

ESTUDIO DE CASO MOLINOS ROA: PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.

Santiago Alejandro Enríquez Camacho³

RESUMEN.

La Carta Política de 1991, en su artículo 333 prescribe que la actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común y que la libre competencia económica es un derecho de todos, que supone responsabilidades, en donde el Estado evitará que se restrinja e impida la libertad económica y velará por que las personas no abusen de su posición dominante en el mercado nacional, a través de una entidad técnica que cumpla tal función. En igual sentido, dicho ordenamiento consigna el derecho de los consumidores en su artículo 78, estableciendo criterios de su protección, al disponer que la ley regulará la calidad de bienes y servicios que se ofrezcan a la comunidad, y la información.

Es así como la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), en ejercicio de su facultad sancionatoria y como entidad que vela por los derechos de los consumidores y la libre competencia, acogió un informe motivado del Superintendente Delegado para la Protección de la Competencia, en donde recomendó sancionar a Molinos Roa y Molinos Florhuila por violaciones a la libre competencia en la modalidad de influenciación de precios. De acuerdo con lo anterior, no se puede pasar por alto la decisión señalada, por cuanto la organización objeto de la sanción, es quizás, la de mayor relevancia económica en la Región Surcolombiana y el país, aspecto verdaderamente importante si tenemos en cuenta que el arroz constituye uno de los principales alimentos producidos en el Departamento del Huila y que impacta económicamente a la misma, resultando en consecuencia, un caso de estudio.

³ Estudiante de Derecho de la Universidad Surcolombiana. Miembro del Semillero de Investigación Mercatoria, adscrito al Grupo de Investigación Cynergia, clasificado “C” por Colciencias, adscrito al Programa de Derecho de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas de la Universidad Surcolombiana. Email de contacto san.alejo.enr@gmail.com

PALABRAS CLAVE: Competencia, Distorsión del mercado, Prácticas Restrictivas, Precios, Consumidor.

ABSTRACT

The Political Charter of 1991, in article 333, prescribes that the economic activity and private initiative are free, within the limits of the common good and that free economic competition is a right of all, which implies responsibilities, where the State will avoid, restrict and impede economic freedom and ensure that people do not abuse their dominant position in the national market, through a technical entity that fulfills this function. In the same sense, this law contains the right of consumers in its article 78, establishing criteria for its protection, by providing that the law regulates the quality of goods and services offered to the community, and information.

This is how the Superintendency of Industry and Commerce (SIC), making use of its sanctioning power and as an entity that monitors the rights of consumers and free competition, received a motivated report from the Superintendent Delegate for the Protection of Competition, where he recommended that Molinos Roa and Molinos Florhuila be punished for violations of the free Competition in the modality of price influence, According to the above, the decision cannot be overlooked, since the organization object of the sanction is perhaps the most important economic in the Surcolombian Region and of the country, a truly important aspect if we consider that rice is one of the main foods produced in the Department of Huila and that economically impacts the same, resulting in a case study.

KEYWORDS: Competition, market distortion, restrictive practices, prices, consumer.

INTRODUCCIÓN

El concepto de empresa del artículo 25 del Código de Comercio colombiano, puede entender desde dos puntos de vista, el primero que tiene relación con la definición de empresa como una actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación administración o custodia de bienes; mientras que la segunda, concibe a la empresa como la actividad económica organizada para la prestación de servicios.

La consideración de la empresa como modalidad del acto de comercio en Colombia, se havenido abriendo paso en la doctrina como la manifestación más clara de la actividad mercantil moderna, hasta tal punto, que se la considera como fundamental en el derecho mercantil contemporáneo. (Madriñán, 2004).

Los nuevos conceptos, principios y valores dados con la expedición de la Constitución Política de 1991, llevaron a la reformulación de los derechos contemplados en el ordenamiento jurídico, lo que indudablemente se ve reflejado en los derechos constitucionales, como el de los consumidores, el cual, tiene consagración en el artículo 78 C.P., y a su vez, desarrollo legal en el estatuto del consumidor Ley 1480 de 2011, expedido en razón a los cambios que trajo el estatuto superior, en cuanto a su estructura política, económica, y organizacional, siendo esta norma de un carácter especial; puesto que el anterior estatuto, Decreto 3466 de 1986, si bien desarrolla derechos del consumidor, es claro que tenía el espíritu normativo de la Constitución anterior.

Con la expedición de la Carta Política de 1991 no solo se amparó al consumidor, sino que se protege el mercado, a través de una competencia libre, regulando las conductas de sus actores del mercado.

Este precepto constitucional de competencia tuvo su desarrollo, a través del Decreto 2153 de 1992, mediante el cual se estructuró la Superintendencia de Industria y Comercio e incorporó la prohibición de las conductas que afecten la libre competencia en los mercados y se previó los acuerdos contrarios a la libre competencia, tales como, los que tengan por objeto o tengan como efecto la fijación directa o indirecta de precios. (Artículos 46 y 47).

Bajo la Constitución Política de 1886, se expidió la Ley 155 de 1959, norma que contiene algunas disposiciones sobre prácticas comerciales restrictivas e indica que está prohibido los acuerdos o convenios (sic) que directa o indirectamente, pretendan ejecutar toda clase de prácticas, procedimientos o sistemas tendientes a limitar la libre competencia y a mantener o determinar precios inequitativos, esto dentro del mercado (Artículo 1º) Como se observa en la legislación colombiana, se han tenido normas relacionadas con las prácticas restrictivas de la competencia, que a pesar de la distancia entre sus periodos de expedición, no se oponen, se complementan.

Armonizando las normas citadas con el Código de Comercio colombiano, se observa que en su Artículo 19 establece como una obligación del comerciante la de abstenerse de realizar actos de competencia desleal. Es, por tanto, reprochable e ilícito que un empresario o comerciante en Colombia realice actos o prácticas que contravengan la libre competencia y que tengan como finalidad, distorsionar el mercado a su favor a través de cualquiera de las conductas que el legislador desarrollo a través de las normas referenciadas.

En la protección constitucional citada, se aprecia que se presenta en doble vía: de un lado se garantiza el derecho al consumidor respecto de los productos y servicios que le presenta el mercado para su consumo y del otro, se garantiza la libre competencia, en relación con las personas que interactúan en él, es así como, los competidores no pueden introducir en su actividad prácticas restrictivas, que distorsionen la oferta y la demanda, en especial vía precio., actividades que afectan al mercado y a sus consumidores.

Sobre la libre competencia, la C.Const. C-992 de 2006 M.P. A. Galvis, indica en relación con la competencia, que se trata de un conjunto de empresarios, en un marco normativo de igualdad de condiciones, ponen sus esfuerzos, factores empresariales y de producción, en la conquista de un mercado determinado, bajo el supuesto de la ausencia de barreras de entrada o de otras prácticas que dificulten el ejercicio de una actividad económica lícita.

