



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

RESOLUCIÓN NÚMERO 15585 DE 2004
(30 JUN. 2004)

04060765

Por la cual se resuelve una solicitud de medidas cautelares

EL SUPERINTENDENTE DE INDUSTRIA Y COMERCIO

en ejercicio de sus facultades legales, en especial las contenidas en el artículo 31 de la Ley 256 de 1996, y los artículos 143, 144, 147 y 148 de la Ley 446 de 1998

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que la sociedad Nestlé de Colombia S.A., a través de apoderado, mediante escrito radicado bajo el número 04060765 000000 del 28 de junio de 2004, solicitó a este Despacho el decreto y práctica de medidas cautelares previo proceso y sin oír a la parte contraria, las cuales se encuentran previstas en el inciso segundo del artículo 31 de la Ley 256 de 1996, en contra de la sociedad Quala S.A.

SEGUNDO: Que la solicitud de medidas cautelares presentada por Nestlé de Colombia S.A. tiene como pretensiones las siguientes:

"PRIMERA: Que se ordene a Quala abstenerse de usar en el mercado colombiano, para la comercialización de su producto TresCarnes, cualquier etiqueta o empaque que reproduzca aquellos utilizados por Nestlé para distinguir o promocionar su producto Tricarne. Esta medida cautelar tiene como propósito exclusivo evitar que Quala siga incurriendo en actos de confusión, engaño e imitación en contra de mi representada.

"SEGUNDA: Que se ordene a Quala abstenerse de divulgar o transmitir en los medios de comunicación la pieza publicitaria que ha sido objeto de análisis en la presente solicitud y que obra como anexo de la misma. Esta medida cautelar tiene como propósito exclusivo evitar que Quala siga incurriendo en actos de confusión, imitación, desviación y descrédito en contra de Nestlé."

TERCERO: Que la solicitud de medidas cautelares se sustenta en los siguientes hechos:

1. "Nestlé desarrolló un caldo saborizante que combina tres (3) de los sabores de mayor aceptación por el consumidor colombiano: gallina, res y cerdo, y fue la primera empresa en lanzar dicho producto al mercado colombiano."

2. Antes del lanzamiento del producto en mención, Nestlé de Colombia S.A. efectuó estudios de laboratorio, mercadeo y percepción del consumidor que le "permitieron concluir que este sería un producto de gran aceptación por parte del consumidor colombiano. Las

percepciones de los consumidores indagados en los referidos estudios, permitieron a la solicitante darle a su producto una categoría y una imagen distintivas."

3. El producto Tricarne fue lanzado al mercado en los primeros días de junio de 2004, "mediante la difusión de una campaña publicitaria diseñada para posicionar el producto a través de diversos canales de comunicación (televisión, radio, material POP). La campaña resalta las características del producto "como un cubo saborizante novedoso en el mercado que combina los sabores de la res, la gallina y el cerdo, como una respuesta a los requerimientos de las amas de casa colombianas."

4. La presentación del producto TriCarne es en cajas que contienen cubos de 11 gramos. "El diseño de dichas cajas consiste en la imagen de un plato de comida en el que es posible identificar, entre otros elementos menores, una costilla de res, un perril de gallina y un trozo de carne de cerdo. Sobre dicha imagen, en color blanco rebordeado en color naranja, en un tipo de letra característicos y enmarcada dentro de una franja ondeada ascendente de color café, se lee la expresión "caldo TriCarne", así como las palabras "Gallina", "Res" y "Cerdo", estas últimas enmarcadas dentro de un más pequeñas franja ondeada ascendente de color rojo. Sobre los anteriores elementos y siguiendo el patrón utilizado en los productos culinarios elaborados por Nestlé, aparece la marca registrada MAGGI® en color amarillo y sobre un globo rojo del cual emanan destellos de color amarillo brillante. Finalmente, aparecen también la expresión NUEVO en letras blancas y enmarcadas en un rectángulo de color azul, así como también, en la parte inferior derecha de la etiqueta y sobre un triángulo de color verde, la frase "TRIPLE SUSTANCIA MÁXIMO SABOR" escrita en letras blancas..."

