



**MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO  
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO**

**DELEGATURA PARA ASUNTOS JURISDICCIONALES**

Bogotá D.C., Treinta (30) de enero de 2012

**Sentencia No. 74**

**Expediente 09149789**

**Demandante: Marcela Poveda Cabezas.**

**Demandado: Calsa de Colombia S.A. y Distriventas GCA E.U**

Procede la Superintendencia de Industria y Comercio a tomar la decisión de fondo respecto de la acción de competencia desleal instaurada por Marcela Poveda Cabezas contra Calsa de Colombia S.A. (en adelante: Calsa), y Distriventas GCA E.U. (en adelante: Distriventas), para lo cual se tienen en cuenta los siguientes,

**ANTECEDENTES:**

**1.1. Partes:**

**Demandante:** Marcela Poveda se dedica a la comercialización y distribución de productos para la panadería marca “Fleischman” en la ciudad de Villavicencio y algunas poblaciones del departamento de Cundinamarca.

**Demandadas:** Calsa es una sociedad mercantil que tiene por objeto social la producción, fraccionamiento, conservación, almacenamiento, transporte, compra, venta, distribución, comercialización, importación y exportación de toda clase de productos afines con la alimentación humana y animal.

Por su parte, Distriventas se dedica a la comercialización y distribución de productos para la panadería marca “Fleischman”, para lo que interesa en este caso, en las zonas en las que antes ejercía su actividad mercantil la demandante.

**1.2. Los hechos de la demanda:**

La parte demandante afirmó que desde el 28 de octubre de 1998 recibió el encargo de promover, promocionar y explotar productos fabricados por Calsa, especialmente de la marca “Fleishmann”, en el departamento del Meta y algunas poblaciones del departamento de Cundinamarca, para lo cual constituyó el establecimiento de comercio denominado “Distribuidora Insumo Pan”, ubicado en la ciudad de Villavicencio.

Según la accionante, en diciembre del 2008 Calsa le envió una carta mediante la cual le informó la terminación de la relación comercial existente entre ellas con fundamento en una deuda de \$27'000.000. Adicionalmente, sostuvo que Distriventas asumió la labor de promoción y comercialización de la marca “Fleischmann” que inicialmente estaba a cargo de ella en el departamento del Meta y municipios aledaños ubicados en el departamento de Cundinamarca.

Marcela Poveda Cabezas aseveró que en octubre del año 2008 (antes de la terminación de la relación comercial), Calsa tuvo acceso a la lista de sus clientes y a información estratégica de sus operaciones mediante un censo informativo efectuado por funcionarios de esa sociedad, y por ello conoció las rutas de una zona determinada en las cuales

desarrollaba su actividad comercial, utilizando dicha información para el posicionamiento de Distriventas en ese mercado.

Agregó la actora que el día 22 de diciembre de 2008 Diego Camargo, quien fue su empleado en calidad de vendedor, fue contratado por la sociedad Distriventas y encargado de atender las mismas rutas y los mismos clientes que atendía cuando era trabajador de la “Distribuidora Insumo Pan”, efectuando las visitas de ventas a los clientes con camiones que se asemejaban en su exterior a los usados tradicionalmente por la demandante y una hora antes del horario acostumbrado por esta.

### **1.3. Pretensiones:**

Marcela Poveda Cabezas, en ejercicio de la acción declarativa y de condena, solicitó que se declarara que la conducta de las sociedades demandadas constituyó los actos de competencia desleal de desviación de la clientela, desorganización, confusión, explotación de la reputación ajena, inducción a la ruptura contractual y prohibición general, en los términos de los artículos 7º, 8º, 9º, 10º, 15º y 17º de la Ley 256 de 1996. Consecuencialmente, pidió que se condenara a las demandadas a reconocer públicamente y a informar a todos los clientes atendidos por la demandante el uso indebido de prácticas con ánimo de permanecer en un mercado, así como a indemnizar los perjuicios causados.

