

Septiembre 13 de 1.990

I. CASO SOMETIDO A ESTUDIO

Se trata de la reclamación o denuncia, por razón de la publicidad comparativa ilícita, en un anuncio de prensa, donde se comparan vacunas contra la aftosa.

II. PARTES EN CONFLICTO

1. Anunciante Reclamante : VECOL S.A.
2. Agencia de Publicidad Reclamante : ARMANDO CAICEDO & ASOCIADOS LTDA.
3. Anunciante Denunciado : LABORATORIO LAVERLAM.
4. Agencia Publicidad Denunciada : PUBLIPAN.

III. LAS PETICIONES

En comunicación de diciembre 7 de 1.989, la agencia de publicidad reclamante hace, por escrito, la siguiente petición:

"Le solicito, muy respetuosamente, su intervención para que, en el Seno de la Junta Directiva de la Conarp, se analice el contenido de la queja que me permito presentar a continuación, y se tomen las medidas que, a su buen juicio, sean necesarias para mantener y consolidar el marco ético de la publicidad y para que la práctica de la actividad permanezca dentro de los parámetros de honestidad, veracidad y competencia leal".

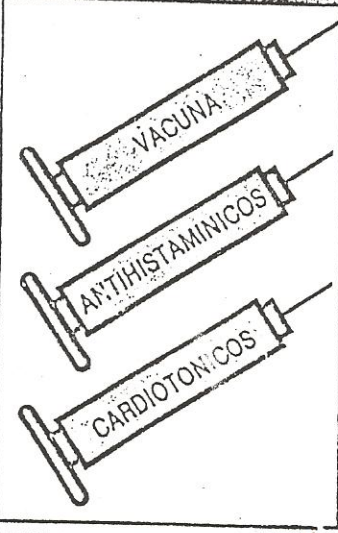
IV. RAZONES DE HECHO Y DE DERECHO

La parte reclamante presenta, como fundamento de la reclamación, entre otras razones, las siguientes:

1. "Producto que anuncian : Vacuna antiaftosa, bajo la marca de comercial de AFTOVAC.
2. "Publicación que origina la queja : Avisos de prensa, (Fotocopia adjunta), publicados en la prensa nacional.

3. "El anuncio objeto de la reclamación:

**APLIQUE LA
MODERNA Y POTENTE
VACUNA CONTRA LA
AFTOSA: AFTOVAC.**

OTRAS VACUNAS	AFTOVAC
	 <p data-bbox="743 987 902 1122">NO REQUIERE DROGAS ADICIONALES EN LA VACUNACION</p>

Además...

- AFTOVAC siempre ha pasado las pruebas de potencia del ICA con los más altos puntajes.
- AFTOVAC es más pura y concentrada.
- AFTOVAC protege con más alto porcentaje frente a brotes de campo.
- AFTOVAC produce menos reacciones post-vacunales.

POR TODO ESTO

AFTOVAC

ES MAS PRACTICO,
MAS EFICIENTE Y
MAS ECONOMICO.



PUBLPLAN

4. "Afirmaciones que son falsas e inducen a error:

I. "Afirmación. El citado aviso presenta, en forma gráfica visual, una comparación entre "Otras Vacunas" y "AFTOVAC".

"Comentario. No existen "Otras vacunas" en el mercado. Sólo VECOL es el productor de "la otra vacuna". Este es un hecho evidente y todos los consumidores conocen y reconocen esta situación del mercado."

II. "Afirmación. Se afirma que VECOL ("la otra vacuna") requiere, adicionalmente, Antihistámnicos y Cardiotónicos".

"Comentario. No es cierto. Cualquier animal a quien se le aplique un producto biológico puede reaccionar en diferentes formas y esa reacción,

potencialmente, puede presentarse tanto en la vacuna de Vecol, como en la de "Laverlam".

III. "Afirmación. La vacuna Aftovac no requiere drogas adicionales en la vacunación.

"Comentarios. No solamente es una falacia técnica y científica esta afirmación excluyente, sino que, por las implicaciones económicas, (el ganadero tendrá que gastar más dinero en drogas adicionales), se induce a este ganadero a tomar una decisión de compra que no es más que la explotación de su falta de conocimientos.

Además, pone en peligro la vida de aquellos animales inoculados, que muestren una reacción alérgica, por la promesa de que su vacuna "jamás" requiere de productos que compensen esas reacciones evidentemente posibles".

