

GRUPO DE TRABAJO DE COMPETENCIA DESLEAL

Bogotá D.C., dieciocho (18) de agosto de dos mil once (2011)

Sentencia No. 342

“Por la cual se decide un proceso por competencia desleal”

Expediente No.: 05065310
Proceso abreviado por competencia desleal
Demandantes: GRUPO CBC S.A.
Demandada: JULIO CESAR BUITRAGO MORALES

Procede la Superintendencia de Industria y Comercio a decidir el proceso de competencia desleal promovido por GRUPO CBC S.A. contra JULIO CESAR BUITRAGO MORALES.

1. ANTECEDENTES:

1.1 Partes:

Demandante: GRUPO CBC S.A. es una sociedad mercantil que absorbió mediante fusión a las sociedades Restaurante Cali Mio Ltda., Compañía Inversora La Brasa Roja S.A. y Comercializadora El Trébol Ltda. que desarrolla su objeto social mediante la prestación de servicios a través de establecimientos de comercio denominados “La Brasa Roja” y “Cali Mio” en los que se ofrecen alimentos o bebidas preparadas para el consumo humano¹.

Demandados: Julio Cesar Buitrago Morales, es propietario del establecimiento de comercio “La Brasa Rola de la 68”, establecimiento de comercio se dedica al expendio a la mesa de comidas preparadas en restaurante y comercio al por menor de productos cárnicos².

1.2 Los hechos de la demanda:

Como soporte de las pretensiones, la parte demandante manifestó que la Compañía Inversora El Condor La Brasa Roja S.A., la cual fuera absorbida por el Grupo CBC S.A., desde su constitución en agosto de 1980, ha desarrollado su actividad mercantil relacionada con la instalación y explotación de restaurantes, distinguidos con la marca “La Brasa Roja” con una imagen institucional caracterizada por el uso de colores específicos en la fachada de sus establecimientos de comercio, con la preparación de alimentos y el adobo para el pollo asado principalmente, las cuales hacen parte de su secreto industrial.

Comentó que es propietaria de la marca “La Brasa Roja”, de la cual tiene uso exclusivo, en distintas clases de productos y servicios, lo mismo que derechos de propiedad industrial de la enseña y nombre comercial “La Brasa Roja”, para distinguir establecimientos de comercio dedicados a la venta y asadero de pollo, restaurantes, carne, pescado, e.t.c³, por lo que la parte demandada, al concurrir al mercado de venta de pollo asado y adoptar medios de competencia orientados a plagiar la imagen institucional y comercial de la parte demandante

¹ Certificado de existencia y representación expedido por la Cámara de Comercio de Bogotá, folio 4 del expediente

² Certificado de existencia y representación expedido por la Cámara de Comercio de Bogotá

³ Folio 5 de la demanda



así como las marcas registradas por parte de ésta, incurre en violación del artículo 7 de la ley 256 de 1996 y en actos de confusión derivados de la utilización de un signo distintivo "La Brasa Rola" semejante al de la demandante.

Agregó que la referida expresión no constituye una marca registrada del demandado y que éste la usa en su establecimiento de comercio para prestar servicios similares a los de la demandante, con material de empaque de los productos que reproducen el tipo de letra con el que la Compañía Inversora El Condor La Brasa Roja, hoy Grupo CBC S.A., representa sus marcas. Indicó que el demandado ha plagiado la imagen externa de la demandante en relación con sus establecimientos, marcas, enseñas y nombres comerciales "con un propósito específico de aprovechamiento desleal de la reputación de la sociedad Compañía Inversora El Condor La Brasa Roja S.A."⁴.

1.3 Pretensiones:

En ejercicio de la acción declarativa y de condena, solicitó la parte demandante que se declare la ilegalidad de los actos de confusión, explotación de reputación ajena y desviación de clientela, realizados por parte del denunciado que afectan a la Compañía Inversora El Condor La Brasa Roja S.A., hoy Grupo CBC S.A., en consecuencia, se ordene al demandante remover, quitar, mudar o deponer los efectos producidos por sus actos de competencia desleal y se le condene a indemnizarle los perjuicios que con los mismos le causó.