5. La presentación del cubo de 11 gramos del producto TriCarne tiene la siguiente presentación: "en primer lugar el cubo usa por primera vez el color café como fondo y color predominante de papel metálico que envuelve el producto. Sobre el color predominante antes mencionado, aparece la marca MAGGI® escrita en letras amarillas sobre un globo de color rojo y del cual emanan destellos amarillos. Bajo la marca MAGGI®, dentro de un rectángulo ascendentes de color azul de bordes redondeados y en letras blancas se encuentra la palabra NUEVO, y en un tipo de letra característico se lee la expresión TriCarne. En forma independiente, escrita en un tipo de letra especial y en color naranja, se aprecia la expresión "Sustancia y sabor X3". La imagen del mencionado empaque, y las semejanzas existentes con el foie usado por Nestlé son evidentes..."

6. "El día viernes 25 de junio de 2004, Quála comenzó la difusión del comercial televisado correspondiente a un producto denominado "TresCarnes", cuya presentación reproduce en forma minuciosa la etiqueta del producto TriCarne de mi representada. Vale la pena destacar los siguientes elementos que, unidos, constituyen un evidente patrón de imitación: el diseño de las cajas de 8 cubos de 11 gramos presenta, al igual que el de Nestlé, la imagen de un plato de comida en que es posible identificar, entre otros elementos menores, carnes de gallina, res y cerdo. Sobre dicha imagen y utilizando una gama de colores idéntica a la utilizada por Nestlé aparece la expresión "Trisustancia" enmarcada dentro de una franja ascendente de color rojo. Si lo anterior fuere poco, también incluye, dentro de una franja ondeada ascendente de color café la expresión "caldo de TresCarnes" así como las palabras "Gallina", "Res" y "Cerdo", estas últimas también enmarcadas dentro de una más pequeña franja ascendente de color rojo. Sobre los anteriores elementos y

siguiendo el patrón utilizado por mi representada en materia de colores, esto es, una secuencia de colores naranja, amarillo y rojo supuestos, también aparece la expresión NUEVO."

7. En cuanto al comercial se señala como hecho, "su guión se articula alrededor de la utilización de opiniones de presuntas amas de casa, las cuales, lejos de relieves las características de un producto saborizante que al parecer contiene gallina, res y cerdo, presentan, con el apoyo de imágenes de evidente mal gusto y frases sueltas, afirmaciones alejadas de la objetividad y tradicionalmente asociadas a la carne de cerdo. Los siguientes elementos llaman especialmente la atención: (i) abundantes referencias nominales a las expresiones "cerdo", "cerdito", "marranito", "chanchito", "grasa" y "grasita"; (ii) abundantes referencias visuales a productos con carne de marrano, percibidos por el consumidor como contentivos de altos niveles de grasa y colesterol, sin que dichos alimentos tengan relación alguna con el caldo saborizante objeto de publicidad; (iii) la presentación de imágenes y la referencia directa a platos culinarios para cuya preparación, el consumidor no asocia, ni ha asociado nunca el uso de caldos saborizantes (tales como la fritanga y la lechona); (iv) la evidente suciedad del animal que representa la sustancia del cerdo cuyo hocico resulta a todas luces repugnante a la vista; (v) la ausencia manifiesta a expresión alguna referida a fuentes de sabor diferentes del cerdo, como si no se tratase de un producto que al parecer contiene, además, sabor a gallina y sabor a res; (vi) la utilización de la expresión "Máximo", que está siendo usada por Nestlé en el material POP que sirve para promocionar su producto TriCarne en puntos de venta; y, finalmente, (vii) la aparentemente inusual utilización de modelos con evidentes signos de sobrepeso."