De tal manera que, de una parte, se busca alcanzar un estado de sana competencia en el que los empresarios en igualdad de condiciones puedan ingresar al mercado y obtener lucro económico y, de otra, se busca la protección del mercado de manera tal, que no se vea falseado por barreras

artificiales, por abuso de la posición de dominio o por actos o acuerdos restrictivos de la competencia, todo ello en el marco de la debida protección de los derechos de los consumidores (sean estos particulares o el Estado), los cuales no buscan otra cosa que la obtención de bienes y servicios de la mejor calidad al mejor precio posible, garantizando de esa manera el interés colectivo de los competidores, el interés del Estado y el derecho a los consumidores, propugnando por impulsar la pluralidad de oferentes. (Quintero, 2016).

En el caso objeto de estudio, la Superintendencia de Industria y Comercio colombiana (SIC), sancionó a la Organización Roa Florhuila, y a los representantes de la misma señores Aníbal Roa Villamil, Hernando Rodríguez, Edgar Gaviria Herrera y Pablo Gutiérrez Uribe, por violaciones al régimen de protección de la libre competencia, al haber influenciado a otros agentes del mercado, en los canales de distribución y comercialización, los precios de venta al consumidor final de arroz; considerándose estos como actos anticompetitivo, tendientes a influenciar a una empresa para que incrementará los precios de sus productos o con el fin de que desista de su intención de rebajar los precios.

Agotado todas las etapas previstas en la ley para adelantar las investigaciones por infracciones al régimen de libre competencia, el Superintendente Delegado para la protección de la Competencia, recomendó sanciones y escuchar, en el mismo sentido, la recomendación del Consejo Asesor de Competencia, en imponer, entre otras, una multa a la Organización Roa Florhuila por 32.218 millones de pesos, que se estableció mediante la Resolución 16.562 del 2015. De igual manera, las sanciones cobijan a los directivos están entre 12,8 y 1.063 millones de pesos, por haber colaborado, facilitado, autorizado, ejecutado o tolerado dichas conductas anticompetitivas.

La SIC comprobó que los molinos investigados realizaban un estricto seguimiento al cumplimiento de las restricciones impuestas a sus clientes, informándoles que una infracción a las mismas traería como consecuencia la ruptura unilateral de la relación comercial; la interrupción de esta y sanciones por un término de tres meses.

La Región Surcolombiana, especialmente el Departamento del Huila es uno de los principales productores de arroz, en consecuencia, el caso objeto de estudio, además de crear un precedente

en materia de protección puede generar efectos en la producción regional, circunstancias que hacen relevante el tema planteado no solo desde la perspectiva de la libre competencia sino del ámbito del consumidor, por tanto el problema de investigación es: ¿LA CONDUCTA REALIZADA POR MOLINO ROA CONSTITUYE UNA VULNERACIÓN AL DERECHO DE LOS CONSUMIDORES?

La respuesta a esa pregunta podrá ser obtenida una vez se asimile que la protección al consumidor es necesaria, pues la relación que existe entre estos y los productores – comerciantes es naturalmente desigual en el entendido de que son estos últimos quienes gozan de capital, capacidad adquisitiva y seguramente un nivel de vida adecuado y estable; mientras que los consumidores, al menos en un país como Colombia que en el para el año 2016 el porcentaje de personas clasificadas como pobres con respecto al total de la población nacional fue 28,0%. (DANE, 2016); son una población muy débil en comparación, lo que tiene como consecuencia que cualquier variación desmedida en los precios del arroz, los afecte de manera grave, más aún cuando es considerado como un bien de la canasta familiar.

De igual forma, se debe tener en cuenta que el mundo globalizado lleva a la vida de los seres humanos, una relación muy cercana con el consumo, de tal manera que en la actualidad, el simple hecho de existir/vivir implica actividades de consumo, pues al momento de nacer son los padres los que de una u otra forma deben incurrir en gastos que se ven representados en el consumo de bienes y servicios que requiere el recién nacido, quien posteriormente continuará en la misma esfera, en la medida en que crece y requiere cada vez más de consumir, obviamente determinado por la sociedad de consumo, propia de la denominada “*globalización*”.

Tal y como lo ha expresado Ghersi (1995), se podría hablar del derecho del consumidor como un derecho humano fundamental, de tal manera que se requerirá la intervención del Estado para hacerlo respetar, quién deberá promover su protección a través las dimensiones de la de promoción, el bienestar general, la calidad de vida, morigeración frente al poder y el sistema económico. Por suerte, en el Estado colombiano se ha incluido el derecho del consumidor en la órbita constitucional y legal, no obstante que en algunas ocasiones sean suficientes para garantizar su protección, se debe decir que esas disposiciones se acompañan con los lineamientos que han dado

organismos internacionales tales como la ONU y el Mercado Común del Sur(MERCOSUR), las cuales han visto su desarrollo alcanzado. Es así como Colombia a través de las instituciones propias, hace cumplir el marco de protección de este derecho, entidades como la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) y las altas cortes: la Corte Constitucional, Corte Suprema de Justicia y el Consejo de Estado, cuando los casos relacionados con este tema, han sido objeto de su estudio.

Ejercer las facultades propias derivadas de la autonomía negocial, implica contar con un marco preciso de protección jurídica, frente a cada uno de los elementos que integran el establecimiento de comercio, pero específicamente frente a la clientela, entendida como el conjunto de personas naturales y jurídicas que mantienen con el establecimiento o empresa unas relaciones comerciales abiertas, cuyo marco de protección es generado a partir del Derecho de la Competencia económica como rama del derecho mercantil que se encarga de su desarrollo, protección y conservación, admitiendo la mínima existencia de sus principales elementos: rivalidad y subsistencia de agentes económicos; teniendo en cuenta que el custodiar la clientela es imperativo al empresario moderno. (F. Arias – 2009).

ANTECEDENTES.

Para poder abordar los temas que se desarrollarán el caso objeto de estudio, es relevante precisar los conceptos de competencia y de consumo. Se debe observar que la competencia puede estudiarse desde dos aristas a saber: la económica y la jurídica. Desde el ámbito económico, puede ser perfecta o imperfecta, se presenta la primera, cuando existen varios competidores en el mercado sin que ninguno de ellos tenga la suficiente fuerza que determine el mercado, ya sea vía precio o cantidades; se entiende perfecto, ya que el mercado funciona sin monopolio, todos participan de igual manera en él, haciendo que los precios se determinen por el juego de la oferta y demanda, es así como el mundo de la competencia perfecta es de precios aceptantes en donde las empresas venden sus productos a precios homogéneos y estos están dados (Samuelson y Nordhaus, 2002).

