ha estructurado un entramado de disposiciones legales y técnicas que tiene varias pretensiones. En primer término, hay disposiciones que buscan que el consumidor tenga toda la información¹ relevante para que pueda adquirir productos agrícolas con el mayor conocimiento sobre su procedencia, calidades y aptitudes. Igualmente, hay normativas que estimulan la elaboración de productos agropecuarios ecológicos mediante la expedición de sellos y licencias especiales. El presente texto recoge algunas de las anteriores disposiciones conjuntamente con el desarrollo constitucional, legal y jurisprudencial que se ha dado sobre la materia.

Palabras clave: productos agropecuarios, normativa, sellos ecológicos, empaques.

¹Abogado de la Universidad de Medellín. Candidato a magíster en Derecho Comercial de la Universidad Externado de Colombia. Docente y Director del Grupo de Investigación en Derecho GRIDE de la Corporación Universitaria Lasallista.

Correspondencia: Juan Ignacio Granados Aristizábal, e-mail: jugranados@lasallista.edu.co

Artículo recibido: 02/10/2011; Artículo aprobado: 15/11/2011

ABSTRACT

Production and commercialization from agricultural and livestock activities are very important for Colombia's interests, given the fact that this country dedicates a big part of its soil to develop them. Therefore, a legal and technical structure has been being configured in order to achieve several objectives: First, some rules aim to allow consumers to have all of the relevant data to get products with the most thorough knowledge about their origins, qualities and aptitudes. There are also rules to stimulate the fabrication of ecological agricultural and livestock products by the use of labels and special licenses. This paper gathers some of those rules along with the constitutional, legal and jurisprudential development of the subject.

Key words: agricultural and livestock products, rules, ecological labels, packing.

RESUMO

A produção e comercialização de produtos derivados de atividades agrícolas é de suma importância para os interesses do país, tida consideração de que Colômbia é um território que dedica grande parte de seu solo ao desenvolvimento de atividades agroindustriais. Portanto, ao redor da produção e comercialização de produtos agrícolas se estruturou um entrelaçado de disposições legais e técnicas que tem várias pretensões. Em primeiro termo, há disposições que procuram que o consumidor tenha toda a informação relevante para que possa adquirir produtos agrícolas com o maior conhecimento sobre sua procedência, qualidades e aptidões. Igualmente, há regulamentos que estimulam a elaboração de produtos agropecuários ecológicos mediante a expedição de selos e licenças especiais. O presente texto recolhe algumas das anteriores disposições conjuntamente com o desenvolvimento constitucional, legal e jurisprudencial que se deu sobre a matéria.

Palavras importantes: produtos agropecuários, regulamento, selos ecológicos, empacotamentos.

INTRODUCCIÓN

El objeto de este texto es identificar cuál es la regulación que se ha estructurado alrededor de los empaques, la publicidad y los sellos ecológicos de productos agropecuarios.

El desarrollo de esta propuesta se hará de la siguiente forma. En primer lugar se identificarán los supuestos constitucionales sobre los cuales se cimienta el tratamiento al sector agropecuario en Colombia y algunos de los pronunciamientos de la Corte Constitucional al respecto. Posteriormente, se abordarán algunos conceptos jurisprudenciales en los cuales se ha analizado el tema de la economía de mercado sobre la cual se sostiene la comercialización de bienes o servicios en el territorio nacional. Seguidamente, se estudiarán las disposiciones del Estatuto de Protección al Consumidor que tengan relevancia con la temática propuesta en esta oportunidad. Paralelamente a este estudio, se analizarán algunas disposiciones del Código de Autorregulación Publicitaria igualmente pertinentes². Finalmente, se estudiarán las resoluciones, normas técnicas y reglamentos técnicos que estructuran los marcos generales de regulación de los empaques, la publicidad y los sellos ecológicos de los productos agropecuarios comercializados en el territorio nacional.

1. La Constitución Política de 1991 ha dado un especial tratamiento a los temas de la protección, desarrollo y comercialización de productos agropecuarios. Dicha regulación fue producto de la conciencia del constituyente que consideró a Colombia como un país propicio para el desarrollo y promoción de las actividades agrícolas y agropecuarias. En ese sentido, el constituyente de 1991 en los artículos 64, 65, y 66 introdujo como mandato constitucional la obligación del Estado de proteger y promover las actividades del agro y disponer los mecanismos financieros necesarios para tal desarrollo.

Estudiando dicho mandato, la Corte Constitucional en repetidas ocasiones ha dado alcance material a dicho llamado. En efecto, en la Sentencia de Constitucionalidad 002 de 2002, afirmó que:

... la Constitución Política de 1991, otorga al trabajador del campo y en general al sector agropecuario, un tratamiento particularmente diferente al de otros sectores de la sociedad y de la producción que encuentra justificación en la necesidad de establecer una igualdad no sólo jurídica sino económica, social y cultural para los protagonistas del agro, partiendo del supuesto de que el fomento de esta actividad trae consigo la prosperidad de los otros sectores económicos y de que la intervención del Estado en este campo de la economía busca mejorar las condiciones de vida de una comunidad tradicionalmente condenada a la miseria y la marginación social.

Como se observa, la protección y promoción del agro colombiano es un fenómeno absolutamente constitucionalizado en la Carta de 1991. Dicha consagración ha sido suficientemente desarrollada por los pronunciamientos de la Corte Constitucional. En efecto, el tratamiento jurisprudencial que alrededor de dicha actividad se ha dado tiene como objetivo principal la dinamización del sector mediante buenas prácticas de producción y de comercialización de los bienes producidos en este renglón de la economía³.