CUARTO: Que Nestlé de Colombia S.A. en la solicitud de medidas cautelares considera que la conducta que le atribuye a Quala S.A., constituye incursión en los actos de competencia desleal contenidos en los artículos 7, 8, 10, 11, 12 y 14 de la Ley 256 de 1996.

QUINTO: Que para resolver las medidas cautelares solicitadas por la sociedad Nestlé de Colombia S.A., se tienen en cuenta los siguientes fundamentos:

5.1. Comprobación de la realización de los actos demandados por parte de Quala S.A.

El artículo 31 de la Ley 256 de 1996 dispone, que "***[c]omprobada la realización de un acto de competencia desleal, o la inminencia de la misma, el Juez, a instancia de persona legitimada y bajo responsabilidad de la misma, podrá ordenar la cesación provisional del mismo y decretar las demás medidas cautelares que resulten pertinentes***" (subrayado fuera de texto).

Dos presupuestos básicos para que sea procedente la orden de cesación provisional de un acto que se demanda como de competencia desleal, y, en general, para que el decreto de medidas cautelares sea procedente, consiste en que se encuentre comprobada la realización de un acto de competencia desleal y que la petición provenga de una persona legitimada para presentar tal solicitud.

En cuanto al primero de los requisitos arriba citados –que se encuentre comprobada la realización de un acto de competencia desleal-, resulta indispensable que la conducta demandada corresponda a un acto de competencia y que ese acto de competencia, pueda ser calificado como desleal. Así las cosas, para que un acto pueda ser calificado como de competencia, es necesario que el mismo cumpla con los elementos descritos en los artículos 2, 3 y 4 de la Ley 256 de 1996, por lo cual en el proceso deben encontrarse establecidos los ámbitos objetivo, subjetivo y territorial del supuesto acto de competencia desleal.

En cuanto al ámbito subjetivo de aplicación, el artículo tercero dispone que la ley de competencia desleal *“se le aplicará tanto a los comerciantes como a cualesquiera otros participantes en el mercado”* y que ***“[l]a aplicación de la Ley no podrá supeditarse a la existencia de una relación de competencia entre el sujeto activo y el sujeto pasivo en el acto de competencia desleal.”***

Como consecuencia de lo anterior, uno de los aspectos relevantes de la norma arriba citada y, por lo tanto, del acto de competencia, consiste en que en la conducta de competencia desleal están envueltos dos sujetos: uno activo, que es quien realiza el acto de competencia desleal; y uno pasivo, que es quien se ve afectado o quien puede ser afectado por el acto de competencia desleal. Esta determinación de los sujetos activo y pasivo en el acto de competencia desleal, resulta relevante para determinar quienes están legitimados para ser parte en eventuales trámites judiciales, pues dado que la característica fundamental de los procesos es la de ser asuntos contenciosos, en ellos deberá existir un sujeto activo y uno pasivo en la relación procesal. En este orden de ideas, el sujeto pasivo en el acto de competencia desleal, será la parte actora en el proceso, quien deberá estar legitimado por activa, mientras que el sujeto pasivo del proceso, será quien realizó el acto que se demanda, o lo que es lo mismo, el sujeto activo del acto de competencia desleal.

Así las cosas, al ser la solicitud de medidas cautelares un trámite que, si bien puede ser previo a la existencia de un proceso judicial, envuelve una orden preventiva en contra de quien supuestamente ha realizado un acto de competencia desleal (sujeto activo del acto y pasivo de la solicitud de cautelares), **resulta indispensable que en el expediente se encuentre establecida la realización del acto que se cuestiona por parte de la persona frente a quien pretende el solicitante que se dicte la medida cautelar**, pues de lo contrario, no estará comprobada la realización de un acto de competencia desleal por parte de quien se acusa de ello. Lo anterior concuerda con el artículo 31 de la Ley 256 de 1996, pues dicha norma establece como una de sus exigencias básicas, que se encuentre *“[c]omprobada la realización de un acto de competencia desleal, o la inminencia de la misma.”*