### **1.4. Admisión de la demanda y su contestación.**

Admitida la demanda mediante auto No. 84 de 2010 (fl. 24, cdno. 1) y surtida en debida forma la notificación del auto admisorio de la misma, fue contestada por las demandadas así:

#### **1.4.1. Calsa (fls. 58 a 74, cdno. 1):**

Se opuso a las pretensiones manifestando que la actividad encargada a Marcela Poveda Cabezas consistía en la distribución de algunos productos fabricados por Calsa, pero no incluía la labor promocional de los mismos. Sostuvo que la terminación de la relación comercial en cuestión no tuvo un carácter sorpresivo y, en cambio, resultó justificada por el incumplimiento reiterado de la demandante respecto de sus obligaciones de pago y de atención adecuada de la zona que le había sido encargada. Indicó que no es cierto que haya realizado “*censos informativos*” a la actora como excusa para tener acceso a su información, ni que hubiera suministrado a Distriventas información de aquella sobre rutas, estrategias de ventas o clientes en la zona.

Con fundamento en lo anterior, propuso las excepciones de merito denominadas “*ausencia de actos de competencia desleal*”, “*inexistencia de perjuicios para la demandante*”, “*la demanda está dirigida contra los actos propios de la demandante*”, “*hechos ajenos a Calsa*”, “*Calsa no ha favorecido, contribuido o facilitado conductas de competencia desleal*” y “*la genérica*”.

#### **1.4.2. Distriventas (fls. 100 a 109, cdno. 1):**

Se opuso a las pretensiones de la demanda aduciendo que nunca recibió ni utilizó información de la demandante en relación con las rutas, clientes o estrategias para realizar las labores de distribución de la zona, aspecto sobre el cual indicó que con “*sus propios*”

*medios y conocimientos, emprendió la labor de realizar recorridos en la zona, ubicando las panaderías*". Agregó que Diego Camargo fue quien la contactó a mediados del mes de diciembre de 2008 y que, por ello, fue contratado el día 22 del mismo mes y año, fecha en la cual ya se había desvinculado de la demandante, a lo que añadió que no es cierto que hubiera instruido al mencionado trabajador para que atendiera las mismas rutas y los mismos clientes que atendía al servicio de la señora Poveda Cabezas.

Sobre la base de lo anterior formuló las excepciones de merito denominadas "*ausencia de actos de competencia desleal*", "*improcedencia de la orden de cesar las conductas*", "*improcedencia de la pretensión sexta*" e "*inexistencia de perjuicios para la demandante*".

#### **1.5. Actuación procesal:**

El Despacho, mediante auto No. 1681 de 2010, citó a las partes para la audiencia de que trata del artículo 101 del C. de P. C. (fls. 120 a 124, cdno. 1), en la cual no se logró un acuerdo que terminara el litigio. Con el auto No. 2545 de 2010 se decretaron las pruebas del proceso y, una vez practicadas, mediante el auto No. 5520 de 2011 (fl. 54, cdno. 3), se corrió traslado a las partes para alegar de conformidad con el artículo 414 del C. de P. C., oportunidad en la que las sociedades demandadas reiteraron sus escritos de postulación y manifestaron que las conductas alegadas no fueron probadas en la actuación.

## **2. CONSIDERACIONES**

Agotadas las etapas procesales de conformidad con la normativa aplicable 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. Hechos probados:**

Con base en las pruebas decretadas y practicadas en este asunto, es posible tener por acreditado lo siguiente:

**2.1.1.** Con base en el interrogatorio de parte del representante legal de la sociedad demandada (fl. 120, cdno. 1, minuto 13:12) y en el testimonio de Gladys Elena Giraldo, Jefe de Tesorería y Cartera de Calsa (fl.40, cdno. 3, minuto 5:30), se encuentra demostrado que Calsa y la demandante mantuvieron una relación comercial entre 1998 y 2008, consistente en que la primera le vendía a Marcela Poveda Cabezas productos de marca "Fleischmann" para que posteriormente ella los revendiera en determinadas zonas del país. Sin embargo, debe ponerse de presente que la demandante no demostró, como le correspondía (art. 177, C. de P. C.), que la relación comercial a la que se ha hecho referencia hubiera incluido, a su cargo, la realización de actividades encaminadas a la promoción de la marca "Fleischmann", aspecto fáctico respecto del cual ninguna prueba aportó.

**2.1.2.** De conformidad con lo manifestado por las partes durante los interrogatorios a los que fueron citadas (fl. 120, cdno. 1), que resulta del todo conforme con el testimonio del señor Diego Camargo (fl. 43, cdno. 3, minuto 6:35), se encuentra demostrado que Marcela Poveda Cabezas distribuyó y comercializó todos los productos de marca "Fleischmann" fabricados por Calsa, entre los que se encontraban levaduras, esencias, polvos de hornear, azúcares, cremas para decorar, polvos, entre otros, en la ciudad de Villavicencio

y en los municipios de Cáqueza, Soachí, Ubaque, Sanamé y Guayabetal del departamento de Cundinamarca.

