

5635



MINISTERIO DE DESARROLLO ECONÓMICO  
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

RESOLUCIÓN NÚMERO **24432** DE 2002  
( **30 JUL. 2002** )

"Por la cual se resuelve un investigación por competencia desleal"

**LA SUPERINTENDENTE DE INDUSTRIA Y COMERCIO**  
En uso de sus atribuciones legales y,

**CONSIDERANDO**

**PRIMERO.** Como resultado de una averiguación preliminar adelantada en las condiciones indicadas en el número 1 del artículo 11 del decreto 2153 de 1992 mediante resolución 8717 del 23 de marzo de 2001, la Superintendente Delegada para la Promoción de la Competencia, debidamente facultada para ello, abrió una investigación por competencia desleal contra la sociedad Intermemory Ltda. por la presunta comisión del actos de desviación de la clientela, actos de engaño y actos de descrédito.

**SEGUNDO.** En aplicación del debido proceso contemplado para este tipo de actuaciones se notificó la apertura de la investigación y se corrió traslado al investigado para que aportara y solicitara pruebas. La parte denunciante y la parte denunciada solicitaron la práctica de pruebas, siendo decretadas por la Superintendencia Delegada para la Promoción de la Competencia mediante acto administrativo del 3 de septiembre de 2001; una vez culminada la etapa probatoria, elaboró el informe motivado que contiene el resultado de la investigación.

**TERCERO.** Tal como se ordena en el artículo 52 del decreto 2153 de 1992 mediante oficio enviado el 28 de febrero de 2002 fue trasladado el informe motivado de la investigación para que las partes manifestaran sus opiniones, que fueron las siguientes:

**1 Parte denunciante**

"En atención a su oficio 1016 del 22 de marzo de 2002, por medio del cual efectúa traslado del **informe** sobre el asunto de la referencia, comedidamente y dentro del término legal establecido, me permito a continuación presentar ante su despacho las siguientes observaciones al escrito antes citado:

**"1) Artículo 11 de la ley 256 de 1996:**

"Respetuosamente, considero que el análisis realizado no responde a un estudio profundo y concienzudo de la norma en cuestión, ya que el acervo probatorio presentado en su debido momento, así como los interrogatorios y testimonios recogidos durante la investigación si prueban que la compañía Intermemory Ltda. pretendió y logró inducir al público (Clientes de Memory Card hoy Dataram Colombia Ltda.) a error, mediante la omisión de información que era relevante para el caso presente.

"Por la cual se resuelve una investigación por competencia desleal"

"En primer lugar, debe advertirse que el mensaje electrónico fue enviado a los clientes de la compañía que yo represento, lo cual demuestra la mala intención de Intermemory Ltda., de lograr captar con artimañas a estas empresas, generando en ellos desconfianza hacia Memory Card hoy Dataram, al advertirles " *es bueno saber con quien contamos como socios de negocios*: ¿Acaso estas empresas tenían relaciones comerciales con Memory Card Technology A/S Dinamarca?, o más bien, ¿resulta lógico pensar que mediante dicho correo electrónico Intermemory Ltda., deseaba inducir a error a quienes recibieron el mismo, omitiendo informar que dicha cesación de pagos solo operaba a la compañía Memory Card Technology A/S Dinamarca?

"Ahora Bien, el hecho que Intermemory Ltda., hubiese invitado a visitar la página [www.memor-card-technolo.com](http://www.memor-card-technolo.com), no quiere decir que estén entregando toda la información necesaria y que no estén ocultando información relevante, ya que así como tuvieron toda la intención de informar en idioma castellano que no había buenas noticias sobre este fabricante, debieron comunicar en el mismo idioma que la operación de Memory Card Technology Colombia Ltda., no estaba afectada, porque la situación solo aplicaba a Dinamarca.

"Resulta sorprendente que la Superintendencia de Industria y Comercio no analice el tipo de dominio de internet que Intermemory Ltda., invita a visitar a los clientes de Memory Card, hoy Dataram Colombia Ltda., ya que dicha página se encuentra en inglés y no en nuestro idioma oficial, tal como lo prescribe el artículo 10 de la Constitución Nacional de Colombia. Si el mensaje en inglés, relacionado con que la cesación de pagos solo aplica a Dinamarca es tan "claro" como lo advierte la Superintendencia de Industria y Comercio, no encontramos razón por la cual varios destinatarios del correo electrónico solicitaron a Memory Card Technology Ltda., explicación respecto a su estado financiero, suspendiendo varios negocios y poniendo un manto de duda sobre la solvencia de la compañía que yo represento. Posiblemente si la página estuviera en idioma japonés, árabe o alemán, sería igual de "claro" para que los destinatarios hubieran quedado satisfechos con la información brindada y no dudaran de la situación de mi cliente, como efectivamente lo hicieron. Es necesario tener en cuenta que los resultados de una investigación deben basarse en los hechos que puedan comprobarse, y en el presente caso no puede entenderse cómo la Superintendencia de Industria y Comercio da por hecho que los destinatarios al acceder a la página si podían entender lo que en idioma inglés se mencionaba, cuando las pruebas que obran en el expediente demuestran que si hubo al menos un cliente de mi representada que pidió explicación sobre la situación financiera de Memory Card Technology Colombia Ltda., hoy Dataram.

"El punto que abordamos va más allá del tipo de idioma en que está escrito ese dominio de internet, el punto que queremos resaltar es que Intermemory Ltda., transmitió un mensaje que llamaba a engaños induciendo a error a varios de nuestros clientes, quienes, como ya lo hemos reiterado, se vieron abocados a pedir explicaciones a Memory Card Ltda., hoy Dataram. ¿Cómo puede deducirse esta conducta de mal intencionada por parte de Intermemory? . Solamente hay que contestar por qué enviaron este correo electrónico a clientes nuestros; por qué no tuvieron la misma diligencia en advertir en idioma castellano que la cesación solo era para Dinamarca, por qué advierten sobre la clase de socios que deben tenerse en los negocios, cuando ellos no eran clientes de la operación en Dinamarca; por qué, si ellos mismos conocían que Memory Card Technology NS Dinamarca era un fabricante, transmiten un mensaje de este tipo a nuestros clientes, con indicaciones o frases sugestivas relacionadas con el "cuidado" que debían tener con los socios en los negocios? .

"Jorge Jaeckel Kobacs<sup>1</sup>, refiriéndose al artículo 11 de la Ley 256, considera que *"se induce al público a error, cuando como fruto de una afirmación, se crea en la persona que recibe la información un concepto falso o incorrecto de la actividad, prestaciones mercantiles o del establecimiento ajeno"*. Tal como se había comentado anteriormente, el principal propósito de la investigación es establecer con las pruebas

<sup>1</sup> JAECKEL KOVACS, Jorge - Juridicas CEDEC II, Apuntes sobre Competencia Desleal, Pontificia Universidad Javeriana, Pág 61.

"Por la cual se resuelve una investigación por competencia desleal"

presentadas y recaudadas, tanto la intención de Intermemory Ltda., como los efectos que lograron con la información que brindaron a nuestros clientes. Así pues, es necesario establecer con las pruebas que obran en el expediente que evidentemente si hubo un perjuicio y que ese perjuicio fue obra de transmitir una información sesgada que generó graves dudas respecto a la capacidad financiera de mi cliente.

**"2) Artículo 12 de la Ley 256 de 1996:**

"Afirma la Superintendencia de Industria y Comercio que no hay aseveraciones ni incorrectas o falsas, porque Intermemory Ltda., "... *identifica la fuente de la información, invita a consultarla...*". Es bien curioso que se esgrima una razón de este tipo, más aún en las actuales circunstancias que se viven en el mundo de los negocios. Seguramente en Colombia mencionar la empresa Arthur Andersen es sinónimo de fraude y escándalo por el renombrado caso ENRON, pero lo que debe saberse es que las operaciones de Arthur Andersen en Colombia son INDEPENDIENTES a las operaciones de la misma compañía en los Estados Unidos, la cual si está involucrada en el caso en mención. A manera de ejemplo: Si un competidor de Arthur Andersen en Colombia, enviara un correo electrónico a los clientes de éste último advirtiéndoles sobre el "cuidado que hay que tener con los socios en los negocios", por los motivos antes citados (caso ENRON) e invita a leer su página en internet, no obstante QUE AMBAS OPERACIONES SON TOTALMENTE INDEPENDIENTES, cabría preguntarse ¿si no habría descrédito para Arthur Andersen Colombia, porque el competidor tuvo a bien pedir que se dirigieran a determinada página en internet? .

"Otro ejemplo que se puede dar si se acoge al criterio del informe es que sería normal que un ensamblador de vehículos en Colombia mandara el siguiente mensaje a todos los concesionarios del mercado de la siguiente manera :

**"Asunto: ES IMPORTANTE SABER QUIENES SON NUESTROS SOCIOS DE NEGOCIOS.**

**"Amigos me gustaría que visitaran la pagina de [www.memory-card-technology.com](http://www.memory-card-technology.com).**

**"No hay muy buenas noticias sobre este fabricante, recuerden un valor agregado de x es el buen posicionamiento y estabilidad en el mercado,**

"De nuevo cabría preguntarse ¿ si no habría descrédito para la operación colombiana de Hyundai Colombia, por que el competidor pide que se dirija a la pagina de internet de su fabricante? Obsérvese que es un caso similar donde un fabricante presenta un momento critico financiero en su Matriz.

