



CONSEJO DE ESTADO
SALA DE LO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO
SECCIÓN PRIMERA

Bogotá, D.C., nueve (9) de marzo de dos mil veintitrés (2023)

CONSEJERA PONENTE: NUBIA MARGOTH PEÑA GARZÓN

Número único de radicación: 11001-03-24-000-2013-00673-00

Referencia. Medio de control de nulidad relativa

Actora: GENERAL ELECTRIC COMPANY

TESIS: ENTRE LA MARCA "GE GANO EXCEL" Y LAS MARCAS PREVIAMENTE REGISTRADAS, "GE", NO SE ADVIERTE SIMILITUD ORTOGRÁFICA NI FONÉTICA, TENIENDO EN CUENTA EL EMPLEO DE PARTÍCULAS DISTINTAS, QUE LE APORTAN UNA FUERZA DISTINTIVA ESPECIAL A LA MARCA CUESTIONADA. REITERACIÓN JURISPRUDENCIAL.

SENTENCIA DE ÚNICA INSTANCIA

La Sala decide, en única instancia, la demanda promovida por la sociedad **GENERAL ELECTRIC COMPANY** mediante apoderada y en ejercicio del medio de control de nulidad relativa, de conformidad con el artículo 172 de la Decisión 486 de 10. de diciembre de 2000, de la Comisión de la Comunidad Andina¹, tendiente a obtener la nulidad de las resoluciones núms. 74864 de 30 de noviembre de 2012, "**Por medio de la cual se decide una solicitud de registro marcario**", expedida por la Directora de Signos Distintivos de la

¹ En adelante Decisión 486.



Superintendencia de Industria y Comercio²; y 00041285 de 11 de julio de 2013, "**Por la cual se resuelve un recurso de apelación**", emanada del Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial de dicha entidad.

I.- FUNDAMENTOS DE HECHO Y DERECHO

I.1. La actora en la demanda señaló como hechos relevantes, en síntesis, los siguientes:

1º: Que el 3 de abril de 2009, la sociedad **GANO EXCEL INDUSTRIES S.A.C.**, presentó solicitud de registro como marca del signo mixto "**GE GANO EXCEL**", para identificar productos comprendidos en la Clase 32³ de la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas⁴.

2º: Que publicada la solicitud en la Gaceta de la Propiedad Industrial, presentó oposición en contra del registro solicitado con fundamento en el alto riesgo de confundibilidad con sus marcas mixtas previamente registradas, "**GE**", que amparan productos de las clases 7^a, 9^a y 11 de la Clasificación Internacional de Niza.

² En adelante SIC.

³ La marca fue solicitada para distinguir los siguientes productos: "[...] *cervezas; aguas minerales y gaseosas y tras bebidas no alcohólicas; bebidas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para hacer bebidas [...]*".

⁴ En adelante Clasificación Internacional de Niza.



2º- Que el 5 de octubre de 2012, se radicó ante la SIC una solicitud de transferencia del signo distintivo "**GE GANO EXCEL**", de la sociedad **GANO EXCEL INDUSTRIES S.A.C.**, a **GANO INDUSTRIES SDN. BHD**, domiciliada en Malasia.

3º: Que mediante la Resolución núm. 74864 de 2012 la Directora de Signos Distintivos de la SIC declaró infundada su oposición y, en consecuencia, concedió el registro de la marca mixta "**GE GANO EXCEL**" para identificar productos en la Clase 32 de la Clasificación Internacional de Niza, a favor de la sociedad **GANO EXCEL INDUSTRIES SDN. BHD**.

4º: Que contra la citada Resolución interpuso recurso de reposición y, en subsidio, de apelación, siendo resueltos de manera confirmatoria. El primero, a través de la Resolución núm. 38004 de 26 de junio de 2013, expedida por la Directora de Signos Distintivos de la SIC; y el segundo, mediante la Resolución núm. 00041285 de 11 de julio de 2013, emanada del Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial.

I.2.- Fundamentó, en síntesis, los cargos de violación, así:

Que la SIC al expedir las resoluciones acusadas vulneró los artículos 135, literal i), 136, literales a) y h), 224, 225, 226, 228, 229 y 230 de la Decisión 486, por indebida aplicación, por cuanto al conceder el



signo objeto de controversia afectó indebidamente el derecho de uso exclusivo que ostenta sobre la expresión notoria "**GE**".

Alegó que la entidad demandada ignoró la similitud visual y conceptual entre los signos enfrentados, además de la complementariedad entre productos que ellas identifican, generando un riesgo de confusión en el público consumidor.

Agregó que la marca "**GE**" se compone de dos letras que se presentan en estilo cursivo particular, ubicadas en el centro de una gráfica, lo que las hace preponderantes frente a los demás elementos que componen el conjunto marcario; y que, además, tienen un tamaño semejante y en su parte gráfica las rodea un círculo con formas que se asimilan a ondas de viento, dando al signo una particular sensación de movimiento.

Indicó que el signo solicitado "**GE GANO EXCEL**" reproduce cada una de las características de las marcas registradas "**GE**", puesto que incorpora las mismas letras e igual ubicación, así como figuras muy parecidas que asemejan círculos y ondas.



Expresó que en el signo cuestionado es evidente que el tamaño, expresión y disposición de las letras "G" y "E", predomina sobre el resto de la expresión "**GANO EXCEL**".

Señaló que la citada expresión puede ser tomada como un elemento secundario y/o explicativo que no la dota de distintividad y tampoco tendrá efecto alguno en la mente del consumidor al momento de recordarlo e individualizarlo frente a otras marcas ya registradas en el mercado.

Aseguró que las marcas en conflicto presentan iguales características que impiden diferenciarlas y otorgarles orígenes empresariales diferentes.

Alegó que la expresión "**GE GANO EXCEL**" fue registrada para distinguir, entre otros productos, cerveza, jugos y agua mineral, comprendidos en la Clase 32 de la Clasificación Internacional de Niza; y que las marcas previamente registradas, "**GE**", identifican artículos de la Clase 7^a, entre ellos, máquinas utilizadas para preparar alimentos, lo que denota que los primeros son complementarios en su uso frente a los que ella ofrece en el mercado.