**2.1.3.** Conforme con las declaraciones rendidas por Diego Camargo (fl. 43, cdno. 3, minuto 5:53), en consonancia con lo manifestado por la demandante al absolver su interrogatorio de parte (fl. 120, cdno 1, minuto 15:01), se encuentra acreditado que el señor Camargo fue empleado de la señora Poveda Cabezas en calidad de vendedor hasta el mes de diciembre de 2008 y que su labor consistió en visitar panaderías y atender a los clientes con productos de la marca “Fleischmann”. Adicionalmente, se demostró que Diego Camargo renunció de manera voluntaria al cargo que desempeñaba al servicio de la actora debido a los reiterados incumplimientos en el pago de sus prestaciones sociales por parte de la misma (fl. 43, cdno 3, minuto 15:56)

**2.1.4.** Se probó también que el día 22 de diciembre de 2008 Diego Camargo fue vinculado a Distriventas en calidad de vendedor. Esta circunstancia fue reconocida por el representante legal de Distriventas (fl. 120, cdno. 1, minuto 23:13) y corroborada con las declaraciones testimoniales de Diego Camargo y Marco Muñoz, elementos de prueba con los cuales se constató que aquel, luego de presentar su renuncia a la demandante, contactó a Marco Muñoz, quien se desempeñó como Representante de Distribuidores de Calsa, y le presentó una carta mediante la cual le ofreció sus servicios como vendedor, misiva que el señor Muñoz envió a Carlos Uzeta, Gerente de Distriventas, para efectos de promover la contratación correspondiente, que tuvo lugar el 22 de diciembre de 2008.

**2.1.5.** Mediante un estudio denominado “*informe de visita zona Villavicencio*”, realizado por Saúl Castaño en la ciudad de Villavicencio y que consistió básicamente en efectuar visitas a 55 panaderías de la ciudad utilizando la ruta que manejaba el dueño de una quesera<sup>1</sup>, quien tenía un trayecto determinado, se constató que en esa zona la marca “Fleischmann” había presentado un decaimiento en comparación con la marca “Levapan”, la cual tenía una mayor captación de clientes respecto del mercado de insumos de panaderías. Esta circunstancia estuvo motivada por la inconformidad de los clientes respecto de la labor de distribución desarrollada por la señora Poveda Cabezas, pues la gran mayoría de los panaderos entrevistados coincidieron en afirmar que “*de Fleischmann no lo han vuelto a visitar desde hace tiempo*”, que si los visita, lo hace de manera inoportuna, únicamente “*una vez cada 8 días porque el muchacho lo tienen haciendo ruta a los pueblos*” y que -esto es determinante- no volvieron a adquirir los productos de Calsa porque “*tenían mala atención, tenían que rogar para que les llevaran el pedido*” (fls. 51 y 52, cdno. 1).

Lo recién anotado se corroboró con el testimonio del señor Saúl Castaño quien, para la época de los hechos que soportan la demanda, se desempeñó como vendedor de Calsa (fl. 176, cdno. 1, minuto 12:49), declaración esta que además coincide con la de Marco Muñoz (fl. 184, cdno. 1, minuto 10:01) y con el “*informe de visita zona Villavicencio*” (fls. 50 a 54, cdno. 1), que goza de toda validez probatoria.

**2.1.6.** Se encuentra probado que la demandante incumplió de manera reiterada sus obligaciones de pago correspondientes a los insumos suministrados por Calsa y, en particular, los acuerdos de pago a los que llegó con esa sociedad mercantil. Esta circunstancia se constata con las siguientes pruebas documentales:

---

1 Según las pruebas testimoniales recaudadas, las queseras son establecimientos en los cuales venden productos de panaderías de diferentes marcas, tales como “Levapan” y “Fleischmann”.

La obrante a folios 38 a 42 del cuaderno No. 1, que da cuenta que el día 30 de enero de 2007 Calsa y Marcela Poveda Cabezas suscribieron un acuerdo de pago en el que esta reconocía una deuda a favor de aquella por la suma de \$33´122.272, por concepto de los insumos suministrados por la sociedad demandada, y se comprometía a pagarla en cuotas pagaderas cada 7 días.

