



MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO
DELEGATURA PARA ASUNTOS JURISDICCIONALES

Bogotá D.C., treinta (30) de marzo de 2012

Sentencia No. 1281

Expediente: 10070768

Demandante: Inversiones y Representaciones Jugos Cítricos Oasis Ltda.

Demandada: Gaseosas Posada Tobón S.A.

Procede la Superintendencia de Industria y Comercio a tomar la decisión de fondo respecto de la acción de competencia desleal instaurada por Inversiones y Representaciones Jugos Cítricos Oasis Ltda. (en adelante: Jugos Cítricos OASIS) contra Gaseosas Posada Tobón S.A. (en adelante: Postobón), para lo cual se tienen en cuenta los siguientes,

1. ANTECEDENTES

1.1. Los hechos de la demanda:

Inversiones y Representaciones Jugos Cítricos OASIS afirmó que desde 1999 se dedica a la distribución, compra y venta de alimentos y bebidas; a la elaboración y procesamiento de los mismos, la creación y el lanzamiento de nuevos productos comestibles al mercado, así como sembrar, cultivar, cosechar y procesar todo tipo de frutas para obtener las materias primas en diferentes presentaciones, tales como pulpa natural y procesada, empleados para el procesamiento de jugos, entre otros.

Agregó que desde ese tiempo y hasta la fecha tiene el registro sanitario correspondiente para fabricar y comercializar los jugos cítricos que identifica mediante la denominación "OASIS", que a su vez emplea para identificarse en el mercado a modo de nombre comercial.

Adujo que Postobón registró como marca la expresión "OASIS" y que la emplea en el mercado desde junio de 2006, primero a través de Gaseosas Mariquita S.A., licenciataria de la accionada, y a partir de 2009 de manera directa, circunstancias que consideró, en primera instancia, constitutivas de violación de lo prescrito en la Decisión 486 de la Comunidad Andina de Naciones en materia de protección marcaria, así como de los actos desleales de confusión, imitación, explotación de la reputación ajena, desviación de clientela y violación de la prohibición general, contemplados en la ley 256 de 1996.

Al respecto, puntualmente manifestó que dos de sus mayores clientes, HatoGrande Golf & Tennis Country Club y Hotel Dann Norte, solicitaron en una orden de compra sus Jugos Cítricos OASIS y la cotización de "*Bebida Agua OASIS presentación en bolsa personal*", con lo cual, en el sentir de la demandante, se está "*creando confusión*" entre los productos comercializados por la actora frente a los comercializados por la demandada, principalmente en lo que tiene que ver con la actividad y las prestaciones mercantiles de la actora (fl. 268, cdno.1).

1.2. Pretensiones:

La parte demandante, en ejercicio de la acción declarativa y de condena, solicitó que se declare que su contraparte incurrió en los actos de competencia desleal descritos en los artículos 7º (*prohibición general*), 8º (*desviación de la clientela*), 10º (*confusión*) y 14º (*imitación*).

En consecuencia, pidió que se condene a la demandada a: (i) *“Retirar del mercado colombiano el producto comercializado bajo la marca OASIS”*; (ii) *“Retirar del mercado etiquetas, envases y presentaciones del producto identificado con la marca OASIS en el mercado colombiano”*; (iii) *“Retirar de medios escritos y visuales (medios publicitarios) toda promoción o publicidad que contenga la marca OASIS para comercializar productos en el territorio colombiano relacionados con la clase 32 de la clasificación internacional de Niza”*. Adicionalmente, solicitó que se condene a Postobón a indemnizar los perjuicios causados.

1.3. Admisión y contestación de la demanda:

Mediante auto No. 1157 de 2010 se admitió la demanda de competencia desleal (fl. 279, cdno. 1). Surtida en legal forma la notificación, Gaseosas Posada Tobón S.A. contestó la demanda en tiempo, indicando que *“si se prueba que el signo OASIS era usado desde 1999 identificando un producto, tal acto no derivó en un derecho de nombre comercial en tanto que no se usó para identificar una actividad económica, empresa o establecimiento de comercio, tal como lo exige el artículo 190 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina”* (fl. 118, cdno. 3).