En la presente solicitud de medidas cautelares, la sociedad Nestlé de Colombia S.A. solicita a la Superintendencia de Industria y Comercio que adopte unas medidas cautelares en contra de la sociedad Quala S.A., pues según el actor, dicha compañía habría difundido a través de la televisión colombiana, un comercial con el que estaría afectando deslealmente los intereses económicos de Nestlé de Colombia S.A., al incurrir, supuestamente, en actos contrarios a la prohibición general contenida en el artículo 7° de

la Ley 256 de 1996, actos de confusión, actos de engaño, actos de imitación, actos de desviación de la clientela y actos de descrédito.

Si bien la sociedad Nestlé de Colombia S.A. alega a lo largo de toda su solicitud de medidas cautelares, que la sociedad Quala S.A. difundió el comercial de televisión que constituye el objeto del presente proceso, **no se aporta al expediente ninguna prueba que permita concluir a este Despacho, que efectivamente Quala S.A. es el responsable del comercial cuestionado, o que fue quién ordenó la pauta del mencionado comercial.**

En efecto, analizando el comercial aportado, el producto anunciado aparece identificado con la denominación ("*TresCarnes*"), pero en parte alguna del mismo, se hace referencia a que dicho producto sea fabricado o comercializado por la sociedad Quala S.A.. Esta situación no es extraña a la actividad publicitaria, ni tampoco genera deslealtad, pues es habitual que en las piezas publicitarias se resalte la marca de un producto y no su fabricante¹. Igual sucede con las demás pruebas aportadas a la solicitud, pues en ninguna de ellas se aportan elementos "*suficiente[s], vale decir, apt[os] para llevar un buen grado de certeza al juzgador*"² a comprobar que Quala S.A. fue quien realizó los supuestos actos de competencia desleal por los que se le acusa. Así, si bien Nestlé de Colombia S.A. prueba en el expediente que dicha compañía difundió unos comerciales para su producto "*TriCarne*", no sucede lo mismo frente al producto competidor ("*TresCarnes*"), pues en parte alguna aparece una certificación similar a la que se aporta como anexo 4 para demostrar la pauta del producto de Nestlé de Colombia S.A., ni ningún documento que de cuenta de la responsabilidad de Quala S.A. sobre el comercial difundido, toda vez que el *story board* que se aporta, en el cual aparece atribuido el comercial objeto del proceso a Quala S.A., no aparece firmado, ni da a conocer la fuente con base en la cual se establece la autoría del comercial.

Por lo anterior, dado que a esta altura del proceso no existen pruebas en el expediente que demuestren que la sociedad Quala S.A. realizó los actos por los que se le acusa, el Despacho procederá a negar las medidas cautelares solicitadas, pues como se dijo, no se encuentra comprobada la realización de un acto de competencia desleal por parte de la sociedad Quala S.A.

5.2. Algunas consideraciones adicionales.

Sin perjuicio de lo expuesto en el punto anterior, el Despacho presenta algunas consideraciones generales, entorno a los hechos objetos de cuestionamiento por parte de la actora.

¹ Ejemplo de lo anterior son la mayoría de comerciales que se transmiten en Colombia, al igual que los comerciales de "*TriCarne*" aportados por el solicitante de las cautelares al proceso, pues en dichas piezas publicitarias aparece la marca del producto y en ninguna parte de ellas se hace referencia a Nestlé de Colombia S.A.

² Tribunal Superior del Distrito Judicial de Bogotá - Sala Civil, sentencia de noviembre 4 de 2003

5.2.1. Prohibición general.

Afirma la parte actora, que el actuar del anunciante del comercial objeto del presente proceso, es contrario a las sanas costumbres mercantiles, al principio de la buena fe comercial y a los usos honestos en materia industrial y comercial, pues según el solicitante de las cautelas, *"nadie que pretenda seriamente lanzar un producto alimenticio suyo al mercado estructuraría una campaña comercial orientada a denigrar de las características de dicho producto"*, mediante la difusión de imágenes que el actor considera desagradables. Igualmente afirma el actor, que el producto anunciado (TresCarnes) no existe en el mercado y que el fin del comercial no es el de posicionar un producto, sino el de *"propiciar un golpe de gracia a una categoría nueva en Colombia, cuya creación y desarrollo han sido cuidadosamente planeadas y ejecutadas por Nestlé"*.