1.4 Trámite procesal:

La demanda se admitió mediante auto No. 3907 de 24 de agosto de 2005 que fue notificado al demandado, quien, oportunamente, la contestó oponiéndose a las pretensiones y formuló excepción de mérito que denominó "genérica". Vencido el término para contestar la demanda, las partes fueron citadas a audiencia de que trata del artículo 101 del Código de Procedimiento Civil⁵, sin lograr un acuerdo por inasistencia de la parte demandada dentro la etapa de conciliación.

Practicadas las pruebas decretadas en el proceso, el Despacho corrió traslado a las partes para presentar sus alegatos de conclusión, de conformidad con lo previsto en el artículo 414 del Código de Procedimiento Civil, oportunidad que sólo fue aprovechada por la parte demandante.

2 CONSIDERACIONES:

Habiendose agotado las etapas procesales y no presentandose nulidades que impidan proferir un fallo de fondo, procede el Despacho a decidir la instancia en los siguientes términos:

2.1 Hechos probados:

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

⁴ Folio 7 del expediente.

⁵ En aplicación de las facultades conferidas en los artículos 143, 144 y 147 de la Ley 446 de 1998 y de la Ley 640 de 2001.

2.1.1. El Grupo CBC S.A. absorbió mediante fusión a las sociedades restaurante Cali Mio Ltda, Compañía Inversora El Condor La Brasa Roja S.A., Comercializadora El Trebol Ltda⁶.

2.1.2. Por virtud de lo anterior, la sociedad demandante es titular de la marca registrada "La Brasa Roja", con la cual se identifican los establecimientos dedicados a procurar alimentos o bebidas preparadas para el consumo, bolsas o empaques para los alimentos que comercializan⁷.

2.1.3 Julio Cesar Buitrago es el propietario del establecimiento de comercio "La Brasa Rola de la 68"⁸.

2.1.4. Mediante Resolución No. 25282 de 29 de septiembre de 1997 fue negado el registro de la marca "La Brasa Rola", por encontrar similitudes susceptibles de inducir en error al público con la marca "La Brasa Roja"⁹.

2.1.5. La concurrencia al mercado del extremo demandante es anterior a la del demandado, quien constituyó su establecimiento de comercio, con posterioridad al del demandante.

2.1.6. Hasta el momento en que se presentó la demanda, los establecimientos de la marca "La Brasa Roja" se encontraban en veinte (20) puntos en Bogotá¹⁰ y se presentan al público de la siguiente manera:



En el establecimiento de la demandante predomina el color rojo y el logo contiene la insignia "La brasa Roja" con letras de color blanco con bordes rojos en diagonal, fondo circular y la figura de un pollo de lado en el centro.

⁶ Folios 26 a 35 del expediente.

⁷ Folios 68 a 110 del expediente.

⁸ Folio 12 del expediente

⁹ Folio 111 a 113 del expediente

¹⁰ Folio 3 del expediente

2.1.7. El demandado es propietario del establecimiento "La Brasa Rola de la 68", ubicado en la AC 68 No. 40-30¹¹ y otros siete (7) establecimientos¹², que ofrecen servicios de expendio a la mesa de comidas preparadas en restaurantes de comercio al por menor de productos cárnicos¹³ y se presentan al público de la siguiente manera:



En el establecimiento de la demandante predomina el azul y blanco y el logo contiene la insignia "La brasa Rola" con letras de color azules, rojos y amarillos, la palabra "Brasa" se encuentra ubicada encima de "Rola" y al lado izquierdo está una caricatura de un pollo con overol.

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

En el presente asunto, el ámbito objetivo de aplicación de la citada ley de competencia desleal se encuentra acreditado, en tanto que el ejercicio de una actividad mercantil identificando los establecimiento con signos distintivos similares a los del demandante, quien concurre previamente al mercado, constituye una conducta idónea para incrementar la participación en el mercado del propietario del establecimiento de comercio que ejecuta los referidos comportamientos.