2. Al leer las líneas finales del anterior párrafo se concluye que ha sido tarea constante del Estado el regular la producción y la comercialización de los bienes producto del agro colombiano⁴. Sin embargo, hay que aclarar que no solo de este sector de la economía se ha encargado el Estado, sino de la producción y comercialización de la totalidad de los bienes y servicios que se producen y/o importan al país para su comercialización y distribución⁵. En consecuencia, la pregunta que surge a continuación es por qué esa especial regulación del mercado.

Durante un gran número de años especialmente los comprendidos entre la Revolución industrial y el año de 1929, el mercado se vio influenciado por dos corrientes filosóficas: una que promovía la marginación del Estado en la dinámica del mercado, ya que según sus exponentes, la producción y comercialización de bienes y servicios sería controlada por los fenómenos de la oferta y la demanda. Dentro de los más representativos expositores de dicha postura se encuentra el economista Adam Smith⁶.

Posteriormente, otros estudiosos, dentro de los cuales se destaca John Maynard Keynes, preconizaban por una dinámica intervención del Estado en la producción y comercialización de los bienes o servicios que protegiera la sana competencia en el mercado, y al consumidor como su principal agente.

En nuestro contexto esta última tendencia fue morigerada. Constitucionalmente se ha promovido la libre iniciativa privada tal como se consagra en los artículos 333 y 334 de nuestra Carta Magna⁷. Tales disposiciones posibilitan que cualquier persona pueda entrar a la dinámica del mercado para producir o comercializar bienes y servicios sin más limitaciones que las que impongan las leyes y el bien común. En otras palabras, se reconoce que nuestro sistema se basa en una economía de mercado⁸. Sin embargo, dicha libertad no es absoluta. Una de las principales tareas del Estado es la intervención razonable en el mercado para la protección del consumidor y el fomento de la sana competencia. En ese sentido se ha pronunciado la Corte Constitucional en la sentencia C-535 de 1997 al analizar la constitucionalidad el artículo 19° de la Ley 256 de 1996 sobre actos de competencia desleal⁹.

... la finalidad de la ley... es la de promover la libre competencia en el mercado de bienes... La economía de mercado es un elemento constitutivo de la Constitución económica de cuyo funcionamiento adecuado depende la eficiencia del sistema productivo y el bienestar de los consumidores; (3) la competitividad y la soberanía de los consumidores, son elementos que sin una activa y transformadora acción estatal de tipo corrector, fácilmente decaen y pierden toda incidencia, pudiendo fácilmente ser sustituidos por la unilateralidad de las fuerzas predominantes en el mercado y por el

alienante y desenfrenado consumismo de masas; (4) la importancia de mercados libres, competitivos y transparentes, justifica la permanente acción estatal dirigida a que estas características se mantengan o se impongan, en la medida en que ello sea posible, con el fin de preservar la libertad de opción de los individuos y la existencia de un proceso económico abierto y eficiente...

En suma, la intervención que hace el Estado en la economía tiene como preceptos fundamentales la protección del mercado y especialmente de uno de sus agentes más vulnerables: el consumidor. El consumidor se enfrenta en el mercado a la difícil tarea de seleccionar qué producto adquirir frente a los tantos que se ofrecen¹⁰. Se dice que es difícil porque se encuentra –por regla general- en un Estado de asimetría de información respecto del productor o expendedor, quien, en suma, ha intervenido directamente en la elaboración del producto puesto en el mercado.

En efecto, el consumidor confía su elección a la información que mediante actos publicitarios o mediante los empaques es consignada para su conocimiento. En consecuencia, y por tornarse dicha información en uno de los elementos determinantes para la decisión del consumidor, el Estado ha decidido intervenir sus calidades, condiciones, mínimos y máximos para coadyuvar a una elección informada del consumidor.

3. Dentro de nuestro ordenamiento jurídico, el estatuto general de protección al consumidor se encuentra recogido básicamente en el Decreto 3466 de 1982. Dicho estatuto recoge un amplio articulado dentro del cual se destaca la obligatoriedad radicada en los productores, expendedores y comercializadores, de proveer al mercado una información veraz, suficiente, clara, oportuna y conducente, que le permita al consumidor hacer una adquisición informada y un uso adecuado del bien, una vez practicado el acto de consumo.

Dicha obligación tiene sustento en el artículo 78 superior el cual consagra que “*La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización*”. Igualmente, el principio de la buena fe en la etapa precontractual tiene un papel determinante en dicha obligación en la medida que promueve los deberes de transparencia, lealtad y consideración de las necesidades de la contraparte en la dinámica del mercado.

En cuanto al punto del manejo publicitario en materia de comercialización de productos agropecuarios, es el mismo manejo que se da a la publicidad de productos en general. En efecto, es común encontrar en la economía de mercado o sociedad de consumo a la cual asistimos, que los operadores económicos profesionales promuevan sus productos o servicios mediante llamativas y sugestivas campañas publicitarias en las cuales hay un dinámico manejo de información. Es así como en dichas campañas anuncian al público, *in genere*, las características de los bienes que estos producen o comercializan; a veces, exponen las circunstancias en las cuales se ha de concebir el clausulado contractual debido a la imposibilidad de realizar negociaciones particulares con cada uno de los consumidores y, en todo caso, tratan de crear en el consumidor la necesidad de adquisición de dichos productos.