"Resulta muy superficial este análisis, y es superficial porque el espíritu de la norma que se estudia va dirigido a proteger el buen nombre de la empresa que es atacada con aseveraciones que son totalmente sesgadas y que tienden a desacreditarla ante sus clientes actuales como potenciales, tal como ocurrió en el presente caso.

"Si la argumentación de la Superintendencia de Industria y Comercio correspondiera a una verdadera interpretación de la norma quienes desearan desacreditar a un competidor sin ninguna consecuencia legal lo lograrían diciendo la fuente de donde obtuvo la información, sin preocuparse siquiera por advertir si esos datos tienen o no relación directa con su competidor en Colombia. En el caso presente, no importa si lo consignado en la página de internet es o no cierto para Memory Card Technology A/S Dinamarca, lo que importa es si esa información enviada a los clientes aplicaba para Memory Card Technology Colombia Ltda., hoy Dataram, ya que si esto hubiese sido cierto ahí sí y con toda la razón, las buenas prácticas comerciales permitirían que se reprodujera dichos datos para que los clientes advirtieran de la situación mencionada y de manera libre y con información realmente veraz decidieran si continúan o no su relación comercial.

"Por la cual se resuelve una investigación por competencia desleal"

"De otra parte, la Superintendencia argumenta que cuando Intermemory Ltda. se refirió a un "Fabricante", se está probando que no hacía referencia a la operación en Colombia ya que *"...la sociedad denunciante no es fabricante..."* Nuevamente, insisto en la mala intención que inspiró a la compañía denunciada, ya que si era tan "obvio" que Memory Card Technology A/S Dinamarca era un fabricante como ellos muy bien lo sabían, ¿qué móvil los alentó para difundir esta información precisamente a nuestros clientes, quienes NO tenían por qué saber el objeto social de la operación de Dinamarca, entre otras razones porque no eran socios comerciales? .

"Por último, nadie ha negado que Memory Card Technology A/S Dinamarca estuviera en una situación de crisis, ni mucho menos que la frase *'No hay muy buenas noticias sobre este Fabricante'* fuera incorrecta. El punto que se debe analizar es la intención y el efecto perjudicial, que evidentemente se generó para la operación en Colombia, por haber remitido ese texto a los clientes de mí representada y con más veras si a dicho mensaje se le titula **"ES IMPORTANTE SABER QUIENES SON NUESTROS SOCIOS DE NEGOCIOS"**.

**"3) Artículo 8 de la Ley 256 de 1996:**

"La Superintendencia de Industria y Comercio concluye que la empresa Intermemory Ltda., no incurre en el acto de competencia desleal descrito en el artículo 8 de la Ley 256, porque no se presentó ni se demostró la existencia de una costumbre o de un uso industrial o comercial.

"No obstante lo anterior, las observaciones que se han esgrimido frente a las conclusiones preliminares de la investigación, comprueban fehacientemente que la intención de Intermemory Ltda., al enviar el correo electrónico a nuestros clientes era lograr captar su atención con frases sugestivas como *"Es bueno saber con quién contamos como socios de negocios"*. La insinuación no puede ser más clara.

"Ahora bien, es obvio que en el mercado no operan personas con sentimientos altruistas y que el objetivo que se persigue en el mismo es lograr que su producto o servicio sea elegido por encima del de sus competidores, pero esa forma de captar a los clientes sólo puede ser el resultado de demostrar al público las bondades del producto o servicio, pero nunca con aseveraciones o afirmaciones que descalifiquen o generen un manto de duda sobre su competidor.

"Es claro que en el presente caso, el principio de buena fe comercial con que deben participar los agentes en el mercado fue totalmente violado por Intermemory Ltda., ya que del análisis que se hace del mensaje enviado a nuestros clientes se puede concluir que no existía ningún tipo de relación comercial entre el fabricante Memory Card Technology A/S Dinamarca y aquellos/ y que la referencia al cuidado que debe tenerse sobre la clase de socios en los negocios, es una afirmación que busca perjudicar de manera directa a mi representada al crear una confusión entre la operación de Dinamarca y la operación en Colombia.

"Por último no se puede dejar pasar por alto que la valoración probatoria es muy limitada dentro del informe, ya que ignora puntos relevantes dentro de la investigación que se pudieron demostrar en la etapa probatoria, tal como lo señalaré a continuación:

"En el testimonio de Alba Lucia Agudelo Vargas, gerente comercial de Intermemory al momento de los hechos, se demuestra claramente que se buscaba al enviar el mensaje a la Base de Datos de sus clientes entre ellos los de Memory Card Technology Colombia Ltda., tal como lo indica en las preguntas Nos 3, 4, 5, 6. También en la pregunta No 12 la testigo con su afirmación da a entender que todo el canal de distribución de Memory Card Technology Colombia Ltda., fue contaminado con el mensaje, ya que se envió a los Distribuidores quienes les compraban a Mayoristas, estas últimos clientes de Memory Card Technology Colombia Ltda. En dicho testimonio se puede evidenciar claramente que la transmisión del mensaje fue una estrategia maquinada desde la Gerencia General de Intermemory (preguntas Nos 10 y 11) y que tenía como fin" **Se buscaba retomar todos los clientes que habíamos perdido, que se**

"Por la cual se resuelve una investigación por competencia desleal"

habían ido con **Memory Card...** **Il pregunta No 3**, con la anterior afirmación es inexplicable que en página 9 del informe se afirme " no es posible establecerla intención clara de Intermemory Ltda.", si la misma gerente comercial no lo estaba afirmando en su testimonio.

"En el proyecto realizado nunca se valoró probatoriamente el testimonio del señor **Orlando Gómez Camacho**, testigo que fue citado por el apoderado de la denunciada, persona que representa a la sociedad IMS persona jurídica a cargo de las relaciones públicas y asesorías en comunicaciones hacia medios de comunicación de Intermemory, este testigo a pesar de ser citado por la contra parte y de tener un contrato vigente con ellos, niega el haber participado en la conducta aquí investigada, es decir que no tenía conocimiento del mal y que no era parte de una de sus campañas publicitarias, tal como lo expresa en las preguntas nos 15 y 16. Por último en la pregunta No 14, el testigo citado por la parte denunciada reconoce que dicha practica no es normal en el mercado Colombiano del manejo de información, al decir que " **ningún Cliente en Colombia le ha pedido ese tipo información todavía** // cuando hace referencia a la pregunta No 13.

"Por todo lo anterior es claro que Intermemory, no se asesoró por la sociedad IMS, para difundir el mal a todos sus clientes, incluidos los de Memory Card Technology Colombia, también es claro que no es una practica normal tal como lo deja ver el señor Orlando Gómez preguntas 13 y 14, quien es según dentro del testimonio un conocedor del manejo de los medios de comunicación en el medio empresarial, lo cual deja claro al resolver la pregunta 8, 11 del testimonio.

"Hago un llamado respetuoso al despacho, ya que en el informe no se hace ninguna valoración al respecto, ni se pronuncia sobre la prueba, hago claridad que la prueba valorada fue pedida por la contraparte, sin darse cuenta que nos dejó una prueba pertinente, conducente y eficaz, para demostrar que la conducta aquí investigada no fue realizada por un profesional en el manejo de medios, ni que es una practica normal en el medio Colombiano.

"En cuanto al los testimonios de Liliana Inés León Sepúlveda, Iván Cepeda Cadena, Javier Moreno Daza, estos en ninguna parte fueron valorados dentro del informe, ya que a pesar de ser testigos de la contraparte todos unánimemente reconocieron ser socios de negocios de Mayoristas que recibieron el mensaje, tal como consta en los folios 12 al 16 del expediente, lo cual demuestra que dicho mensaje si fue enviado directamente a la clientela de la sociedad Colombiana.

"Liliana Sepúlveda en la pregunta 9 a firma que SED International es uno de sus Mayoristas y en los folios 12 al 19 del expediente está la prueba documental que dicho mayorista recibió el mal, ¿no se está probando que los clientes de Memory Card Colombia Ltda., estaban siendo bombardeados con tal información? Es decir todo el canal estaba contaminado.

"Ivan Cepeda reconoce tener actividades comerciales con **Memory Card Colombia Ltda.**, por medio de Macrocomputo, pregunta 4, 5 y en los folios 12 al 16 de expediente consta que dicho proveedor (mayorista) de PC Micros Ltda., empresa donde labora y es jefe de compras, recibió dicho mal, lo cual esta demostrando con claridad que los clientes afectados son los clientes de Memory Card Technology Colombia Ltda., y más que la sociedad danesa no tiene ningún vinculo con ninguna de las sociedades que recibieron el mensaje.

"Oscar Javier Moreno Daza en la pregunta 9 manifiesta quienes son sus mayoristas, Macrocomputo, Sed International, Hewlett Packard entre otros y en los folios 12 al 16 del expediente consta prueba documental que dichos mayorista recibieron el mensaje, lo cual nos está probando la intencionalidad de la sociedad Intermemory de confundir a los canales de distribución y clientes de Memory Card Technology Colombia Ltda.

"Por último hago claridad que estos últimos testimonios aquí valorados no fueron solicitados por nuestra parte, sino que fueron solicitados por la denunciada, por lo que aplicando los principios de la sana critica

"Por la cual se resuelve una investigación por competencia desleal"

en cuanto a la valoración probatoria estos son testimonios que no son sospechosos desde ningún punto de vista y por el contrario son testimonios espontáneos y de gran valor dentro de la investigación.

**"Conclusión:**

"Por todo lo anterior solicito respetuosamente al despacho que revalúe la recomendación de no sancionar a la sociedad denunciada, ya que el análisis contenido en el informe es muy superficial y requiere un estudio más minucioso por las implicaciones que puede tener el no sancionar la conducta que aquí nos ocupa".