En relación con las anteriores afirmaciones, de acuerdo con el material probatorio aportado por la solicitante, no existen elementos que permitan concluir al Despacho, que las imágenes difundidas en el comercial sean consideradas por el consumidor objetivo del producto como desagradables, o que denigren de las características del mismo, por lo cual dicha afirmación resulta ser una apreciación subjetiva del actor, que no puede ser tomada como fundamento para la adopción de una decisión jurisdiccional. Es de anotar que las iniciativas empresariales y las estrategias publicitarias que implemente un anunciante, se basan generalmente en los elementos que el propio anunciante considera que son aptos para incentivar y promover la adquisición de su producto en el mercado, de tal forma que si el propio anunciante considera que ciertas características del producto son atractivas para un consumidor determinado, o que el empleo de la imagen de un animal específico (cerdo) va a transmitir al consumidor al que se dirige el comercial un mensaje que resulte adecuado a su producto, dicho anunciante será libre de hacerlo, siempre y cuando esa libertad de empresa, de competencia y de iniciativa privada, no constituya actos de competencia desleal, no viole derechos de terceros y no infrinja las normas sobre protección al consumidor. En consecuencia, si bien unas imágenes o un mensaje pueden resultar desagradables a los ojos de una persona, en este caso del actor, el buen o mal gusto empleado en un comercial no hacen que el mismo sea por sí sólo desleal, pues independientemente del éxito comercial que el mismo tenga, la supuesta deslealtad de la pieza se deriva de que ésta viole la prohibición general, lo cual se determina con base en las causales establecidas en dicha norma, aspecto sobre el cual no hay prueba en el proceso, y no con base en aspectos estéticos de los cuales no existe evidencia de la forma en que son percibidos por el consumidor.

Finalmente, en el expediente no hay prueba de que el objetivo del anunciante haya sido el de afectar negativamente una categoría de productos, pues por el contrario, si se observa el comercial, lo que el mismo aparenta, que por lo demás es la única prueba que se acompañó a las cautelas, es la difusión de un anuncio en el que se resaltan unos atributos del producto y se incentiva su adquisición con base en dichos atributos.

5.2.2. Confusión

Afirma la parte actora, que en el comercial de televisión objeto del proceso, *"el origen empresarial del producto no se presenta en forma clara, lo que, aunado a la reproducción*

servil de los elementos propios del producto TriCarne de Nestlé, induce al consumidor a pensar que el producto promocionado pertenece a [Nestlé]", el cual, según la actora "es el único producto de esta categoría que está actualmente a disposición del consumidor colombiano".

Como se dijo anteriormente, el hecho de que en el comercial no se indique el origen empresarial del producto, no es un hecho que resulte reprochable, pues en su gran mayoría la publicidad resalta la marca del producto y no al fabricante. Ejemplo de lo anterior, son los comerciales de TriCarne aportados por la actora al proceso. Igual sucede con el hecho de que el producto anunciado no se encuentre en el mercado, pues también es habitual que los anunciantes hagan publicidad de sus productos antes de que estos aparezcan efectivamente en el comercio, lo cual se justifica en la intención del productor de crear una expectativa hacia el producto y de dar a conocer el mismo y su marca.