Respecto del ámbito subjetivo, basta indicar que existe evidencia de la participación de sociedad demandante Grupo CBC S.A. en el mercado por medio de establecimientos de comercio denominados "La Brasa Roja" en los que se ofrecen alimentos o bebidas preparadas para el consumo humano, así como de la concurrencia al mercado del demandado en su calidad de propietario del establecimiento "La Brasa Rola", el cual también tiene como objeto social el expendio a la mesa de comidas preparadas en restaurante.

¹¹ Folio 12 del expediente

¹² Folio 140 y 141 del expediente

¹³ Folio 12 del expediente.

Finalmente, el ámbito territorial también se encuentra superado, toda vez que las conductas denunciadas estaban llamadas a producir efectos en Colombia, especialmente en la ciudad de Bogotá D.C.

2.3. Legitimación:

Partiendo de la participación en el mercado del Grupo CBC S.A., es evidente que la utilización de un nombre comercial muy similar a los signos que utilizó para identificar sus establecimientos de comercio en los que ofrece sus servicios en el mismo segmento en el que participa la parte demandante, resulta suficiente para afectar los intereses económicos de la sociedad CBC S.A., por lo cual se encuentra legitimada para interponer la presente acción. Por su parte, el demandado es propietario del establecimiento de comercio "La Brasa Rola", cuya denominación es similar al signo del actor, circunstancia que lo legitima para soportar la presente acción.

2.4. Problema jurídico:

La decisión del litigio, materia de estudio impone determinar si el empleo de un signo y nombre comercial que guarda similitud fonética con los aquellos que usa la parte demandante para participar de manera previa en el mercado y respecto de los cuales ostenta titularidad, constituyen los actos de competencia desleal demandados, tanto más si se considera que ambos establecimientos ofrecen sus servicios en el mismo segmento de restaurantes.

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

El Despacho procederá al análisis de las conductas referidas teniendo en cuenta que la parte demandante fundó la configuración de estos tipos desleales aducidos, en circunstancias fácticas semejantes, las que, vale decirlo, no fueron acreditadas en debida forma.

Ciertamente, la parte demandante desatendió la carga impuesta por el artículo 177 del Código de Procedimiento Civil, en tanto que se abstuvo de demostrar que el demandado haya incurrido en el acto de explotación de reputación ajena, desviación de clientela, confusión y algún acto que se pueda establecerse dentro de la cláusula general establecida en el artículo 7 de la ley 256 de 1996.

En desarrollo de lo anterior, es bueno precisar que *"las atestaciones de las partes que favorezcan sus intereses, carecen, en el sistema procesal civil colombiano, de importancia probatoria a menos que se encuentren corroboradas con otras pruebas, caso en el cual su eficacia proviene de éstas y no de la aserción de la parte"*¹⁴. Premisa que resulta aplicable en el presente asunto, si se considera que los hechos que sustentan su reclamo judicial, no apuntan a la configuración de ninguno de los actos desleales demandados.

2.5.1 Actos desviación de la clientela (arts. 8° L. 256/96) y Actos de explotación de la reputación ajena (art. 15 L. 256/96).

¹⁴ Cas. Civ. Sentencia de octubre 31 de 2002, exp. 6459.

La conducta de desviación desleal de la clientela (artículo 8 de la Ley 256 de 1996), acorde con lo que ha dejado establecido este Despacho¹⁵, constituye una pequeña cláusula general de prohibición que recoge aquellos comportamientos contrarios a lo que se espera de un participe en el mercado y que está objetivamente dirigido a desviar la clientela, sea para provecho propio o de un tercero, incluso, indeterminado, siempre que no se halle tipificado en los comportamientos establecidos en los artículos 9° a 19 de la citada Ley.

No debe perderse de vista que la comisión de este tipo de conducta no requiere de la materialización efectiva de la desviación, pues de conformidad con la norma basta con el hecho que el acto tenga por objeto desviar la clientela, luego si un comportamiento en el mercado está dirigido a captar o atraer clientes de manera contraria a los mencionados parámetros de conducta, –lógrese o no– sería imputable la consecuencia jurídica del artículo 8° de la Ley de Competencia Desleal a quien lo comete.