**CUARTA.** Habiéndose evacuado adecuadamente cada etapa procesal, este Despacho procede a decidir el caso:

**1 Competencia y procedimiento**

**1.1 Competencia territorial**

En virtud de lo dispuesto en los artículos 143, 144 y 147 de la ley 446 de 1998, en concordancia con el numeral 1 del artículo 2 del decreto 2153 de 1992, la Superintendencia de Industria y Comercio será competente para conocer de los actos de competencia desleal en todo el territorio nacional. De lo acreditado en el expediente, tanto la sociedad investigada como las denunciantes desarrollan actividad comercial en el territorio nacional.

**1.2 Competencia funcional**

En el artículo 143 de la ley 446 de 1998 se dispone que la Superintendencia de Industria y Comercio tendrá respecto de las conductas constitutivas de competencia desleal las mismas atribuciones señaladas legalmente en relación con las disposiciones relativas a la promoción de la competencia y prácticas comerciales restrictivas, incluida la que tiene en el número 2 del artículo del decreto 2153 de 1992 sobre las sanciones contempladas en los números 15 y 16 del artículo 4 de decreto 2153 de 1992 por violación de las normas sobre prácticas comerciales restrictivas y promoción de la competencia.

Atendiendo lo previsto en el artículo 44 de la ley 446 de 1998, en las investigaciones por competencia desleal la Superintendencia de Industria y Comercio seguirá el procedimiento previsto para las infracciones al régimen de promoción de la competencia y prácticas comerciales restrictivas y podrá adoptar las medidas cautelares contempladas en las disposiciones legales vigentes.

Según lo contemplado en el artículo 147 de la precitada ley, concordante con el artículo 52 de la ley 510 de 1999, la decisión de la Superintendencia en materia de competencia tendrá el carácter de cosa juzgada y ésta o el juez competente conocerán a prevención de estos asuntos.

La denuncia que generó nuestra actividad se refiere a actos de competencia desleal que no han sido puestos a consideración de los jueces de la República; por ello, la decisión corresponde a esta Entidad.

**1.3 Tiempo de los hechos investigados**

Conforme con los términos de la denuncia y el material probatorio recaudado, el representante legal de la sociedad denunciante Memory Card Technology Colombia Ltda., en adelante, Dataram Colombia Ltda., manifestó, al presentar la denuncia el 28 de febrero de 2001, que a partir del 7 del mes de febrero del mismo año, la sociedad Intermemory Ltda. envió correos electrónicos a los clientes de la primera, con información errada y sesgada sobre su estabilidad financiera.

"Por la cual se resuelve una investigación por competencia desleal"

#### 1.4 Seguimiento del procedimiento previsto

A partir del análisis correspondiente a la averiguación preliminar adelantada por la Delegatura para la Promoción de la Competencia conforme lo establecido en el numeral 1 del artículo 11 y en el artículo 52 del decreto 2153 de 1992, en concordancia con la ley 446 de 1998, se concluyó que la sociedad Intermemory Ltda. pudo haber incurrido presuntamente en infracción a las normas de competencia desleal. Así, se expidió la resolución 8717 del 23 de marzo de 2001 por la cual se ordenó abrir la investigación, la cual fue notificada por edicto desfijado el 7 de mayo de 2001.

El 29 de mayo de 2001, dentro del término concedido en la resolución de apertura, el apoderado de la sociedad Intermemory Ltda., doctor José Gerardo Carreño Rodríguez, presentó escrito de descargos, radicado con el número 01015887.

A través de las comunicaciones radicadas con números 01015887-30000/30001 del 9 de octubre de 2001, esta Delegatura decretó las pruebas que fueron consideradas conducentes y pertinentes, en decisión no recurrida por las partes.

## 2 **Hechos comprobados**

De acuerdo con la valoración de las pruebas, tenemos los siguientes hechos comprobados que interesan a la investigación:

1- La sociedad Dataram Colombia Ltda., antes Memory Card Technology Colombia Ltda. fue constituida el 7 de mayo de 1999 mediante escritura pública 880 de la Notaría 40 de Bogotá y su objeto social es la realización de cualquier actividad directa o indirectamente relacionada con la informática y las telecomunicaciones, en el país y en el exterior<sup>2</sup>.

2- La sociedad Intermemory Ltda. fue constituida el 7 de mayo de 1996, por medio de escritura pública 1359 de la Notaría 59 de Bogotá y su objeto social es la venta, distribución, ensamble, importación, exportación, reparación de todo tipo de computadores y equipos afines, de parte y piezas electrónica en general<sup>3</sup>.

3- El 7 de febrero de 2001, la gerente comercial de Intermemory Ltda., Alba Lucía Agudelo Vargas, por medio de mensaje de datos, invitó a varias personas a visitar la página [www.memory-card-technology.com](http://www.memory-card-technology.com), utilizando el siguiente texto: "*Amigos me gustaría que visitaran esta página [www.memory-card-technology.com](http://www.memory-card-technology.com). No hay muy buenas noticias sobre este Fabricante, recuerden que un valor agregado de Intermemory es su buen posicionamiento y estabilidad en el mercado, Es bueno saber con quien contamos como socios de negocios*"<sup>4</sup>. Por otra parte, transmitió en el mismo mensaje el comunicado número 3/2001<sup>5</sup>.

4- El mensaje del 7 de febrero de 2001 se transmitió en cumplimiento de las funciones del área comercial de Intermemory Ltda., encargada de revisar las condiciones del mercado, con el objetivo de retomar los clientes perdidos a favor de Memory Card Technology<sup>6</sup>.

<sup>2</sup> CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ, registro mercantil, folio 354.

<sup>3</sup> CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ, registro mercantil, folio 71.

<sup>4</sup> Folios 27 a 25.

<sup>5</sup> Folios 27 a 25, traducción del comunicado No. 3/2001 a folio 169.

<sup>6</sup> INTERROGATORIO DE MARÍA MÉLIDA RODRÍGUEZ CORTÉS, folio 326:

- **Pregunta 4:** Explique por qué se transmitió el mensaje vía e-mail a los clientes en Colombia?

Respuesta: Básicamente el área comercial está encargada de estar revisando el mercado y las condiciones del mercado y así mismo dar la información a los clientes.

TESTIMONIO DE ALBA LUCÍA AGUDELO VARGAS, folio 331:

"Por la cual se resuelve una investigación por competencia desleal"

5- En el comunicado No. 3 dirigido "A la Bolsa de Valores y Prensa de Copenhagen" por Memory Card Technology A/S Dinamarca, transmitido por Alba Lucía Agudelo Vargas el 7 de febrero de 2001, está incluida la siguiente frase: "La suspensión de pagos se aplica solamente a la casa matriz Danesa".<sup>7</sup>

En cuanto a los testimonios de Iván Cepeda Cadena, Liliana Inés León Sepúlveda y Óscar Javier Moreno Daza, es preciso precisar que no se consideran útiles a las resultas de la investigación, toda vez que manifestaron desconocer o no tener presente la comunicación del 7 de febrero de 2001 y su relación con Intermemory Ltda. no es relevante en la determinación de la comisión de los actos de competencia desleal denunciados.<sup>8</sup>

### 3 Adecuación normativa

#### 3.1 Actos de engaño

##### 3.1.1 La norma:

Ley 256 de 1996, artículo 11: *"En concordancia con lo establecido por el punto 3 del numeral 3 del artículo 10 bis del Convenio de París<sup>9</sup>, aprobado mediante ley 178 de 1994, se considera desleal toda conducta que tenga por objeto o como efecto inducir al público a error sobre la actividad, las prestaciones mercantiles o el establecimiento ajeno.- Se presume desleal la utilización o difusión de indicaciones o aseveraciones incorrectas o falsas, la omisión de las verdaderas y cualquier otro tipo de práctica que, por las circunstancias en que tenga lugar, sea susceptible de inducir a error a las personas a las que se dirige o alcanza sobre la actividad, las prestaciones mercantiles o el establecimiento ajenos, así como sobre la naturaleza, el modo de fabricación, las características, la aptitud en el empleo o la cantidad de los productos"*.

##### 3.1.2 Concepto de engaño:

Engaño, es *"falta de verdad en lo que se dice, hace, cree, piensa o discurre. En consecuencia, engañar es dar a la mentira apariencias de verdad e inducir a otro a creer y a tener por cierto lo que no es, valiéndose de palabras o de obras aparentes y fingidas."*<sup>10</sup>

- **Pregunta 3:** Se buscaba retomar todos los clientes que habíamos perdido, que se habían ido con Memory Card, al no encontrar respuesta en las garantías que, pues ya presentaban un déficit financiero, lo cual nos daba la oportunidad de volver a tomar esos clientes.

- **Pregunta 10:** Sírvase Informarle al Despacho si usted recibió instrucciones de algún funcionario de Intermemory Ltda. para divulgar la información que obra a folios 25, 26 y 27 del expediente, de manera parcial o sesgada como figuraba en la página web.

Respuesta: El gerente general de Intermemory me pidió que diera la información tal y como estaba la página de Memory Card. Él mismo entregó la dirección donde se encontraban los artículos y me manifestó que era indispensable que todos los distribuidores se enteraran de las situación económica.

<sup>7</sup>Folios 168 y 25.

<sup>8</sup>Folios 332 a 334 y 337 a 339.

<sup>9</sup> CONVENIO DE PARÍS, artículo 10 bis: "1. Los países de la Unión están obligados a asegurar a los nacionales de los países de la Unión una protección eficaz contra la competencia desleal.