De este modo, el consumidor comienza a valorar las diferentes características de los productos y la aptitud que aquellos han de tener para satisfacer las necesidades para las cuales eventualmente vayan a ser adquiridos. Como se observa, en la publicidad hay un importantísimo manejo de información. Por tal motivo, el manejo de las campañas publicitarias, el mercadeo y la información contenida en los diferentes empaques de los productos deben ser veraces, suficientes, claros y oportunos en la medida que determinan y motivan la elección del consumidor.

En este sentido, el Código de Autorregulación Publicitaria, pese a ser una disposición de orden ético, prevé un conjunto de directrices que tienen por objeto promover la protección del consumidor y del mercado a través de mensajes publicitarios que permitan una competencia leal. En consecuencia,

el Código conmina a que se supriman del mercado los mensajes que denigren, confundan, realicen afirmaciones que no correspondan a la verdad en relación con productos, marcas o empresas de la competencia, que atribuyan a los productos anunciados características y calidades objetivas que no sean ciertas y comprobables.

A modo de colofón se puede afirmar que legal y éticamente se ha estructurado en el país todo un completo entramado de disposiciones que tienen por objeto proteger al consumidor y al mercado de la información depositada en mensajes y medios publicitarios. Dentro de esta perspectiva, los empaques de los productos agropecuarios pueden cumplir una doble función: en primer término, tal como lo define la normativa, sirven de recipiente destinado a contener un producto durante su recolección, transporte, almacenamiento, distribución, venta y consumo¹¹. En segundo término, el empaque se convierte en un trasmisor de información al consumidor toda vez que en él se depositan algunos elementos objetivos absolutamente relevantes a los intereses del consumidor.

4. Paralelamente con las disposiciones generales contenidas en el Estatuto de Protección al Consumidor y en el Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria, el Ministerio de la Protección Social –en adelante MPS–, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural –MADR– el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos –INVIMA– el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación –ICONTEC– entre otras instituciones públicas, privadas, nacionales y extranjeras, han creado una serie de reglamentaciones técnicas relacionadas con el empaque, etiquetado y publicidad de productos agrícolas, agropecuarios y agroindustriales.

Todas las disposiciones emitidas por tales entidades se han hecho en desarrollo de políticas dictadas en los ámbitos internacional y regional. En efecto, los reglamentos han resultado ampliamente influenciados por las recomendaciones de la Organización Internacional de Trabajo –OIT–, la Organización Mundial del Comercio –OMC– y la Comunidad Andina de Naciones –CAN–; esta última, a través de varias directivas, ha regulado el tema a escala regional.

En las siguientes líneas aproximaremos el análisis de las resoluciones, normas técnicas y reglamentos técnicos que dan los marcos generales de regulación de los empaques y la publicidad de los productos agropecuarios comercializados en el territorio nacional, advirtiendo de antemano que un importante número de normas técnicas especializadas quedarán simplemente enunciadas para el análisis personalizado.

Reglamento técnico 00336 de 2004 expedido por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural –MADR–

En la resolución 00336 de 2004 el MADR adoptó el Reglamento Técnico número 001 RTC-MADR contentivo de los requisitos para el empaque de los productos agropecuarios que se importen, se produzcan y se comercialicen en el territorio nacional.

Dicha resolución tuvo sus principales consideraciones en el desarrollo de los artículos 64, 65 y 78 de la Constitución Política, en las condiciones de algunos empaques que facilitan la pérdida poscosecha de alimentos perecederos, en la prevención de riesgos a la vida, salud de los adquirentes y, especialmente, en la eliminación de las prácticas que puedan inducir a error a los consumidores.

En efecto, los artículos 1° y 2° del reglamento circunscribieron su objeto y campo de aplicación a la regulación de los empaques utilizados en la recolección y la comercialización de los productos agropecuarios, diciendo, en efecto, que se aplicarán al proceso de empaqueo de los productos agropecuarios que se importen, produzcan y se comercialicen en el territorio nacional.

Tal como es la costumbre en este tipo de resoluciones, esta consagró una serie de definiciones que sirven para dar claridad a su contenido. Es así como definió al empaque como “*un sistema coordinado*

mediante el cual el producto es acomodado temporalmente dentro de un recipiente para su traslado del sitio de producción al sitio de consumo sin que sufra daño”. En efecto, se entenderán por empaques los que sean elaborados en plástico, en cartón, madera, en yute, algodón, fique, polietileno, polipropileno y cabuya.

En artículos posteriores, definió una serie de requisitos generales que debían cumplir los empaques destinados a productos agropecuarios. En este sentido la norma exige que los empaques deben estar contruidos con materiales inertes, inocuos, que no afecten el medioambiente, que no presentes deterioros, fisuras, que sean de fácil manipulación, transporte, adecuadamente ventilados y de fácil cierre y abertura; hace especial referencia al peso máximo del empaque en cumplimiento de lo establecido por la OIT y el Ministerio de Salud- ahora Ministerio de Protección Social-, entre otras.

Posteriormente, trae varias disposiciones que tienen como finalidad regular aspectos logísticos de la cadena de comercialización, tales como el Estado del producto a empacar –art. 5-, del transporte de los empaques –art. 6-, y del almacenamiento de los mismos –art. 7-.

Ahora bien, el artículo 8° del reglamento técnico radica una importantísima carga de diligencia en todas las personas intervinientes en la cadena de producción y comercialización de los bienes sujetos del reglamento. Es así como obliga a cumplirlo tanto a los productores, como a los proveedores de los empaques, a los transportadores y a los comerciantes, so pena de ser acreedores de las sanciones penales, civiles o fiscales procedentes.