La competencia imperfecta existe, cuando un productor tiene más poder que otros en el mercado y es así como, puede afectar los precios, son casos tipo de esta clase de competencia los oligopolios

y los monopolios, en estos escenarios los precios no se determinan por el juego de la oferta y la demanda, los bienes no son sustituibles, como en la competencia perfecta. Es así como, los oferentes pueden incidir conscientemente sobre los precios mediante la alteración de la producción u otros mecanismos. No son los precios la única imperfección del mercado existen otras tales como la asimetría de la información, los costos de las transacciones y las externalidades (Almonacid Sierra – García Lozada, 1998).

En cuanto al concepto de consumidor, se entiende como consumidor o usuario, entendiéndose por tal a toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza bienes o servicios en forma gratuita u onerosa como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social. Queda comprendida la adquisición de derechos en tiempos compartidos, clubes de campo, cementerios privados y figuras afines. Se considera asimismo consumidor o usuario a quien, sin ser parte de una relación de consumo, como consecuencia o en ocasión de ella adquiere o utiliza bienes o servicios como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, y a quien de cualquier manera está expuesto a una relación de consumo.

En Colombia, se entendía por consumidor toda persona natural o jurídica, que contrate la adquisición, utilización o disfrute de un bien o la prestación de un servicio determinado, para la satisfacción de una o más necesidades, esta definición era bastante amplia y se encontraba contenida en el Decreto 3466 de 1982. El nuevo Estatuto del Consumidor, Ley 1480 de 2011, que en su Artículo 5 ° define al consumidor como, toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza, para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica, y empresarial, cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica. Se entenderá incluido en el concepto de consumidor el de usuario.

Conforme a las citas realizadas, se puede afirmar que consumo es aquella actividad de adquisición, disfrute y uso, realizada por las personas (en sentido amplio), para la satisfacción de necesidades propias o de un tercero, cuando se habla de aspectos familiares o empresariales, es aquí en donde el Estado debe garantizar que esa actividad sea ejecutada de la mejor manera no solo desde el

ámbito de consumidor sino también desde el ámbito del proveedor o vendedor de bienes o servicios.

ANTECEDENTES JURISPRUDENCIALES DE LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

PROCESOS

Es así como el mercado del arroz, tiene relevancia, se observa que de acuerdo con las políticas estatales, se realizan importaciones de arroz, para bajar los precios, dice el gobierno, los mayores aumentos en los volúmenes importados, en términos de toneladas, se reportaron en: maíz (651.367) y arroz (188.588) en el año 2015, es por ello que el arroz es un bien de consumo máximo y que hace parte de la mesa de muchos colombianos, de allí la importancia del estudio del presente contrato. Sobre el particular la Corte Suprema de Justicia de Colombia, en Sentencia del 30 de abril de 2009, sostuvo: *“Empero, la protección del consumidor no solo encuentra respaldo en esa preceptiva constitucional, sino también en el Artículo 13 de dicha Carta, en cuanto establece que “el Estado promoverá las condiciones para que la igualdad sea real y efectiva y adoptará medidas a favor de grupos discriminados o marginados.”*

Ahora, en referencia al caso concreto, a través de la Sentencia de fecha 16 de febrero de 2017 del Consejo de Estado – Sección Primera se confirmó en su totalidad la sanción interpuesta por la SIC mediante la Resolución 22625 del 2005, que a su vez había confirmada por la Resolución 30193 del mismo organismo. En la sentencia referenciada, se resuelve el recurso de apelación interpuesto por MOLINO FLORHUILA S.A y OTROS en contra de la SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO (SIC), con respecto a la sentencia proferida por el Tribunal Administrativo de Cundinamarca de fecha 14 de mayo de 2014, en donde el mismo negó las pretensiones de la demanda y se abstuvo de condenar en costas.

Dichas pretensiones consistían en declarar nulos los artículos primero, segundo, tercero y cuarto de la Resolución No. 22.625 del 15 de septiembre de 2005, mediante las cuales se imponían

sanaciones, declarar nulo el artículo primero de la Resolución No. 30.193 del 14 de noviembre de 2006 mediante el cual se confirma la anterior, condenar a La Nación a devolver las sumas de dinero pagadas por concepto de las multas interpuestas y que se reestablezca el derecho de los demandantes, exonerándolos de cualquier responsabilidad por los hechos investigados por la SIC, y que se cancele cualquier registro o anotación que en relación con las declaraciones referidas y las multas impuestas.

En primer lugar se hace un recuento de los antecedentes consistentes en la investigación realizada por la SIC, iniciada mediante la Resolución 13.326 del 22 de junio de 2004 y la posterior Resolución 22.625 del 15 de septiembre de 2005, mediante la cual se declaró que las Empresas Molinos Roa S.A., Molino Florhuila S.A. - Florhuila y otros quebrantaron lo señalado en el numeral 1 del artículo 47 del Decreto 2153 de 1992, imponiéndoles una multa de \$763.000.000 a cada una; de igual manera se determinó que las empresas Arroz Diana S.A, Procesadora de Arroz Ltda. y Unión de Arroceros S.A. infringieron la misma norma y en consecuencia fueron sancionadas con multas de menor valor a cada una, y por último, también se sancionó al representante legal de Molinos Roa (Anibal Roa Villamil) con una multa de \$114.000.000 por infracción al numeral 16 del artículo 4° del Decreto 2153 de 1992 y a los representantes legales de Unión de Arroceros S.A y Procesadora de Arroz Ltda. con una multa de \$70.000.000 a cada uno por infracción al numeral 1 del artículo 47 del Decreto 2153 de 1992, mientras que el representante legal de Arroz Diana S.A fue exonerado.