2. Constituye acto de competencia desleal todo acto de competencia contrario a los usos honestos en materia industrial o comercial.

3. En particular deberán prohibirse:

a. cualquier acto capaz de crear una confusión por cualquier medio que sea, respecto del establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor;

b. las aseveraciones falsas, en ejercicio del comercio, capaces de desacreditar el establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor;

c. las indicaciones o aseveraciones cuyo empleo, en el ejercicio del comercio, pudieren inducir al público a error sobre la naturaleza, el modo de fabricación, las características, la aptitud en el empleo o la cantidad de los productos."

<sup>10</sup>OSSORIO, Manuel "Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales", Editorial Heliasta, Argentina 1981, página 285.



“Por la cual se resuelve una investigación por competencia desleal”

Y ese engaño introducido en la actividad concurrencial puede darse mediante actos positivos o negativos. Se da la primera forma cuando lo que se pretende es lograr atraer la clientela brindando o publicando información o profiriendo indicaciones o aseveraciones incorrectas o falsas, acerca de sus competidores o sobre sí mismo o sus prestaciones. Y se incurre en la conducta omitiendo la información verdadera, que pueda ser relevante para el consumidor de manera tal que influya en la decisión de compra, viciada por el engaño.

Por lo tanto, para valorar la deslealtad de la conducta es necesario establecer la susceptibilidad de la misma para hacer incurrir al destinatario en error.<sup>11</sup>

### 3.1.3 Elementos fundamentales de la infracción

Para la adecuación normativa de la conducta es necesario establecer los elementos componentes de la norma y relacionarlos con los hechos comprobados.

#### a) La conducta debe revestir carácter concurrencial.

Este elemento concurrencial debe entenderse en dos sentidos: en primer lugar, la conducta debe estar dirigida a la captación de clientela, incluso de aquella que le “pertenece” a los competidores, la afirmación y fortalecimiento de su posición en el mercado o al debilitamiento de la de sus competidores; en segundo lugar, el acto debe ser apto para producir esos efectos deseados, dada la posición en la que se encuentren el agente y el eventual perjudicado, por lo es esencial que exista entre ellos una relación de competencia o rivalidad para la conquista de la clientela, para cuya determinación bastará con que los interesados tengan la condición de oferentes de bienes y servicios de cualquier clase en el mercado, agudizándose tal condición cuando se enfrentan sectores análogos o de la misma naturaleza.

En nuestro caso tenemos que se enfrentan: como denunciante, la sociedad Dataram Colombia Ltda., antes Memory Card Technology Colombia Ltda., domiciliada en Bogotá, constituida el 7 de mayo de 1999 mediante escritura pública 880 de la Notaría 40 de Bogotá, cuyo objeto social es la realización de cualquier actividad directa o indirectamente relacionada con la informática y las telecomunicaciones, en el país y en el exterior. Como denunciada, la sociedad Intermemory Ltda., domiciliada en Bogotá, constituida el 7 de mayo de 1996, por medio de escritura pública 1359 de la Notaría 59 de Bogotá, cuyo objeto social es la venta, distribución, ensamble, importación, exportación, reparación de todo tipo de computadores y equipos afines, de parte y piezas electrónicas en general.

Tanto la sociedad denunciante como la denunciada, desarrollan su actividad comercial en la rama de la comercialización de equipos de informática y telecomunicaciones, pero comparten específicamente el mercado de las memorias para hardware. Tratándose de oferentes de bienes y servicios en el mercado, y considerando que además explotan el mismo sector de negocios, se concluye que entre Dataram Colombia Ltda. e Intermemory Ltda. existe una relación directa de competencia en la que pugnan por la clientela.

Es esencial tener claro que lo que se reprime por medio de las normas de competencia desleal no es el hecho de la concurrencia, pues esta, además de ser lícita y permisible, es esencial para la dinámica mercantil que también protege la ley. El carácter ilícito de la competencia está dado por los medios reprobables con que se ejerce. La doctrina establece la frontera entre concurrencia lícita e ilícita de la siguiente forma:

<sup>11</sup>GÓMEZ LEYVA, Delio “De las Restricciones, Del Abuso y de la Deslealtad en la Competencia Económica”, Cámara de Comercio de Bogotá, páginas 425.

"Por la cual se resuelve una investigación por competencia desleal"

*"De aquí se deriva una consecuencia de mayor interés, que es que en la competencia desleal no se sanciona con la ilicitud el haber causado a otro un perjuicio concurrencial; sino el haber causado ese perjuicio indebidamente. Como ya dijimos, la licitud del daño concurrencial es un postulado esencial del régimen de competencia. Siendo ello así, ya se comprende que por lo que es ilícita la competencia desleal no es estrictamente porque con ella se cause un daño a otro competidor, desviando hacia sí la clientela ajena, lo que es en definitiva la finalidad de toda actividad concurrencial. El ordenamiento jurídico considera que hacerlo así con medios honestos y honrados es lícito. La concurrencia causa siempre un perjuicio a los empresarios implicados en ella. Es una lucha en que se aspira a que triunfe el mejor, aquel que tiene el favor de los consumidores y, por tanto, el éxito de uno de los empresarios sólo puede conseguirse en detrimento y a costa de los demás, en cuanto que sus compradores dejan de ser compradores de los otros."<sup>12</sup>*

b) La conducta debe ser idónea para inducir a error sobre la actividad, las prestaciones mercantiles o el establecimiento ajeno

La actividad se refiere a la empresa<sup>13</sup>; las prestaciones mercantiles a los actos y operaciones de los participantes en el mercado, relacionados con la entrega de bienes y mercancías, la prestación de servicios o el cumplimiento de hechos positivos o negativos, susceptibles de apreciación pecuniaria que se constituyen en la actividad concreta y efectiva para el cumplimiento de un deber jurídico<sup>14</sup>; el establecimiento, al conjunto de bienes organizados por el empresario para realizar los fines de la empresa.<sup>15</sup>

Cada uno de estos tres bienes tutelados son sobre los cuales exige la norma que se cree el engaño, presentándose la tipificación completa cuando la conducta tenga el objeto o el efecto de crear engaño en uno de ellos o en todos. La conducta debe ser susceptible de inducir a error al consumidor

El error en el contexto específico de la competencia desleal no está definido en nuestra norma, por lo que se hace necesario entender la expresión en su sentido gramatical: "Concepto equivocado o juicio falso. Acción desacertada o equivocada. Cosa hecha erradamente"<sup>16</sup> o "Idea falsa o equivocada. Conducta reprobable"<sup>17</sup>.

La norma exige que mediante la conducta se induzca a error al público. Teniendo en cuenta el significado de error, la inducción que señala el mandato debe tener la magnitud de crear en el receptor un juicio falso o equivocado. Ahora bien, a criterio de esta Entidad, el resultado de la inducción es importante para investigar el asunto por efecto, pero el mismo resultado no es necesario para estudiar la tipificación de la conducta por objeto.

La sociedad Dataram Colombia Ltda. denunció que la información que Intermemory Ltda. ofreció por medio de mensaje de datos el 7 de febrero de 2001, ocultaba gran parte de lo que estaba sucediendo en la operación de Memory Card Technology A/S Dinamarca, verbigracia, el interés por varias empresas de adquirir la compañía danesa e, igualmente, el no hacer claridad sobre el hecho de que el estado de cesación de pagos solamente le era aplicable a la situación de Memory Card Technology A/S Dinamarca y no a Memory Card Technology Ltda., tal como lo informaba en la introducción del e-mail.

<sup>12</sup> BAYLOS CORROZA, Hermenegildo "Tratado de Derecho Industrial" Editorial Civitas, Madrid, 1978, página 311.

<sup>13</sup> CÓDIGO DE COMERCIO, "Artículo 25: Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio".

<sup>14</sup> LEY 256 DE 1996, Artículo 5.

<sup>15</sup> CÓDIGO DE COMERCIO, Artículo 515.

<sup>16</sup> REAL ACADEMIA ESPAÑOLA "Diccionario de la Lengua Española", Decimonovena Edición, 1970.

<sup>17</sup> DICCIONARIO LAROUSSE, Ediciones Larousse S.A., 1983.

"Por la cual se resuelve una investigación por competencia desleal"

De acuerdo con el acervo probatorio, no se ajusta a la realidad la descripción que hace el apoderado de la parte denunciante del origen fáctico del conflicto que se decide, pues en el mensaje no se observa ocultamiento de información. Veamos la frase introductoria del mensaje: *"Amigos me gustaría que visitaran esta página [www.memory-card-technology.com](http://www.memory-card-technology.com). No hay muy buenas noticias sobre este fabricante, recuerden que un a(sic) valor agregado de Intermemory es su buen posicionamiento y estabilidad en el mercado, es bueno saber con quien contamos como socios de negocios"*.

Igualmente consta que el gerente general de Intermemory Ltda. solicitó a la gerente comercial por esa época, señora Alba Lucía Agudelo Vargas, transmitir fielmente la información sobre Memory Card Technology, tal como aparece en la página web de dicha compañía<sup>18</sup>. Este hecho, se enriquece con el mensaje de invitación que se transmitió mediante el comunicado número 3/2001 del Memory Card Technology A/S en el que claramente se dice *"The suspension of payments applies only to the Danish parent Company"*, frase que, para efectos probatorios, fue traducida debidamente y consta en documento obrante a folio 168: *"La suspensión de pagos aplica solamente a la casa matriz Danesa"*.