Sostuvo que las cervezas, los jugos y las aguas minerales son frecuentemente puestos en el mercado a disposición del consumidor final a través de máquinas expendedoras automáticas operadas con monedas, en las cuales el consumidor adquiere directamente los productos sin necesidad de un vendedor.

Anotó que es titular en Colombia de 52 registros marcarios conformados por las letras "G" y "E", por lo que la entidad demandada debió tener en cuenta tal situación para concluir que en el presente caso resultaba aplicable la jurisprudencia comunitaria en relación con la figura de *"familia de marcas"*.

Estimó que el desconocimiento de la normativa que establece la protección de los signos notoriamente conocidos, llevó a la SIC a realizar un cotejo superficial entre el signo notorio "GE" y la expresión "GE GANO EXCEL", sin que se tuviera en cuenta la notoriedad del primero.

II.- CONTESTACIÓN DE LA DEMANDA

II.-1. La sociedad **GANO EXCEL INDUSTRIES SDN BHD**, tercero con interés directo en las results del proceso, solicitó denegar las pretensiones de la demanda, por cuanto, a su juicio, la SIC realizó un



análisis detallado de las diferencias entre las marcas cotejadas, lo cual permitía concluir que eran diferentes y diferenciables.

Sostuvo que los productos que ampara cada una de las marcas enfrentadas son diferentes y, adicionalmente, se comercializan a través de distintos canales y están dirigidos a consumidores específicos.

II.-2. La **SIC** solicitó desestimar las súplicas incoadas, por cuanto, a su juicio, la actora no expuso argumento alguno que desvirtuó la presunción de legalidad de los actos administrativos demandados.

Aseguró que no existe relación alguna entre los productos que identifican las marcas en disputa, pues las previamente registradas corresponden al consumo diario que se agotan con su solo uso, ya que su naturaleza es la de bienes consumibles, es decir, se agotan con la existencia y realización de su uso final, mientras que la solicitada se refiere a electrodomésticos y a una serie de elementos que no se agotan con su uso principal, sino que son reutilizables y no son reconocibles en forma alguna como bienes consumibles; y que, además, están sujetos a distintos canales de distribución de tal forma que no es posible encontrarlos juntos ni suponer que tienen el mismo origen empresarial.



III.- TRÁMITE DE LA ACCIÓN

De conformidad con lo ordenado por el artículo 180 de la Ley 1437 de 2011⁵, el 5 de septiembre de 2016 se llevó a cabo la Audiencia Inicial, a la cual asistieron la sociedad **GENERAL ELECTRIC COMPANY**, en su calidad de actora, así como el apoderado de parte demandada.

En la audiencia se hizo un recuento de las actuaciones procesales surtidas, en el que se expuso que la demanda se admitió como de nulidad, de conformidad con el artículo 137 del CPACA, en armonía con el artículo 172 de la Decisión 486 de 2000; enseguida se procedió al saneamiento del proceso, sobre el cual las partes intervinientes no observaron ningún vicio que pudiera acarrear nulidad procesal, por lo que el Despacho sustanciador declaró debidamente saneados los vicios de nulidad relativa de que pudiere adolecer el proceso.

Habida cuenta que no se propusieron excepciones previas ni mixtas por la parte demandada, no se adoptó decisión al respecto.

Acto seguido se procedió a la fijación del litigio, en los siguientes términos:

⁵ En adelante CPACA.



Que el objeto del presente litigio consiste en determinar si las **resoluciones núms. 74864 de 30 de noviembre de 2012 y 00041285 de 11 de julio de 2013**, mediante las cuales la SIC le concedió el registro de la marca mixta **"GE GANO EXCEL"**, para distinguir productos comprendidos en la Clase 32 de la Clasificación Internacional de Niza, vulneran lo dispuesto en los artículos 135, literal i), 136, literales a) y h), 224, 225, 226, 228, 229 y 230 de la Decisión 486.

Las partes manifestaron no tener objeción a la fijación del litigio en los términos expuestos.

El Despacho sustanciador dispuso tener como pruebas, en cuanto fueren conducentes y por el valor que en derecho les corresponda, los documentos aportados por las partes.

Se señaló que una vez finalizada la audiencia se suspendería el proceso para efectos de elaborar y remitir vía electrónica, por la Secretaría de la Sección Primera, la solicitud de interpretación prejudicial.



Finalmente, las partes manifestaron no encontrar irregularidad alguna en la audiencia que pudiere viciar de nulidad las actuaciones surtidas. Teniendo en cuenta lo anterior, se declaró saneado el proceso hasta ese momento.

IV.- ALEGATOS DE CONCLUSIÓN

IV.-1 La actora insistió en que el registro marcario, cuya nulidad se solicita, reproduce en su totalidad sus marcas “**GE**”.

Indicó que la SIC ha debido reconocer la notoriedad del signo “**GE**” y, en consecuencia, otorgarle protección especial, pues de lo contrario se concebiría el aprovechamiento injustificado de su prestigio entre el público consumidor una dilución de su fuerza distintiva y del valor comercial.

IV.-2 La SIC solicitó despachar desfavorablemente las súplicas de la demanda y reiteró los argumentos expuestos en la contestación de la misma.

Aseguró que la marca mixta “**GE**” no es confundible con la expresión objeto de controversia, máxime si se tiene en cuenta que no existe conexidad competitiva entre ellas, lo que descarta alguna clase de notoriedad.



IV.-3 En esta etapa procesal, tanto el tercero con interés directo en las resultados del proceso y el Agente del Ministerio público, guardaron silencio.

V.- INTERPRETACIÓN PREJUDICIAL

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en respuesta a la solicitud de Interpretación Prejudicial de las normas comunitarias invocadas como violadas en la demanda, concluyó⁶:

"[...] 1. Irregistrabilidad de signos por identidad o similitud. Riesgo de confusión directo, indirecto y de asociación. Similitud ortográfica, fonética, conceptual o ideológica y gráfica o figurativa. Reglas para realizar el cotejo de signos distintivos.

[...]

"Artículo 136.- No podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando:

a) sean idénticos o se asemejen, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, para los mismos productos o servicios, o para productos o servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación;

[...]

