

Hablemos sobre el Derecho de la competencia

Es la rama del derecho que regula la actividad entre empresas para evitar prácticas anticompetitivas y garantizar mercados justos, eficientes y favorables al consumidor.



Objetivo:

Su objetivo es evitar la creación de monopolios, la fijación ilegal de precios y otras restricciones ilegales para que las empresas compitan libremente.



Principales características

1 

Evita conductas que distorsionen el mercado.

2 

Previene abusos y garantiza precios justos.

3 

Vigila y sanciona abusos de dominancia.



Libre competencia en el mercado

La constitución asegura la libre competencia económica (art. 333 cp), protegiendo tanto la libertad del consumidor para adquirir bienes y servicios como la **del empresario para ofrecerlos en condiciones equitativas**. el derecho a la competencia tiene como **objetivo preservar este acceso libre al mercado**, evitando que empresas o regulaciones estatales impongan limitaciones indebidas.



¿Cómo se manifiesta ese abuso de poder en el mercado?

Imaginemos que una empresa que controla el 95% del mercado decide vender a pérdida con el objetivo de arruinar a sus competidores. ¿por qué tomaría una decisión así? la razón es que, al eliminar a sus rivales hoy, mañana se convertirá en el único jugador en el mercado y podrá aumentar los precios para recuperar lo perdido y obtener mayores ganancias al no tener competencia. tener poder de mercado no es algo negativo; lo perjudicial es abusar de ese poder.



Actos de competencia desleal

Abarca cualquier acción o suceso en el mercado que vaya en contra de las prácticas comerciales sanas y el principio de buena fe en los negocios.



Fuentes relevantes

1 **Tratados internacionales**

- Convenio de Paris: Artículo 10
- Acuerdo sobre los ADPIC (TRIPS) – OMC (1994)
- Decision 486 CAN

2 **Ley**

- Ley 256 de 1996 – Competencia Desleal
- Ley 1480 de 2011 – Estatuto del Consumidor
- Código de Comercio (arts. 863 y ss.)

3 **Sentencias de casación proferidas bajo la Ley 256 de 1996**

- Sentencia SC 5851- 2014.
- Sentencia SC3907- 2021
- Sentencia SC4174-2021.



Principales actos de competencia desleal (L.256 /96)



Art. 8: Actos de desviación de clientela

Conducta que desvía clientes y va contra los usos honestos del comercio.



Art. 9: Actos de desorganización

Conducta que busca desorganizar internamente a otra empresa.



Art. 10: Actos de confusión

Conducta que genera confusión con la actividad o el negocio de otro.



Art. 11: Actos de engaño

Induce al público a error mediante información falsa u omisiones sobre la actividad o productos de otro.



Art. 14: Actos de imitación

Cuando copia exactamente y causa confusión, aprovecha la reputación ajena y obstaculiza la presencia del competidor en el mercado.



Art. 15: Explotación de reputación ajena

Aprovechar la reputación ajena o usar signos distintivos sin autorización



Art. 16: Violación de secretos

Divulgación o explotación, sin autorización de su titular, de secretos empresariales.



Acciones relativas a la competencia desleal



Acción declarativa y de condena

De acuerdo con el **artículo 20 de la Ley 256 de 1996**, la parte afectada tiene la opción de solicitar que se declare el acto desleal, que se eliminen sus efectos y que se indemnicen los daños ocasionados. Asimismo, puede pedir medidas cautelares en virtud del **artículo 33** de la misma ley.



Acción preventiva o de prohibición

Cualquier persona que considere que puede ser perjudicada por actos de competencia desleal tiene el derecho de solicitar al juez que impida la realización de una conducta desleal que aún no se ha consumado, o que la prohíba, incluso si no ha habido daño alguno.



Hablemos sobre el Derecho de la competencia



Ejemplos de actos de competencia desleal



Actos de engaño

Una marca dice que su producto estrella es libre de azúcar, pero contiene extracto de malta y jarabe de maíz.



Actos de imitación

Alpina v. Danone. Alpina copió de forma sistemática iniciativas comerciales de Danone para dificultar su ingreso al mercado colombiano.



Prácticas restrictivas de la competencia

El derecho a la libertad de empresa (Carta Política, art. 333) permite que los agentes del mercado ejerzan sus actividades económicas en libre competencia; sin embargo, este reconocimiento constitucional no es absoluto. Uno de sus límites es la prohibición a las prácticas restrictivas de la competencia, las cuales, según la SIC, son cualquier acción, acuerdo o conducta realizada por agentes económicos, en el mercado, cuyo fin sea limitar, restringir o distorsionar la libre competencia.

Fundamento normativo: Ley 155 de 1959 y Decreto 2153 de 1992



Tipos de prácticas



Acuerdos contrarios a la libre competencia (D. 2153 de 1992, Art. 47).

Prácticas restrictivas de la competencia — Conductas prohibidas. Se consideran contrarias a la libre competencia las conductas que tengan por objeto o efecto:

- Fijar directa o indirectamente precios;
- Determinar condiciones de venta;
- Repartir mercados entre productores o distribuidores;
- Asignar cuotas de suministro o producción;
- Asignar, limitar o repartir fuentes de abastecimiento de insumos;
- Limitar el desarrollo técnico;
- Subordinar el suministro de un bien a obligaciones ajenas al objeto del negocio;
- Abstenerse de producir o afectar deliberadamente los niveles de producción;
- Coludirse en licitaciones o concursos;
- Afectar la adjudicación de contratos o la fijación de términos de propuestas; y
- Impedir a terceros el acceso a mercados o canales de distribución.



Actos contrario a la libre competencia (D. 2153 de 1992, Art. 48).

Son actos que:

- Infringir las normas sobre publicidad contenidas en el Estatuto del Consumidor;
- Influenciar el nivel de precios de los productos o servicios de otra empresa; y
- Negarse a vender o prestar servicios, o discriminar a una empresa como represalia por su política de precios.



Abuso de la posición dominante (D. 2153 de 1992, Art. 50)

Se configura cuando una empresa tiene la facultad de eliminar o menoscabar a competidores existentes, o de impedir el acceso de nuevos competidores al mercado. Se constata cuando sus conductas estén orientadas a:

- Fijar precios por debajo del costo;
- Establecer condiciones discriminatorias en operaciones equivalentes;
- Subordinar el suministro de un producto a la aceptación de obligaciones adicionales;
- Vender en condiciones distintas a las ofrecidas a otro comprador equivalente, con el propósito de reducir o eliminar la competencia;
- Aplicar precios diferenciados por región con el fin de afectar la competencia; y
- Bloquear el acceso de terceros a mercados o canales de distribución.



Integraciones anticompetitivas (D. 2153 de 1992, Art. 51)

La SIC no prohíbe las integraciones empresariales, pero sí las somete a control previo con el fin de evitar conductas restrictivas de la competencia. En consecuencia, la SIC no objetará una integración cuando:

- Los interesados demuestren que los efectos benéficos de la operación para los consumidores superan su impacto negativo sobre la competencia, y que dichos efectos no pueden lograrse por otros medios; o
- Independientemente de la participación en el mercado de la empresa integrada, las condiciones del mercado externo garanticen la libre competencia en el país.