Agregó que Jugos Cítricos Oasis fue constituida mediante escritura pública el 3 de marzo de 2003 y, por tanto, no podía haber fabricado y comercializado los jugos cítricos OASIS desde 1999. En adición, manifestó que la demandante ha contado con la existencia de un registro sanitario obtenido ante el INVIMA que solo le fue cedido hasta el año 2005 para producir jugos de naranja y limón, pero que no ha contado con el registro de la marca OASIS otorgado por la Superintendencia de Industria y Comercio.

Para finalizar, propuso las excepciones de fondo que denominó *“Licitud de la conducta desplegada por Postobón”*, *“Ejercicio legítimo de los derechos de propiedad industrial de Postobón que fueron legítimamente adquiridos”* y *“Prescripción de la acción de competencia desleal”* (fls. 121 al 135, ibídem).

1.4. Trámite procesal:

Por medio del auto No. 2918 de 2011 las partes fueron citadas a la audiencia contemplada en el artículo 101 del C. de P. C. (fl. 145, cdno. 3), que se desarrolló con la asistencia de las partes y sus apoderados (fl. 27 a 30, cdno. 7). Posteriormente, mediante auto No. 2277 de 2012 se decretaron las pruebas del proceso (fls. 31 y 32, cdno. 7).

Vencido el término probatorio, con el auto No. 5755 de 2012 (fl. 49, cdno. 7) se corrió traslado a las partes para presentar sus alegatos de conclusión, oportunidad en la cual la parte demandada manifestó que la excepción perentoria *“Ejercicio legítimo de los derechos de propiedad industrial de Postobón que fueron legítimamente adquiridos”* se encuentra probada por cuanto la demandada ha hecho uso de manera legítima de una

marca que le fue concedida desde 1998, esto es, con anterioridad al uso efectuado por parte de la accionante.

2. CONSIDERACIONES

Evacuadas debidamente las etapas procesales y dado que no se presentan nulidades que impidan proferir un fallo de fondo, procede el Despacho a decidir la instancia en los siguientes términos:

2.1. Ámbitos de aplicación de la Ley 256 de 1996:

En el presente asunto el ámbito objetivo de aplicación de la ley de competencia desleal se verifica porque la utilización de un signo distintivo por parte de un competidor, para identificar productos similares a los de la persona que lo empleó primero en el mercado, constituye una conducta que tiene lugar en ese escenario y que resulta potencialmente idónea para mantener o incrementar la participación de quien la ejecuta.

Respecto del ámbito subjetivo, tanto Jugos Cítricos OASIS como Postobón participan en el mercado de la producción, envase y comercialización de bebidas en el territorio nacional. Finalmente, el ámbito territorial también se encuentra superado, toda vez que los productos en cuestión circulan en el mercado colombiano.

2.2. Legitimación de las partes (arts. 21 y 22 de la Ley 256 de 1996):

Partiendo de la participación en el mercado de Jugos Cítricos OASIS, es claro que la identificación de las bebidas de la parte demandada mediante la utilización del signo empleado en la sociedad mercantil accionante para identificar sus productos, bajo determinadas condiciones podría afectar los intereses económicos de la misma en la medida en que podría resultar idónea para captar sus ingresos por la vía de la confusión de los consumidores. Con relación a la legitimación por pasiva, se encuentra acreditado que Gaseosas Posada Tobón envasa y comercializa la bebida "Agua OASIS", circunstancia fáctica que resulta esencial en el contexto de la acusación de la parte demandante.