Posteriormente se relacionan los argumentos esgrimidos por ambas partes en las instancias anteriores y finalmente la Sala analiza los cargos que constituyen la apelación, los cuales se enumeran a continuación:

1. Ausencia de análisis de los cargos primero y tercero de la demanda : El primer cargo de la demanda estuvo dirigido a afirmar que la SIC no había valorado las pruebas aportadas con el rigor suficiente y que ello había dado lugar a la expedición de los actos de los cuales se pretende la nulidad, sin embargo, la Sala pone en evidencia que el Tribunal sí se pronunció, inclusive de forma expresa, respecto a este punto, el cual afirmó que la Superintendencia de Industria y Comercio hizo una valoración apropiada de las pruebas, llevando a cabo “*análisis en*

bases reales aportadas por las sancionadas y la administración respecto a los precios ofrecidos a los agricultores y las variables que lo determinaron, evidenciándose un paralelismo consciente en los valores” en donde se tuvieron en cuenta variables como la estacionalidad de la cosecha, la expectativa de escasez del arroz paddy verde, la negociación de cosechas por parte de los agricultores, la inelasticidad de la oferta y la concentración de la demanda, para concluir que la simetría de los precios se produjo a causa de la coordinación deliberada de las sancionadas. El tercer cargo de la demanda estuvo dirigido a demostrar que no se cumplieron con los requisitos de la prueba indiciaria en la investigación, afirmando que la SIC no hizo referencia a la:

2. Caracterización del mercado relevante y funcionamiento: Se debían tener en cuenta variables como la elasticidad del precio de la demanda de arroz blanco, la elasticidad cruzada y la estabilidad de la oferta del arroz paddy para determinar si este es un mercado con tendencia a precio único o en condiciones de competencia, y que si se hubieran analizado se podría haber determinado que el comportamiento de los precios que aconteció en el caso constituye una tendencia normal en este tipo de mercados, reduciendo las probabilidades de que el mismo sea producto de un acuerdo de precios entre las empresas involucradas; variables que la SIC no tuvo en cuenta en su análisis y que el Tribunal de igual manera omitió.

Al respecto la sala concluyó que el Tribunal efectivamente se pronunció acerca de la elasticidad del precio de la demanda de arroz paddy y de arroz blanco para decir que no había lugar a estudiar este tipo de elasticidad porque de lo que se trataba era de medir los cambios en las cantidades ofrecidas respecto a los cambios en el precio del arroz, o sea, la elasticidad de la oferta (que se refiere a la variación de las cantidades ofrecidas de un bien respecto a los cambios en su precio). Respecto a la elasticidad cruzada, concluyó que la SIC tuvo en cuenta las variables económicas necesarias para determinar que la variación de los precios era consecuencia de un acuerdo y no por un comportamiento normal del mercado.

3. Existencia de un oligopsonio: (Caracterización de la cooperación o no de un mercado oligopolístico). La sala desacreditó totalmente este argumento puesto que ni siquiera existió un oligopolio, sino más bien un oligopsonio, que consiste en una situación de mercado en donde existen muchos oferentes y pocos demandantes, por tal razón la variabilidad de los precios

está determinada por el comportamiento de los demandantes, aunque el mismo también es tendiente a que se presenten con frecuencia conductas que buscan regular los precios del mercado, a partir de acuerdos entre los oferentes. Para determinar la existencia de un oligopsonio se tomaron en cuenta factores como la capacidad de producción de las empresas sancionadas y el escaso -casi inexistente- poder de negociación de los agricultores a la hora de vender el arroz a los molinos, puesto que en la mayoría de los casos las cosechas están dadas como prenda a los mismos.

4. Condiciones de la oferta del arroz paddy en el primer semestre de 2004: Al respecto la sala determinó que el aumento en la demanda de arroz paddy por virtud del incremento del área sembrada y de la productividad de las cosechas no es una condición eficiente que determine la uniformidad de los precios, sino que eventualmente puede generar la caída de los mismos, afirmando que lo que es reprochable es la uniformidad de precios en un mercado y no la disminución de los mismos. Teniendo en cuenta que la SIC puso en evidencia de manera contundente que los movimientos de las sancionadas fueron exactamente iguales en 6 periodos de tiempo durante el primer semestre de 2004, y que encontró que las sancionadas incrementaron o disminuyeron los precios en el mismo valor, en forma casi perfecta, en idéntica proporción y en fechas similares, concluye la Sala que lo alegado no tiene fundamento probatorio y que, inclusive si lo tuviese, sería inefectivo teniendo en cuenta que cada una de las empresas sancionadas cuenta con un Comité de Compra distinto, que rige los precios que se van a manejar dependiendo de las necesidades propias, y, teniendo en cuenta que dichos precios se concertan a través de reuniones del mencionado Comité desarrolladas de manera independiente y en fechas distintas; no hay manera de que estas coincidan de manera tan exacta como para tener una variación de precios tan perfectamente uniforme.

5. Inconsistencias en el análisis económico: La Sala se pronuncia muy brevemente respecto a este punto en razón a la oscura argumentación de la actora, la cual alegaba que la SIC había utilizado una teoría inapropiada para examinar el caso, pero en ningún momento indicó de qué manera, según ella, debía hacerse el análisis económico para determinar si existió o no un acuerdo para la fijación de los precios del arroz paddy verde.

6. Intervención del Estado en la cadena del arroz y las expectativas: Los accionantes alegaron que la intervención del estado influye en la variación de los precios del arroz, puesto que este regula la administración de contingentes y el incentivo de almacenamiento, entre otras cosas. Sin embargo, no se tuvo en cuenta que las regulaciones mencionadas fueron acordadas en una reunión de fechas 24 y 30 de junio de 2004 y su finalidad era definir el precio base para el segundo semestre de 2004 y, el caso que nos ocupa transcurre en el primer semestre del mismo año. Además, no se puede afirmar que las importaciones de arroz provocaran variaciones significativas en los precios, debido a que durante el primer periodo de 2004 dichas importaciones estuvieron muy por debajo del volumen establecido, el cual era de 180.000 toneladas; y que inclusive, asumiendo que las importaciones hubieran tenido efectivamente un impacto en los precios, los molinos sancionados no se vieron afectados puesto que en el periodo comprendido entre el 23 de febrero y 18 de mayo de 2004 estos mantuvieron constante el precio base de compra de la carga de 125 kilogramos, cuando debería haber bajado por efecto del incremento de la oferta que habrían producido las importaciones.

Con respecto al Consejo Nacional del Arroz, la sala afirma que no es válido escudarse en la existencia de un Consejo Gremial, que sirve para definir las principales directrices de política de producción, industrialización, investigación y comercialización y asesorar al Gobierno Nacional en materia de política agrícola especialmente en lo relacionado con el comercio exterior, para defender la uniformidad de los precios de arroz paddy durante el primer semestre de 2004.

7. Análisis intertemporal: Indicaron las demandantes que debió tenerse en cuenta un periodo de tiempo más amplio para estudiar con mayor rigidez científica aspectos claves que afectan el mercado como los inventarios acumulados, el crecimiento del área sembrada, los mecanismos de intervención del Estado, la influencia del incentivo de almacenamiento y los mecanismos de concertación del Gobierno con el gremio arrocero. Concluye la Sala que, revisando el acervo probatorio, no hay ningún elemento dirigido a acreditar tal dicho, pues lo que se estableció fue una tendencia decreciente en los inventarios de paddy seco que deja sin respaldo la afirmación de las recurrentes.

