

DE ALTO INTERÉS PARA TODOS LOS AFILIADOS: PROTECCIÓN DE LA LIBRE COMPETENCIA

¿Por qué proteger la libre competencia?

- **Razón primordial de orden económico** → mercado en competencia perfecta (ideal)
- **Razones de orden jurídico** → 1. Art. 333 C.P. “*La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades.*”; 2. La protección al consumidor; 3. Decreto 2153 de 1992; 4. Ley 256 de 1996

Fenalco en todo tiempo promueve y divulga entre sus asociados, este principio constitucional, contribuyendo a concientizar a los miembros de todos los sectores de comercio de bienes y servicios, a que no establezcan pacto alguno que limite dicha competencia.

¿Que atenta contra la libre competencia?

1. Promover o ejecutar directamente acuerdos contrarios a la libre competencia, o servir de plataforma para que los mismos se pacten o ejecuten.
2. Influenciar a sus empresas afiliadas para que pacten o ejecuten dichos acuerdos (Art. 48, num. 2, Decreto 2153 de 1992)

De otra parte, la SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO ente que promueve la libre competencia en el país, y castiga a quienes la afecten, señala que frente al intercambio de información que sea:

- **Histórica:** es decir que no pueda influir en las estrategias comerciales de los participantes;
- **Anónima y agregada:** es decir, que no permita a quien la recibe identificar de quién proviene la información; y
- **Pública:** es decir, que los datos estén disponibles para miembros que no hayan participado en el intercambio, para personas que no sean miembros y para consumidores), no se dan condiciones para que exista limitación a la libre competencia.

Sobre precios y otras condiciones de comercialización

- Qué tipo de actos pueden constituir faltas contra la Libre competencia:
 - ✓ Decisiones vinculantes o no vinculantes que pretendan influir en los precios de los bienes o servicios de los agentes en el mercado.
 - ✓ Decisiones vinculantes o no vinculantes que determinen variables diferentes al precio para los miembros de las asociaciones como agentes del mercado: políticas comerciales uniformes, tiempo de garantía, tiempo de promociones, etc.
 - ✓ Anuncios explícitos o implícitos de aumentos de precios
 - ✓ Decisiones relacionadas con publicidad uniforme entre competidores
 - ✓ Imposición de contratos tipo

Relacionados con repartición del mercado

- Repartición de mercados de producto o geográficos
- Repartición de clientes

Sanciones por transgredir el régimen de la competencia

- Art. 25, Ley 1340 de 2009: Los agentes del mercado que incurran en prácticas comerciales restrictivas de la competencia podrán recibir multas de hasta 100.000 SMLV, o de hasta el 150% de la utilidad obtenida por el infractor con la conducta, si fuere mayor.
- Art. 26, Ley 1340 de 2009. De igual forma, aquellas personas naturales que colaboren, ejecuten, toleren o faciliten las conductas contrarias a la libre competencia podrán ser sujetos de multa de hasta 2.000 SMLMV

¿Qué hacer para no infringir el régimen de competencia?

1. No emitir recomendaciones en materia de precios, condiciones comerciales, calidades, cantidades comercializadas o mercados atendidos, ni inducir acuerdos en estas materias.
2. No intercambiar listas de precios o información sobre las transacciones.

3. No hablar sobre incrementos o reducciones en precios, ni de estabilizar, uniformar u ordenar precios, ni sobre márgenes de utilidades o pérdidas, ni remuneraciones “mínimas”.
4. No emitir recomendaciones en materia de cantidades producidas o comercializadas, ni intercambiar información sobre esta materia en términos desagregados.
5. No acordar ni hablar de áreas, clientes, zonas, regiones exclusivas o protegidas o términos similares.
6. No acordar posturas en licitaciones públicas ni privadas.
7. No acordar actos coordinados de obstrucción a determinado oferente de productos o servicios por cuestiones de precios o condiciones relacionadas.

TODOS SOMOS PROMOTORES DE LA LIBRE COMPETENCIA