2.3. Problema jurídico:

El problema jurídico que ofrece el caso *sub examine* se centra en determinar si la utilización del mismo signo distintivo para identificar las bebidas de las partes de este proceso es suficiente para constituir los actos de competencia desleal denunciados, debiéndose advertir, como lo ha precisado reiteradamente el Despacho con fundamento en la jurisprudencia¹, que la tarea que corresponde al juzgador en este tipo de asuntos "*no se refiere propiamente al análisis de confundibilidad de los signos distintivos*"², sino a establecer si, teniendo en cuenta las condiciones propias del caso, la comercialización simultánea de las bebidas "*Jugos Cítricos OASIS*" y "*Agua OASIS*" es una circunstancia idónea para configurar los actos desleales de confusión, imitación, explotación de la

1 Cfr. Superintendencia de Industria y Comercio. Sentencia No. 11 de 2011, providencia en la que también se explican detalladamente las diferencias entre la acción de competencia desleal y las derivadas de las normas sobre propiedad industrial.

2 Cfr. Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Sentencia de noviembre 23 de 2007, proceso 149-IP-2007.

reputación ajena, desviación de la clientela o los que contempla la prohibición general de la ley 256 de 1996, así como determinar a quién es imputable esa situación.

2.4. Hechos probados relevantes para el caso:

Con fundamento en las pruebas aportadas, decretadas y practicadas en el asunto, se tiene por probado que:

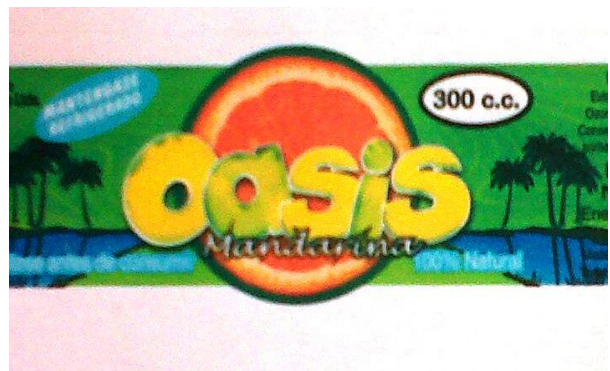
2.4.1. Como se aprecia con el certificado de existencia y representación de Jugos Cítricos OASIS (fl. 2 al 4, cdno. 1), dicha sociedad fue constituida el 19 de marzo de 2003 y se dedica a la distribución, compra y venta de alimentos y bebidas; la elaboración y procesamiento de los mismos; la creación y el lanzamiento de nuevos productos comestibles al mercado, así como a la explotación de la actividad agrícola, sembrar, cultivar, cosechar y procesar todo tipo de frutas para obtener las materias primas en diferentes presentaciones, tales como pulpa natural y procesada, empleados para el procesamiento de jugos, entre otros (fl. 256, *ib.*).

2.4.2. La parte demandante demostró que es la titular de los registros sanitarios expedidos por el INVIMA a los jugos de naranja y limón que comercializa. Así se acredita con la copia del documento que autorizó el cambio de registro sanitario -otorgado desde el 20 de agosto de 1999 a la señora Rosa Elena Bermúdez Cárdenas (fl.22, cdno. 1)- a nombre de Jugos Cítricos OASIS (fl. 23, *Ibidem*), a partir del 19 de septiembre de 2005.

2.4.3. La accionante presenta los productos que fabrica y comercializa en el mercado con el nombre OASIS, de la siguiente manera:



ENVASES JUGOS CÍTRICOS OASIS



ETIQUETA JUGOS CÍTRICOS OASIS

2.4.4. No obstante lo anterior, la demandante no demostró, como era de su incumbencia, que hubiera comercializado su producto “Jugos Cítricos OASIS” desde antes del mes de junio de 2006. En efecto, las certificaciones expedidas por los hoteles Dann Norte, Rincón de Santa Bárbara y Bacatá de Bogotá (fls.79, 80 y 81, cdno. 1), aunque corresponden al año 2004 no permiten concluir que la demandante hubiera comercializado en esos establecimientos los jugos cítricos identificados con el signo distintivo en cuestión, pues literalmente en dichos documentos –todos expedidos en el año 2010- se indicó que aquella sociedad “nos suministra jugos desde hace 6 años” al Hotel Dann Norte (fl. 79, cdno. 1) o “ha venido prestando sus servicios como proveedores desde el año 2004” al Hotel Rincón de Santa Bárbara (fl. 80, *ib*) o “mantiene vínculos comerciales

proviniéndonos productos alimenticios desde 2004 a la fecha” (fl. 81, ib). Recuerdese que, según se vio, la accionante produce y comercializa más productos dentro de su objeto social. (fl.256, cdno.1).