Como se puede ver, de la manera como se quiere y presenta efectivamente la información, invitando a visitar un dominio de internet en el que puede el destinatario profundizar para tener una visión completa y pormenorizada de la situación sobre la cual se le advierte, no se puede concluir la omisión de información relevante.

Ahora, de acuerdo con la apreciación del apoderado de la sociedad denunciante, el hecho de que Intermemory Ltda. haya remitido al examen de la página web de Memory Card Technology, cuya información consta en inglés, resultó poner un manto de duda sobre la solvencia de la compañía en Colombia, dado que varios destinatarios del correo solicitaron a Memory Card Technology Ltda. explicación con respecto a su estado financiero y hasta suspendieron varios negocios con la empresa.

Al respecto, debe señalar el Despacho que la conducta se analiza desde el punto de vista de su potencialidad para causar efectos en el mercado y no desde la producción del resultado dañoso, teniendo en cuenta que no obra en el expediente prueba alguna de hechos tales como la suspensión de negocios causada por el obrar desleal de Intermemory Ltda. De otra parte, para el Despacho, el hecho de que se haya utilizado una comunicación en castellano para remitir a una página electrónica presentada en inglés, pese a utilizar frases sugestivas como *"es bueno saber con quien contamos como socios de negocios"*, no constituye per se, un indicio necesario de engaño o cualquier otra deslealtad por parte de la sociedad investigada. Veamos:

Hecho indicador: Intermemory Ltda., en castellano y utilizando la frase *"es bueno saber con quien contamos como socios de negocios"*, invitó a varios distribuidores de memorias de computador a visitar la página web [www.memory-card-technology.com](http://www.memory-card-technology.com) en la que se encontraba información financiera relevante.

La inferencia lógica, de acuerdo con el planteamiento del recurrente, doctor Carlos Alberto Romero Conde, estaría dada por la regla de la experiencia, según la cual, una información comercial sobre una empresa, brindada por un competidor es leal y satisfactoria si se hace en idioma castellano y sin frases que sugieran la necesidad de investigar más sobre ella (premisa mayor).

<sup>18</sup> TESTIMONIO DE ALBA LUCÍA AGUDELO VARGAS, folio 330:

**Pregunta 10:** Sirvase informarle al Despacho si usted recibió instrucciones de algún funcionario de Intermemory Ltda. para divulgar la información que obra a folios 25,26 y 27 del expediente, de manera parcial o sesgada como figuraba en la página web.

**Respuesta:** El gerente general de Intermemory me pidió que diera la información tal y como estaba en la página de Memory Card. Él mismo me entregó la dirección donde se encontraban los artículos y me manifestó que era indispensable que todos los distribuidores se enteraran de la situación económica.

“Por la cual se resuelve una investigación por competencia desleal”

Así que el hecho de que los destinatarios del mensaje de datos estudiado solicitaran directamente a Dataram Ltda. información sobre su estado financiero, con ocasión de la comunicación enviada por Intermemory Ltda., es demostrativo de inducción a error por parte de ésta.

Hecho indicado: La invitación a visitar la página [www.memory-card-technology.com](http://www.memory-card-technology.com), realizada en idioma castellano, cuya información aparece en un idioma diferente al proclamado constitucionalmente como oficial (el castellano), induce a error a los clientes de la empresa titular del dominio en internet, sobre su estado financiero.

Construida la prueba indiciaria de la que depende el argumento del apoderado de la parte denunciante, puede observarse que en consideración a que existen otras reglas de la experiencia aplicables al caso, como aquella por la que un comportamiento diligente del comerciante es cerciorarse de la información que recibe indirectamente, y otra, según la cual es común que en el juego de la competencia se acuda a mecanismos agresivos con el fin de captar la atención de la clientela, dentro de límites leales de competencia, lo que se observa en este caso al examinar la frase *“es bueno saber con quien contamos como socios de negocios”*, es una invitación con un trasfondo agresivo, pero dentro de los límites de la leal concurrencia al tratarse de un medio para despertar la curiosidad del público y llevarlo a investigar una información contenida en una página de internet elaborada por la sociedad que puede verse afectada.

Por otra parte, es lógico que la conveniencia del idioma en que se presente la información de una compañía en una página en internet le corresponde evaluarla al empresario titular de la dirección de internet, en ejercicio de sus derechos empresariales, y no a los competidores. Lógicamente, la decisión de publicar una información por internet en uno u otro idioma depende de la conveniencia, de la visión mercantil del empresario. De tal manera que no puede deducirse responsabilidad a Intermemory Ltda. por haber remitido al público a consultar una página de internet que contiene su información en inglés, por decisión de su propio titular.

Como se observa, no es posible la construcción de uno o varios indicios suficientes para sostener la tesis del apoderado de la actora según la cual, constituye acto de engaño la invitación que hiciera Intermemory Ltda. a algunos clientes de Dataram Ltda. a visitar la página [www.memory-card-technology.com](http://www.memory-card-technology.com), empleando la frase *“es bueno saber con quien contamos como socios de negocios”*.

d) Presunción

Según este artículo se presume desleal la utilización o difusión de indicaciones o aseveraciones incorrectas o falsas, o la omisión de las verdaderas tendientes a inducir a error sobre los bienes comentados.

El condicionamiento de la norma exige que las aseveraciones incorrectas estén dirigidas a inducir a error. Lo anterior significa que no cualquier tipo de afirmación u omisión de información falsa o incorrecta tendrá la condición exigida por el artículo en mención. Para que la presunción opere debe previamente probarse el resultado de la conducta, que en nuestro caso será una verdadera inducción a alguien a tener una imagen sobre la actividad, prestaciones mercantiles o establecimientos ajenos, no ajustados a la realidad.

Teniendo en cuenta que, como se dijo, en la conducta de Intermemory Ltda. al enviar el mensaje de datos que se estudia en el presente caso, no se observa por el Despacho ocultamiento de información o la utilización de aseveraciones o afirmaciones falsas en contra de Dataram Colombia Ltda., antes Memory Card Technology Colombia Ltda., susceptibles de inducir a error a los destinatarios del mismo, la presunción del inciso 2 del artículo 11 de la ley 256 de 1996 no opera.

"Por la cual se resuelve una investigación por competencia desleal"

### 3.2 Actos de descrédito

#### 3.2.1 La norma:

Ley 256 de 1996, artículo 12: *"En concordancia con lo establecido por el punto 2 del numeral 3 del artículo 10 bis del Convenio de París, aprobado mediante Ley 178 de 1994, se considera desleal la utilización o difusión de indicaciones o aseveraciones incorrectas o falsas, la omisión de las verdaderas y cualquier otro tipo de práctica que tenga por objeto o como efecto desacreditar la actividad, las prestaciones, el establecimiento o las relaciones mercantiles de un tercero a no se que sean exactas, verdaderas y pertinentes."*

#### 3.2.2 Concepto de descrédito:

De acuerdo con la definición idiomática castellana, descrédito es la disminución o pérdida de la reputación de las personas, o del valor y estima de las cosas<sup>19</sup>. La definición de la voz Reputación en nuestro diccionario corresponde a la de fama, que es la opinión que las gentes tienen de una persona; la opinión que el común tiene de la excelencia de un sujeto en su profesión o arte.

Según el sentido natural de la palabra, la reputación va unida al desempeño, al cumplimiento, al comportamiento de una persona natural o jurídica, que en su profesión o en su vida se caracterizan por un proceder meritorio, o por todo lo contrario. En este sentido, la reputación no siempre es un predicado positivo. Sin embargo, la que constituye valor empresarial es aquella que tiene que ver con la habilidad del empresario para relacionarse con su clientela (su valor más importante), lo que redundará en la imagen que tiene ante ella y le permite expandir su proyección hacia otra masa de clientes, desviándolos lícitamente hacia él.

Muchas e importantes son las ventajas competitivas que comporta una buena reputación corporativa: mejora los resultados económicos, aumenta el valor comercial, es un escudo contra las crisis, y por todo esto, constituye un obvio factor de liderazgo en el mercado.<sup>20</sup>

Teniendo en cuenta todo lo anterior, puede concluirse que el descrédito es la disminución o pérdida de la reputación empresarial que constituye ventaja competitiva. Por lo tanto, los actos de descrédito corresponderán, por una parte, a todas aquellas afirmaciones, noticias, comportamientos o actitudes de un empresario que vayan dirigidas o sean aptas para hacer mella en la reputación de su competidor; por otra parte, pueden consistir en manifestaciones que siendo ciertas no resulta legítimo divulgar por un tercero por su falta de interés pertinencia, pues si un sujeto se refiere a la persona, productos o establecimientos de su competidor o competidores bajo consideraciones objetivas, verídicas y pertinentes, ésto no puede considerarse reprochable desde ningún punto de vista<sup>21</sup>.

Siendo coherente con lo anterior, la publicación de una verdad o la revelación de una ventaja competitiva de un empresario, beneficia al mercado en general, pues las cualidades, ventajas y defectos que se presenten servirán como instrumento adicional de información, lo que resulta esencial en una economía de mercado<sup>22</sup>.

<sup>19</sup> ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA, *ibidem*, página 450.

<sup>20</sup> VILLAFANE, Justo "Área Abierta" No. 1/2001, Universidad Complutense de Madrid. [www.ucm.es](http://www.ucm.es).

<sup>21</sup> TRIBUNAL DE ARBITRAMIENTO, Laudo del 26 de febrero de 1999, caso Icollantas S.A. vs. Auto Mundial Ltda. y otras.

<sup>22</sup> *Ibidem*.