La obrante a folios 43 a 47 del cuaderno No. 1, mediante el cual se constató que el día 24 de junio de 2008 Calsa y la demandante suscribieron un acuerdo de pago con base en el cual esta se reconoció deudora en cuantía de \$58´000.000 por concepto de los insumos suministrados por aquella, estableciendo un plan de pagos que debían tener lugar cada 7 días.

**2.1.7.** De conformidad con los documentos obrantes a folios 48 y 55 del cuaderno No. 1 y con lo reconocido por la demandante al absolver interrogatorio de parte (fl. 120, cdno. 1 minuto 22:55.), se encuentra acreditado que mediante comunicaciones de 17 de septiembre y 11 de noviembre de 2008, suscritas por Erika Maried Tapiero y Ricardo Bonilla, respectivamente, Gerente Administrativa y Financiera y Gerente Nacional de Calsa, esta persona jurídica le solicitó a la demandante el cumplimiento de sus deberes como distribuidora de los productos de Calsa en relación con el adecuado abastecimiento del mercado y el pago de las cuotas vencidas y futuras del acuerdo suscrito el día 24 de junio de 2008, al paso que le reclamó por haber *“trasladado su bodega sin suministrar ningún tipo de aviso, al sector Llano Abastos, la cual no cuenta con conexión telefónica, lo cual evidencia una falta de comunicación de su parte para con la Compañía”* (fl. 48, cdno. 1).

Es preciso resaltar, en lo que atañe a este punto, que en la comunicación de noviembre 11 de 2008 Calsa, luego de solicitar el cumplimiento de las señaladas obligaciones, advirtió a la señora Poveda Cabezas que *“el incumplimiento reiterado de sus obligaciones tendrá como consecuencia la terminación de la relación comercial”* (fl. 55, cdno. 1).

**2.1.8.** De conformidad con las declaraciones efectuadas por Marcela Poveda Cabezas (fl. 120, cdno 1. Minuto 11:18) y Calsa en sus respectivos interrogatorios de parte (fl. 120, cdno.1 minuto 3:44), así como con el documento visible a folio 56 del cuaderno No. 1, debe tenerse por cierto que el 11 de diciembre de 2011 la sociedad demandada terminó oficialmente la relación comercial que la vinculaba con la accionante debido al incumplimiento reiterado en el pago de las obligaciones contenidas en el acuerdo suscrito el 24 de junio de 2008 y al decrecimiento de las ventas de productos de la marca “Fleischmann” en la zona de Villavicencio para el año 2008.

**2.1.9.** Según lo manifestado por los representantes de las sociedades demandadas en sus respectivos interrogatorios de parte (fl. 120, cdno. 1), desde el año 2006 Distriventas es el distribuidor de Calsa dedicado a atender parte del departamento de Cundinamarca y la ciudad de Bogotá para la venta de productos fabricados por aquella sociedad.

**2.1.10.** Para el mes de diciembre de 2008 Distriventas asumió la distribución de los productos de la marca “Fleischmann” en la zona de Villavicencio y algunos municipios de Cundinamarca (Granada, Acacias, Planadas, Chipaque, Ubaque, Soachí, Guayabetal, Mesetas, Cáqueza, San Martín y Guamal), que antes correspondía a la señora Poveda Cabezas, aspecto factico que admitieron las demandadas en sus respectivos actos de postulación y que se encuentra corroborado con las declaraciones testimoniales de Marco Muñoz (fl. 184, cdno. 1, minuto 123:48 ) y Diego Camargo (fl. 43, cdno. 3, minuto 12:08 ).

**2.1.11.** Se encuentra demostrado, con base en las declaraciones de Marco Muñoz (fl. 181 cdno. 1, minuto 12:48) y Diego Camargo (fl. 43, cdno. 3, minuto 38:06), que Distriventas, mediante una metodología denominada de barrido, consistente en la realización de visitas a distintas panaderías de diferentes sectores de la ciudad de Villavicencio, inició su actividad de distribución con la finalidad de establecer las rutas para la venta de los productos marca “Fleischmann” en dicha ciudad.

**2.1.12.** Los camiones utilizados por la demandante para la distribución de la marca “Fleischmann” en la zona de Villavicencio no se asemejan a los utilizados por Distriventas, en tanto que el color empleado en los vehículos de esta última es el azul, mientras que los que usaba la demandante eran de color blanco, circunstancia que se constató con la declaración testimonial de Diego Camargo (fl. 43, cdno. 3, minuto 40:45).