En todo caso, si se admitiera que tales documentos acreditan que desde el año 2004 la actora comercializa los “Jugos Cítricos OASIS”, debe resaltarse que aún no estaba en cabeza suya la titularidad del Registro Sanitario correspondiente, esto es antes del 19 de septiembre de 2005, y por ello no estaba legitimada para comercializar tal producto.

2.4.5. Tal como manifestó la accionante dentro de su acto de postulación, se pudo verificar que fueron enviados a su correo electrónico jugoscitricos oasis@hotmail.com un par de solicitudes de cotización de productos, la primera por parte del Almacén del Club HatoGrande de Bogotá el día 6 de agosto de 2009 a las 12:38:34 p.m. (fl. 76, cdno. 1), y la segunda por parte del Hotel Dann Norte de la misma ciudad, el día 29 de abril de 2010 a las 4:17 p.m. (fl. 78, ib.), donde, en uno y otro caso, le solicitaron la cotización de “Bebida Agua OASIS”.

2.4.6. Por su parte, la sociedad demandada ejerce su actividad comercial a través de la producción, envase y distribución por medios propios o ajenos, en el país o en el exterior, de bebidas, gaseosas, jugos de frutas, avenas, aguas minerales, jarabes, batidos y otras bebidas alimenticias no alcohólicas. (fls. 5 al 17, cdno.1).

2.4.7. La presentación de los envases y etiquetas del producto Agua marca “OASIS”, envasada y comercializada por la demandada, es la siguiente;



ENVASES AGUA OASIS



ETIQUETA AGUA OASIS

2.4.8. Gaseosas Posada Tobón S.A. demostró ser el titular de la marca nominativa "OASIS" desde el 31 de agosto de 1998 para identificar productos de la clase 32, entre ellos aguas minerales y gaseosas (fl. 40, cdno. 3), así como de la marca mixta identificada con el mismo nombre, desde el 10 de diciembre de 2009 (fl. 42, ibídem).

2.4.9. Acorde con los documentos allegados por la accionada al expediente, se pudo verificar que como titular de la marca nominativa "OASIS" Gaseosas Posada Tobón S.A. concedió autorización a la sociedad Gaseosas Mariquita S.A. -tercero en este asunto-, para que dicha persona jurídica usara las marcas en cuestión de manera no exclusiva, conforme emana del contrato de licencia de 12 de octubre de 2005, por medio del cual la demandada se obligó a “conceder a la Licenciataria -Gaseosas Mariquita S.A.-, de manera

no exclusiva, el derecho para utilizar las marcas [refiriéndose a "Oasis"] con el fin de distinguir aguas minerales y gaseosas, productos incluidos en la Clase 32 de la Clasificación Internacional de marcas de productos y servicios", acuerdo éste que fue inscrito en el registro de propiedad industrial el 22 de noviembre de 2005 (fl. 1 al 13, cdno. 4).

2.4.10. Con fundamento en el contrato de licencia referido, Gaseosas Mariquita S.A., en su calidad de licenciataria de Gaseosas Posada Tobón S.A., usó en el mercado el signo "OASIS" para identificar el producto agua para el consumo humano desde el 1 de junio de 2006, tal como consta en la certificación expedida por el Revisor Fiscal de Gaseosas Mariquita S.A. (fl. 19, cdno. 4) y en las facturas de venta del producto obrantes a folios 28 y 29, *ibídem*.