No obstante, del conjunto probatorio recaudo en el presente asunto no se advierte ningún acto de magnitud irregular de parte del demandado que conduzca a colegir que la clientela atribuible a los establecimientos "La Brasa Roja", se abstuvo, efectiva o potencialmente, a acudir a su oferta de servicios para luego optar por los brindados por "La Brasa Rola" y que esa situación fue producto del hecho de que la demandada contrarió las sanas costumbres mercantiles o los usos honestos en materia comercial, contraviniendo los parámetros éticos y morales que siguen las personas que habitual y tradicionalmente actúan en el mercado, para conquistar -o al menos hubiese pretendido hacerlo- clientes que, de no haber mediado la referida conducta reprochable, hubiesen acudido a los servicios del establecimiento comercial de propiedad de la sociedad demandante.

De hecho, la desviación irregular de clientes no puede hacerse derivar de la mera similitud fonética entre las denominaciones de los establecimientos de comercio, debido a que la referida circunstancia, por sí sola, no constituye prueba suficiente del comportamiento desleal en comento, tanto más si se considera que ningún medio de convicción apunta a que el parecido fonético y gramatical constituyeran las razones relevantes que definieran la preferencia del público consumidor.

Similar suerte corre el acto desleal de explotación a la reputación ajena que, conforme lo ha dejado establecido la jurisprudencia, consiste en el buen nombre y prestigio que tiene un establecimiento de comercio o un comerciante frente al público en general, debido a que es el "*factor específico de un negocio que ha forjado fama, clientela y hasta una red de relaciones corresponsales de toda clase, aunado a la confianza que despierta entre los abastecedores, empleados, entidades financieras y, en general, frente al conjunto de personas con las que se relaciona*"¹⁶, características todas que, siendo resultado del esfuerzo de quien las ostenta, le otorgan una posición destacada en el mercado y, con ello, lo habilitan para conquistar una clientela numerosa, incrementar su participación en dicho escenario y vender a mejores precios.

Sobre la base de lo anterior, cumple resaltar que el acto desleal de esa índole constituye una forma parasitaria de competir que, a decir verdad, de conformidad con las circunstancias fácticas probadas dentro del presente asunto, no se encuentra acreditado.

¹⁵ Superintendencia de Industria y Comercio. Sentencia No. 16 de 2011.

¹⁶ Cas. Civ. Sentencia de julio 27 de 2001, exp. 5860.

Ciertamente, no existen elementos de juicio para considerar la existencia de una determinada reputación mercantil que, de manera desleal, haya sido aprovechada en beneficio propio por el demandado a fin de afianzar en el mercado a su establecimiento de comercio, de hecho, la presentación y entorno comercial de "La Brasa Roja" dista de la empleada en los establecimiento de comercio de la sociedad actora -conforme se detallará mas adelante-, de manera que no obra en el expediente prueba alguna que permita concluir que la presentación de la oferta mercantil del restaurante del demandado resultaba idóneo para influir en el entendimiento de los clientes, haciéndolos creer que se encontraban en un establecimiento de la "La Brasa Roja" o en uno que tuviese relación con el mismo, por lo que no es posible tener por configuradas las conductas desleales materia de estudio.

2.5.2. Actos de confusión (art. 10 L. 256 de 1996)

En lo que atañe al acto de confusión, debe decirse que incluye tanto los casos en los que "el consumidor, al adquirir un producto, piensa que está adquiriendo otro" (confusión directa)¹⁷, como aquellos en los que se presenta el denominado riesgo de asociación, que se produce cuando el consumidor reconoce la diferencia entre los productos o servicios de que se trate y su distinto origen empresarial, "pero de algún modo se le ha llevado a pensar que existe una relación entre ambas [empresas], ya sean vínculos comerciales, pertenencia al mismo grupo empresarial, etc." (confusión indirecta)¹⁸.

No obstante, las circunstancias constitutivas del comentado acto no se advierten configuradas en el presente asunto, por cuanto no se comprobó que los elementos identificadores de uno y otro establecimiento resultaran idóneos para crear el referido efecto entre el público.