Resolución 5109 de 2005 expedida por el Ministerio de la Protección Social

El Ministerio de la Protección Social, en ejercicio de las atribuciones conferidas por las leyes 9 de 1979, 170 de 1994 y el numeral 3 del artículo 2 del Decreto 205 de 2003, expidió en el año 2005 la Resolución 5109 mediante la cual estableció el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado y etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano.

Dicha resolución se convierte en el marco general en tratándose de rotulado, empaçado y etiquetado en materia de productos destinados al consumo humano. En efecto, por ser una regulación de carácter general, sus requisitos coexisten –no son excluyentes- con los que en estatutos especiales se han dado para regular lo referente a empaçado, rotulado y etiquetado de productos agropecuarios.

Dentro de las consideraciones más importantes de la resolución se hizo referencia a la Decisión Andina 376 de 1995 y el numeral 2.2 del artículo 2° del Acuerdo Sobre Obstáculos Técnicos al Comercio de la OMC, los cuales contienen como imperativos: la seguridad nacional, la protección de la salud o seguridad humana, de la vida o la salud animal o vegetal, o del medioambiente y la prevención de prácticas que puedan inducir a error a los consumidores. En igual sentido, consideró que gran parte de la filosofía de la resolución está orientada por las disposiciones del Decreto 3466 de 1982 especialmente con lo relativo al: (i) cumplimiento de las normas técnicas oficializadas obligatorias o reglamentos técnicos que garanticen las condiciones de calidad e idoneidad de los bienes y servicios que ofrezcan en el mercado, y (ii) en cuanto a los reglamentos técnicos que contengan los requisitos de envase, empaque y rotulado o etiquetado, las especificaciones técnicas necesarias de los envases o empaques adecuados al producto para su uso y empleo, así como la información que debe contener del producto, incluyendo su contenido o medida.

El artículo 1° de la referenciada resolución consagra que su objeto de aplicación será establecer los requisitos técnicos que deben cumplir los rótulos o etiquetas de los envases o empaques de alimentos para consumo humano con el fin de proporcionar al consumidor una información sobre el producto lo suficientemente clara y comprensible que no induzca a engaño o confusión y que permita efectuar una elección informada. En igual sentido, consagra que dichas disposiciones deben ser

aplicadas indiscriminadamente a los rótulos, etiquetas, envases o empaques de productos producidos en el país o importados que se comercialicen en el territorio nacional.

Para los efectos que nos interesan, la resolución trae una serie de definiciones dentro de las cuales se encuentra:

Envase. Recipiente que contiene alimentos para su entrega como un producto único, que los cubre total o parcialmente, y que incluye la tapa, los embalajes y envolturas. Un envase puede contener varias unidades o tipos de alimentos preenvasados cuando se ofrece al consumidor.

Rotulado o etiquetado. Material escrito, impreso o gráfico que contiene el rótulo o etiqueta, y que acompaña el alimento o se expone cerca del alimento, incluso en el que tiene por objeto fomentar su venta o colocación.

Rótulo o etiqueta. Marbete, marca, imagen u otra materia descriptiva o gráfica, que se haya escrito, impreso, estarcido, marcado, marcado en relieve o en huecograbado o adherido al envase de un alimento.

Más adelante la norma prevé una serie de requisitos que debe cumplir el rotulado y etiquetado de alimentos. Dichos requisitos, en términos generales, tienen como finalidad que la información depositada en tales elementos no sea falsa o que pueda crear de cualquier modo una impresión errónea en el consumidor acerca del producto*, y que el manejo de los mismos no atente contra la salud de los consumidores.

Ahora bien, el artículo 5° de la resolución consagra un listado de requisitos específicos en cuanto a la información que debe contener el rotulado dentro de los que se destacan: el nombre del producto, el listado de ingredientes, el contenido neto y el peso escurrido, el nombre y dirección del fabricante, envasador o reempacador del alimento, la fecha de vencimiento, la fecha de duración mínima y las instrucciones de conservación, las instrucciones de uso, y el registro sanitario.

* Al respecto prevé la resolución en su artículo 4° que: "Los rótulos o etiquetas de los alimentos para consumo humano, envasados o empacados, deberán cumplir con los siguientes requisitos generales:

1. La etiqueta o rótulo de los alimentos no deberá describir o presentar el producto alimenticio envasado de una forma falsa, equívoca o engañosa o susceptible de crear en modo alguno una impresión errónea respecto de su naturaleza o inocuidad del producto en ningún aspecto.

2. Los alimentos envasados no deberán describirse ni presentarse con un rótulo o rotulado en los que se empleen palabras, ilustraciones u otras representaciones gráficas que hagan alusión a propiedades medicinales, preventivas o curativas que puedan dar lugar a apreciaciones falsas sobre la verdadera naturaleza, origen, composición o calidad del alimento. Si en el rótulo o etiqueta se describe información de rotulado nutricional, debe ajustarse acorde con lo que para tal efecto establezca el Ministerio de la Protección Social.

3. El rótulo o etiqueta no deberá estar en contacto directo con el alimento, salvo que el fabricante, envasador, empacador o reempacador obtenga ante el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima, la correspondiente autorización, para lo cual los interesados deberán suministrar los estudios que avalen la seguridad de las tintas utilizadas y del papel o de cualquier otra base en la que se registre la información, de manera que no se altere ni afecte la calidad sanitaria o inocuidad de los productos alimenticios.

Cuando sea del caso, el Instituto Nacional de Medicamentos y Alimentos, Invima, realizará los exámenes de laboratorio para verificar la conformidad de lo descrito en el presente numeral.