2.4.11. Debe tenerse por demostrado que la demandada comercializa su producto "Agua OASIS" a nivel nacional y que lo publicita por los principales medios masivos de comunicación (prensa, radio y televisión), tal como consta en los documentos obrantes a folios del 44 al 116 del cuaderno No. 3., a lo que se debe agregar que lo distribuye al público en general a través de los supermercados y tiendas en todo el país, de acuerdo con la declaración rendida por el señor Alvaro Andrés Rueda Bossio, Gerente de Marca de la categoría de Aguas y Bebidas Hidratantes de la demandada (fl.47, cdno. 7).

2.5. Análisis de la deslealtad de los actos concurrenciales denunciados por la demandante:

Como se dejó referido en los antecedentes de esta providencia, la parte demandante concretó su acusación en que el uso del signo "OASIS" para identificar el producto comercializado por Postobón es una circunstancia constitutiva de una infracción a la normativa sobre propiedad industrial y, de manera adicional, a las normas que prohíben la deslealtad en la concurrencia, debiéndose insistir en que, como se explicó, la tarea de este Despacho consiste en determinar, con fundamento en las pruebas aportadas, si la concurrencia en el mercado de las bebidas producidas, envasadas y comercializadas por las partes es constitutiva de tales actos desleales.

Desde luego, para abordar el tema es importante determinar qué producto ingresó primero al mercado. Sobre el punto, la accionante no acreditó dentro del proceso que su propia bebida, distinguida con el nombre "Jugos Cítricos OASIS", se encontraba en el mercado al momento en que ingresó el producto "Agua OASIS" de la demandada a dicho escenario, tal como se expresó en el numeral 2.4.4. de la presente providencia. Dicho con otras palabras: si la demandante pretende que se declare constitutivo de actos de competencia desleal el que su contraparte utilice la marca registrada "OASIS", es claro que le correspondía acreditar, entre otras cosas, que su producto distinguido con el signo distintivo "OASIS", se encontraba en el mercado al momento en que ingresó aquella bebida a dicho escenario.

Puestas así las cosas, como -según se explicó- quedó demostrado que el producto "Jugos Cítricos OASIS" de la parte demandante no se encontraba primero en el mercado y que las conductas desleales denunciadas, así como los efectos perjudiciales referidos en la demanda, no estarían originados en el uso del signo "OASIS" en la bebida comercializada por la demandada -que es la conducta a la que se atribuyó una connotación desleal-, sino

en la aparición posterior del “*Jugos Cítricos OASIS*”, circunstancia de la que se sigue, entonces, que los referidos actos desleales y efectos perjudiciales no serían imputables al comportamiento de la accionada, quien, además de haber demostrado ser la titular de la marca nominativa OASIS desde el 18 de septiembre de 1998, probó que la utilizó al menos desde el mes de junio de 2006, cuando procedió a vender el producto “*Agua OASIS*”, inicialmente a través de su licenciataria Gaseosas Mariquita S.A. en el Departamento del Tolima, y a partir del año 2009, de manera directa a nivel nacional y publicitándolo por medio de los principales medios masivos de comunicación del país (prensa, radio y televisión).

Ahora bien, es preciso aclarar que el hecho de que Jugos Cítricos OASIS hubiera obtenido el registro sanitario de los productos identificados como “*Jugos Cítricos OASIS*” desde el año 2005, dicho trámite no concede la titularidad de la marca propiamente dicha, pues es solo a través del registro de la marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio como se adquiere el referido derecho. En adición, dicho registro tampoco es idóneo para acreditar que el solicitante del mismo comercializa efectivamente el producto de que se trate, identificándolo con el signo señalado en ese acto administrativo.