1.3. Se deberá examinar si entre los signos confrontados existe identidad o semejanza, para luego determinar si esto es capaz de generar riesgo de confusión (directo o indirecto) o de asociación en el público consumidor, teniendo en cuenta en esta valoración que la similitud entre dos signos puede ser:

a) **Ortográfica:** Se refiere a la semejanza de las letras de los signos en conflicto desde el punto de vista de su configuración; esto es, tomando en cuenta la secuencia de vocales, la longitud de la o las palabras, el número de sílabas, las raíces,

⁶ Proceso 333-IP-2018.



o las terminaciones comunes de los signos en conflicto, los cuales pueden inducir en mayor grado a que la confusión sea más palpable u obvio.

b) **Fonética:** Se refiere a la semejanza de los sonidos de los signos en conflicto. La determinación de tal similitud depende, entre otros elementos, de la identidad en la sílaba tónica o de la coincidencia en las raíces o terminaciones; sin embargo, también deben tenerse en cuenta las particularidades de cada caso, con el fin de determinar si existe la posibilidad real de confusión entre los signos confrontados.

c) **Conceptual o ideológica:** Se configura entre signos que evocan una idea y/o valor idéntico y/o semejante.

d) **Gráfica o figurativa:** Se refiere a la semejanza de los elementos gráficos de los signos en conflicto, tomando en cuenta los trazos del dibujo o el concepto que evocan.

[...]

2. Comparación entre signos mixtos, uno de ellos con elemento denominativo compuesto

[...]

2.5. Al realizar el cotejo entre signos mixtos, se debe tomar en cuenta lo siguiente:

i. Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir, sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado.

ii. Se debe establecer si los signos en conflicto comparten un mismo lexema. Una palabra puede estar constituida por lexemas y morfemas. Los primeros son la base y el elemento que no cambia dentro de la palabra cuando se hace una lista léxica de las derivaciones que pueden salir de ella, y cuyo significado se encuentra en el diccionario. Como ejemplo tenemos el lexema **deport** en: **deport-e**, **deport-ivo**, **deport-istas**, **deport-ólogo**.

Los segundos, son fragmentos mínimos capaces de expresar un significado y que unido a un lexema modifica su definición.

Si los signos en conflicto comparten un lexema o raíz léxica, se debe tener en cuenta lo siguiente:



. Por lo general el lexema es elemento que más impacta en la mente del consumidor, lo que se debe verificar al hacer un análisis gramatical de los signos en conflicto.

. Por lo general en el lexema está ubicada la sílaba tónica.

. Si los signos en conflicto comparten un lexema, podría generarse riesgo de confusión ideológica. Los lexemas imprimen de significado a la palabra. Es muy importante tener en cuenta que el criterio ideológico debe estar complementado con otros criterios para determinar el riesgo de confusión en los signos en conflicto.

iii. Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, pues si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.

iv. Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que si se encuentran en el mismo orden asumirán una importancia decisiva para fijar la sonoridad de la denominación.

v. Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado.

3. La marca notoriamente conocida. Su protección y su prueba

3.1. Como en el proceso interno se argumentó que el signo solicitado reproduce las marcas notorias GE (mixtas) se abordará el tema propuesto de conformidad con la línea jurisprudencial que el Tribunal ha trazado sobre la materia.

[...]

3.3 En efecto, el artículo 224 de la Decisión 486 determina el entendimiento que debe darse al signo distintivo notoriamente conocido en los siguientes términos:

"Se entiende por signo distintivo notoriamente conocido el que fuese reconocido como tal en cualquier País miembro por el sector pertinente, independientemente de la manera o el medio por el cual se hubiese hecho conocido (...)".

[...]



La marca notoria y su relación con los principios de especialidad, territorialidad, registral y su uso real y efectivo, así como su diferenciación con la marca renombrada

[...]

En relación con los diferentes riesgos en el mercado

[...]

Prueba de la notoriedad

[...]

La cancelación por falta de uso y la prueba de uso tratándose de marcas renombradas y notorias [...]".

VI.- CONSIDERACIONES DE LA SALA

La SIC, mediante los actos administrativos acusados, las **resoluciones núms. 74864 de 30 de noviembre de 2012 y 00041285 de 11 de julio de 2013**, concedió el registro de la marca mixta "**GE GANO EXCEL**", a la sociedad **GANO EXCEL INDUSTRIES SDN. BHD**, para amparar los siguientes productos de la Clase 32 de la Clasificación Internacional de Niza: "[...] *cervezas; aguas minerales y gaseosas y tras bebidas no alcohólicas; bebidas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para hacer bebidas [...]*".

A juicio de la demandante, la concesión del signo "**GE GANO EXCEL**" afectó indebidamente el derecho de uso exclusivo que ostenta sobre la expresión notoria "**GE**".



Agregó que la entidad demandada ignoró las similitudes visual y conceptual entre los signos enfrentados; además de la complementariedad entre los productos que ellas identifican, generando un riesgo de confusión en el público consumidor.

El Tribunal, en la Interpretación Prejudicial solicitada por esta Corporación, estimó que para el caso *sub examine* era viable la interpretación de los artículos 136, literales a), y h), 224, 228 y 230 “[...] *por ser materia controvertida [...]*”, no así la de los artículos 135, literal i), 225, 226 y 229, toda vez que “[...] *no se discuten los signos engañosos [...]* no analiza la competencia desleal ni el uso no autorizado de una marca notoria, así como tampoco se discute el reconocimiento de la calidad de notoria de una marca [...]”

El texto de las normas aludidas es la siguiente:

Decisión 486.

[...]

Artículo 136.- *No podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando:*

a) sean idénticos o se asemejen, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, para los mismos productos o servicios, o para productos o servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación;

[...]



h) constituyan una reproducción, imitación, traducción, transliteración o transcripción, total o parcial, de un signo distintivo notoriamente conocido cuyo titular sea un tercero, cualesquiera que sean los productos o servicios a los que se aplique el signo, cuando su uso fuese susceptible de causar un riesgo de confusión o de asociación con ese tercero o con sus productos o servicios; un aprovechamiento injusto del prestigio del signo; o la dilución de su fuerza distintiva o de su valor comercial o publicitario

[...]