IV. "Afirmación. Aftovac siempre ha pasado las pruebas de potencia del ICA con los más altos puntajes!"

"Comentario. Todas las vacunas están sometidas a rigurosos controles por parte del ICA."

Todos los lotes de vacunas (tanto las de Vecol como las de Laverlam) deben pasar las pruebas de potencia del ICA como requisito, "sine qua non" para poder salir al mercado.

No es verídica la información de que Laverlam siempre haya logrado los más altos puntajes ante el ICA. Esta afirmación no es comprobable. Y en el caso hipotético de que así fuera, los puntajes obtenidos por cada lote de vacuna, tienen un tratamiento reservado y no podrán ser divulgados para efectos comerciales por expresa resolución, en tal sentido, de la entidad reguladora del Estado: Instituto Colombiano Agropecuario - ICA".

V. "Afirmación. Aftovac es más pura y concentrada.

"Comentario. Tratándose de información científica, Laverlam no expresa claramente, la fuente o autoridad que avale la afirmación, e induce nue-

vamente a los consumidores a tomar una decisión, valiéndose de la inexperiencia de los consumidores.

Estas "verdades" de pureza y concentración violan en forma evidente principios éticos de la comunicación, tratándose de productos de laboratorio, cuyos efectos están sobreestimados por la adjetivización y exageración de cualidades formales no comprobables".

VI. "Afirmación. Aftovac protege con más alto porcentaje frente a brotes de campo.

"Comentario. Vecol tiene una tradición de más de 35 años, en la investigación, producción, comercialización, asistencia científica, asistencia técnica y en las campañas nacionales contra la aftosa.

Por su parte, Laverlam lleva apenas pocos meses en similar actividad, no ha desarrollado una actividad de cubrimiento nacional y pretende sustentar su publicidad comparativa en afirmaciones subjetivas, sin posibilidades de respaldo científico, estadístico o histórico, con clara violación de las normas que regulan las comparaciones en publicidad, provocando confusión entre los consumidores".

VII. "Afirmación. Aftovac produce menos reacciones post-vacunales.

"Comentario. Menos reacciones post-vacunales, frente a quién?

Frente a la única vacuna que le compite en el mercado que es vacuna Anti-aftosa de Vecol?.

Y quién respalda científicamente esa afirmación ?

Cómo comprueba Laverlam que la afirmación es cierta?

VIII. "Afirmación. Las dos primeras afirmaciones ya fueron comentadas. La tercera sobre la economía de Laverlam vuelve a inducir a error".

El precio venta al público de las vacunas en el mercado es:

CANTIDAD	VECOL	LAVERLAM	MAS ECONOMIC.
1 Dosis Hidroxi	135.00	165.00	Vecol
1 Dosis Oleosa	235.00	265.00	Vecol

5. Finalmente la Resolución 2218 del ICA (10 de Diciembre de 1980) expedida con el respaldo de facultades legales que le confiere el Estado, "por el cual se dictan disposiciones sobre rotulado para medicamentos veterinarios", indica y ordena que la información técnica dirigida al cuerpo médico veterinario relacionada con investigaciones, nuevos aspectos farmacológicos, terapéuticos, etc., deben guardar relación con las indicaciones aprobadas por el ICA para la comercialización del producto y las indicaciones deberán ceñirse a las aprobadas en el registro de los mismos productos.

El rotulado de AFTOVAC de Laverlam aprobado por el ICA, contradice en forma flagrante los contenidos de su publicidad.

Atención al texto que, en los envases de AFTOVAC, reza:

"..... como todo producto biológico, esta vacuna puede provocar reacciones alérgicas en animales sensibles".

En qué quedamos? . Si se acepta que pueden provocarse reacciones alérgicas, el ganadero debe recurrir a antihistamínicos y a cardiotónicos.

La etiqueta del producto dice:

"250 ml"

"Vacuna antiaftosa bivalente, preparada con virus aftoso tipos A y O, cosechados sobre células BHK en monocapa, inactivados con BEI, y vehiculizados en adyuvante oleoso. Indicada para inmunizar activamente contra la fiebre aftosa de bovinos en buen estado de salud. Aplicar 5 ml. por vía intramuscular profunda en el tercio superior del cuello. La inmunidad se induce 14 días después de la primera vacunación. En animales revacunados, continuar vacunando cada 6 meses. Como todo producto biológico, esta vacuna puede provocar reacciones alérgicas en animales sensibles."

"Uso veterinario."