"Por la cual se resuelve una investigación por competencia desleal"

### 3.2.3 Elementos fundamentales de la infracción:

#### a) Utilización o difusión de indicaciones o aseveraciones incorrectas o falsas.

Esa utilización o difusión de información abiertamente falsa o simplemente no ajustada la verdad, para que constituya el acto de competencia desleal en estudio, debe trascender a la clientela actual o potencial del perjudicado, teniendo en cuenta que, como ya se dijo, la reputación va ligada a la imagen o idea que el empresario tiene ante la clientela.

En el caso estudiado tenemos que los destinatarios del mensaje de datos enviado por Alba Lucía Agudelo Vargas el 7 de febrero de 2001, son clientes de la sociedad investigada Intermemory Ltda.<sup>23</sup>, que por tratarse de un competidor directo de la sociedad denunciante, pueden tenerse como clientes potenciales de esta.

Así, el ámbito subjetivo de la difusión (el destinatario de la información), coincide con lo requerido por la norma. No obstante, el ámbito objetivo de la misma (el contenido, la información como tal), no corresponde a lo preceptuado. Como ya se indicó por este Despacho al analizar la información que el mensaje de datos en comento contiene, frente a la conducta de actos de descrédito, las aseveraciones o indicaciones obrantes no pueden calificarse como incorrectas o falsas, cuando el transmisor Intermemory Ltda. identifica la fuente de la información, invita a consultarla y además reproduce en el mensaje la parte más relevante para efectos de aclarar la situación de la sociedad denunciante Memory Card Technology Colombia Ltda., hoy Dataram Colombia Ltda.: "*La suspensión de pagos se aplica solamente a la casa matriz Danesa*".

El Despacho concuerda con la Delegatura para la Promoción de la Competencia cuando, en lo pertinente, resalta: "*Llama igualmente la atención del Despacho, el hecho de que en el mensaje se hace referencia a un 'Fabricante'. De acuerdo con lo declarado por el representante legal de Dataram Colombia Ltda., antes Memory Card Technology Colombia Ltda., la sociedad denunciante no es fabricante, sino que se encarga de distribuir los productos de Memory Card Technology A/S, hacer toda la labor de mercadeo y asistencia técnica en Colombia, tramitar todas las garantías y darle soporte técnico a los usuarios y ser el punto de contacto de los clientes con los productos Memory Card Technology*"<sup>24</sup>.

Así las cosas, pese a la interpretación sesgada del denunciante al hacer sus comentarios al informe motivado, se concluye que dado que en el mensaje no se identificó exactamente a Memory Card Technology Colombia Ltda. como el socio de negocios en crisis, no es posible establecer la intención de Intermemory Ltda. de desacreditar a la sociedad denunciante.

Por otra parte, la frase "*No hay muy buenas noticias sobre este Fabricante*" no corresponde a información incorrecta o falsa. Realmente, el hecho de que Memory Card Technology haya tenido que entrar en suspensión de pagos, no es una noticia alentadora y la advertencia sobre tal circunstancia a los agentes

<sup>23</sup> Folio 289.

<sup>24</sup> INTERROGATORIO DE FRANCISCO ALFONSO ROMERO CONDE, folio 345:

- **Pregunta 1:** Cuál era la relación contractual y comercial de Memory Card Technology Colombia, hoy Dataram Colombia Ltda., y Memory Card technology A/S Dinamarca, para los meses de enero y febrero de 2001, fecha en la cual se divulgó el comunicado de prensa número 003 emitido por la Junta Directiva de la sociedad nombrada por último?

Respuesta: La parte contractual: Memory Card Technology A/S era uno de los accionistas, haciendo la claridad que existían otros accionistas en la sociedad Memory Card Technology Colombia Ltda., hoy Dataram Colombia Ltda. Como representantes comerciales de ellos, nos encargamos de distribuir los productos de Memory Card Technology A/S, hacer la labor de mercadeo y asistencia técnica en Colombia, tramitar todas las garantías y darle soporte técnico a los usuarios y ser el punto de contacto de los clientes con los productos Memory Card Technology. Memory Card Technology Dinamarca era uno de los proveedores de los productos que nosotros comercializamos.

- **Pregunta 11:** Diga cómo es cierto, sí o no, que Memory Card Technology A/S Dinamarca es un fabricante de memorias, entre otros productos, para el momento de la publicación del e-mail.

Respuesta: Sí.

"Por la cual se resuelve una investigación por competencia desleal"

del mercado de memorias de computadores, quienes están en el derecho a obtener información comercial actualizada y veraz, no la encuentra el Despacho reprochable, teniendo en cuenta la dinámica mercantil, criterio que también comparte el señor Orlando Gómez Camacho, dedicado a las relaciones públicas y asesorías en comunicaciones<sup>25</sup>.

Cierto es que en el texto introductorio del mensaje que se estudia puede percibirse una clara intención de comparación, lo que resulta lógico considerando la competencia directa en la que se encuentran las sociedades enfrentadas. Pero no se puede perder de vista que resulta impropio exigir al comerciante una conducta totalmente objetiva, desapasionada e imparcial en el mercado, pues son condiciones que no corresponden al fenómeno concurrencial que se caracteriza por la lucha por la clientela; claro está que esa conducta competitiva de emitir mensajes persuasivos, comparativos o tendientes a la exageración en niveles tolerantes, para que mantenga su calidad lícita, deberá ser susceptible de comprobación por cualquiera de los agentes del mercado a quienes afecte positiva o negativamente.

Considerando que Intermemory Ltda. puso al alcance de los receptores de su mensaje los medios idóneos para comprobar la información, este Despacho concluye que la difusión de la misma no resulta ni incorrecta ni falsa.

b) Omisión de las indicaciones verdaderas

En opinión del representante legal de la sociedad denunciante, su competidor, Intermemory Ltda. omitió transmitir, de la misma forma como lo hizo el 7, 8 y 9 de febrero de 2001, la información reportada el 23 de marzo del mismo año acerca de la adquisición de los activos de Memory Card Technology A/S por una de las primeras compañías de memorias en el mundo y se habla específicamente del caso latinoamericano en el que está incluida la situación de Colombia<sup>26</sup>.

En criterio de este Despacho, la exigencia de la sociedad denunciante sobrepasa el alcance de las normas de competencia desleal, precisamente por lo ya analizado sobre la utilización de ciertos recursos agresivos, dentro del marco de lo tolerable, para enfrentarse en la lucha por la clientela. Entiende el Despacho que tal exigencia operaría en caso de que la información inicialmente transmitida estuviese viciada por la incorrección o la falsedad. Pero en el caso de Intermemory Ltda., que, como ya se dijo, no incurrió al transmitir la información sobre Memory Card Technology en ninguna de esas conductas, no estaba obligada a tener tal actitud frente a su competidor.

c) Cualquier otro tipo de práctica que tenga como objeto o efecto desacreditar la actividad, prestaciones o establecimiento de un tercero, salvo que sean exactas, verdaderas y pertinentes.

25 TESTIMONIO DE ORLANDO GÓMEZ CAMACHO, folio 323:

- **Pregunta 6:** En su condición de empresario de las comunicaciones ¿por qué considera importante divulgar informaciones sobre la situación financiera y económica de las empresas relacionadas en nuestro caso concreto con el sector de la informática?

Respuesta: Hay varias razones de por qué esto es importante: primero, porque los usuarios de tecnologías deben estar informados sobre la situación financiera de los fabricantes para tomar decisiones de compra; segundo, los medios de comunicación económicos y financieros tienen secciones específicas que demandan estas informaciones, ya que en la mayoría de los casos se trata de empresas públicas que deben cumplir con informes oficiales sobre el comportamiento de sus estados financieros.

- **Pregunta 7:** Es usual que las empresas del sector de la informática contraten sus servicios para informarse de las novedades del mercado?

Respuesta: Sí es usual, ya que agencias como la nuestra monitorean periódicamente todos los medios de comunicación e informaciones publicadas por las compañías, y ciertos clientes nos contratan para expedir resúmenes noticiosos informativos sobre esto.

<sup>26</sup> INTERROGATORIO DE FRANCISCO ALFONSO ROMERO CONDE, folio 341, pregunta 9.

"Por la cual se resuelve una investigación por competencia desleal"

Teniendo en cuenta todo lo anterior, la conclusión a la que llega este Despacho es que la información que Intermemory Ltda. publicó sobre Memory Card Technology es exacta, veraz y pertinente, como ya se valoró.

### 3.3 Actos de Desviación de la Clientela

#### 3.3.1 La norma:

Ley 256 de 1996, artículo 8: "*Se considera desleal toda conducta que tenga como objetivo o como efecto desviar la clientela de la actividad, prestaciones mercantiles o establecimientos ajenos, siempre que sean contrarias a las sanas costumbres mercantiles o a los usos honestos en materia industrial y comercial.*"

#### 3.3.2 Concepto de clientela:

La palabra clientela, en su sentido natural y obvio se define como un "*conjunto de clientes de una persona o establecimiento*"<sup>27</sup>. Por cliente se entiende, "*Respecto de una persona que ejerce una profesión, la que utiliza sus servicios. Respecto de un comerciante, el que compra en su establecimiento*"<sup>28</sup>. Para este Despacho, la asiduidad no es elemento indispensable en la calificación de la clientela, pues la conformación de la misma obedece a criterios de hecho y no precisamente de derecho, lo cual explica la volubilidad de la misma y su transitoriedad, situación que incentiva la capacidad competitiva de los empresarios para atraerla.