Artículo 224.- *Se entiende por signo distintivo notoriamente conocido el que fuese reconocido como tal en cualquier País Miembro por el sector pertinente, independientemente de la manera o el medio por el cual se hubiese hecho conocido.*

[...]

Artículo 228.- *Para determinar la notoriedad de un signo distintivo, se tomará en consideración entre otros, los siguientes factores:*

- a) el grado de su conocimiento entre los miembros del sector pertinente dentro de cualquier País Miembro;*
- b) la duración, amplitud y extensión geográfica de su utilización, dentro o fuera de cualquier País Miembro;*
- c) la duración, amplitud y extensión geográfica de su promoción, dentro o fuera de cualquier País Miembro, incluyendo la publicidad y la presentación en ferias, exposiciones u otros eventos de los productos o servicios, del establecimiento o de la actividad a los que se aplique;*
- d) el valor de toda inversión efectuada para promoverlo, o para promover el establecimiento, actividad, productos o servicios a los que se aplique;*
- e) las cifras de ventas y de ingresos de la empresa titular en lo que respecta al signo cuya notoriedad se alega, tanto en el plano internacional como en el del País Miembro en el que se pretende la protección;*
- f) el grado de distintividad inherente o adquirida del signo;*
- g) el valor contable del signo como activo empresarial;*
- h) el volumen de pedidos de personas interesadas en obtener una franquicia o licencia del signo en determinado territorio; o,*
- i) la existencia de actividades significativas de fabricación, compras o almacenamiento por el titular del signo en el País Miembro en que se busca protección;*
- j) los aspectos del comercio internacional; o,*
- k) la existencia y antigüedad de cualquier registro o solicitud de registro del signo distintivo en el País Miembro o en el extranjero.*

[...]



Artículo 230.- *Se considerarán como sectores pertinentes de referencia para determinar la notoriedad de un signo distintivo, entre otros, los siguientes:*

- a) los consumidores reales o potenciales del tipo de productos o servicios a los que se aplique;*
 - b) las personas que participan en los canales de distribución o comercialización del tipo de productos o servicios a los que se aplique;*
 - o,*
 - c) los círculos empresariales que actúan en giros relativos al tipo de establecimiento, actividad, productos o servicios a los que se aplique.*
- Para efectos de reconocer la notoriedad de un signo bastará que sea conocido dentro de cualquiera de los sectores referidos en los literales anteriores. [...]”.*

Con el fin de realizar el examen de registrabilidad de las marcas en controversia es preciso adoptar las reglas para efectuar el cotejo marcario, que señaló el Tribunal en este proceso, así:

“[...] 1.4. Igualmente, al realizar el cotejo de los signos en conflicto, se deberá observar las siguientes reglas para el cotejo de marcas:

- a) La comparación debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto de los signos en conflicto; es decir, cada uno debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad fonética, ortográfica, gráfica o figurativa y conceptual o ideológica.*
- b) En la comparación se debe emplear el método del cotejo sucesivo; esto es, se debe analizar un signo y después el otro. No es procedente realizar un análisis simultáneo, pues el consumidor difícilmente observará los signos al mismo tiempo, sino que lo hará en momentos diferentes.*
- c) El análisis comparativo debe enfatizar las semejanzas y no las diferencias, pues es en las semejanzas en las que se puede percibir el riesgo de confusión o asociación.*
- d) Al realizar la comparación es importante colocarse en el lugar del consumidor y su grado de percepción, de conformidad con el tipo de productos o servicios de que se trate [...]”.*



Número único de radicación: 11001-03-24-000-2013-00673-00
Actora: GENERAL ELECTRIC COMPANY

Para efectos de realizar el cotejo, a continuación se presentan las marcas en conflicto, así:



MARCA MIXTA CUESTIONADA⁷



MARCAS MIXTAS PREVIAMENTE REGISTRADAS⁸

Ahora bien, como en el presente caso se va a cotejar una marca mixta, como lo es la cuestionada, concedida a favor del tercero con interés directo en las resultas del proceso⁹, con otras marcas mixtas, previamente registradas, a favor de la actora, es necesario establecer el elemento que predomina, para lo cual se requiere que el examinador se ubique en el lugar del consumidor con el fin de

⁷ Folio 38 del cuaderno núm .1

⁸ Folio 38 del cuaderno núm. 1

⁹ La sociedad **GANO INDUSTRIES SDN. BHD.**



determinar cuál de los elementos es el que capta con mayor facilidad y recuerda en el mercado.

La Sala observa que el elemento denominativo es el predominante en ambas marcas, no así las gráficas que las acompañan, pues su sola lectura es la que trae en la mente del consumidor las palabras que distinguen, sin que la parte gráfica sea de relevancia, amén de que los productos amparados bajo las mismas son solicitados a un expendedor por su denominación y no por la descripción de aquellas.

Ahora, es menester precisar que la Interpretación Prejudicial enfatiza en que si el elemento determinante es el denominativo el cotejo se deberá realizar de conformidad con las siguientes reglas para la comparación entre marcas denominativas:

"[...]"

- i. *Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir, sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado.*
- ii. *Se debe establecer si los signos en conflicto comparten un mismo lexema. Una palabra puede estar constituida por lexemas y morfemas. Los primeros son la base y el elemento que no cambia dentro de la palabra cuando se hace una lista léxica de las derivaciones que pueden salir de ella, y cuyo significado se encuentra en el diccionario. Como ejemplo tenemos el lexema **deport** en: **deport-e**, **deport-ivo**, **deport-istas**, **deport-ólogo**.*



Los segundos, son fragmentos mínimos capaces de expresar un significado y que unido a un lexema modifica su definición.

Si los signos en conflicto comparten un lexema o raíz léxica, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- . Por lo general el lexema es elemento que más impacta en la mente del consumidor, lo que se debe verificar al hacer un análisis gramatical de los signos en conflicto.*
- . Por lo general en el lexema está ubicada la sílaba tónica.*
- . Si los signos en conflicto comparten un lexema, podría generarse riesgo de confusión ideológica. Los lexemas imprimen de significado a la palabra. Es muy importante tener en cuenta que el criterio ideológico debe estar complementado con otros criterios para determinar el riesgo de confusión en los signos en conflicto.*
- iii. Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, pues si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.*
- iv. Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que si se encuentran en el mismo orden asumirán una importancia decisiva para fijar la sonoridad de la denominación.*
- v. Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado [...]”.*

Siendo ello así, la Sala procederá a analizar las características propias de las marcas en controversia, respecto a sus semejanzas ortográficas, fonéticas e ideológicas, con el fin de determinar el grado de confusión que pueda existir entre los mismos.