**2.1.13.** Acorde con lo manifestado por Diego Camargo (fl. 43, cdno. 3, minuto 27:10) y Marco Muñoz (fl. 181, cdno. 1, minuto 13:20), se encuentra acreditado que durante las visitas efectuadas por dicha Distriventas a las panaderías para la venta y distribución de los productos de la marca “Fleischmann”, los funcionarios de esa persona jurídica se presentaban como los nuevos distribuidores de esa marca en la zona de Villavicencio y presentaban la facturación correspondiente.

## **2.2. Tacha de sospecha:**

La parte demandante tachó de sospechoso el testimonio del señor Marco Muñoz, Representante de Ventas de Distribuidores de Calsa, con fundamento en *“la relación de dependencia existente entre el testigo y la sociedad Calsa de Colombia y la relación existente y reconocida por el testigo entre Distriventas y él, de quien es supervisor y respecto de la cual es un indicador importante dentro de su desempeño y adicionalmente por la memoria selectiva que ha sido mostrada por el testigo, incluso en mi opinión, por la renuencia que ha tenido en contestar de forma clara algunas de las preguntas”*.

Llegados a este punto de la providencia es pertinente destacar que el testimonio de Marco Muñoz, que -junto con otros elementos de juicio- sirvió de base para algunas de las conclusiones expuestas en el presente numeral, merece credibilidad, toda vez que dicho deponente presencié directamente los hechos sobre los cuales versó su declaración -específicamente los relacionados con el contrato de distribución entre Calsa de Colombia S.A., y Marcela Poveda y todos los hechos en torno a la terminación del vínculo contractual, así como la incidencia del factor precio y la fidelidad de los clientes respecto del mercado de insumos de panaderías, la relación de Calsa con sus distribuidores y la supervisión efectuada por Calsa, así mismo, su versión puede ser considerada responsiva, exacta y completa<sup>2</sup>, puesto que atendió cada uno de los interrogantes que le fueron formulados, relatando los hechos correspondientes de manera espontánea y cabal, señalando las razones por las cuales aquellas circunstancias fácticas llegaron a su conocimiento, sin que pueda perderse de vista -en razón de su fundamental importancia en cuanto a la valoración de la prueba testimonial se refiere- que su testimonio resultó

<sup>2</sup> Acorde con lo que ha precisado la jurisprudencia, la declaración testimonial es responsiva *“cuando cada contestación es relatada por su autor de manera espontánea suministrando la razón de la ciencia de lo dicho”*; es exacta *“cuando la respuesta es cabal y por lo tanto no deja lugar a incertidumbre”*, y es completa *“cuando la deposición no omite circunstancias que puedan ser influyentes en la apreciación de la Prueba”*. Cas. Civ. Sentencia de septiembre 7 de 1993, exp. 3475.

concordante con los demás elementos de juicio resaltados en apoyo de las conclusiones del declarante.

Por las razones recién expuestas, es evidente que no prosperará la tacha de sospecha formulada por la parte demandada, puesto que, además que sus declaraciones concuerdan con otras pruebas en relación con la distribución de los productos de Calsa de Colombia S.A., y de la gestión de Distriventas, no puede perderse de vista que, acorde con lo que ha dejado establecido la jurisprudencia, *"la mácula con que se mira a tal linaje de testigos [se refiere a los sospechosos] sólo se desvanecerá y, por qué no, desaparecerá, en la medida en que brinden un relato preciso, responsivo, exacto y cabal, esto es, en síntesis, razonado y particularizado en todo cuanto dieren noticia, y que, aún así, encuentren respaldo en otros elementos probativos, todo analizado, cual lo dice la norma en cuestión, 'de acuerdo con las circunstancias de cada caso'; será entonces cuando nada justifica que el juzgador continúe desconfiando de sus relatos, y les suministre el valor demostrativo que verdaderamente ostentan. Refluidrá así el estado habitual del hombre y su inclinación a creer en los demás, del cual había salido por razón de una sospecha que a la postre fue disipada"*<sup>3</sup>.

## **2.2. Ámbitos de aplicación de la Ley 256 de 1996:**

En el presente asunto el ámbito objetivo de aplicación de la citada Ley se encuentra acreditado, en tanto que la utilización de información privilegiada de un competidor respecto de clientes y rutas para la comercialización y distribución de ciertos productos, constituye una conducta idónea para incrementar la participación en el mercado de quien la ejecuta.