En efecto, es necesario precisar que la concesión del registro sanitario No. RSAD12109599 respecto de los “*Jugos Cítricos OASIS*” no justifica la acción incoada, como quiera que las funciones del Invima -que determinan el ámbito de su competencia y el objeto de sus pronunciamientos, en especial del registro sanitario que expide- están relacionadas con la preservación y mejoramiento de la salud humana mediante el control sanitario de los alimentos³, razón por la que no es posible atribuir un alcance más extenso a sus pronunciamientos, mucho menos hasta el punto de abordar ámbitos que, como el de la lealtad de los medios utilizados al competir, resultan ajenos a las funciones del referido Instituto y a la teleología del registro sanitario que expide.

Sin perjuicio de lo anterior, es preciso poner de presente que no se acreditó la configuración de las conductas desleales denunciadas, como a continuación se expondrá:

2.5.1. Actos de Confusión (Art.10 L.256/1996):

De conformidad con el artículo 10º de la Ley de Competencia Desleal, el acto de confusión se configura en los eventos en que se ejecuta con fines concurrenciales cualquier conducta que resulte idónea para provocar en los consumidores un error “*sobre la*

3 Según lo ha definido la jurisprudencia con fundamento en la normativa pertinente, el Invima “*tiene por objeto la ejecución de políticas en materia de vigilancia sanitaria y de control de calidad de medicamentos, productos biológicos, alimentos, bebidas, cosméticos y otros productos que puedan tener impacto en la salud individual y colectiva (Art. 245 de la Ley 100 de 1993), [así como] garantizar la salubridad pública en Colombia, ejerciendo inspección, vigilancia y control sanitario de carácter técnico y científico (Decreto 194)*”, para lo cual cuenta, entre otras funciones, con la de expedir registros sanitarios, que es el “*documento expedido por la autoridad sanitaria competente, mediante el cual se autoriza a una persona natural o jurídica para fabricar, envasar, e importar un alimento con destino al consumo humano*” (art. 2º, Dec. 3075 de 1997), de donde se sigue, añade este Despacho con apoyo en la misma jurisprudencia, que “*el registro sanitario tiene como objeto otorgar una licencia para que puedan circular unos productos alimenticios, farmacéuticos, insecticidas o plaguicidas registrados, sujetos a unas especificaciones*”, pero siempre dentro del ámbito de actuación de la entidad encargada de su expedición que, como se explicó, “*cumple funciones relacionadas con la salud pública*”, para lo cual “*atiende el control sanitario de los productos*”. Consejo de Estado. Sala de lo Contencioso Administrativo. Sección Cuarta. Sentencia de junio 11 de 2009. C.P. William Giraldo Giraldo. Rad. 11001-03-27-000-2005-00010-00 (15558).

identidad de la empresa de la que proceden los productos o servicios” que se le ofrecen⁴, sin que para su configuración sea indispensable la efectiva materialización de tal efecto perjudicial en el mercado, pues -como lo ha dejado establecido este Despacho- para ello basta con la existencia de un riesgo de confusión, esto es, de la potencialidad real de la conducta en cuestión para confundir⁵.

Es pertinente indicar que dentro del concepto del acto desleal en análisis se incluyen tanto los casos en los que *“el consumidor, al adquirir un producto, piensa que está adquiriendo otro” (confusión directa)⁶, como aquellos en los que se presenta el denominado riesgo de asociación, que se produce cuando el consumidor reconoce la diferencia entre los productos o servicios de que se trate y su distinto origen empresarial, “pero de algún modo se le ha llevado a pensar que existe una relación entre ambas [empresas], ya sean vínculos comerciales, pertenencia al mismo grupo empresarial, etc.” (confusión indirecta)⁷.*