4. Los alimentos que declaren en su rotulado que su contenido es 100% natural no deberán contener aditivos.

5. Los alimentos envasados no deberán describirse ni presentarse con un rótulo o rotulado empleando palabras, ilustraciones o representaciones gráficas que se refieran o sugieran directa o indirectamente cualquier otro producto con el que el producto de que se trate pueda confundirse, ni en una forma tal que puede inducir al consumidor o comprador a suponer que el alimento se relaciona en forma alguna con otro producto.

6. Cuando utilicen representaciones gráficas, figuras o ilustraciones que hagan alusión a ingredientes naturales que no contiene el mismo y cuyo sabor sea conferido por un saborizante artificial, en la etiqueta o rótulo del alimento junto al nombre del mismo debe aparecer, la expresión "sabor artificial".

La resolución contiene otro importante número de requisitos, referentes a las exigencias que debe contener el rotulado o etiquetado de alimentos fraccionados o reempacados*, de alimentos irradiados u obtenidos mediante técnicas de modificación o ingeniería genética**.

Desde otra perspectiva, la norma presenta una serie de exenciones a los requisitos generales de rotulado de ciertos alimentos que en atención al tamaño o naturaleza no pueden llevar el rótulo en el envase o no puedan llevar las leyendas señaladas en el reglamento***.

Finalmente, la resolución contiene una serie de requisitos que deben contener el rotulado y el etiquetado de los productos que sean materia prima de alimentos. De su redacción se deduce que tienen la misma intención que tiene el resto de la disposición, es decir, que la información que sea plasmada en el rotulado o el etiquetado del producto sea lo suficientemente clara, verídica y aprehensible al punto que le permita a quien pretenda adquirirla una idea verídica del producto que pretende adquirir****.

Reglamento técnico 00224 de 2007 expedido por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

En la Resolución 00336 de 2004 el MARD, conjuntamente con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo –en adelante SIC–, expidieron la Resolución 00224 de 2007, mediante la cual se expidió el Reglamento Técnico RTC-002 MARD relativo a los requisitos mínimos que deben cumplir los empaques de los productos *agrícolas* para consumo humano que se importen, produzcan y comercialicen en el territorio nacional*****. Dicho reglamento fue promovido para otorgar una especial protección a la producción de productos agrícolas, pecuarios, pesqueros, forestales y agroindustriales, y radicar responsabilidades en quienes realizan la comercialización de dichos bienes.

Algunas de las consideraciones más relevantes del reglamento están asociadas a los empaques que ocasionan pérdida en la comercialización de los productos debido a la extralimitación de la capacidad en cuanto a peso, volumen, unidades por producto empacado y, en general, de empaques que no protegen el producto favoreciendo el deterioro y contaminación del mismo*****.

En efecto, el artículo 2° del reglamento consagra que serán objeto de dicha regulación los empaques elaborados con cartón, madera, plástico, icopor, fibra vegetal y sintética utilizadas en el empaque de frutas, hortalizas, tubérculos y leguminosas.*****

Ahora, qué entiende el reglamento por empaque. El término empaque es definido por el artículo 4 *ídem* de la siguiente manera: “*recipiente destinado a contener un producto durante su recolección, transporte, almacenamiento, distribución, venta y consumo con el fin de identificarlo...*”. Dichos empaques deben cumplir exigentes condiciones de forma tales como: a) Debe ser nuevo; b) Estar construido con mate-

*Vid. Artículo 7 de la resolución 5109 de 2005 del Ministerio de la Protección Social. **Vid. Artículo 9 y 10 de la resolución 5109 de 2005 del Ministerio de la Protección Social. *** El artículo 11 *ídem* consagra que “Sé exceptúan de los requisitos de rotulado los siguientes productos alimenticios: 1. Productos que por su naturaleza o tamaño de las unidades que se expendan o suministren, no puedan llevar rótulo en el envase, o cuando no puedan contener las leyendas señaladas en el presente reglamento, lo llevarán en el empaque que contenga dichas unidades. 2. Unidades pequeñas cuya superficie más amplia sea inferior a 10 cm² podrán quedar exentas de los requisitos sobre: a) Lista de ingredientes; b) Identificación del lote; c) Marcado de la fecha e instrucción para la conservación e instrucciones para el uso. Se exceptúan de este requisito las hierbas aromáticas y especias. PARÁGRAFO. Siempre que se cumpla con lo descrito en el numeral 2 del artículo 6o de la presente disposición, los envases reutilizables pirograbados (vidrios retornables y tapas) deberán contener como mínimo, bien sea en la botella o en la tapa, la siguiente información: Nombre del producto, ingredientes, contenido neto, identificación del lote, nombre del fabricante, fecha de vencimiento y país de origen. ****Vid. Artículos 13 ss. *ídem*. ***** Dicho reglamento tiene en cuenta los criterios y condiciones materiales y formales establecidas en la Resolución 03742 de febrero 2 de 2001 de la Superintendencia de Industria y Comercio. A su vez, tal resolución acoge las directrices señaladas por la Comunidad Andina de Naciones -CAN- mediante la Decisión 562 del 25 de junio de 2003. Igualmente, el reglamento condiciona varias de sus disposiciones a las directrices previstas por la Organización Internacional del Trabajo –OIT-. ***** Cfr. Inciso 3° de los Considerandos de la resolución 224 e 2007. ***** Cfr. *Ídem*. Artículo 9°

riales inertes e inocuos y libres de residuos de fabricación; c) Permitir su manipulación y estibamiento durante el transporte y el almacenamiento; d) Contar con un diseño que permita la ventilación del producto en caso de requerirlo; e) Debe tener las medidas que le permita modular con las estibas de acuerdo con la Norma ISO 3394*; f) No debe superar los límites de peso máximo establecidos por la OIT y el Ministerio de Salud, hoy Ministerio de la Protección Social**; g) Antes de ser utilizado debe estar correctamente almacenado para garantizar la conservación de sus propiedades y evitar la contaminación con agentes biológicos y químicos; h) Debe contener en forma impresa los datos del fabricante del empaque.