Respecto del ámbito subjetivo, basta indicar que, según se explicó, las partes de este proceso participan en el mercado de la fabricación y comercialización de productos alimenticios. Finalmente, el ámbito territorial también se encuentra superado, toda vez que las conductas denunciadas están llamadas a producir efectos en Villavicencio y algunos municipios del departamento de Cundinamarca, pues esa es la zona de comercialización de los productos en cuestión.

## **2.3. Legitimación:**

Partiendo de la participación en el mercado de la parte demandante (nums. 2.1.1. y 2.1.2.), es evidente que la comercialización de los productos de marca "Fleischmann" por parte de Distriventas aprovechando el posicionamiento que había conseguido la señora Poveda Cabezas y la información privilegiada relacionada con los clientes y las rutas que ella utilizaba, así como el empleo de vehículos similares y de empleados de la actora, es una conducta que puede afectar sus intereses económicos, pues la demandante podría verse obligada a Salir del mercado como consecuencia de la incursión de Distriventas en esas condiciones.

De otra parte, las demandadas están legitimadas para soportar la acción de competencia desleal de la referencia en tanto que está acreditado que Calsa dio por terminada la relación comercial de distribución de los productos "Fleischmann" que tenía con la señora Poveda Cabezas para, posteriormente, confiar esa gestión a Distriventas, persona jurídica que, además, contrató a Diego Camargo, un ex-empleado de la accionante.

<sup>3</sup> Cas. Civ. Sentencia de mayo 10 de 1994, exp. 3927.

#### 2.4. Problema jurídico:

El problema jurídico se centra en determinar si, dadas las particulares condiciones del caso, la terminación de una relación comercial de distribución para ser sustituida por otra del mismo tipo con el fin de que un nuevo comerciante asuma las labores del primer distribuidor, constituye los actos de competencia desleal alegados.

#### 2.5. Análisis de la deslealtad de los actos concurrenciales ejecutados por la demandada:

##### 2.5.1. Actos de confusión (art. 10, L. 256/96):

Al tenor del artículo 10° de la ley 256 de 1996<sup>4</sup>, el acto de confusión comprende todos aquellos comportamientos idóneos para provocar en el consumidor un error respecto de la identidad de la empresa de la que proceden los productos o servicios que se ofrecen en el mercado, incluyendo, tanto los casos en los que “*el consumidor, al adquirir un producto, piensa que está adquiriendo otro*” (confusión directa)<sup>5</sup>, 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)<sup>6</sup>.

Sobre la base de las anteriores premisas, es evidente que en este caso no se configuró el acto desleal en estudio. Ciertamente, en relación con la supuesta confusión derivada por los vehículos utilizados por Marcela Poveda Cabezas y la sociedad Distriventas para la distribución de los productos marca “Fleischmann”, lo primero que debe precisarse es que la demandante no concretó ni determinó los elementos que, en su concepto, resultaban similares y confundibles, limitándose a indicar que Distriventas utilizó camiones que se asemejaban a los del establecimiento “Insumo Pan del Llano”.

Adicionalmente, debe hacerse notar que la señora Poveda Cabezas no aportó elemento de prueba alguno que permitiera tener por demostrada las alegadas similitudes, debiéndose resaltar que, contrario a lo afirmado por la demandante, en este proceso se acreditó que mientras los vehículos de Distriventas eran de color azul, los empleados por la señora Poveda Cabezas eran de color blanco (num. 2.1.12.), sin que se hubiera demostrado que los camiones de Distriventas realizaban las visitas corresponsables en la misma ruta de la demandante con una hora de antelación respecto del horario acostumbrado.

El acto desleal de confusión tampoco puede tenerse por constituido por la vinculación de Diego Camargo a Distriventas en calidad de vendedor de los productos de la marca “Fleischmann” para la zona de Villavicencio. En efecto, como ya se anotó (num. 2.1.13) desde el primer recorrido efectuado por la referida persona jurídica demandada sus funcionarios, incluyendo a Diego Camargo, lejos de sugerir algún tipo de vinculación con la

4 Artículo 10° de la Ley 256 de 1996: “(...) se considera desleal toda conducta que tenga por objeto o como efecto crear confusión con al actividad, las prestaciones mercantiles o el establecimiento ajenos”.

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

6 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.



demandante, se presentaron como los nuevos representantes de la marca "Fleischmann" en esa zona, aportando para el caso las correspondientes facturas con la identificación de la empres correspondiente.

