

CONCURSO DE DEBATE DERECHO CIVIL/PENAL GERMÁN CAVELIER ASOCIACIÓN CAVELIER DEL DERECHO – UTB 2024 - CASO

1. BeautyCare S.A es una empresa colombiana creada en el 2000 y dedicada a la producción y comercialización de productos de belleza y para el cuidado de la piel.
2. BeautyCare S.A comercializa sus productos bajo la marca BeautyCare cuyo registro fue concedido por la Superintendencia de Industria y Comercio el 3 de marzo de 2003 por medio de la Resolución No. 05997, en las clases 3 y 5 de la Clasificación Internacional de Niza.
3. BeautyCare lanzó el 20 de septiembre de 2023 una nueva línea llamada SkinBeauty de productos de *skincare* aplicando tecnología y técnicas coreanas para el cuidado de la piel, con la garantía de resultados visibles logrados a partir de la segunda semana de uso. El 11 de octubre de 2023, BeautyCare S.A inició ante la SIC trámite de solicitud de registro de la marca nominativa Skinbeauty, en la clase 3.
4. Los productos más vendidos de la línea SkinBeauty son el HidraGel HialuPlus y el sérum Centellax. Cuyas especificaciones técnicas se describen a continuación:
 - **HidraGel HialuPlus:**
Fórmula ligera con alta concentración de ácido hialurónico que mantendrá tu piel humectada, suave y naturalmente luminosa. Ideal para todo tipo de pieles, especialmente pieles secas y deshidratadas. Es un producto con una textura de rápida absorción, Hipoalergénico, no comedogénico y dermatológicamente testado. Contiene Ácido hialurónico, extracto de pepino, glicerina, hialuronato de sodio, ácido láctico, pantenol, dimeticona y agua mineral.
 - **Centellax:**
Importante aliado en la revitalización de la piel apagada y en el aceleramiento del proceso de regeneración de la piel. Ayuda a reducir los niveles de melanina en la piel, dando un tono más uniforme, controlando la grasa y dejando la piel hidratada y tersa. Su fórmula se compone de extracto de Centella Asiática, Ácido Glicólico y extracto de árbol de té.
5. Frente al éxito de los productos de BeautyCare en el mercado la empresa también colombiana Piel Bella S.A. -que encabezaba la lista en ventas en el país antes del lanzamiento de la línea SkinBeauty- comenzó a difundir a través de perfiles y *bots* en redes sociales información falsa sobre los productos de BeautyCare, indicando en algunas publicaciones que los productos habían causado quemaduras en la piel, manchas y daños irreversibles. Adicionalmente a ello, Piel Bella publica en su página web un comunicado indicando a sus consumidores que sus productos “a diferencia de los de BeautyCare son completamente seguros y de calidad”.
6. BeautyCare en vista de las actuaciones de Piel Bella, inicia una agresiva campaña publicitaria para desmentir las afirmaciones sobre sus productos que involucra la celebración de contratos con *influencers* en del país para recomendar sus productos por los buenos resultados que estos generan. Así, celebra un contrato con Laura Andrade quien a través de su perfil en Instagram comparte un *reel* mostrando a sus 64.000 seguidores su nueva rutina de *skincare* empleando solo productos de BeautyCare, sin advertir en la publicación que se trataba de una publicidad.
7. Jorge González, director corporativo de Piel Bella aprovecha el impacto que sus acciones han tenido sobre la reputación general de BeautyCare para contactar secretamente a dos de sus empleados, Luisa Pomares, coordinadora científica de la línea SkinBeauty y Alberto Rodríguez, jefe de producción, para ofrecerles unirse al equipo de Piel Bella. La oferta es tan atractiva que Luisa y Alberto no se pueden resistir y renuncian a BeautyCare para vincularse al equipo de Piel Bella como coordinadores de la producción de una nueva línea de productos.
8. Antes de materializar su salida de la empresa, Luisa y Alberto extraen -sin el conocimiento y

consentimiento de la gerencia de Beauty Care S.A- toda la información técnica concerniente al proceso de elaboración de los productos de la línea SkinBeauty. De igual forma, recopilan la información personal y contractual de los principales proveedores de materias primas de Beauty Care S.A. La información es obtenida directamente de los computadores de la empresa y entregada en una USB a Jorge González, quien los recompensa con una jugosa prima de ingreso.

9. El 4 de enero de 2024 Piel Bella lanza al mercado su nueva línea de productos para el cuidado de la piel llamada CareBeauty, que incluye limpiadores, hidratantes, y sueros. Los productos bandera de la nueva línea son el suero reparador Centellux y el hidratante HydraPower Hialuronic con las siguientes especificaciones técnicas:

- **HidraPower Hialuronic – Gel hidratante:**

Sus ingredientes incluyen pantenol, ácido láctico, dimeticona, ácido hialurónico, glicerina, extracto de pepino, hialuronato de sodio, y agua mineral. Es una potente fórmula liviana y de rápida absorción, que contiene elevadas concentraciones de ácido hialurónico para mantener la piel hidratada, radiante y luminosa. Sus extractos cuidadosamente escogidos permiten que sea adecuada para el uso en todo tipo de pieles, incluyendo desde las más oleosas a las más deshidratadas. Se trata de un producto no comedogénico y que no causa alergias, y sometido a pruebas dermatológicas.

- **Centellux- Suero reparador:**

Su composición incluye Ácido Glicólico, extracto de Centella Asiática, y extracto de árbol de té. Es un gran apoyo para rejuvenecer la piel opaca y sin brillo, así como para acelerar su capacidad de regeneración. Contribuye a la seborregulación y a disminución de la producción de melanina, promoviendo un tono más uniforme y manteniendo la piel hidratada y suave.

10. En el mes de marzo empiezan a hacerse virales en Instagram y en Tik Tok una serie de publicaciones de personas que habían comprado y usado los productos de la línea CareBeauty, informando y alertando sobre los efectos negativos que estos productos habían generado en sus pieles. En las publicaciones se observan reacciones alérgicas, manchas y fuertes irritaciones. Uno de los casos que más viral se ha vuelto es el de Julián Cárdenas, un joven de 22 años que ha sufrido fuertes quemaduras en la piel de su rostro a causa del uso del suero HydraPower Hialuronic de Piel Bella.
11. Julián se ha reunido con otros y otras 35 jóvenes que han padecido lesiones producto del uso del suero HydraPower Hialuronic de Piel Bella contratando a un equipo científico para determinar la causa de lo ocurrido. Los informes preliminares indican que al parecer la mala calidad de los componentes del suero HydraPower Hialuronic han ocasionado las reacciones alérgicas en la piel.
12. El 10 de marzo de 2024, luego de 3 meses de conversaciones en donde Makeup Colombia S.A.S. había acordado todos los términos para un contrato de compraventa de productos que los uniría por 5 años con BeautyCare S.A, sin mayores explicaciones se retira de las negociaciones, antes del perfeccionamiento del mismo. Luego de indagado, se manifiesta que no desean tenerse vínculos comerciales con esta empresa por los rumores respecto de la calidad de sus productos.

A partir del caso, cada uno de los equipos debe preparar la estrategia de las partes para garantizar en la medida de las posibilidades, los intereses de sus clientes.

Nota: El propósito del Concurso es promover el estudio y la reflexión sobre temas del derecho privado y penal. Con el fin de evitar impedimentos que turben el propósito del Concurso y que, adicionalmente, se encuentren por fuera de su ámbito de estudio, los argumentos de naturaleza puramente procesal no deben ser tenidos en cuenta en el análisis del caso, tanto en la etapa escrita como oral del Concurso.