8. Elasticidad: La Sala pone de presente un posible error involuntario del Juzgador de Primera

Instancia, el cual se refiere a la elasticidad del precio de la demanda, pero concluyendo acerca de la elasticidad del precio de la oferta, que era seguramente a lo que quería referirse. Sin embargo, explica que este error no es suficiente para revocar su decisión, más si no se explicó en alcance que pudiera tener el mismo sobre la sentencia apelada. Adicionalmente se ciñe al análisis hecho por la SIC en la resolución No. 22.625 de 2005, en la cual se concluye que *“los molinos investigados tienen alto poder para fijar el precio, ya que la oferta de arroz paddy verde es inelástica frente a las variaciones en el precio”*

9. Falta de valoración de los contraindicios: La Sala simplemente hace un recuento acerca de los aspectos que se tuvieron en cuenta anteriormente y que ya fueron analizados por la SIC y el Tribunal, de los cuales ninguno tuvo la firmeza suficiente para probar los argumentos del accionante, siendo este que la variación de los precios era un comportamiento normal del mercado.

10. Violación al debido proceso: La Sala determinó que el Tribunal de Cundinamarca *“aludió al cumplimiento de las etapas procesales a que se ha hecho mención, a renglón seguido, también se refirió a las pruebas que tuvo en cuenta la demandada para concluir en la imposición de la sanción que ahora se impugna.”*, y por lo tanto el cargo no puede prosperar.

11. Conducta sancionable: Se hace un recuento jurisprudencial para determinar que es no basta únicamente con probar que existe una coincidencia en los precios producto de un acuerdo, sino que también se debe acreditar que el mismo tenga como finalidad distorsionar el mercado y la libre competencia. Posteriormente se concluye que para la Sala es inexplicable que dos empresas que deben considerar factores distintos para determinar sus precios hayan coincidido en los mismos durante 180 días y que tampoco se logró probar el argumento que con el que pretendían justificar la anormalidad de los precios, el cual se refería a que el fenómeno era propio y normal del mercado.

12. Responsabilidad de los representantes legales: El numeral 16 del artículo 4° del Decreto 2153 de 1992 inviste al Superintendente de Industria y Comercio con el deber de imponer a cualquier persona que colabore, facilite, autorice, ejecute o tolere conductas violatorias de las normas sobre protección de la competencia.

13. Graduación de la sanción: Alega el accionante que el Tribunal utilizó como fundamento de la graduación de la sanción el principio de ponderación, la participación en el mercado y la capacidad financiera de las sociedades, omitiendo exponerlos en los actos administrativos sancionatorios, además de tener en cuenta una investigación que no concluyó con una decisión de fondo en razón de que se cerró por ofrecimiento de garantías y que por este motivo no se puede tener en cuenta para afirmar que la conducta es reincidente. Alegaban además que se debía aplicar el principio de igualdad y con base a ello imponer las mismas multas que les impusieron a los demás sancionados.

Al respecto la Sala se pronuncia diciendo que se puede inferir de la lectura de las consideraciones hechas por el Tribunal para graduar la sanción, que este analizó todos los aspectos mencionados anteriormente, a pesar de que no fueron discriminados uno por uno para su mejor comprensión. Además, respecto a la aplicación del principio de ponderación concluye la sala que la SIC hizo bien al tener en cuenta factores como la participación en el mercado o la capacidad financiera de las sociedades para graduar la sanción y se atiene a lo dicho por la misma.

Se observa que las conductas de las empresas que se estudian en este trabajo empezaron a desarrollarse desde mucho tiempo atrás y que, a pesar de que ya han sido sancionados, no han tomado las medidas necesarias para cesar las infracciones. Esto se evidencia en la más reciente sanción que recibieron las mencionadas, la cual fue impuesta por la SIC a través de la resolución 16562 de 2015, que en esta ocasión fue sustancialmente más alta en razón a la reincidencia de las infracciones. En el 2005 fueron sancionados únicamente por las conductas desleales que conllevó a que se les impusiera una multa de 2.000 salarios mínimos mensuales vigentes, mientras que en el año 2015 la multa fue de 50.000 salarios mínimos mensuales vigentes, siendo esta última ostensiblemente más alta que la anterior no solo por el hecho de que esta vez se tomó en cuenta la reincidencia para agravarla, si no que esta vez la SIC aplicó acertadamente el numeral 15 del artículo cuarto del decreto 2153 de 1992, el cual estipula que la multa máxima puede ascender a 100.000 smmlv o 150% de la utilidad derivada de la conducta del infractor, siendo este el numeral aplicable para tasar la multa a las personas jurídicas; mientras que en el pasado se utilizó lo predispuesto por el numeral 16 del mismo artículo, que indica la tasación de las multas para las

personas naturales, la cual puede ser como máximo 2.000 smmlv, que en el caso de la resolución 22.625 de 2005 fue la que aplicó.

Esto puede deberse a que fue la modificación del artículo 25 de la ley 1340 de 2009 la que especificó la aplicabilidad de los numerales a cada una de las personas, naturales o jurídicas, y que, por haber sido expedida en el 2009, para el momento de expedición de la resolución 22.625 no existía dicha distinción aclaratoria.

RESOLUCIÓN 16562 DE 2015 DE LA SUPERINTEDECENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

El Departamento del Huila es una región que a lo largo de la historia ha desarrollado su economía alrededor de la industria del arroz a través de empresas insignias que han hecho parte de la vida de las personas, campesinos, trabajadores y consumidores por igual. Dichas empresas son Molinos ROA y Florhuila. En el 2015, la Superintendencia de Industria y Comercio sancionó severamente a la Organización ROA FLORHUILA S.A y a 4 de sus altos directivos por haber colaborado, facilitado, ejecutado o tolerado conductas anticompetitivas, para lo cual tuvo en cuenta la investigación y las consideraciones de la Delegatura para la Protección de la Competencia.

CONSIDERACIONES DE LA DELEGATURA PARA LA PROTECCIÓN DE LA COMPETENCIA.

Producto de una visita administrativa efectuada el 2 y 3 de junio de 2010 a las instalaciones de MOLINOS ROA y MOLINOS FLORHUILA el 28 de septiembre de 2012, la Delegatura para la Protección de la Competencia de la Superintendencia de Industria y Comercio de manera oficiosa ordenó abrir investigación y formuló pliego de cargos contra MOLINOSROA S.A. y MOLINOS FLORHUILA S.A, de igual manera se abrió investigación y se formuló pliego de cargos contra ANIBAL VILLAMIL (Presidente – Representante Legal y Miembro de Junta Directiva de MOLINOS ROA y MOLINOS FLORHUILA), HENANDO RODRÍGUEZ (Gerente General –

Representante Legal de MOLINOS ROA Y MOLINOS FLORHUILA) y EDGAR GAVIRIA HERRERA (Gerente Nacional de Ventas de MOLINOS FLORHUILA), por la presunta configuración de la responsabilidad prevista en el numeral 16 del artículo 4 del Decreto 2153 de 1992, modificado por el artículo 26 de la Ley 1340 de 2009.