"Lote No."

"Fecha exp:"

"P.V.P.\$"

6. "Publicidad Comparativa.

"Laverlam utilizó, en el aviso que se adjunta, publicidad comparativa basándose en afirmaciones falsas, no comprobadas científicamente.

Comparó su vacuna, con "otras vacunas", a ciencia y conciencia de que no existe en el mercado sino "una sola" vacuna compitiéndole : VECOL!"

7. "Indujo a error a los compradores.

"Aprovechando la inexperiencia de los compradores, el aviso afirma que la vacuna Laverlam no produce efectos secundarios y su forma de presentación da a entender que, en ningún caso, produce esos efectos colaterales.

"Esto quedó revaluado en la reunión del 26 de Febrero, cuando las dos partes expusimos nuestros puntos de vista ante la Junta de Conarp y quedó claro:

- a. Que se trata de productos científicos, producidos en laboratorio y sujetos a normas restrictivas en su comunicación mercadotécnica.
- b. Que se trata de vacunas, vale decir de productos BIOLÓGICOS. (no simplemente farmacéuticos)
- c. Que todos los productos BIOLÓGICOS al ser aplicados, POTENCIALMENTE, pueden producir efectos colaterales, que deben ser controlados.
- d. Que, en el caso de la vacuna antiáfetosa, estos efectos, en el caso de presentarse, se controlan con ANTIHISTAMINICOS y CARDIOTONICOS.
- e. Y que las dos vacunas, - tanto la de Laverlam, como la de Vecol-, por tratarse las dos, de productos biológicos, pueden producir efectos colaterales que deben ser controlados.

8. "Afirmaciones de Laverlam no comprobadas científicamente.

"Además, los superlativos empleados por Laverlam, inducen adicionalmente al consumidor a tomar decisiones que no están comprobadas científicamente.

"Más pura y concentrada"

"Más alto porcentaje de protección"

"Más alto porcentaje de pruebas de potencia"

"Menos reacciones post-vacunales"

"Más eficiente"

Qué autoridad científica respalda estos superlativos?

Por lo menos, en el aviso, NINGUNA !'

9. "Afirmaciones de contenido mercadotécnico, no comprobados.

"Más práctico"

"Más económico"

Simplemente, Laverlam pretende compensar desventajas en el mercado, consistente en que sus precios de venta al público son más elevados, con una justificación científica falsa, que induce a los consumidores, ignorantes en estos temas, a preferir a un producto sobre otro!"

V. PRUEBAS PRESENTADAS POR LA PARTE SOLICITANTE

La parte demandante presenta, como prueba, el anuncio, objeto del reclamo, y etiquetas del producto Aftovac de Laverlam.

VI. LA JURISPRUDENCIA DE LA CONARP, SOBRE LA FORMA DE ADMISION Y NOTIFICACION

De la reclamación, se dio traslado a la parte demandada, para que tuviera oportunidad de ejercer su derecho de defensa, de acuerdo con el reglamento del 11 de Septiembre de 1989, sobre trámite de quejas, denuncias, solicitudes o reclamos.

De acuerdo con Jurisprudencia de la Conarp, muchas veces reiterada en materia de admisión y notificación de denuncias, quejas o reclamos, y siguiendo las formas y procedimientos previamente establecidos por dicha Jurisprudencia, para ello, la presidencia envió a la parte denunciada, la siguiente comunicación:

"La Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria- CONARP recibió la solicitud de estudio de la reclamación presentada por la agencia de publicidad Armando Caicedo & Asociados Ltda, y su cliente VECOL, S.A., contra LABORATORIO LAVERLAM, por razón de la publicidad de la "vacuna antiaftosa, bajo la marca AFTOVAC":'

"La Comisión resolvió:

1. "Admitir dar trámite a la citada solicitud de estudio"
2. "Notificar de esta solicitud a LABORATORIO LAVERLAM y/o a su Agencia de Publicidad, para lo cual se les entregará fotocopia de la solicitud correspondiente".
3. "Dar un término no mayor de ocho días calendario para que ejerzan su derecho de defensa, contesten lo que juzguen a bien y presenten las pruebas que consideren del caso".
4. "La defensa deberá hacerse por escrito, en comunicación dirigida a la Presidencia de la CONARP (Carrera 18 #76-34, oficinas de Diriventas), sin perjuicio de que posteriormente se cite a las partes en conflicto a una audiencia verbal, ante la Comisión en pleno".