Es preciso como punto de partida subrayar la evidente similitud fonética y gramatical entre los nombre de los establecimientos de las partes que integran el proceso ("La Brasa Roja" restaurante del demandante y "La Brasa Roja" restaurante del demandado), no obstante, esa circunstancia no es suficiente para resplandar la configuración del acto de confusión que ahora se aborda, de un lado, porque la titularidad de la demandante del signo "La Brasa Roja", por sí sola no resulta apta, en el marco de esta acción, para acreditar la ocurrencia de un acto desleal, pues la protección que ofrecen las normas prohibitivas de la deslealtad en la competencia está encaminada a garantizar la libre y leal competencia económica asegurando que, a la hora de competir, los participantes en el mercado observen los deberes de conducta a los que hacen referencia los parámetros normativos contemplados en la Ley 256 de 1996¹⁹, por lo que no se trata de un sistema normativo encaminado a la protección exclusiva del signo distintivo, de donde se sigue, entonces, que la disciplina de la competencia desleal está dirigida a proteger "el desarrollo de la actividad y la probabilidad de obtener las utilidades que puedan derivarse de ella en un régimen de concurrencia", interviniendo "para reprimir, prescindiendo del derecho absoluto sobre los signos, la

¹⁷ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial dentro del proceso No. 32-IP-2009.

¹⁸ SÁNCHEZ SABATER, Laura. Actos de Confusión. En: MARTÍNEZ SANZ, Fernando (director). Comentario Práctico a la Ley de Competencia Desleal. Editorial Tecnos. Madrid. 2009. Pág. 79.

¹⁹ Principalmente en los aspectos generales que establece el artículo 7 de la Ley mencionada: Sanas costumbres mercantiles; principio de la buena fe comercial, usos honestos en materia industrial o comercial y la garantía de la libertad de decisión del comprador o consumidor y del funcionamiento concurrencial del mercado.

confusión con los productos o con la empresa o, en general, con la actividad de otro empresario”²⁰.

De lo recién anotado se puede concluir que el análisis que corresponde adelantar en los casos en que se trata de averiguar la existencia de un acto de competencia desleal fundado en la utilización indebida de signos distintivos, no puede estar limitado a establecer la mera infracción a un derecho de propiedad industrial que obtuvo su protección a través de la negación del registro del signo distintivo que pretendía adquirir, sino que debe encaminarse, entre otras cosas, a determinar si dicha utilización indebida genera un riesgo de confusión en el mercado. Así lo ha precisado la jurisprudencia al señalar que el comentado examen “no se refiere propiamente al análisis de confundibilidad de los signos distintivos (...) ya que esto es un tema regulado en otra normativa. Se trata, entonces, de determinar si dichos actos, en relación con un competidor determinado, generan confusión en el público consumidor respecto del establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor” (se subraya)²¹.

De otro lado, las especiales condiciones de presentación del establecimiento del demandado, relacionadas con la identificación del inmueble en el que funciona, la manera como ejecuta la comercialización de sus productos y servicios, así como todos los elementos que integran la presentación de su oferta al público, constituyen mecanismos diferenciadores entre ambos restaurantes que, en últimas, impiden la configuración del acto de confusión.

Ciertamente, al confrontar el establecimiento de comercio identificado con la marca “La Brasa Roja” con el denominado “La Brasa Rola”, se advierte que un consumidor medio²² cuenta con suficientes elementos distinguir entre ambas ofertas, de hecho, en el restaurante de la sociedad actora predomina el rojo y el logo contiene la insignia “La Brasa Roja”, mientras que en el establecimiento del demandado predomina el azul y el blanco, al tiempo que aparece la insignia “La Brasa Rola”.

Nótense las fachadas externas de ambos establecimientos:

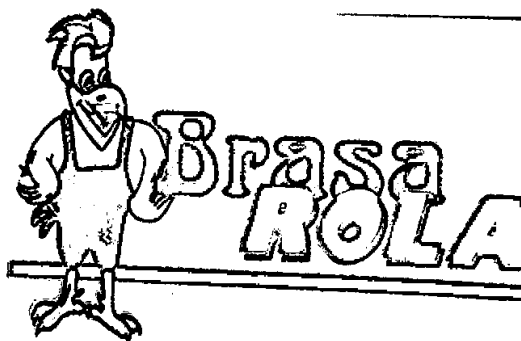


²⁰ ASCARELLI, Tullio. Teoría de la Concurrencia y de los Bienes Inmateriales. Bosch Casa Editorial. Barcelona. 1970. Pág. 204.