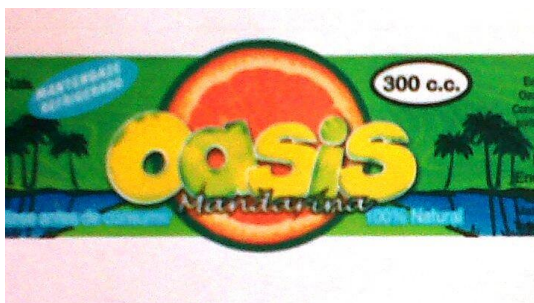
Visto lo anterior, no puede afirmarse en este asunto la configuración del acto desleal de confusión por vía directa, si se tiene en cuenta una comparación de conjunto entre las presentaciones de los productos de las partes, pues saltan a la vista las diferencias en la presentación e identificación (envases y etiquetas) de los productos de uno y otro extremo, tal como se aprecia en las siguiente imágenes:



ENVASES JUGOS CÍTRICOS OASIS



ENVASES AGUA OASIS



ETIQUETA JUGOS CÍTRICOS OASIS



ETIQUETA AGUA OASI

4 BARONA VILAR, Silvia. Competencia Desleal. Tutela jurisdiccional -especialmente proceso civil- y extrajurisdiccional. Tomo I. Tirant Lo Blanch. Valencia. 2008. Pág. 357.

5 Superintendencia de Industria y Comercio. Auto No. 1841 de 2010. En el mismo sentido: Cas. Civ. Sentencia de noviembre 19 de 1999, exp. 5091.

6 Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial dentro del proceso No. 32-IP-2009.

7 SÁNCHEZ SABATER, Laura. Actos de Confusión. En: MARTÍNEZ SANZ, Fernando (director). Comentario Práctico a la Ley de Competencia Desleal. Editorial Tecnos. Madrid. 2009. Pág. 79.

En efecto, además de las evidentes diferencias en cuanto a la presentación de los envases (es más artesanal en el caso de los productos fabricados por la demandante) y de las etiquetas (visiblemente diferentes en tipos de letra, ilustraciones y colores), los canales de distribución para comercializar los productos identificados con el signo "OASIS" son diferentes entre sí, como en efecto se indicó en los numerales 2.4.4. y 2.4.11. de la presente providencia, circunstancias que, en conjunto, impiden que el efecto perjudicial que se mencionó, consistente en que se genere la idea de que un producto es otro, no tiene cabida.

En consecuencia, los argumentos esbozados por la actora no son suficientes para declarar probado el acto como quiera que, como ya se dijo, era necesario que quien pretende que se declare el acto como desleal, probara que su producto "Jugos Cítricos OASIS" ya estaba en el mercado cuando ingresó el "Agua OASIS" de la demandada, circunstancia que no fue idóneamente probada y en consecuencia se desestima la pretensión de declarar el acto de confusión.

2.5.2. Actos de desviación de la clientela e infracción a la prohibición general. (Art. 8° L 256/1996)

Remembrando el concepto de la buena fe comercial, dicho principio se ha entendido como la convicción, predicada de quien interviene en el mercado, "*de estar actuando honestamente, con honradez y lealtad en el desarrollo y cumplimiento de los negocios*"⁸, o, como lo ha establecido este Despacho en pretérita oportunidad, como "*la práctica que se ajusta a los mandatos de honestidad, confianza, honorabilidad, lealtad y sinceridad que rige a los comerciantes en sus actuaciones*"⁹, que les permite obrar con la "*conciencia de no perjudicar a otra persona ni defraudar la Ley, e implica ajustar totalmente la conducta a las pautas del ordenamiento jurídico*"¹⁰.

De igual manera, el artículo 8° de la Ley 256 de 1996, consagra el acto desleal de desviación de la clientela y preve que el mismo tiene lugar en los casos en que la conducta del demandado "*tenga como objeto o como efecto desviar la clientela de la actividad, prestaciones mercantiles o establecimientos ajenos, siempre que sea contraria a las sanas costumbres mercantiles o a los usos honestos en materia industrial o comercial*".

Así las cosas, la ley de competencia desleal pretende recoger aquellos comportamientos contrarios a lo que se espera de un partícipe en el mercado y que siendo objetivamente dirigido a desviar la clientela, sea para provecho propio o de un tercero, incluso, indeterminado.