A efectos de evaluar la similitud marcaria, es necesario considerar los siguientes conceptos aludidos en la precitada Interpretación Prejudicial:

"[...]

a) **Ortográfica:** Se refiere a la semejanza de las letras de los signos en conflicto desde el punto de vista de su configuración; esto es, tomando en cuenta la secuencia de vocales, la longitud de la o las palabras, el número de sílabas, las raíces, o las terminaciones comunes de los signos en conflicto, los cuales pueden inducir en mayor grado a que el riesgo de confusión sea más palpable u obvio.

b) **Fonética:** Se refiere a la semejanza de los sonidos de los signos en conflicto. La determinación de tal similitud depende, entre otros elementos, de la identidad en la sílaba tónica o de la coincidencia en las raíces o terminaciones; sin embargo, también debe tenerse en cuenta las particularidades de cada caso, con el fin de determinar si existe la posibilidad real de confusión entre los signos confrontados.

c) **Conceptual o ideológica:** Se configura entre signos que evocan una idea y/o valor idéntico y /o semejante.

[...]”.

Además, es menester resaltar que tratándose de *marcas compuestas*, esta Sección en sentencia de 22 de mayo de 2014¹⁰, precisó:

“[...] Sobre las marcas compuestas, indica el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en su interpretación prejudicial allegada, lo siguiente:

“Al examinar un signo compuesto, la autoridad nacional deberá analizar el grado de distintividad de los elementos que lo componen, y así proceder al cotejo de los signos en conflicto.

Sobre lo anterior el Tribunal ha manifestado:

¹⁰ Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera, sentencia de 22 de mayo de 2014, expediente identificado con el número único de radicación 2008-00053-00, M.P. María Elizabeth García González.



"En el supuesto de solicitarse el registro como marca de un signo compuesto, caso que haya de juzgarse sobre su registrabilidad, habrá de examinarse especialmente la relevancia y distintividad de los vocablos que lo conforman. Existen vocablos que dotan al signo de '(...) la suficiente carga semántica que permita una eficacia particularizadora que conduzca a identificar el origen empresarial (...)'. (Sentencia del Proceso N° 13-IP-2001, ya citada). **Por tanto, si existe un nuevo vocablo que pueda claramente dar suficiente distintividad al signo, podrá ser objeto de registro.**" (Proceso 50-IP-2005. Interpretación Prejudicial de 11 de mayo de 2005, publicada en Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 1217, de 11 de julio de 2005) [...]" (Resaltado fuera de texto).

Así pues, la Sala inicialmente se pronunciará frente a los argumentos de la demandante relacionados con que las expresiones "**GANO**" y "**EXCEL**", a su juicio, resultan débiles y su fuerza distintiva se encuentra diluida y, en consecuencia, no deben ser tenidas en cuenta dentro del presente análisis, toda vez que las mismas pueden ser tomadas como un elemento secundario y/o explicativo.

Al respecto, la Sala observa que de conformidad con el formulario único de registros de signos distintivos¹¹, el signo cuestionado se solicitó ante la SIC como "**GE GANO EXCEL**", sin que se adujera que las expresiones "**GANO**" y "**EXCEL**" fueran explicativas, por lo cual las mismas deben tenerse como parte integral del mismo.

¹¹ Anexo núm. 1, página 4.



Por consiguiente, no le asiste razón a la sociedad actora al alegar que debe excluirse del cotejo marcario las expresiones **"GANO"** y **"EXCEL"**, habida cuenta que no son expresiones explicativas.

Teniendo en cuenta lo anterior y siguiendo los parámetros antes enunciados, la Sala procede al cotejo de las marcas en conflicto.

Respecto a la **similitud ortográfica** entre la marca cuestionada **"GE GANO EXCEL"** y las marcas previamente registradas **"GE"**, debe señalarse que la marca **"GE GANO EXCEL"** está compuesta por tres (3) palabras, once (11) letras, cinco (5) sílabas, seis (6) consonantes y cinco (5) vocales, mientras que las marcas registradas **"GE"** constan de una (1) palabra, dos (2) letras, una (1) sílaba, una (1) consonante y una (1) vocal, lo que le permite a la Sala determinar que varían tanto en su extensión así como en su composición silábica, consonántica y vocálica.

Aunado a lo anterior, también se observa que la marca solicitada al estar acompañada de otros vocablos a su final, como lo son las palabras **"GANO"** y **"EXCEL"**, genera un signo completamente distintivo, que lo hace registrable y permite concluir que no hay similitud ortográfica.



En efecto, si bien es cierto que los signos enfrentados comparten la partícula, "GE", también lo es que este vocablo en el signo cuestionado al estar combinado con dos palabras adicionales diferentes, esto es, "GANO" y "EXCEL", genera un signo completamente registrable y distintivo.

Así las cosas, la Sala considera que no se puede fundamentar el riesgo de confundibilidad entre las marcas enfrentadas en el hecho de que comparten una misma partícula, como lo es en este caso la expresión "GE".

En relación con la **similitud fonética**, la Sala señala que su pronunciación es diferente al tener la marca solicitada en su parte final las palabras "GANO" y "EXCEL", las cuales le imprimen una sonoridad distinta.

En efecto, basta hacer el siguiente ejercicio, para apreciar tal diferencia:

GE - GE **GANO EXCEL** - GE - GE **GANO EXCEL** - GE - GE **GANO EXCEL**
GE - GE **GANO EXCEL** - GE - GE **GANO EXCEL** - GE - GE **GANO EXCEL**
GE - GE **GANO EXCEL** - GE - GE **GANO EXCEL** - GE - GE **GANO EXCEL**
GE - GE **GANO EXCEL** - GE - GE **GANO EXCEL** - GE - GE **GANO EXCEL**



Al respecto, la Sala advierte que el hecho de que los signos cotejados tengan terminaciones diferentes hace que su pronunciación y fonética sean distintas, por cuanto al acudir al método de cotejo sucesivo se puede apreciar que el empleo de sufijos distintos le aporta una fuerza distintiva especial a los signos, que los hace registrables, sin que se lleve al consumidor a pensar que se trata de un mismo producto o se genere algún riesgo de confusión o asociación¹².