El precepto fáctico se refiere a la clientela real, en contraposición al concepto de clientela potencial en el que cabrían todos los consumidores en la medida en que, como se ha dicho, la clientela puede ser transitoria y su dependencia a cierto bien o servicio obedece a múltiples circunstancias que la determinan a ser fiel a un mismo productor o comercializador, entre ellas, la capacidad de captura que ejerza el empresario (productor - comercializador). Considerando que la clientela real es uno de los elementos esenciales de la norma analizada, y que esta es determinable, es necesario probar su existencia.

Pero no podrá entenderse la clientela real como si se tratase de un derecho de propiedad que se ejerce sobre ella, pues no se trata de un bien propio, por lo que se ha anotado. Entonces el cliente real es simplemente aquella persona que acepta al menos una oferta sobre la adquisición de un producto, independientemente del número de veces que lo haga. Si no fuera considerado como cliente desde la primera vez, la norma no tendría sentido y se sacrificaría la libertad de competencia, que lucha por la captura permanente de adeptos a un producto, llámese bien o servicio.

#### 3.3.3 Concepto de desviación:

De acuerdo con su significado en nuestra lengua castellana, desviación es "*acción y efecto de desviar o desviarse. Separación lateral de un cuerpo de su posición media*". A su vez, desviar significa "*Apartar, alejar, separar de su lugar o camino una cosa. Disuadir o apartar a uno de la intención, determinación, propósito o dictamen en que estaba*".<sup>29</sup>

Como se verá, la interpretación jurídica del fenómeno de la desviación se genera naturalmente de su semántica, trasladando el desarrollo de la acción al campo vivo del mercado: se sabe que la empresa, al actuar en el mercado, participando de esa lucha, alumbra una serie de valores pertenecientes a esa empresa, pues ella los ha creado y ordenado; esto, lógicamente, los hace suyos, de su propiedad. Sin embargo, las otras empresas que coexisten con ella pueden apropiárselos mediante el empleo de medios

<sup>27</sup> Larousse Diccionario Manual Ilustrado. Sexta edición, 1989, página 179.

<sup>28</sup> Ibidem, página 24.

<sup>29</sup> REAL ACADEMIA ESPAÑOLA "Diccionario de la Lengua Española", Decimoctava edición, página 470.



“Por la cual se resuelve una investigación por competencia desleal”

lícitos, honrados y podría agregarse que necesarios, dada la naturaleza dinámica del mercado. El aumento de la clientela, el prestigio y la generación de oportunidades comerciales en los unos, a costa de la pérdida de los otros, es una condición indispensable de la lucha concurrencial.

Siempre hay el peligro de que el comprador adicto deserte de su preferencia habitual y abandone, ocasional o permanentemente a su proveedor. Todo el esfuerzo que cada uno de los competidores despliegue con el objetivo de ser elegido en todos los casos, son normales y permisibles, si se desarrollan dentro del respeto a sus respectivas personalidades y posiciones.

La conducta contraria a esta dinámica consiste en la alteración de los límites de los buenos usos comerciales, entendidos para provocar una elección falsa, una elección obtenida con fraude. *“Esto sucede cuando un comerciante, en lugar de confiar la captación de clientes a su propia actividad y su propio esfuerzo, utiliza para ello el prestigio, la notoriedad, la fama y los resultados favorables conseguidos por los demás. El ejemplo más típico es el del empleo de signos distintivos idénticos o semejantes a los que viene utilizando el competidor prestigioso. El público, inducido a error por el parecido de esos signos, que los hace confundibles, comprará al competidor desleal por equivocación, atraído hacia él de un modo fraudulento. El uso de signos confundibles proporciona al imitador opciones que en realidad no le estaban destinadas. Esto hace ver hasta qué punto la creación de esa confusión productora de error en el mercado constituye estrictamente una apropiación indebida de valores ajenos, que el ordenamiento jurídico tiene que prohibir y sancionar.”*<sup>30</sup>

Ahora bien, la expresión “buenos usos comerciales” utilizada en la doctrina citada debe entenderse en su sentido gramatical; es decir, como los modos habituales de obrar que tiene un comerciante al ejercer su actividad mercantil, útiles frente a sus necesidades, pero tan rectos y bien intencionados, que no lleguen a conculcar el ejercicio de los derechos de sus competidores, basamento del equilibrio comercial.

Resulta útil la aclaración, teniendo en cuenta que en criterio de este Despacho los usos comerciales a los que se refiere la norma en cuestión deben verse desde su noción jurídica restringida y no desde el concepto lato que arroja la interpretación gramatical arriba anotada, pues, si bien emergen los primeros de los segundos, aquellos tienen una connotación legal sustancial y probatoria especial.

#### 3.3.4 Elementos fundamentales de la infracción

Para la adecuación normativa de la conducta es necesario establecer los elementos componentes de la norma y relacionarlos con los hechos comprobados.

a) El acto de desviación debe revestir carácter concurrencial, presupuesto de todo acto de competencia desleal, de acuerdo con la ley 256 de 1996 (ver el punto en el análisis de los actos de confusión). Este presupuesto se cumple en el presente caso.

b) La conducta debe recaer sobre la actividad ajena o sobre las prestaciones mercantiles ajenas o el establecimiento ajeno (ver el punto en el análisis de actos de confusión). Este presupuesto se cumple en el presente caso.

c) Realización de una conducta que tenga por objeto o como efecto desviar la clientela

Para este Despacho, el artículo 8 de la ley 256 de 1996 al considerar que existe competencia desleal cuando la conducta tenga por objeto desviar la clientela de la actividad, las prestaciones mercantiles o el establecimiento ajenos, busca reprimir la posibilidad de que se presente dicha desviación a través del empleo de medios contrapuestos al concepto de usos comerciales honestos, así esta no se materialice

<sup>30</sup> BAYLOS CORROZA, Hermenegildo “Tratado de Derecho Industrial”, Ed. Civitas, Madrid, 1978, página 322.

"Por la cual se resuelve una investigación por competencia desleal"

con la producción de efectos. De acuerdo con este elemento de la norma, la valoración del acto de competencia desleal no está condicionada al éxito, o a que se produzcan los efectos esperados; luego basta que el supuesto legal se realice.

Ahora bien, para que la conducta se realice por efecto, es necesaria la prueba de la producción de un resultado dañoso al mercado y el nexo causal que lo vincule al despliegue de la conducta desleal por parte del investigado.

d) La conducta debe ser contraria a los usos honestos y a las sanas costumbres en materia industrial y comercial.

El estatuto comercial no define lo que se entiende por "uso", así como tampoco dilucida el carácter del mismo. Por vía doctrinal, los autores han señalado la distinción existente entre la costumbre y el uso, indicando que son dos términos que aunque presentan varios elementos comunes, se diferencian básicamente por la noción de obligatoriedad que caracteriza a la "costumbre" dentro de un determinado territorio y espacio temporal; en ausencia de esta característica, estaremos ante los llamados "usos".

Los usos son prácticas, algunas generales, la mayor parte locales o profesionales, que envuelven tácitamente la formación de los actos jurídicos, especialmente en materia de contratos, y que en virtud del principio de la autonomía de la voluntad tienen por objeto interpretar o completar la voluntad de las partes, o la del autor del acto<sup>31</sup>. Estas prácticas desprovistas de todo valor normativo constituyen los usos contractuales o convencionales.

El uso se dirige a "revelar el pensamiento de los autores del acto jurídico", constituye un elemento de la situación de hecho, particular y concreta, y por consiguiente debe estimárselo como fuente de derecho en sentido subjetivo, como manifestación que es de la voluntad de los particulares enderezada a crear, modificar o extinguir situaciones concretas y particulares. A ellos se refiere el inciso final del artículo 1622 del Código Civil<sup>32</sup>. Los usos están destinados a suplir la voluntad de las partes contratantes en caso de un vacío contractual, de tal suerte que esta práctica entra a llenar la ausencia de acuerdo sobre una materia específica. Por otra parte, en el artículo 189 del código de procedimiento civil se establece: "*Los usos y costumbres aplicables conforme a la ley sustancial, deberán acreditarse con documentos auténticos o con un conjunto de testimonios*".

En claro el concepto de uso y examinando la presunta vulneración por parte de la sociedad Intermemory Ltda. de un uso en materia industrial o comercial, no se evidencia dentro del acervo probatorio su respectiva acreditación y nada indica que en el presente caso estemos frente al desarrollo de un comportamiento comercial a través del cual, Intermemory Ltda. haya incurrido en un comportamiento desleal.

Ahora, el Código de Comercio se refiere a la costumbre para señalar los elementos constitutivos de la misma y sin los cuales no podría dársele el valor legal asignado. Estos se concretan en: la uniformidad de los hechos, la publicidad de los mismos y la reiteración de aquellos en un espacio de tiempo. Igualmente, se indica que la costumbre mercantil goza de la misma autoridad que la ley comercial, siempre que

<sup>31</sup> MADRIÑÁN DE LA TORRE "Principios de Derecho Comercial", Editorial Temis. Edición 1983, página 78.

<sup>32</sup> Ibidem, páginas. 78-79.

"Por la cual se resuelve una investigación por competencia desleal"

aquella no la contrarie manifiesta ni tácitamente<sup>33</sup>. Es así, que la costumbre se considera como el uso implantado en una colectividad y considerado por esta como jurídicamente obligatorio<sup>34</sup>.

En articulado posterior (artículos 5 y 6)<sup>35</sup>, el estatuto comercial hace referencia a la costumbre como medio auxiliar de interpretación y a la forma de probar su existencia de acuerdo con lo normado en el código de procedimiento civil<sup>36</sup>.