En cuanto al punto de confusión propiamente dicho, si bien el empaque que se presenta en el comercial coincide en algunos aspectos con el de la actora, el Despacho observa que en la categoría de caldos saborizantes, es común que en los empaques aparezcan platos de comida preparada, que la marca del producto se ubique en la parte superior del empaque y que en éste predomine un color (amarillo para caldo de gallina y rojo para res). Si a lo anterior se agrega que el comercial cuestionado resalta como elemento de identificación la expresión TresCarnes, que ésta es una expresión que ilustra las características del producto y que no obran pruebas que demuestren que el empaque o el comercial tenga por objeto o por efecto generar confusión, se llega a la conclusión de que, con el acervo probatorio aportado con la solicitud de cautelas, no se encuentra comprobada la realización de los actos de confusión alegados.

5.2.3. Engaño.

El actor alega que el comercial cuestionado induce a engaño al consumidor, como consecuencia de una asociación que se estaría presentando entre el producto anunciado y el de Nestlé de Colombia S.A. Igualmente y como consecuencia de lo anterior, la pretendida confusión entre los productos haría que el consumidor atribuyera al producto de Nestlé, propiedades negativas que éste no tiene.

Dado que el Despacho considera que, de acuerdo con las pruebas que acompañan a la solicitud, no está probada la pretendida confusión entre los dos productos, la hipótesis del engaño que se presentaría bajo el argumento de que el consumidor atribuiría al producto del actor características que éste no tiene, no se presenta, pues como se dijo, no está probada la confusión y tampoco está probado que el producto anunciado no tenga o no llegue a tener las características que se anuncian.

Por otra parte, el supuesto de engaño contenido en la Ley 256 de 1996, no hace referencia a confusión entre productos (mezcla de identidades), sino a la creación en la mente del consumidor de una imagen distorsionada de la realidad, por lo cual el engaño se produce cuando se difunde información de un producto que no coincide con la realidad del mismo y el consumidor la toma como verdadera y real. Dado que, conforme al material probatorio

aportado con la solicitud, no existe prueba que evidencie que las características del producto anunciado no coinciden o no vayan a coincidir con la realidad, no es posible determinar que el comercial en cuestión resulte engañoso.

5.2.4. Actos de imitación.

Alega la actora que el sujeto pasivo de la solicitud de cautelas ha incurrido en actos de imitación, al haber lanzado en "los medios un comercial televisivo referente a un producto de características visuales idénticas a aquel inicialmente presentado al mercado por [Nestlé]", imitando, según el actor, aquella presentación que él utiliza para identificar su producto y utilizando la palabra "MáSSSimo" que la actora emplea en su material POP. Igualmente alega la actora, que el sujeto pasivo busca con su actuar, impedir u obstaculizar la afirmación del producto "TriCarne" en el mercado, todo lo cual, según el actor, resulta contrario al artículo 14 de la Ley 256 de 1996.

Frente a los cuestionamientos arriba planteados, el Despacho reitera lo dicho en el sentido de que no existe prueba en el expediente que demuestre que el comercial objeto de este trámite, es de responsabilidad de Quala S.A., o que dicha sociedad ordenó su pauta, lo cual conlleva a que no se encuentre probada la realización por parte de Quala S.A. de los actos que se le atribuyen.

Sin perjuicio de lo anterior, de todas formas no se aprecia, de acuerdo con las pruebas que acompañan a la solicitud, que se haya infringido el artículo 14 de la ley 256 de 1996, pues el inciso primero de la norma citada determina que "la imitación de prestaciones mercantiles e iniciativas empresariales ajenas es libre, salvo que estén amparadas por la ley", y en este caso concreto no existe prueba de un amparo legal que las proteja, no se aprecia que se presente una imitación exacta y minuciosa que genere confusión o comporte un aprovechamiento de la reputación ajena, ni tampoco existe evidencia de que se trate de una imitación sistemática encaminada a impedir u obstaculizar la afirmación de la parte actora en el mercado.

5.2.5. Descrédito.

En este punto los argumentos de la parte actora para considerar que existe descrédito, parten nuevamente de la supuesta confusión que generaría el comercial cuestionado, para concluir que la presentación que se hace del producto es realizada "con un mal gusto capaz de ganarse el rechazo de los consumidores, lo cual tiene como efecto desacreditar a [Nestlé]".