Frente a productos específicos como frutas, hortalizas y tubérculos, además de lo anterior, se deben cumplir los requisitos contemplados en la norma técnica colombiana NTC 5422 del ICONTEC***. Dicha norma hace una específica definición de la clase de empaques a las que puede estar sometido un producto objeto de su regulación. En efecto, por empaque primario define aquel que está en contacto directo con el producto ayudando a conservar sus características, y por empaque secundario, entiende aquel que se utiliza para conservar varios empaques primarios****.

Ahora, si bien es cierto la obligación de empaquetar los productos conforme a la resolución está radicada en cabeza de quien realice el empaquetado, la resolución expresamente consagra que

Todos los comerciantes, incluidos los de los mercados mayoristas o centrales de abastecimiento, plazas de mercado, grandes superficies o hipermercados, supermercados y demás establecimientos de comercio en los que se vendan los productos agrícolas de que trata el Artículo 2° de la presente Resolución, velarán por el cumplimiento de los requisitos contemplados por el presente Reglamento Técnico*****.

En efecto, la inobservancia de las disposiciones en materia de empaques contenidas en la resolución dará lugar a la responsabilidad civil, penal y/o fiscal individual de los fabricantes, proveedores y/o distribuidores de empaques, comercializadores e importadores de productos agrícolas para consumo humano*****.

Resolución 000148 De 2004 expedida por El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, en el año 2004, consciente de las necesidades y demandas nacionales e internacionales cada vez mayores de productos agropecuarios primarios elaborados y obtenidos por sistemas de producción ecológica, vio la necesidad de establecer un marco reglamentario que ayudara a posicionar los productos ecológicos dentro de todos los eslabones de la cadena productiva.

Para hacer visible el esfuerzo de los productores por buscar cada día más productos de tales características, dotó de distintividad la comercialización de tales productos con la creación de un sello que recoge un mínimo de información homogénea que diferencie al producto ecológico.

*Dicha disposiciones hace referencia a las dimensiones de las cajas master, de los pallets o plataformas y de las cargas paletizadas durante los procesos de exportación. **Según lo previsto por la Organización Internacional del Trabajo -OIT, el Ministerio de Salud expidió el Estatuto de Seguridad Industrial mediante la Resolución 2400 de 1979, señalando en los artículos 390 y 392, que los pesos máximos que puede movilizar una persona sana son: 25 kilogramos para levantar del piso y 50 kilogramos para cargar en hombros en el caso de los hombres y 12,5 kilogramos para levantar del piso y 20 kilogramos para cargar en el hombro, en el caso de las mujeres. Cfr. Considerando N° 10 del reglamento técnico 224 de 2007. ***Dicha norma tiene por objeto establecer los requisitos que deben cumplir los empaques y embalajes utilizados en la comercialización de frutas, hortalizas y tubérculos frescos, con el propósito de conservar y protegerlos de agentes contaminantes y prevenir la contaminación del medio ambiente. ****Cfr. Artículo 3° NTC 5422. *****Cfr. Artículo 7° de la resolución 224 de 2007. MADR y SIC. ***** Ídem. Artículo 11°.

Así, fue creado el Sello de Alimento Ecológico —en adelante el Sello— definido como el “... símbolo que identifica a los productos obtenidos conforme a los requisitos establecidos en la Resolución 074 de 2002 del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural...”.

La misma norma, en disposiciones posteriores**, indica que la utilización de dicho sello se aplicará a: (i) los productos alimenticios agrícolas vegetales y/o pecuarios no transformados y los provenientes de aprovechamiento pesquero y acuícola; (ii) productos procesados destinados a la alimentación humana derivados principalmente de los productos indicados en el literal precedente; (iii) productos alimenticios importados, de conformidad con lo establecido en el artículo 21 de la Resolución 0187 de 2006.

Ahora bien, la persona natural o jurídica interesada en obtener la autorización del uso del Sello debe presentar su solicitud por escrito al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural o ante las entidades certificadoras u organismos de control debidamente autorizadas para administrar el uso del sello de alimento ecológico, acompañada de la certificación ecológica expedida por la entidad acreditada por la Superintendencia de Industria y Comercio.

Desde otra perspectiva, una vez la persona ha adquirido el derecho al uso del Sello, tendrá las siguientes prerrogativas:

1. Utilizar el sello en productos certificados como ecológicos 100%.
2. Utilizar el sello en el (los) producto (s) para el (los) cual (es) fue solicitado y otorgado.
3. Utilizar el sello para demostrar ante las partes interesadas que su sistema de calidad y su producto cumple con los requisitos reglamentarios.
4. Realizar campañas de publicidad para posicionar el sello.

Igualmente, tendrá las siguientes obligaciones:

1. Utilizarlo sólo en el tiempo de vigencia de la autorización otorgada por el respectivo organismo de certificación u organismo de control.
2. Dejar de utilizarlo, cuando sea notificado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de la cancelación del uso y/o por el organismo de control o entidad de certificación.
3. No ceder o autorizar el uso del sello, a ningún título y por ninguna razón a personas naturales o jurídicas.
4. Reportar a la entidad certificadora la cantidad de sellos utilizados.
5. Devolver a la entidad certificadora los sellos no utilizados.