VII. LA JURISPRUDENCIA DE LA CONARP, SOBRE LA OPORTUNIDAD PARA EJERCER EL DERECHO DE DEFENSA.

1. Para respetar el derecho de defensa , la jurisprudencia de la CONARP ha aceptado o establecido tres diferentes formas de aplicación del principio de contradicción o de defensa, así:
 - a. La oportunidad procesal de contestación, por escrito, de la solicitud demanda, denuncia o queja.

Esta es una práctica que, en la medida de lo posible, se ha venido considerando como obligatoria.
 - b. La oportunidad procesal de asistir a la audiencia publica.

Esta es, igualmente, una práctica que se ha venido aceptando, como obligatoria, en la medida de lo posible.
 - c. La oportunidad procesal de presentar escritos aclaratorios, de refuerzo, de confirmación o de resumen, ya sea en la misma audiencia pública, ya sea inmediatamente después de ella. Esta práctica procesal no ha sido considerada, como obligatoria para la CONARP o para las partes, sino simplemente opcional para estas últimas.

En el presente caso, la parte pasiva de la reclamación no hizo uso de su derecho de contestar, por escrito.

No obstante lo anterior, después de la audiencia pública, presentó un resumen, en los siguientes términos:

2. "En primer término, queremos hacer algunas precisiones al respecto de la información presentada a ustedes sobre Laboratorios LAVERLAM. En su carta, el doctor Armando Caicedo deja la sensación de que LAVERLAM lleva " pocos meses " en esta actividad. LAVERLAM es una compañía 100% capital colombiano, con 27 años ininterrumpidos en la producción de Biológicos Veterinarios. Ha hecho de los Biológicos su especialidad y en la actualidad no se comercializa ningún producto distinto a Vacunas. En su transitar en este campo, ha hecho aportes significativos con reconocimiento tanto nacionales como internacionales. Fue el primer laboratorio en Colombia en comercializar vacunas en adyuvante oleoso, tecnología que se utiliza en la producción de Aftovac AP-50".
3. "Pasando al tema del aviso cuestionado, es necesario ambientar el contenido de una comunicación publicitaria; la publicidad hay que juzgarla en su contexto".
"En este sentido, los principales elementos a tener en cuenta para configurar el contexto del mercado de Vacuna Antiaftosa son :
 - "Los últimos 34 años, el mercado se ha desarrollado bajo una estructura de monopolio puro. Solo a partir de finales de 1988, aparece una alternativa para vacunar contra la Aftosa.
 - "La relación entre las cifras de la población ganadera y los estimados del ICA sobre número de dosis aplicadas en el país, nos llevan a concluir que solo se cubre el 35% del mercado potencial. Esto es, el 65% del mercado potencial no es atendido por ninguna de las dos compañías que actualmente trabajan este mercado."
 - "Aftovac, nuestra vacuna contra la Aftosa, sale al mercado en octubre del 88. Es resultado de un método de producción diferente, de más reciente desarrollo tecnológico que el de la competencia, para lo cual se necesitó un montaje industrial moderno y diferente. El adyuvante oleoso utilizado por Aftovac usa también materias primas de distintas especificaciones que las de la competencia.""
"Queremos decir con esto que Aftovac y la Vacuna de VECOL, no son productos idénticos, comparables 1:1. (Ver anexo 1).
"Por estas razones, Aftovac vale más y se justifica que tenga un precio público superior al de VECOL".
"Adicionalmente para entender con claridad el sentido del mensaje del aviso juzgado, es necesario conocer en parte la secuencia de la comunicación publicitaria, en prensa, de las dos compañías."
4. "El anexo 2, es el aviso de lanzamiento de Aftovac. Su temática busca motivar al ganadero para que vacune. El objetivo es ampliar la base del mercado. Su principal preocupación, ayudar en la solución del problema de la Fiebre Aftosa en la ganadería colombiana."

5. "El anexo 3, la respuesta de la Competencia, desconoce nuestra historia en el mercado y adicionalmente en tamaño que no guarda proporción con el nombre de su producto, invita a " NO PAGAR MAS DE ". Este tipo de comunicación en un mercado con 35 años de regulación y control gubernamental severo y un solo productor, confundió al consumidor y afectó el proceso de introducción de nuestro producto Aftovac."

"Ante estas circunstancias, se diseñó una estrategia de comunicación temporal, que fuera capaz de hacerle entender al consumidor que el nuestro era un producto diferente, fabricado con una tecnología más moderna y que por esta razón vale más.