La información recaudada reveló que varios clientes comerciales de MOLINOS ROA y MOLINOS FLORHUILA habrían firmado acuerdos en los que se comprometieron a no fijar precios de venta al consumidor inferiores a los acordados, so pena de ser sancionados por MOLINOS ROA y MOLINOS FLORHUILA con la interrupción unilateral de la relación comercial por un periodo por lo menos de tres (3) meses, lapso durante el cual, la cuota del distribuidor amonestado se repartiría entre los demás distribuidores de la región. Esta conducta evidencia una presunta influenciación por parte de los molinos investigados sobre sus clientes comerciales en la determinación del precio de venta al consumidor final del arroz blanco.

El 21 de octubre de 2014 se culminó la etapa probatoria y se realizó la audiencia de descargos prevista en el artículo 155 del Decreto de 19 de 2012 y la delegatura presentó ante el Superintendente de Industria y Comercio, Informe Motivado con el resultado de la etapa de instrucción, en el cual se recomendó sancionar a MOLINOS ROA y MOLINOS FLORHUILA por considerar que sus conductas constituyeron una infracción al numeral 2 del artículo 48 del Decreto 2153 de 1992 (influenciación de precios).

En el Informe Motivado se estableció que según la definición contenida en el numeral 4 del artículo 45 del Decreto 2153 de 1992, la sola posibilidad de influenciar es suficiente para que exista control, desde el punto de vista del derecho de la competencia, el control, no necesariamente genera los efectos propios de la subordinación o control, como en el ámbito societario, e igualmente se afirma tiene en cuenta que *ambas empresas poseen los mismos accionistas y administradores (i), son sociedades de familia (ii), y desarrollan la misma actividad económica (iii)*. A partir de los testimonios de funcionarios y administradores de las compañías investigadas se determinó que estas comparten plataformas logísticas, personal operativo y administrativo, y sus Gerencias Nacionales de Ventas atienden las mismas políticas definidas por sus accionistas y administradores conjuntos; lo que implica que en materia comercial, a pesar de mostrarse como compañías distintas,

no existe diferenciación en su comportamiento de mercado, toda vez que ambas compañías tienen los mismos accionistas, comparten administradores y atienden las mismas políticas empresariales trazadas por sus accionistas y administradores.

Finalmente se analizaron aspectos relativos al mercado relevante, poder de mercado y la importancia de la marca Arroz Roa en la decisión de compra del consumidor, para lo cual concluyo que la marca no es fácil de sustituir ya que es muy solicitada por el público en general.

CONSIDERACIONES DE LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO.

Tomando en cuenta la recomendación de sancionar a Molinos Roa y Molinos Florhuila por violar las disposiciones del numeral 2 del artículo 48 del Decreto 2153 de 1992 propuesta por la Delegatura, de lo cual se habló en los párrafos anteriores, la SIC expone los argumentos que le sirvieron de base para imponer la sanción y los cuales se explicarán en este escrito.

Molinos Roa, durante el lapso comprendido entre los años 2009 y 2011 fue el molino líder del mercado ya que contó con una participación anual promedio de 33% del mercado del arroz blanco, porcentaje que es el resultado de sumar los porcentajes de participación de MOLINOS ROA y MOLINOS FLORHUILA, ya que, como se indicó anteriormente, se estableció que las dos empresas en realidad son una sola.

1. Poder de mercado: Como se mencionó anteriormente, la participación anual promedio de los investigados en los periodos 2009 a 2011 fue de un 33% y que en el mismo periodo el 69% de las ventas totales de arroz blanco provinieron de 6 compañías, entre las cuales también se encuentran también los investigados y de lo cual el 48% pertenecen únicamente a ellos, lo que permite evidenciar que se encuentran en una posición muy superior frente a la de sus competidores. De primera mano se podría concluir que efectivamente los investigados poseen un cierto poder de mercado, ya que con una posición tan superior en el mercado se puede inferir que se tiene capacidad para determinar las variables del mercado del arroz en el país. Pesea que esto es cierto, no es lo único que se debe tomar en consideración para concluir que una empresa tiene el poder de mercado suficiente para injerir, ya que se deben tener en cuenta los demás supuestos anteriormente mencionados, como las barreras de entrada de las que se hablará a continuación.

2. Barreras de entrada: Entendida como los obstáculos que deben sortear las nuevas empresas que quieran entrar a competir en el mercado, la SIC toma en cuenta y analiza principalmente dos factores para su determinación.

i). Inversión inicial: Es lo que debe invertir un potencial competidor para poder entrar al mercado. Teniendo en cuenta que los activos principales de los molinos superan los 70milmillones de pesos, se puede evidenciar que la inversión que debe realizar un nuevo competidor debe ser colosal para que se pueda llegar a considerar que este ejerce algún tipo de presión competitiva sobre los investigados. Aunque la inversión inicial no constituye por sí sola una barrera de entrada, se debe tomar en cuenta con los otros aspectos que se van a exponer a continuación para poder determinar si existen o no barreras de entrada al mercado.

ii). Escala de entrada: Lo cual hace referencia básicamente a la economía de escala que predomina en la industria molinera y que trata de la capacidad que tienen grandes empresas de reducir los costos de producción gracias a la gigantesca capacidad de producción que alcanzan por su posición privilegiada en el mercado. Esto ha sido la razón de la ocurrencia de un fenómeno en esta industria el cual consiste en que los molinos con una infraestructura, capacidad de producción y tecnificación inferiores, simplemente sean arrollados por estos gigantes, aunque eventualmente también podrían ser absorbidos. Sustento a esto, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR) – Observatorio AGROCADENAS, desde 1992 evidencia una fuerte tendencia a la desaparición de molinos arroceros en el país.

En razón a los elementos analizados se concluye que su concurrencia en este caso en concreto, representan efectivamente una barrera de entrada para competidores que quieran competir en condiciones similares a la de estos molinos.

3. Competencia potencial: Según los parámetros de la Comisión Europea, para determinar si existen a futuro situaciones de que los agentes de cualquier mercado se vayan a enfrentar a posibles competidores, se deben tener en cuenta que en la actualidad las empresas incumbentes crean en la existencia de un competidor que eventualmente tenga las capacidades

económicas y la disposición para entrar al mercado como consecuencia de que ellos hayan aumentado los precios y que así mismo dicha entrada les resulte rentable. Para determinarlo internamente, la SIC estableció que “deben existir proyectos en curso para entrar al mercado relevante definido, o por lo menos planes reales de entrada al mercado en corto plazo”.