Finalmente, la resolución trae un completo manual gráfico en el cual se describe el logotipo del sello, en los siguientes términos:

1. Concepto. El logotipo de Sello Alimento Ecológico representa los productores que protegen los recursos naturales destinados a la agricultura;
2. Descripción. Son tres personas vistas desde arriba, que con sus brazos protectores, rodean nuestros valiosos recursos: el agua, fuente de vida; las montañas con todos sus climas, donde se desarrollan la agricultura y la ganadería; el Sol, fuente de energía y calor, representa y caracteriza el trópico; los colores representan el tricolor nacional y los recursos naturales; la tipografía es sólida y sirve como base de todo el grafismo. El color negro logra el equilibrio.

*Vid. artículo 4° de la resolución 148 de 2004. **Vid. Literal d del artículo 3° de la resolución 148 de 2004.

3. Texto. Debe ir todo dentro del sello y comprende: Nombre: en mayúsculas Alimento Ecológico, fuente Frutiger Ultra Black, 8 puntos; entidad otorgante: En minúscula Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, fuente Frutiger Light, 6 puntos. Entidad Certificadora: en minúsculas, Nombre de la Entidad Certificadora y Número de la Resolución de Acreditación otorgada por la Superintendencia de Industria y Comercio, SIC, fuente Frutiger Light, 3 puntos. Colores: Fondo blanco, amarillo pantone 116c, azul pantone 286c, rojo pantone 485c, verde pantone 347c, y negro a 100% sobre fondo blanco. Tamaño Mínimo de Reducción: para aplicación sobre etiquetas, el tamaño mínimo de reducción será el siguiente: 17 mm de alto por 20 mm de ancho. Exclusividad del Texto: No se acepta la incorporación de textos adicionales dentro del Sello.

Resolución 187 de 2006 expedida por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

La Resolución 187 de 2006 fue expedida por el MADR para reglamentar la producción primaria, procesamiento, empaçado, etiquetado, almacenamiento, certificación, importación, comercialización, y establecer el Sistema de Control de Productos Agropecuarios Ecológicos.

Dentro de las consideraciones más relevantes de la resolución se encuentra la de promover los sistemas de producción ecológica de vegetales y animales con el objetivo de garantizar la sostenibilidad y renovabilidad de la base natural, mejorar la calidad del ambiente mediante limitaciones en la utilización de tecnologías, fertilizantes o plaguicidas, antibióticos y otros que puedan tener efectos nocivos para el medio ambiente y la salud humana.

En efecto, el objeto y finalidad del reglamento es la regulación de la producción primaria, procesamiento, empaçado, etiquetado, almacenamiento, certificación, importación, comercialización y el sistema de control de productos agropecuarios ecológicos. Con dicha reglamentación, se quiere garantizar a los consumidores que los alimentos ecológicos cumplan con lo establecido en dicho reglamento, y asegurar la idoneidad y transparencia de todos los operadores y los organismos de control.

Ahora bien, el artículo 3° de la resolución define como producto agropecuario ecológico *“a los productos agropecuarios, acuícolas y pesqueros primarios y aquellos productos procesados que sean dirigidos a la alimentación humana, obtenidos de acuerdo con lo estipulado en el presente reglamento, y que han sido certificados por una entidad debidamente autorizada por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural”*.

Desarrollando dicha definición, el MADR ha sostenido que encuadran dentro de tal concepto los productos que *“proviene de un sistema de producción en el que no se a (sic) utilizado fertilizantes, herbicidas o pesticidas químicos, u otras sustancias tóxicas que pueden llegar a causar algún daño potencial a la salud humana y al medio ambiente. Las prácticas de producción ecológica también implican actividades para asegurar la inocuidad del producto, bienestar animal, protección al medioambiente y protección al trabajador”*.

Uno de los principales efectos de tal forma de producción es que los productos que cumplan con esta reglamentación podrán utilizar dentro del *etiquetado ecológico del producto*^{**}, el Sello Único de Alimento Ecológico regulado por la Resolución 148 de 2004, expedida por el MADR y certificado por varias instituciones debidamente autorizadas por la SIC^{***}.

Dicha certificación motiva la adquisición de dichos productos por parte del consumidor, ya que este busca cada vez más productos agroindustriales y ambientalmente sanos que en suma redunden en una

*Ídem. www.minagricultura.gov.co **Se entiende por tal a las menciones, indicaciones, marcas de fábrica o de comercio, imágenes o signos que figuren en envases, documentos, letreros, etiquetas, anillos o collarines que acompañan o se refieren a productos obtenidos bajo las directrices de la resolución 187 de 2006 MADR. ***Dentro de las que se encuentran: Biotropico, Cci, Cotecna, Bcs oco garantie Colombia, Sgs Colombia, Ecocert Colombia, Control union Colombia, Ceres Colombia.

mayor seguridad para su salud y la de su familia. El anterior precepto garantiza la materialización del artículo 78 de la Constitución Política que tiene por objetivo que los consumidores sean debidamente informados acerca de los productos que adquieren.

En la tabla I se recogen algunas de las normas técnicas que deben cumplir la producción, comercialización, etiquetado y empaquetado de algunos productos agropecuarios y agrícolas.