6. "Para ello nos basamos en una investigación de mercados que señala lo siguiente:

- "No identificación de marca de producto por parte del consumidor. En la mente del consumidor había varias vacunas : Vacuna ICA, Vacuna VECOL, Vacuna Fondo Ganadero, Vacuna Aftovac, etc.
- "Se detectó la existencia de una " Cultura ", en la aplicación de vacuna Anti-Aftosa. Se aplicaba Vacuna Aftosa con antiestamínicos y cardiotónicos para evitar cualquier reacción alérgica".

"Es por esta razón que se dice en el aviso de prensa, que Aftovac no necesita antiestamínicos, ni cardiotónicos en la vacunación, es decir, simultáneamente con la vacuna. Esto no quiere decir que Aftovac "jamás" produce reacciones post-vacunales, como lo afirma el doctor Caicedo en su carta."

"Las otras afirmaciones de la carta del doctor Caicedo, se aclaran en el anexo 1, entrevista concedida por el Gerente de VECOL al diario la República."

VIII. PRUEBAS PRESENTADAS POR LA PARTE DENUNCIADA

La parte denunciada presentó tres anexos cuyo contenido ya se explico anteriormente.

IX. AUDIENCIA PUBLICA

De acuerdo con Jurisprudencia previamente establecida y siempre reiterada, la Comisión, en pleno, recibió, en audiencia pública, a las dos partes en conflicto. La parte denunciada presentó además, un breve resumen por escrito, del cual ya se hizo mención anteriormente.

X. COMPETENCIA

La Comisión de Autorregulación Publicitaria (COANRP) es competente para resolver el caso propuesto a su consideración, de acuerdo con los artículos 49 y 50 del Código de Autorregulación Publicitaria, de Octubre 24 de 1.980.

XI. CONSIDERACIONES FINALES

Con fundamento en todo lo anterior, para decidir este conflicto, la CONARP hace las siguientes consideraciones finales:

1. La Conarp encuentra conveniente dejar constancia del texto del artículo 28 del proyecto de reglamentación de drogas y productos biológicos, para uso veterinario, que dice:

"P r o p a g a n d a "

"ARTICULO 28°.- Para efectos de la presente Resolución, se entiende por propaganda la promoción hablada, o la escrita bajo cualquier diseño publicitario, o la audiovisual utilizada para promocionar o incitar a la compra y uso de un determinado Medicamento o Producto Terminado o Producto Biológico. Para los Medicamentos o Productos Terminados considerados de "venta bajo fórmula del Médico Veterinario", no se permite propaganda hablada o escrita, o audiovisual por los medios de comunicación masivos como radio, televisión, prensa, vallas o similares, pero sí se permitirá hacerla en revistas técnicas o científicas, o en publicaciones científicas dirigidas al cuerpo Médico Veterinario. Siempre las indicaciones, usos y demás parámetros técnicos deberán estar ceñidos a lo aprobado con la expedición del registro para el producto".

"PARAGRAFO.- Se prohíbe en la propaganda:

- a. "El empleo de las palabras "etcétera", "similares" y "otras", y "demás" y sus sinónimos, para hacer entender o para indicar que el producto posee acción biológica o farmacológica de alguna índole contra varias entidades infecciosas, parasitarias, orgánicas o sus agentes causales".

- b. "Términos o denominaciones no técnicas referentes a enfermedades, síntomas y regiones anatómicas de los animales!"

Por no encontrarse vigente, la CONARP considera que dicha norma no es aplicable al presente caso.

2. Las normas violadas.

Analizado el anuncio, Conarp encuentra que, en una u otra forma, aparecen infringidas las normas contenidas en los artículos 20,21,22, 27 numeral 1, y 33 numerales 2, 3 y así habrá de declararse en la parte dispositiva de esta sentencia.

3. El problema de la carga de la prueba, en las alegaciones, argumentaciones o afirmaciones publicitarias.

- a. Por último, Conarp encuentra propicia esta oportunidad para precisar la Jurisprudencia establecida en materia de carga de la prueba, en la sentencia de Julio 9 de 1.990, proferida en el caso de la supuesta publicidad comparativa de PONJITA contra el producto ESTROPAJO. En dicha oportunidad, Conarp expresó, entre otras cosas, las siguientes:

"Así las cosas, Conarp encuentra que las partes en conflicto no presentaron pruebas que permitan determinar tal asociación o asociabilidad, o tal grado o porcentaje de recordación."