²¹ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Sentencia de noviembre 23 de 2007, proceso 149-IP-2007.

²² Definido por la jurisprudencia como “el consumidor común y corriente de determinada clase de productos, en quien debe suponerse un conocimiento y una capacidad de percepción corrientes” (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación prejudicial dentro del proceso 09-IP-94).

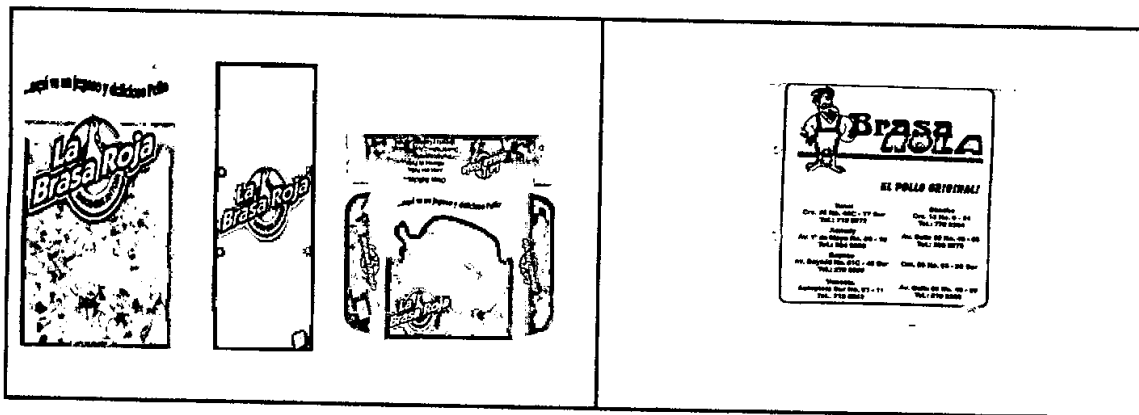
Ahora, (i) al comparar le logo de la marca "La Brasa Roja" con el logo del nombre del establecimiento de comercio "La Brasa Rola", se observa que, en el primero, la denominación "La Brasa Roja" atraviesa diagonalmente un fondo de forma de unos círculos, uno que contiene a otro, donde en el centro aparece la figura de un pollo de lado, mientras que, en el caso del establecimiento del demandante aparece la palabra "Rola" que está encima de la parte inferior de la palabra "Brasa" y al lado izquierdo se encuentra la caricatura de un pollo con overol, rasgos que por sí solos distan de la marca "La Brasa Roja".



EL POLLO ORIGINAL!

No debe perderse de vista que la "comparación entre los signos en conflicto, operación necesaria para comprobar la concurrencia del referido riesgo, debe efectuarse tras una visión de conjunto, ya que el consumidor normalmente percibe aquéllos como un todo, sin detenerse a examinar los detalles"²³.

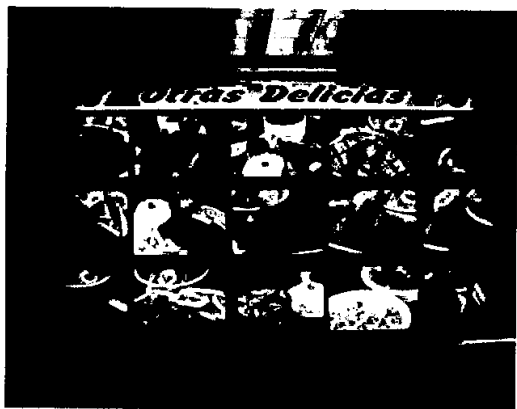
Ahora bien, al comparar los empaques que usan ambos restaurantes para los productos alimenticios que ofrecen, se observa que tienen rasgos distintos. Súmase a lo anterior, que la marca "La Brasa Roja" viene acompañada de la expresión "sabor que antoja", mientras que el nombre "La Brasa Rola" aparece con la expresión "El pollo original!".