Ahora, en cuanto a la **similitud ideológica o conceptual**, la Sala estima que las expresiones "**GE**" y "**EXCEL**" son de fantasía, debido a que no tienen un significado conceptual propio en el idioma castellano, y aunque la palabra "**GANO**" si tiene significado en dicho idioma¹³, no guarda relación con los productos que identifica la marca solicitada.

En ese sentido, y comoquiera que los signos enfrentados contienen expresiones que son de fantasía, la Sala estima que los mismos no pueden cotejarse desde el punto de vista ideológico o conceptual.

¹² Así lo ha sostenido esta Sección. Ver: Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera, sentencia de 31 de agosto de 2017, C.P. María Elizabeth García González, número único de radicación 11001032400020120027500. Reiterado en sentencia de 31 de enero de 2019, C.P. Hernando Sánchez Sánchez (E) número único de radicación 11001-03-24-000-2014-00121-00. Reiterado en sentencia de 11 de junio de 2020, C.P. Nubia Margoth Peña Garzón, número único de radicación 11001-03-24-000-2011-00061-00.

¹³ De conformidad con el Diccionario de la Real Academia Española, ganar significa: "[...] *Conjugación de ganar. (...) Adquirir caudal o aumentarlo con cualquier género de comercio, industria o trabajo. [...]*". Consultado el 7 de marzo de 2023. <https://dle.rae.es/ganar>



Así las cosas, del riguroso análisis realizado, la Sala no advierte similitud ortográfica ni fonética que lleve a considerar que se configura riesgo de confusión o asociación, dado que la marca cuestionada **"GE GANO EXCEL"** es diferente de las marcas opositoras.

Sobre este punto en particular, vale la pena traer a colación la sentencia de 13 de agosto de 2020¹⁴, en la que la Sección Primera de esta Corporación, en un escenario similar en el que se enfrentaron las mismas marcas **"GE"** y **"GE GANO EXCEL"**, esta última en clase 31 de la Clasificación Internacional de Niza, concluyó que no existía riesgo de confundibilidad. En efecto, se dijo en esa oportunidad:

"[...] Comparación Ortográfica"

El aspecto ortográfico se refiere a la semejanza de las letras de la marca concedida y la marca registrada desde el punto de vista de su configuración; esto es, tomando en cuenta la secuencia de vocales, la longitud de la palabra, el número de sílabas, las raíces o las terminaciones comunes de la marca concedida y la marca registrada.

La Sala considera que de la confrontación que hace entre los términos GE GANO EXCEL de la marca concedida y GE de la marca previamente registrada, se observa que tienen diferente extensión o longitud, la primera de ellas siendo una marca compuesta, está conformada por once (11) letras; y la segunda compuesta por dos (2) letras, como se puede apreciar a continuación:

[...]

¹⁴ Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera, sentencia de 13 de agosto de 2020, expediente identificado con el número único de radicación 2013-00672-00, C.P. Hernando Sánchez Sánchez. Tal posición fue reiterada en sentencia de la misma fecha, expediente núm. 2013-00674-00, C.P. Hernando Sánchez Sánchez.



Considerando que, del análisis comparativo entre los términos de la marca concedida y la marca previamente registrada se deben enfatizar las semejanzas y no las diferencias. En el *caso sub examine*, la expresión "GE" la comparten los signos confrontados; sin embargo, la marca concedida es compuesta, por lo que las palabras GANO EXCEL la hacen tener mayor fuerza distintiva que la marca previamente registrada. Asimismo, estas dos palabras refuerzan las diferencias entre las marcas en disputa y permite vincularlas con un origen empresarial determinado.

Comparación Fonética

La similitud fonética se refiere a la semejanza de los sonidos en el signo, para lo cual debe tener en cuenta la sílaba tónica, la raíz y su terminación, para apreciar ese grado de similitud basta con pronunciarlos de viva voz y de manera sucesiva, como lo recomienda el Tribunal Andino:

GE GANO EXCEL-GE-GE GANO EXCEL- GE-
GE GANO EXCEL-GE-GE GANO EXCEL- GE-
GE GANO EXCEL-GE-GE GANO EXCEL- GE-

Así las cosas, las marcas no guardan similitud fonética puesto la marca concedida es compuesta, mientras que la previamente registrada es simple y, a pesar de que las marcas coinciden en iniciar con la misma expresión **GE** la marca mixta GE GANO EXCEL esta seguida de otras dos palabras que hacen que la pronunciación sea sustancialmente diferente a la marca mixta GE; de esta manera, no es posible la confusión entre ellas.

Comparación Ideológica

En el caso *sub examine*, la Sala encuentra que, la palabra GANO significa "[...] *adquirir caudal con cualquier género de comercio, industria o trabajo [...]*" y las palabras GE y EXCEL no tienen significado en el idioma castellano.

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en la Interpretación Prejudicial 186-IP-2015 el 20 de julio de 2018, frente a las marcas de fantasía consideró que "[...] *Si bien para cierta parte de la doctrina los signos de fantasía son aquellos que no tienen ningún significado idiomático, y los signos arbitrarios son aquellos que sí tienen significado pero no se relacionan con los productos o servicios que amparan, para el Tribunal, debido a la poca incidencia práctica de la distinción, los agrupa en el mismo concepto amplio de fantasía [...]*".



Conforme con lo anterior, la Sala considera que, en el presente caso, las marcas enfrentadas son de fantasía y arbitrarias porque: i) aunque la palabra GANO tiene significado en el idioma castellano, no guarda relación con los productos que identifica la marca mixta concedida; ii) las palabras GE y EXCEL además de constituir una elaboración propia del ingenio e imaginación de sus autores, no tienen un significado conceptual propio en el idioma castellano y, en tal sentido, no son términos de uso generalizado, en consecuencia, por ser de fantasía y arbitrarios, como ya se dijo, no se pueden cotejar desde este aspecto.