"Por otro lado, CONARP no dispone de presupuesto para realizar un estudio de tal naturaleza, con una entidad idónea.

"La CONARP reconoce, igualmente, que hay asuntos en que es dable producir una sentencia de fondo o de mérito, a pesar de la ausencia de ciertas pruebas, pero hay otros en que tales pruebas son necesarias, como en el caso sub exámine.

CONARP reconoce que, en tales casos, en que hay ausencia de pruebas necesarias o en que la parte denunciante no aporta las pruebas necesarias que respalden sus afirmaciones, lo técnicamente adecuado es producir sentencia desfavorable a la parte que no pudo acreditar sus afirmaciones.

No obstante lo anterior, habida cuenta que se trata de un tribunal privado y de un código de ética privado, la CONARP encuentra que, por razón de la especie litigiosa o del tipo de asunto que aquí se discute deberá abstenerse de fallar el conflicto sobre asociabilidad o recordabilidad.

Por consiguiente, declarará que el segundo anuncio, en sí mismo considerado, no viola norma alguna, pero que, visto en relación con el primer anuncio, carece de pruebas suficientes para decidir.

- b. En verdad, el artículo 21 expresa que , "en el anuncio, toda descripción argumentación o comparación que se relacione con hechos o datos objetivos, debe ser comprobable.

También el numeral 1° del artículo 27 expresa que "el anuncio, no podrá referirse a investigación o estadística alguna que no tenga fuente identificable, responsable y comprobable."

El numeral 2° del artículo 33 expresa que la publicidad comparativa será permitida siempre y cuando respete el principio básico de la objetividad".

Igualmente, para que la publicidad comparativa sea lícita el numeral 3° del artículo, exige "que la comparación sea factible de comprobación".

- c. Como bien puede verse, salta a la vista que la carga de la prueba en las afirmaciones expresiones, locuciones, argumentaciones o alegaciones publicitarias, en los citados casos de los artículos 21, 27 y 33 corresponde al anunciante que las emplea en su publicidad, todo ello sin perjuicio de la Jurisprudencia establecida en la citada sentencia del 9 de Julio de 1990 para los casos allí expresamente mencionados.
4. La CONARP deja las siguientes constancias:
 - a. Que, de acuerdo con el numeral 5° del artículo 49 del Código y siguiendo la jurisprudencia anteriormente establecida y reiterada en las sentencias del 9 de Octubre de 1.989 y del 8 de Mayo de 1.990 la CONARP dispuso que, en este caso, las partes en conflicto fueran invi-

tadas, en forma inmediata, después de la audiencia pública, a llegar a un arreglo amigable, el cual no fue posible lograr.

- b. Que las partes en conflicto han aceptado someterse al fallo de la CONARP.
- c. Que ha examinado, con detenimiento, las razones de hecho y de derecho presentadas por las partes en conflicto.
- d. Que ha examinado las pruebas presentadas y las piezas publicitarias que comprende la campaña publicitaria.
- e. Que la decisión del caso planteado, fue adoptada por unanimidad.

XI. Con base en lo anteriormente expuesto, la COMISION COLOMBIANA DE AUTORREGULACION PUBLICITARIA (CONARP), en desarrollo de sus funciones, por la autoridad de que ha sido investida y obrando como máximo organismo nacional para la vigilancia de la publicidad autorregulada, adopta la siguiente:

DECISION

- 1. Declárase que, de acuerdo con la parte motiva, en el caso sometido a estudio, referente al anuncio sobre publicidad comparativa entre las vacunas para la aftosa (Aftovac versus Vecol), se han infringido las normas del Código de Autorregulación Publicitaria.
- 2. Dispónese, en consecuencia, solicitar la corrección del anuncio.
- 3. Comuníquese esta decisión a las partes en conflicto.
- 4. Inclúyase esta sentencia, como anexo, en el libro de actas.
- 5. Archívese una (1) copia de esta decisión en el expediente correspondiente a este caso, y una (1) copia, en el libro de registro de decisiones.

Siguiendo las instrucciones dadas por la COMISION, esta decisión fue redactada por el Doctor Hélder Zuluaga Vargas, por encargo que le hizo la CONARP, como asesor ad honorem de la misma.

La presente decisión hace parte integrante del acta #
13 de 1.990.

de Septiembre



JARDANY SUAREZ
Presidente.