²³ Barona Vilar Silvia. Competencia Desleal, Doctrina, Legislación y Jurisprudencia. Tomo I. Tirant lo Blanch. Pág. 438.

En cuanto la comparación desde el aspecto literal de las expresiones “La Brasa Roja” y “La Brasa Rola”, si bien se trata de tres palabras, con dos idénticas, “La” y “Brasa”, y la última de ellas que sólo la diferencia la letra “j” por la “r”, tal similitud, como ya se dijo, no tiene la connotación suficiente para afectar a los establecimientos de la marca registrada desde el punto de vista de la competencia desleal, pues en un contexto más amplio el consumidor o cliente bien puede diferenciarlas, ya que de la forma como se presentan al público es fácil advertir las diferencias, como ya se dijo.

Adicionalmente, aunque es claro que tanto en el restaurante de la parte demandante como el del demandado el principal producto en venta es el pollo asado, también es cierto que en los establecimientos “La Brasa Roja” se ofrecen otros productos como: carnes en diferentes presentaciones, mientras que en el establecimiento del demandado no tiene ofertas de otros productos distintos del pollo asado, por lo cual es un indicativo a un cliente que no se encuentra en el mismo establecimiento o que provengan de la misma razón social.



Para concluir, una vez hecho el anterior análisis se evidencia que dados los elementos adiciones que distinguen ambas ofertas de productos y servicios, a los cuales el consumidor tiene total acceso, debe descartarse la existencia de confusión, incluso indirecta o potencial o riesgo de asociación entre “La Brasa Roja” y el nombre “La Brasa Rola”, ya que se reitera, la simple similitud fonética y gramatical es superada por la gran cantidad de detalles o elementos que en conjunto diferencian los restaurantes aquí confrontados.

2.3.3. Actos inmersos dentro de la cláusula general del artículo 7 de la Ley 256 de 1996

Por último, en relación a la cláusula general de competencia, prevista en nuestro ordenamiento en el artículo 7° de la Ley 256 de 1996, si bien tiene como función el ser un principio informador y un elemento de interpretación de todo el sistema de normas prohibitivas de la deslealtad en la competencia, es una verdadera norma a partir de la cual se derivan deberes específicos y que está destinada a abarcar conductas desleales que no puedan enmarcarse dentro de los tipos contemplados en los artículos 8° a 19 de la citada Ley 256, circunstancia de la que se derivan dos consecuencias: en primer lugar, que la evocación del artículo 7°, *ibidem*, no resulta viable cuando la conducta se encuadra en otro tipo desleal, y en segundo lugar, que en el contenido de la cláusula general no es procedente

incorporar conductas específicamente enmarcadas en los tipos específicos, pero que no pudieron ser probados, de allí que tampoco se advierta configurado este específico tipo desleal.

Por consiguiente, se denegarán las pretensiones de la demanda, sin que sea necesario entrar al estudio de las excepciones propuestas, por cuanto las pretensiones fracasan por sí solas, conclusión a que se llegó una vez se hizo el análisis relacionadas con las mismas (inciso 2º del artículo 304 del Código de Procedimiento Civil).

3. DECISIÓN

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

RESUELVE:

PRIMERO: Denegar las pretensiones elevadas por GRUPO CBC S.A. contra JULIO CESAR BUITRAGO MORALES, por las razones expuestas en la parte motiva de ésta providencia.

SEGUNDO: Condene en costas a la parte demandante. Tásense.

NOTIFÍQUESE

El Superintendente Delegado para Asuntos Jurisdiccionales



DIONISIO MANUEL DE LA CRUZ CAMARGO

Notificaciones:

Doctor:

NESTOR JAVIER GONZALEZ

C.C. No. 19'422.057

T.P. No. 102.381 DEL C. S. de la J.

Apoderado del demandante -GRUPO CBC S.A.

Doctor:

FERNANDO HIGUERA RODRIGUEZ

C.C. 19'199.727

T.P. No. 68.150 del C. S. de la J.

Apoderado de la demandada -JULIO CESAR BUITRAGO MORALES.