En efecto, una vez realizada la comparación de manera conjunta y sucesiva, sin descomponer los signos confrontados, y teniendo en cuenta que el análisis debe enfocarse principalmente en las semejanzas y no las diferencias que presenten los mismos, la Sala considera que no se advierte similitud ortográfica ni fonética, que lleve al consumidor medio a confundir las marcas, porque la marca concedida GE GANO EXCEL es lo suficientemente distintiva y diferente de la marca GE previamente registrada.

En ese orden de ideas, la Sala considera que, debido a que no se cumple el primer supuesto de la causal de irregistrabilidad del literal a) del artículo 136 de la Decisión 486, es decir, que existan similitudes entre las marcas confrontadas de las que se puedan derivar un riesgo de confusión o asociación para el consumidor; es innecesario analizar el segundo supuesto, relativo a la conexidad de los productos o servicios que identifica cada una de las marcas y, en consecuencia, el cargo no prospera.

Argumento de la familia de marcas

Atendiendo a que la parte demandante manifestó que es titular de una familia de marcas, que se caracteriza por la inclusión de las letras GE, y que, en ese sentido, la marca concedida genera un riesgo de confusión y de asociación con las marcas de las cuales es titular por incluir dichas letras; la Sala procederá a analizar esta figura.

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina consideró, en la interpretación proferida para el caso *sub examine*,¹⁵ que la familia de marcas corresponde a un conjunto de marcas que pertenecen a un mismo titular y poseen un rasgo distintivo común, mediante el cual el público consumidor las asocia entre sí y las relaciona con un mismo origen empresarial. En este sentido, en oportunidad anterior, precisó¹⁶:

¹⁵ Cfr. Folio 337

¹⁶ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Interpretación Prejudicial, Proceso 96-IP-2002 de 25 de marzo de 2003, Marca "ALPINA", publicada en la Gaceta Oficial N° 912, de 25 de marzo de 2003.



De la revisión de las pruebas obrantes en el expediente, consistentes en 49 certificados de registros marcarios; la Sala observa, por un lado, que la parte demandante es titular de la marca mixta GE para identificar productos y servicios de diferentes clases; y, por el otro, que se trata de la misma marca registrada en diferentes oportunidades y para diferentes clases, como se observa a continuación:

En virtud de lo expuesto, la Sala considera que la parte demandante no es titular de una familia de marcas en la medida en que no existe un conjunto de marcas que tengan un rasgo distintivo en común de las cuales sea titular y, por el contrario, se trata de una misma marca registrada en múltiples oportunidades para identificar diferentes productos y servicios.

Lo anterior, en la medida en que la figura de la familia de marcas supone la existencia de una pluralidad de marcas registradas que comparten o reproducen integralmente un mismo elemento o rasgo distintivo común, adicionando un elemento, gráfico o nominativo, que las diferencia una de la otra; por lo que tener una sola marca registrada en varias clases no permite entender que se trata de una familia de marcas.

En este sentido, atendiendo a que la parte demandante no es titular de una familia de marcas, la Sala considera que no es procedente analizar si la marca concedida contiene elementos que incluyen algún rasgo distintivo de las marcas de titularidad de la parte demandante que permitan generar riesgo de confusión o de asociación entre ellas, máxime cuando se determinó *supra* que a marca concedida cumple con el requisito de distintividad y, por ende, el argumento no prospera.

De los cargos de violación del literal h) del artículo 136 y los artículos 224, 225, 227, 228, 229 y 230 de la Decisión 486

La Sala advierte que a continuación se analizarán conjuntamente el cargo de violación del literal h) del artículo 136 y el cargo de violación de los artículos 224, 225, 227, 228, 229 y 230 de la Decisión 486, habida consideración que su conexidad comoquiera que se refieren a la notoriedad de una marca.

Atendiendo a que: i) la parte demandante manifiesta que la marca mixta GE es reconocida en el correspondiente sector comercial como notoria, en razón su esfuerzo y la inversión para que se mantenga en el mercado. Además, de la aceptación y reconocimiento de los consumidores de la Comunidad Andina; y



ii) en el cargo estudiado *supra* se determinó que no existe riesgo de confusión o de asociación entre la marca mixta concedida GE GANO EXCEL y la marca mixta GE

Esta Sección en providencia de 1.º de diciembre de 2017¹⁷, consideró que resulta irrelevante estudiar los cargos relacionados con la notoriedad de una marca cuando está determinado que la marca en controversia goza cumple con el requisito de distintividad. En efecto, indicó:

[...]

En este orden de ideas, la Sala considera que no es procedente realizar el estudio de los argumentos y pruebas relacionados con la notoriedad de la marca mixta GE, con registros núms. 229380 y 229379, que identifica productos de la clases 7 y 11 de la Clasificación Internacional de Niza, cuyo titular es la parte demandante; comoquiera que se encuentra establecida la distintividad de la marca mixta GE GANO EXCEL y la no existencia de un riesgo de confusión o de asociación entre las marcas cotejadas, motivo por el cual, independientemente de la notoriedad o no de la marca GE, la marca concedida no constituiría una reproducción, imitación, traducción o transcripción total o parcial, de la marca GE, que genere la ocurrencia de los riesgos de confusión o de asociación, aprovechamiento injusto del prestigio, o dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial o publicitario y, en ese sentido, no se encuentra configurada la causal de irregistrabilidad contenidas en el literal h) de la Decisión 486.

Conclusión

A juicio de la Sala, en el presente asunto, no existe similitud ortográfica ni fonética entre la marca mixta GE GANO EXCEL, con certificado de registro núm. 479972, que identifica productos de la Clase 31 de la Clasificación Internacional de Niza, y la marca mixta GE, con certificados de registros núms. 229380 y 229379, que identifica productos de las clases 7 y 11; motivo por el cual la marca mixta concedida no se encuentra incurso en las causales de irregistrabilidad de los literales a) y h) del artículo 136 de la Decisión 486.

La Sala considera que la parte demandante no es titular de una familia de marcas, comoquiera que no se demostró la existencia

¹⁷ Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera; sentencia de 1.º de diciembre de 2017, C.P. Dr. Hernando Sánchez Sánchez, núm. único de radicación 11001032400020100007600.



de un conjunto de marcas distintas que tengan un rasgo distintivo en común de las cuales sea titular.