Es pertinente agregar que, en cualquier caso, resulta inverosímil que un nuevo competidor en el mercado de la comercialización de insumos para panadería hubiera tenido interés en generar la idea de que tenía algún tipo de vinculación con una empresa que, como la que desarrollaba la señora Poveda Cabezas (num. 2.1.5.), proyectaba una mala imagen al mercado, correspondiente a un servicio y una atención deficientes.

### **2.5.2. Actos de explotación de la reputación ajena (art. 15, L. 256/96):**

Acorde con la Ley 256 de 1996, el acto desleal en estudio se configura por "*el aprovechamiento en beneficio propio o ajeno, de las ventajas de la reputación industrial, comercial o profesional adquirida por otro en el mercado*". Así definida la conducta en cuestión, es claro que en este caso no se verificó, pues -según se explicó- la parte demandante no demostró, como le correspondía, que tuviera una reputación en el mercado. En efecto, la señora Poveda Cabezas no aportó elemento de prueba alguno que permitiera acreditar que goza de algún tipo de reconocimiento o reputación en el mercado; de hecho, los elementos probatorios recaudados apuntan a que el servicio de distribución ofrecido por la demandante era considerado como inadecuado por los clientes de los insumos para panadería. En esa medida, dada la inexistencia de una reputación en cabeza de la accionante, no puede afirmarse que su contraparte la hubiera aprovechado de alguna manera.

### **2.5.3. Actos de inducción a la ruptura contractual (art. 17, L. 256/96):**

En relación con el acto desleal de *inducción a la ruptura contractual* demandado, es necesario precisar que este únicamente se configura si el agente irrumpe en las relaciones contractuales de otros con el fin de procurar que clientes, proveedores o trabajadores de su competidor infrinjan los deberes contractuales que contrajeron con este, den por terminado regularmente dicho vínculo o también en el caso en que dicho agente aproveche una infracción contractual ajena, siempre que en estos dos últimos casos conozca las mencionadas circunstancias y "*tenga por objeto la expansión de un sector industrial o empresarial o vaya acompañada de circunstancias tales como el engaño, la intención de eliminar a un competidor del mercado u otros análogos*"<sup>7</sup>.

Partiendo de la anterior consideración de carácter teórico, es evidente que en este asunto no se configuró el referido acto desleal por la vinculación del señor Diego Camargo a Distriventas previo su retiro de la empresa desarrollada por la señora Poveda Cabezas. En efecto, según se explicó con antelación, las demandadas no irrumpieron en la relación laboral de la demandante con el mencionado señor cabezas, esto es, no lo indujeron a dar por terminado dicho vínculo contractual. Dicha consecuencia, que fue resultado de la iniciativa del mismo señor Diego Camargo, obedeció a los reiterados incumplimientos en el pago de las prestaciones sociales del empleado por parte de la demandante, debiéndose agregar que fue él quien contactó a funcionarios de Distriventas para ofrecer sus servicios como vendedor (nums. 2.1.3. y 2.1.4.).

---

<sup>7</sup> Superintendencia de Industria y Comercio. Sentencias No. 5 de noviembre 30 de 2005, No. 2 de febrero 26 de 2007 y No. 8 de julio 24 de 2007, entre otras.

**2.5.4. Actos de desorganización, desviación de la clientela y prohibición general (arts. 7º, 8º y 9º, L. 256/96):**

Para efectos de analizar las conductas mencionadas, es necesario precisar que, en sí misma, la decisión de un productor de determinados bienes, consistente en reemplazar al distribuidor que se encarga de la comercialización de los mismos por un competidor que, objetivamente, está en mejores condiciones de asumir esa labor, no puede ser considerada desleal, pues ese carácter únicamente podrá atribuírsele en los eventos en que la conducta en cuestión esté signada por elementos adicionales que puedan conferirle dicha connotación, esto es, por la realización de actos contrarios a los parámetros normativos contemplados en el artículo 7º de la Ley 256 de 1996 o constitutivos de cualquiera de las conductas desleales específicamente tipificadas en la citada Ley.