Tabla I. Normas técnicas que deben de cumplir la producción, comercialización etiquetado y empaquetado de algunos productos agropecuarios y agrícolas

Productos	Normas de calidad			Estados Unidos
	Codex	Norma técnica colombiana	Unión Europea	
Aguacate	STAN 197-1995	NTC 1248 NTC 1248-2 NTC 1248-3	R831-1997	Avocado
Alcachofa	Sin norma	NTC 4104 NTC 3627-2 NTC 3627-3	R963-1998	Artrichoke
Brócoli	Sin norma		Sin norma	Broccoli
Cebollas	Sin norma	NTC 1221 NTC 1221-2 NTC 1221-3	R1508-2001	Onion
Espárrago	STAN 225-2001	NTC 4107 NTC 3626-2 NTC 3626-3	R2377-1999	Asparagus
Fresa	Sin norma	NTC 4103 NTC 882-2 NTC 882-3	R843-2002	Strawberry
Granadilla	Sin norma	NTC 4101	Sin norma	Sin norma
Guayaba	STAN 215-1999	NTC 1263	Sin norma	Sin norma
Lima/Limón Tahití	STAN 213-1999	NTC 4087	Sin norma	Tahití lime/lemon
Lulo	Sin norma	NTC 1265	Sin norma	Sin norma
Mandarina	Sin norma	NTC 1330	Sin norma	Tangerine
Mango	STAN 184-1993	NTC 1266 NTC 1266-2 NTC 1266-3 NTC 1266-4		Sin norma
Maracuyá	Sin norma	NTC 1267	Sin norma	Sin norma
Melón	Sin norma	NTC 832 NTC 832-1 NTC 832-2 NTC 832-3	R1615-2001	Melón
Mora	Sin norma	NTC 4106 NTC 5141	Sin norma	Sin norma

Ñame	Sin norma	NTC 1269	Sin norma	Sin norma
Papa	Sin norma	NTC 341 NTC 341 -2 NTC 341-3	Sin norma	Potato
Papaya	STAN 183- 1993	NTC 1270	Sin norma	Sin norma
Pimentón	Sin norma	NTC 3634-2 NTC 3634-3	R1455-1999	Sin norma
Piña	STAN 182- 1993	NTC 729-1 NTC 729-2 NTC 729-3	Sin norma	Pineapple
Pitaya	Sin norma	NTC 3554 NTC 5165	Sin norma	Sin norma
Plátano	STAN 205- 1997	NTC 1190	Sin norma	Sin norma
Sandía	Sin norma	NTC 1271	R1093-1997	Watermelon
Tomate de árbol	Sin norma	NTC 4105	Sin norma	Sin norma
Toronja	STAN 219- 1999	NTC 1272	Sin norma	Grapefruit
Uchuva	STAN 226- 2001	NTC 4580 NTC 5166	Sin norma	Sin norma
Yuca	Sin norma	NTC 1255	Sin norma	Sin norma

Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

CONCLUSIONES

La producción y comercialización de productos agropecuarios en Colombia es un tema de importante interés para nuestra economía, habida consideración de que el país se ha caracterizado por ser un territorio ampliamente destinado a actividades agrícolas. De tal importancia resulta el anterior renglón de la economía que la protección, promoción y cuidado del agro en Colombia es un tema claramente constitucionalizado en nuestra Carta Magna.

Debido a su importancia, la producción agrícola de productos alimenticios ha ocupado el interés del legislador y de los órganos de control del Estado. Este interés se evidencia en la expedición de normativa que tiene por objeto el control de la producción y comercialización de tales productos. Desde la comercialización, se ha regulado exhaustivamente lo relacionado con la información que se debe suministrar a los consumidores, los cuidados que hay que tener con su empaquetado, y las disposiciones referentes embalaje de tales productos. Desde la producción, se ha estimulado la producción limpia de tales productos mediante la expedición de sellos ecológicos que certifican limpios y adecuados manejo de elaboración.

BIBLIOGRAFÍA

1. BULLARD GONZÁLEZ, Alfredo. La asimetría de información en la contratación a propósito del dolo omisivo. Palestra. Lima, 2000. p. 292; En: MORALES ACOSTA, Alonso. Asimetría Informativa. Asesorandina. Lima. 2008.
2. BENJAMÍN, Antonio Herman. Reflexiones sobre el principio de la vinculación contractual de la publicidad. En: BUERES, Alberto José y KEMELMAJER DE CARLUCCI, Aida. (dir). Responsabilidad por daños en el tercer milenio. Abeledo-Perrot. Buenos Aires. 1997. p. 905.

3. ROPPO, Vincenzo. Del contrato con el consumidor a los contratos asimétricos: perspectivas del derecho contractual europeo. En: ROPPO V., From Consumer Contracts to Asymmetric Contracts: a Trend in European Contract Law?, en European Review of Contract Law. 2009. Vol. 3. p. 3.
4. WEINGARTEN, Celia. Derecho del consumidor. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires, 2007. p. 138.
5. BUITRAGO LÓPEZ, Elker. Derecho de la publicidad. Bogotá: Librería ediciones del profesional, 2008. p. 6.
6. GHERSI, Carlos Alberto. Contratos civiles y comerciales. Tomo I. 5ª Ed. Buenos Aires: Astrea, 2002. p. 35.
7. SCHRICKER, Gerhard. Concorrenza sleale e tutela dei consumatori. En. Revista de diritto industriale. 1974.
8. VELANDIA, Mauricio. Derecho de la competencia y del consumo. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2008. p. 150.
9. CORREA HENAO, Magdalena. Libertad de empresa y Estado Social de Derecho. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2008. p. 77.
10. ALTERINI, Atilio A. El estatuto del consumidor. En: contratos. Buenos Aires: Ediciones la Roca, 2001. p. 430.
11. NAMÉN BAQUERO, Jeannette. La obligación de información en las diferentes fases de la relación de consumo. Revista e-Mercatoria. Vol 8 N°1. Universidad Externado de Colombia. Bogotá. 2009.