Por otro lado, de acuerdo con la función que cumple la costumbre frente a la ley, esta ha sido clasificada en tres categorías: costumbre *secundum legem*, costumbre *praeter legem*<sup>37</sup> y costumbre *contra legem*<sup>38</sup>; para denominar con estos nombres a las costumbres que determinen una práctica de acuerdo con la ley o contribuyan a integrarla; regulen situaciones no contempladas en la ley y, por lo tanto, que entran a llenar los vacíos dejados por el derecho positivo, o que expresen un precepto contrario al contenido en la ley o simplemente se encaminen a derogarlo o hacerlo inoperante por falta de aplicación.

Visto ya el concepto de costumbre, se tiene que dentro del expediente no se encuentra alegada costumbre alguna imperante en el medio mercantil y mucho menos acreditada probatoriamente, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 6 del Código de Comercio<sup>39</sup>, la cual además, hubiese sido vulnerada con el actuar de la parte denunciada.

<sup>33</sup> CÓDIGO DE COMERCIO, artículo 3.- La costumbre mercantil tendrá la misma autoridad que la ley comercial, siempre que no la contrarie manifiesta o tácitamente y que los hechos constitutivos de la misma sean públicos, uniformes y reiterados en el lugar donde hayan de cumplirse las prestaciones o surgido las relaciones que deban regularse por ella. En defecto de costumbre local se tendrá en cuenta la general del país, siempre que reúna los requisitos exigidos en el inciso anterior.

<sup>34</sup> GARCÍA MAYNEZ, "Introducción al Estudio del Derecho". Pág. 61, citado por Madriñan de La Torre, en su obra "Principios de Derecho Comercial", pág. 56.

DICCIONARIO BÁSICO DE TÉRMINOS JURÍDICOS.- Costumbre. Modo de conducta que al reiterarse durante cierto tiempo adquiere valor normativo por su uso inveterado y por su generalización.

<sup>35</sup> CÓDIGO DE COMERCIO. Artículo 5. Las costumbres mercantiles servirán, además, para determinar el sentido de las palabras o frases técnicas del comercio y para interpretar los actos y convenios mercantiles.

Artículo 6. La costumbre mercantil se probará como lo dispone el Código de Procedimiento Civil. Sin embargo, cuando se pretenda probar con testigos, éstos deberán ser por lo menos, cinco comerciantes idóneos, inscritos en el registro mercantil, que den cuenta razonada de los hechos y de los requisitos exigidos a los mismos en el artículo 3°; y cuando se aduzcan como prueba dos decisiones judiciales definitivas, se requerirá que éstas hayan sido proferidas dentro de los cinco años anteriores al diferendo.

<sup>36</sup> CÓDIGO DE PROCEDIMIENTO CIVIL. Artículo 189.- Prueba de usos y costumbres. Los usos y costumbres aplicables conforme a la ley sustancial, deberán acreditarse con documentos auténticos o con un conjunto de testimonios.

Artículo 190.- Prueba de la costumbre mercantil. La costumbre mercantil nacional invocada por algunas de las partes, podrá probarse también por cualquiera de los medios siguientes:

1. Copia auténtica de dos decisiones judiciales definitivas que aseveren su existencia.
2. Certificación de la cámara de comercio correspondiente al lugar donde rija.

<sup>37</sup> Ley 153 DE 1887, artículo 13.- La costumbre siendo general y conforme con la moral cristiana, constituye derecho a falta de legislación positiva.

<sup>38</sup> CÓDIGO CIVIL, artículo 8.- La costumbre en ningún caso tiene fuerza contra la ley. No podrá alegarse el desuso para su inobservancia, ni práctica alguna, por inveterada y general que sea.

<sup>39</sup> CÓDIGO DE COMERCIO, artículo 6.- La costumbre mercantil se probará como lo dispone el Código de Procedimiento Civil. Sin embargo, cuando se pretenda probar con testigos, estos deberán ser por lo menos, cinco comerciantes idóneos inscritos en el registro mercantil, que den cuenta razonada de los hechos y de los requisitos exigidos a los mismos en el artículo , y cuando se aduzca como prueba dos decisiones judiciales definitivas, se requerirá que éstas hayan sido proferidas dentro de los cinco años anteriores al diferendo.

CÓDIGO DE PROCEDIMIENTO CIVIL, artículo 190.- Prueba de la costumbre mercantil. La costumbre mercantil nacional invocada por alguna de las partes, podrá probarse también por cualquiera de los medios siguientes:

1. Copia auténtica de dos decisiones judiciales definitivas que aseguren su existencia.
2. Certificación de la Cámara de Comercio correspondiente al lugar donde rija.

"Por la cual se resuelve una investigación por competencia desleal"

En consecuencia, al no haber sido presentada ni demostrada la existencia de una costumbre o de un uso industrial o comercial, no puede predicarse la existencia de competencia desleal por el concepto de actos de desviación de la clientela.

## RESUELVE

### ARTÍCULO PRIMERO. Facultades jurisdiccionales

1 La Superintendencia de Industria y Comercio en uso de sus facultades jurisdiccionales, declara que con la conducta objeto de investigación, la sociedad Intermemory Ltda., representada por su apoderado especial, doctor José Gerardo Carreño Rodríguez, no infringió los artículos 8, 11 y 12 de la Ley 256 de 1996.

2 Ordenar el archivo de la investigación.

**PARÁGRAFO PRIMERO.** Notifíquese personalmente, de una parte, al doctora María Mérida Rodríguez Cortés, representante legal de Intermemory Ltda. y al doctor José Gerardo Carreño Rodríguez, su apoderado especial, al igual que al doctor Carlos Alberto Romero Conde, apoderado especial de Dataram Colombia Ltda., el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma e informándoles que en su contra proceden los siguientes recursos:

1 Recurso de reposición, interpuesto por escrito y con presentación personal ante la Superintendente de Industria y Comercio, en el acto de notificación o dentro de los cinco (5) días siguientes, de acuerdo con lo previsto en los artículos 44 y 45 del código contencioso administrativo.

2 Recurso de apelación, interpuesto por escrito y con presentación personal ante la Superintendente de Industria y Comercio, en el acto de notificación o dentro de los tres (3) días siguientes.

En caso de ser interpuesto recurso de reposición en la presente etapa procesal, el recurso de apelación deberá presentarse una vez resuelto el recurso de reposición, en el acto de notificación de éste o dentro de los tres (3) días siguientes.

### ARTÍCULO SEGUNDO. Facultades administrativas

1 La Superintendencia de Industria y Comercio en uso de sus facultades administrativas, declara que con la conducta objeto de investigación, la sociedad Intermemory Ltda., representada por su apoderado especial, doctor José Gerardo Carreño Rodríguez, no infringió los artículos 8, 11 y 12 de la Ley 256 de 1996.

2 La Superintendencia de Industria y Comercio en uso de sus facultades administrativas decide no imponer sanción pecuniaria a la sociedad Intermemory Ltda.

3 Notifíquese personalmente, de una parte, a la doctora María Mérida Rodríguez Cortés, representante legal de Intermemory Ltda. y al doctor José Gerardo Carreño Rodríguez, su apoderado especial, al igual que al doctor Carlos Alberto Romero Conde, apoderado especial de Dataram Colombia Ltda., el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma e informándoles que en su contra procede el recurso de reposición, interpuesto por escrito y con presentación personal ante la

"Por la cual se resuelve una investigación por competencia desleal"

Superintendente de Industria y Comercio, en el acto de notificación o dentro de los cinco (5) días siguientes, conforme lo previsto en los artículos 44 y 45 del código contencioso administrativo.

**NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE.**

Dada en Bogotá D.C., a **30 JUL. 2002**

La Superintendente de Industria y Comercio,

  
**MÓNICA MURCIA PÁEZ**

**Notificaciones:**

Doctora

**MARÍA MÉLIDA RODRÍGUEZ CORTÉS**

C.C. No. 41.788.562

Representante legal

INTERMEMORY LTDA.

Avenida calle 81 No. 62-70 Bodega 19

Ciudad.

Doctor

**JOSÉ GERARDO CARREÑO RODRÍGUEZ**

C.C. No. 19.460.186 de Bogotá

Apoderado

INTERMEMORY LTDA.

Carrera 14 A No. 83-64

Ciudad.

Doctor

**CARLOS ALBERTO ROMERO CONDE**

C.C. No. 79.532.250 de Bogotá

Apoderado

DATARAM COLOMBIA LTDA.

Carrera 7 No. 24-89 oficina 4603 Torre Colpatria

Ciudad.

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO  
EL SECRETARIO GENERAL

Certifica que la resolución 24432 de fecha 30/07/2002  
fue notificada mediante edicto número 17441  
fijado el 26/08/2002 y desfijado el 06/09/2002

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO  
SECRETARIA GENERAL

20 AGO 2002

En \_\_\_\_\_ notifique personalmente el contenido  
De la presente providencia a Monica Melicio Rodriguez  
Identificado con la C.C. No. 41 788 562  
Entregándole copia de la misma e informándole que  
Procede el recurso de reposición a que  
Dentro de los diez días hábiles siguientes a la notificación  
debe interponer el recurso de reposición.  
Monica Melicio Rodriguez

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO  
SECRETARIA GENERAL

20 AGO 2002

En \_\_\_\_\_ notifique personalmente el contenido  
De la presente providencia a \_\_\_\_\_  
Identificado con la C.C. No. \_\_\_\_\_  
Entregándole copia de la misma e informándole que  
Procede el recurso de reposición a que  
Dentro de los diez días hábiles siguientes a la notificación  
debe interponer el recurso de reposición.

Carlos D. Romero  
79532250

[Signature]