En este orden de ideas, ante la carencia de vocación de prosperidad de los cargos formulados en la demanda, se mantiene la presunción de legalidad que ampara las resoluciones núms. 74924 de 30 de noviembre de 2012 y 41283 de 11 de julio de 2013 y, en consecuencia, la Sala negará las pretensiones de la demanda [...]". (Resaltado fuera de texto).

Ahora, la Sala encuentra que debido a que no se cumple el primer supuesto de la causal de irregistrabilidad analizada (artículo 136, literal a) de la Decisión 486), es decir, que existan similitudes entre las marcas cotejadas de las que se pueda derivar un riesgo de confusión o asociación para el consumidor, resulta innecesario entrar a analizar el segundo supuesto del artículo en mención, relativo a la conexidad de los productos que identifican las marcas debido a que la causal en mención exige del cumplimiento de los dos supuestos para su aplicación.

De otra parte, la actora indicó que la SIC pasó por alto la notoriedad de las marcas de su propiedad y que es titular de una familia de marcas, las cuales contienen la partícula "**GE**".

Sobre el particular, tal y como lo sostuvo la Sala en la sentencia antes transcrita la actora no es titular de una familia de marcas, de manera que no es procedente analizar si la marca cuestionada contiene elementos que incluyen algún rasgo distintivo de los signos



cuyo titular es la parte demandante que permitan generar riesgo de confusión o de asociación entre ellas, máxime cuando se determinó que la marca cuestionada cumple con el requisito de distintividad.

Adicionalmente, tampoco es necesario analizar si la marca mixta **"GE"** es notoria, habida cuenta que ello es irrelevante, porque el análisis efectuado en páginas anteriores permite afirmar que no existe posibilidad de aprovechamiento injusto de su prestigio, o dilución de su capacidad distintiva, como tampoco que la marca solicitada **"GE GANO EXCEL"** pudiese causarle perjuicio, comoquiera que priman las diferencias estructurales entre las marcas cotejadas, conforme lo señaló esta Sección¹⁸, cuando razonó así:

"[...]

*Para la Sala, es irrelevante que la marca **"BELMONT"** sea una marca notoriamente conocida, pues el análisis efectuado anteriormente, permite afirmar que no existe posibilidad de aprovechamiento indebido de su reputación, como tampoco que el signo **"DU MONT"** pudiese causarle perjuicio respecto a su fuerza distintiva, ya que priman las diferencias estructurales de una y otra marca sobre la pobre similitud observada en las mismas. Además, porque para que la notoriedad de una marca tenga la debida protección respecto a otras de menor rango o comunes, se requiere condicionalmente que exista el riesgo de confusión o de asociación con ese tercero de acuerdo con lo previsto en el artículo 136 literal h) de la Decisión 486, que se reitera, no se presenta en esta oportunidad [...]".*

¹⁸ Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera, sentencia de 11 de febrero de 2010, C.P. Marco Antonio Velilla Moreno, número único de radicación 11001-03-24-000-2004-00376.

Criterio reiterado en las sentencias: Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera, sentencia de 23 de marzo de 2017, C.P. María Elizabeth García González. número único de radicación 11001-03-24-000-2009-00481-00.

Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera, sentencia de 11 de junio de 2020, C.P. Nubia Margoth Peña Garzón, número único de radicación 11001-03-24-000-2009-00183-00.



Por consiguiente, la Sala considera que no son de recibo los argumentos de la demandante, por lo que se abstendrá de analizar las pruebas allegadas y los argumentos esgrimidos por ella al respecto.

En este orden de ideas, la Sala concluye que no se violaron las normas del ordenamiento jurídico comunitario y que le asistió razón a la SIC al conceder la marca "**GE GANO EXCEL**", para amparar los productos de la Clase 32 de la Clasificación Internacional de Niza, razón suficiente para que se mantenga incólume la presunción de legalidad que ampara a los actos administrativos acusados, los cuales están acorde a los parámetros fijados por el ordenamiento jurídico comunitario y en los que se argumentó de forma clara y precisa los motivos que llevaron a la decisión que se adoptó en cada una de ellas.

En consecuencia, la Sala habrá de denegar las pretensiones de la demanda, como en efecto se dispondrá en la parte resolutive de esta providencia.

Finalmente, se le reconocerá personería a la doctora **PAOLA ANDREA MARIÑO RODRÍGUEZ** como apoderada de la **SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO**, de



conformidad con el poder y los documentos anexos obrantes en el índice 73 del expediente digital agregado al sistema SAMAI.

En mérito de lo expuesto, el Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera, Administrando Justicia en nombre de la República y por autoridad de la Ley

F A L L A

PRIMERO: DENEGAR las pretensiones de la demanda, por las razones expuestas en la parte motiva de esta providencia.

SEGUNDO: ENVIAR copia de la providencia al Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, de conformidad con lo establecido en el artículo 128 de la Decisión 500 de la Comisión de la Comunidad Andina.

TERCERO: TENER a la doctora **PAOLA ANDREA MARIÑO RODRÍGUEZ** como apoderada de la **SUPERINTENDENCIA DE IDNUSTRIA Y COMERCIO**, de conformidad con el poder y los documentos anexos obrantes en el índice 73 del expediente digital agregado al sistema SAMAI.

CUARTO: En firme esta providencia archivar el expediente, previas las anotaciones de rigor.



Número único de radicación: 11001-03-24-000-2013-00673-00
Actora: GENERAL ELECTRIC COMPANY

CÓPIESE, NOTIFÍQUESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Se deja constancia de que la anterior providencia fue leída, discutida y aprobada por la Sala, en la sesión del día 9 de marzo de 2023.

OSWALDO GIRALDO LÓPEZ
Presidente
Salva voto

NUBIA MARGOTH PEÑA GARZÓN

HERNANDO SÁNCHEZ SÁNCHEZ

ROBERTO AUGUSTO SERRATO VALDÉS

CONSTANCIA: La presente providencia fue firmada electrónicamente por los integrantes de la Sección Primera en la sede electrónica para la gestión judicial SAMAI. En consecuencia, se garantiza la autenticidad, integridad, conservación y posterior consulta, de conformidad con la ley.