En esa medida, *“el hecho de que un productor asuma la distribución de sus productos no puede considerarse por sí mismo como el desvío de la clientela del intermediario en contravención a las costumbres mercantiles”*, entre otras cosas, porque *“el productor tiene originalmente pleno derecho de asumir la distribución de sus propios productos, pudiendo, si lo estima pertinente, limitar contractualmente dicho marco de acción, lo cual no implicará la variación en cuanto a la cobertura que otorgan las normas sobre competencia ni respecto de su entendimiento (...) [u]na interpretación contraria a lo expuesto, implicaría introducir una limitación a las actividades de los empresarios industriales, que se encontrarían con que una vez utilicen un intermediario para distribuir sus productos, quedaría para ellos precluida la posibilidad de reasumir la repartición de sus bienes propios”*<sup>8</sup>.

Sobre la base de lo anterior, es claro que la conducta de Calsa y Distriventas no puede ser considerada desleal, puesto que -acorde con lo se explicó antes- la terminación de la relación contractual entre aquella sociedad y la demandante respondió a motivos objetivos y razonables consistentes en el incumplimiento, por parte de esta, de las obligaciones propias de la relación comercial de distribución, esto es, el pago de los productos suministrados por el fabricante y la debida atención del mercado asignado, (num. 2.1.8.), terminación que, lejos de tener un carácter sorpresivo, fue anunciada con antelación por parte de Calsa (num. 2.1.7.) y que, dadas las condiciones de reiterado incumplimiento que estaba presentando Marcela Poveda Cabezas, debía ser considerada probable.

De otra parte, ninguna connotación desleal puede encontrarse en la actuación de Distriventas, que fue designada por Calsa también atendiendo criterios objetivos, como los resultados de su labor de distribución en otras zonas (num. 2.1.9.), debiéndose insistir en que la referida empresa unipersonal no empleó información de la señora Poveda Cabezas respecto de rutas, clientes, precios y estrategias de ventas, ni actuó de forma tal que pudiera dar lugar a confundirse con la empresa desarrollada por esta, sino que accedió al mercado utilizando de manera autónoma e independiente, usando técnicas propias e identificándose claramente como el nuevo distribuidor de productos “Fleischmann” (nums. 2.1.11. y 2.1.13.).

Ahora bien, si a todo lo anotado se adiciona que Marcela Poveda Cabezas no demostró, como era de su incumbencia (art. 177, C. de P. C.), que la conducta de Calsa y Distriventas hubiera quebrantado la organización interna de la empresa que desarrollaba, imposibilitándola para continuar con esa actividad mercantil mediante la comercialización

<sup>8</sup> Superintendencia de Industria y Comercio. Concepto No. 93393501.

de productos de otros fabricantes, teniendo siempre presente el contexto de la época de los hechos en el que la marca "Fleischmann", lejos de otorgar ventaja alguna, estaba mal posicionada respecto de la competencia, es claro que ninguna de las conductas desleales en estudio podría tenerse por configurada.

**2.6. Conclusión:**

De conformidad con todo lo expuesto, como la conducta de Calsa y Distriventas no excedió el ejercicio legítimo del derecho a la libre empresa, pues no estuvo adicionada por elemento alguno que pudiera atribuirle deslealtad a su decisión de organizar la distribución de los productos "Fleischmann" en la zona que anteriormente atendía la señora Poveda Cabezas, corresponde desestimar las pretensiones de la demanda.

**3. DECISIÓN**

En mérito de lo anterior, la Superintendencia de Industria y Comercio, en ejercicio de las facultades jurisdiccionales conferidas por la Ley 446 de 1998, administrando justicia en nombre de la República y por autoridad de la ley,

**RESUELVE:**

**PRIMERO: Desestimar** las pretensiones de Marcela Poveda Cabezas de conformidad con lo expuesto en la parte considerativa de esta providencia.

**SEGUNDO: Condenar** en costas a la parte demandante. Tásense.

**NOTIFÍQUESE**

El Superintendente Delegado para Asuntos Jurisdiccionales

**ADOLFO LEÓN VARELA SÁNCHEZ**

Sentencia para cuaderno 3

Doctor  
**Juan Daniel Melo Parra**  
C.C. 75.100.715  
T.P 153.221 del C.S. de la J.  
Apoderado **Parte Demandante**

Doctor  
**Alberto Acevedo Rebhein**  
C.C. 79.982.606  
T.P 126.508 del C.S. de la J.  
Apoderado **Parte Calsa de Colombia S.A.**

Doctora  
**Ximena Zuleta Londoño**  
C.C. 39.691.462  
T.P 51.725 del C.S. de la J.  
Apoderada **Parte Distriventas C.G.A E.U**