En adición a lo anterior, para que la conducta de la accionada sea considerada como desleal es necesario que la misma hubiera estado dirigida a fortalecer su posición en el mercado mediante mecanismos reprobables que no correspondían a su propio esfuerzo legítimo, desconociendo con ello "*el principio, universalmente aceptado, según el cual la*

8 Narváez G., José Ignacio. "Introducción al Derecho Mercantil". Ediciones Doctrina y Ley. Bogotá D.C. 1995. pág. 252.

9 Superintendencia de Industria y Comercio. Resolución No. 17.710 de 2005.

10 Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, proceso 3-IP-99, citado en la sentencia No. 006 de junio 15 de 2007, proferida por la Superintendencia de Industria y Comercio.

*clientela se alcanza mediante la afirmación de las propias calidades y el continuo esfuerzo de superación y no a través de la artificial caída del rival*¹¹.

En el caso *sub lite*, téngase en cuenta que cuando la demandada inició la comercialización del Agua para consumo humano identificado con la marca OASIS, lo hizo en ejercicio derecho legítimo contenido en el registro marcario obtenido en la Superintendencia de Industria y Comercio desde el 31 de agosto de 1998, incluso, en fecha anterior a la del registro otorgado desde el 20 de agosto de 1999 a la señora Rosa Elena Bermúdez Cárdenas.

Adicionalmente, nótese también que no existe documento alguno dentro del expediente que permita concluir que al menos un cliente de la accionante dejó de consumir Jugos Cítricos OASIS para, posteriormente, comenzar a comprarle a la demandada “*Agua OASIS*”.

Con todo, aunque hubiera probado tal desviación, tampoco demostró que dicho acto ocurrió contrariando los usos honestos o costumbres mercantiles cuya existencia, en adición, tampoco se acreditó, y por tanto se tendrá por no probada la conducta.

2.5.3. Actos de imitación. (Art. 14º L 256/1996)

En este caso no se configuró el acto desleal de imitación porque, aun aceptando que Postobón hubiera reproducido el nombre comercial de la actora, esa circunstancia por sí sola no conlleva a la configuración de la comentada conducta, en tanto que no se dirigió sobre los productos en cuestión (prestaciones mercantiles) sino sobre medios formales de identificación (signos distintivos), razón por la cual se impone denegar tal súplica de la demanda.

En adición, téngase en cuenta que la parte demandante no concretó cuáles serían las prestaciones mercantiles que estarían siendo reproducidas y, aunque en gracia de discusión la imitación se tuviera por existente, dado que -según se anotó- no genera confusión o explotación de la reputación ajena, ese comportamiento tendría que ampararse en la regla general contemplada en el artículo 14 de la Ley 256 de 1996, según el cual la imitación de prestaciones mercantiles es libre.

2.6. Conclusión:

Como quiera que no se acreditó en el presente asunto la ocurrencia de ninguna de las conductas de deslealtad denunciadas, se denegarán las pretensiones de la demanda haciéndose innecesario, además, el estudio de la pretensión indemnizatoria a que alude el libelo, en tanto que la inexistencia de actos desleales supone la falta de daño o perjuicio económico para la actora que deba cuantificarse.

3. DECISIÓN

En mérito de lo expuesto, la Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio, en ejercicio de las facultades jurisdiccionales

11 Cas. Civ. Sentencia de noviembre 19 de 1999, exp. 5091.

conferidas por la Ley 446 de 1998, administrando justicia en nombre de la República y por autoridad de la ley,

RESUELVE:

PRIMERO: Denegar las pretensiones formuladas por Inversiones y Representaciones Jugos Cítricos OASIS Ltda., de conformidad con lo que se indicó en la parte motiva de ésta providencia.

SEGUNDO: Condenar a la parte demandante al pago de las costas del proceso. Tásense.

NOTIFÍQUESE

El Superintendente Delegado para Asuntos Jurisdiccionales

ADOLFO LEÓN VARELA SÁNCHEZ