Como ya se ha manifestado en esta decisión, a juicio del Despacho, de conformidad con el acervo probatorio adjuntado por la solicitante, no existe prueba alguna de confusión, por lo cual tampoco existe evidencia que el consumidor atribuya las características del producto que se anuncia, al producto de la actora. Adicionalmente, y como también se ha dicho, la calificación de mal gusto que expresa la actora, corresponde a una valoración subjetiva que la propia actora hace del comercial, por lo cual la misma no puede constituir una

fuente de decisión para la solicitud presentada. En consecuencia, no existiendo prueba alguna que demuestre que el comercial cuestionado le resta crédito al producto de la actora frente a los consumidores, el Despacho considera que no se encuentra comprobado el descrédito alegado.

5.2.6. Desviación de la clientela.

Alega la actora que la sociedad Quala S.A. busca con el comercial cuestionado: i) generar una abstención de compra; o ii) desviar la clientela hacia el producto Ricostilla.

Nuevamente, no existe prueba en el expediente que demuestre que la sociedad Quala S.A. es responsable del comercial de la referencia. No obstante lo anterior y sin perjuicio de lo dicho, tampoco se aprecia en el expediente prueba alguna que demuestre que el comercial mencionado, no busca incentivar la recordación o el consumo del producto anunciado, o crear una expectativa favorable a éste para cuando aparezca en el mercado. Adicionalmente, se reitera lo ya expresado, en el sentido de que los anunciantes son libres de promover sus bienes, resaltando los atributos que consideren que interesan a los consumidores objetivos del producto, estrategia que podrá ser exitosa o desacertada comercialmente, pero que a menos de que existan elementos que comprueben que la misma atenta contra los derechos de los competidores, de los consumidores o del mercado, los cuales en este caso no están demostrados, se enmarca dentro de la libertad de empresa que permite a los participantes en el mercado, hacer uso de sus recursos y medios en la forma que ellos consideren que mejor favorece sus intereses comerciales.

En mérito de lo expuesto, esta Superintendencia

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: Reconocer personería al doctor Martín Carrizosa Calle, identificado con cédula de ciudadanía número 79.281.089 y portador de la tarjeta profesional número 43.229 del Consejo Superior de la Judicatura, para actuar como apoderado de la sociedad Nestlé de Colombia S.A., en los términos y para los efectos del poder conferido.

ARTÍCULO SEGUNDO Denegar la solicitud de medidas cautelares presentada por la sociedad Nestlé de Colombia S.A. en contra de la sociedad Quala S.A. mediante escrito radicado 04060765, por las razones expresadas en la parte motiva de la presente providencia.

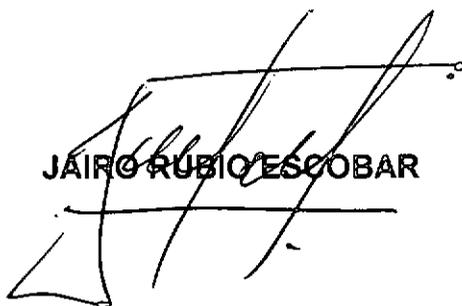
ARTÍCULO TERCERO: Notifíquese la presente decisión personalmente o, en su defecto, por edicto, al doctor Martín Carrizosa Calle, apoderado de Nestlé de Colombia S.A.,

entregándole copia de la misma e informándole que contra la presente procede el recurso de reposición, dentro de los cinco (5) días siguientes a su notificación.

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá, D.C., a los **30 JUN. 2004**

El Superintendente de Industria y Comercio,


JAIRO RUBIO ESCOBAR

Notificación

Doctor
MARTÍN CARRIZOSA CALLE
C.C.
T.P. No. 43.229 del C.S. de la J.
Apoderado
Nestlé de Colombia S.A.
NIT. 860002130 - 9
Carrera 9 No. 74 – 08 oficina 305
Ciudad

JJK/JCA/WBD