Con base en ello, la SIC concluye que debido a que no existen evidencias de que en la actualidad existan proyectos de entrada a la industria del arroz, en parte teniendo en cuenta que las barreras de entrada están presentes, las industrias investigadas poseen un grado de poder de mercado que les permite influir sobre las variables del mercado, tales como los precios.

INFRACCIÓN AL NUMERAL 2 DEL ARTÍCULO 48 DEL DECRETO 2153 DE 1992.

Para el análisis de la infracción se debe tener en cuenta lo mencionado anteriormente. El mencionado artículo dispone en su numeral segundo que se considera un acto que afecta la libre competencia el “Influenciar a una empresa para que incremente los precios de sus productos o servicios o para que desista de su intención de rebajar los precios.” Partiendo del punto que ya se ha determinado que los investigados gozan de un grado de poder de mercado tal que les permite influir sobre los precios, se construye a través de las pruebas, correos y testimonios recopilados en el proceso, que estos efectivamente estaban ejerciendo, de manera unilateral (aunque quisieron ver como un acuerdo de voluntades) regulaciones a los precios de venta del arroz procesado para que estos fueran iguales en plazas, distribuidores y mayoristas.

Se determinó que los investigados imponían cláusulas en donde se les prohibía a sus clientes bajar los precios de ventas del arroz según valores que ellos mismos les proporcionaban en una tabla de precios de ventas, que ellos quisieron hacer ver como una “lista de precios de compra de sus productos”, pero se demostró que en la realidad correspondían a tablas correspondientes a los precios a los que ellos debían vender el producto. Sumado a ello, les ofrecían un descuento en el producto que les vendían, pero, por otro lado, les prohibían transferirla reducción del precio que acarrearía ese descuento al precio final que se venía a los consumidores.

El incumplimiento de dichas cláusulas acarrea sanciones que ejercían los investigados en contra de sus clientes infractores, las cuales son las mismas que la Delegatura dejó ver en su informe motivado y que corresponden a la i) terminación unilateral de la relación comercial y ii). la suspensión de la relación comercial durante 3 meses. Sumado a esto, los investigados monitoreaban de manera exhaustiva el comportamiento de sus clientes para así mismo determinar si era necesaria o no la aplicación de las mencionadas sanciones.

INFRACCIÓN AL ARTÍCULO 1 DE LA LEY 155 DE 1959.

La SIC se separa de las recomendaciones de la Delegatura frente a este punto, puesto que ella propuso que no se debería sancionar a los investigados por la violación a este artículo, puesto que para ella se estaría imponiendo sanciones por la infracción a dos normas que regulan el mismo hecho. Sin embargo, la SIC interpreta esta norma como una “prohibición en materia de prácticas restrictivas de la competencia, en el sentido que prohíbe cualquier práctica que conlleve restringir la competencia en un mercado”. Por otro lado, las disposiciones del numeral segundo del artículo 48 del Decreto 2153 de 1992 son un desarrollo más específico de las prohibiciones mencionadas por el artículo 1 de la ley 155 y por esta razón cuando una infracción al artículo 48 acarrea al mismo tiempo una infracción al artículo 1 de la ley 155 de 1959; lo cual no ocurre al contrario, puesto que incurrir en una infracción al art 1 de la ley 155 de 1959 no representa al mismo tiempo una infracción al art 48 del Decreto 2153 de 1992 por su carácter diferenciado, el primero general y el segundo específico.

Expuestos estos argumentos, la SIC concluye aclarando que no por el hecho de que una conducta infraccione al mismo tiempo estas dos disposiciones, se deba imponer en consecuencia dos sanciones diferentes e independientes, sino que se impondrá una sola sanción.

PERSONAS NATURALES INVESTIGADAS Y SANCIONADAS

En lo referente a las personas naturales que fueron sujetos del control y sanción, la SIC encuentra probada la responsabilidad de la que trata el numeral 16 del artículo 4 del Decreto 2153 de 1992, modificado por el artículo 26 de la Ley 1340 de 2009, en cabeza de los señores: ANÍBAL ROA VILLAMIL (Presidente, Representante Legal y Miembro de la Junta Directiva de Molinos Roa y Molinos Florhuila), HERNANDO RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ (Gerente General, Representante Legal de Molinos Roa y Molinos Florhuila), EDGAR GAVIRIA HERRERA (Gerente Nacional de Ventas de Molinos Roa), PABLO JULIO GUTIÉRREZ URIBE (Gerente Nacional de Ventas de Molinos Florhuila).

Toda vez que este dispone que se debe “Imponer a cualquier persona que colabore, facilite, autorice, ejecute o tolere conductas violatorias de las normas sobre protección de la competencia a que se refiere la Ley 155 de 1959, el Decreto 2153 de 1992 y normas que la complementen o modifiquen, multas hasta por el equivalente de dos mil (2.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes al momento de la imposición de la sanción, a favor de la Superintendencia de Industria y Comercio.” A través de los correos y testimonios tenidos en cuenta como pruebas, se determinó que estas personas habían cometido acciones u omisiones que permitieron la influenciación de los precios.

Es importante tener en cuenta uno de los temas finales de la resolución que expide la SIC, y es lo referente a establecer si MOLINOS ROA y MOLINOS FLORHUILA se deben tratar y sancionar de forma aislada, como empresas independientes entre sí, o, por el contrario, deben tomarse como un grupo empresarial. Los investigados argumentaban que el concepto de grupo empresarial no había sido abordado en ninguna etapa del proceso y que además no existía ningún pronunciamiento de la autoridad competente que establecería sobre ellos la condición mencionada; sin embargo, la SIC retoma las razones expuestas por la Delegatura, que ya fueron expuestas con anterioridad en este escrito, según lo cual se concluye que, entre otras cosas, solamente el hecho de que tengan un mismo gerente las dos empresas demuestra que se comportan como un solo agente en el mercado. Pese a esto, se imponen sanciones de manera individualizada, pero se hace la claridad de que luego se acumularan en cabeza de ORGANIZACIÓN ROA FLORHUILA S.A en razón a la fusión por

absorción que tuvo lugar en el año 2014 entre las dos sancionadas. Por ello, con base a la violación a las normas de protección a la competencia que desplegaron los investigados, sanciona de la siguiente manera:

Multas impuestas por la SIC a Molinos Roa y Florhuila					
Sanción del año 2005 – Resolución 22.625			Sanción del año 2015 – Resolución 16.562		
Sancionado	Multa en salarios mínimos	Equivalencia en pesos	Sancionado	Multa en salarios mínimos	Equivalencia en pesos
Molinos Roa S.A.	2.000	\$763.000.000	Molinos Roa S.A.	42.000	\$27.062.700.000

Molinos Florhuila S.A.	2.000	\$763.000.000	Molinos Florhuila S.A.	800	\$515.480.000
Anibal Roa Villamil	298	\$113.687.000	Anibal Roa Villamil	1.650	\$1.063.177.500
			Hernando Rodríguez Rodríguez	800	\$515.480.000

			Edgar Gaviria Herrera	20	\$12.887.000
			Pablo Julio Gutiérrez Uribe	20	\$12.887.000

El efecto económico, frente a la decisión judicial, que se deriva para los productos, con ocasión de las sanciones confirmadas por el Consejo de Estado, mediante la sentencia comentada, no se ha evidenciado por cuanto, el fallo es reciente y los sancionados a la fecha no han cancelado las sanciones pecuniarias impuestas. Lo que debe preverse es el incremento en el precio de los productos producidos y comercializados por el grupo, por cuanto es siempre el consumidor por esta vía, quien asume estos costos, generando distorsiones en el mercado del arroz que solo se podrán tasar al finalizar el primer semestre del presente año o al final del ejercicio.

Pero es innegable que no solo se vulneró el Derecho de la Competencia, al determinar los precios de sus distribuidores y comercializadores, sino que durante el tiempo en que se desplegaron las conductas por parte de Molinos Roa, hoy, Organización Roa Flor Huila, se vulneró el Derecho que les asiste a los consumidores, al tener que comprar bienes con precios distorsionados, que sin lugar a duda determinaron su tendencia al consumo. Cabe precisar que las importaciones de arroz, tal y como se indicó antes, disminuye el impacto del precio de venta de arroz, sin que esto sea una causal que elimine la vulneración hecha al consumidor, que no pudo, según sea el caso, consumir productos nacionales que pueden ser de su gusto por las condiciones que determinaron el precio de venta de este.

CONCLUSIONES

Las conductas objeto de estudio, en relación con la distorsión del precio para favorecer el consumo de unos productos procesados y comercializados por la Organización Roa Flor Huila, han sido prácticas reiteradas en el accionar de los sancionados dentro del caso objeto de estudio. Esto permite inferir que, al ser un competidor fuerte en el mercado del arroz, se consideró por esta organización que no se le impondría sanción alguna dada su posición dominante, sin embargo, se evidencia cómo la Superintendencia de Industria y Comercio, a través de su Delegatura de Competencia en ejercicio de sus funciones jurisdiccionales, generó líneas de decisión importantes, ante las prácticas restrictivas, tal como se evidencio en los dos procesos sancionatorios iniciados contra Molinos Roa, decisiones ratificadas en segunda instancia por el Consejo de Estado, posiciones que han dado efectividad no solo al Derecho de la Competencia sino a los derechos del consumidor.

La intervención del Estado en la economía y en especial, para el caso que nos ocupa en el mercado del arroz, mengua el impacto no solo en el consumo sino en los precios de los productos, es decir, que el gobierno debe mantener el mercado libre de cualquier alteración y como se observa en el caso objeto de estudio, es vital que se tengan los instrumentos de política económica que permitan garantizar el ejercicio de los derechos ya mencionados. Pero al tomar medidas, como las de importación, el Estado debe ponderar la cantidad de toneladas que ingresen al país, para no generar mayor distorsión, punto este de gran discusión por parte de los productores del sector agrícola.

Se reconoció que el Derecho de la Competencia va de manera directa ligado con el Derecho del Consumidor, como en el caso que nos ocupa, por cuanto en la medida en que el Estado garantice uno y otro derecho, el mercado se mantiene ajustado a una realidad que permite el ejercicio libre de las garantías constitucionales, sin embargo se podría decir que está en duda la efectividad del ejercicio de la función sancionatoria y protectora de los Derechos de los Consumidores y la Libre Competencia de la Superintendencia de Industria y Comercio, por cuanto es palpable que empresas con un posición de dominio en el mercado, en este caso

Molinos Roa y Florhuila, parecen no ser afectadas por las sanciones que se les han impuesto, tanto así que, sin ningún reparo, reincidieron en las conductas que les fueron reprochadas en el pasado. Esto hace considerar que las sanciones de tipo económico que ha venido imponiendo la Superintendencia de Industria y Comercio, llegan a ser insuficientes a la hora de hacer frente a empresas con un importante y desarrollado músculo financiero, lo cual puede deberse a que las mismas obtienen réditos a costa de estas prácticas lo suficientemente amplios para simplemente cubrir el pago de las multas, apaciguarse durante un tiempo y posteriormente reiniciar las afectaciones a la libre competencia que terminan afectado al mercado, a los consumidores y a las empresas.

Hay que esperar un tiempo prudencial para poder ver el efecto que tendrá esta sanción - que esta vez fue tasada de manera correcta y en consecuencia fue ostensiblemente más alta- en el comportamiento de las empresas que se relacionan con la producción de arroz, y en general, cualquier empresa que se dedique a una actividad económica sobre la que recaigan las normas de protección a la libre competencia. De esta manera, se podrá evaluar si existió algún cambio a partir del efecto coactivo de las sanciones, tanto para Molinos Roa, como para las demás empresas participantes en el mercado.

REFERENCIAS.

Almonacid, J. Y García, N. *Derecho de la Competencia*. Editorial Legis. 1ª Edición. Bogotá, 1998. Pág. 28.

Gherzi, C. (1995). *Postmodernidad Jurídica*. Buenos Aires: Gowa.

Ley Argentina de la Defensa del Consumidor, Ley 24240 de 1993.

Miranda, A., Castell, L., Cure, S., NietoDurán, A., Pérez, L. Y Romero, M. (2009). *Análisis Jurisprudencial de las sentencias en segunda Instancia, sobre la*

Competencia Desleal en Colombia. Recuperado de:
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/16906/CastellBorreroLuisAlberto2009.pdf>

Ossa D. (2010). Protección, garantías y eficacia de los derechos del Consumidor en Colombia, Universidad Pontificia Bolivariana, Revista Facultad de Derecho y Ciencias Políticas Vol. 40, No. 112 Recuperado de:
<https://revistas.upb.edu.co/index.php/derecho/article/viewFile/1036/934>.

Periódico El Tiempo, (2015). La millonaria multa contra el “señor Arroz”. Recuperado de:
<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15566257>

Samuelson, P. Y Nordhaus, W. (2002). *Economía*. Décimo séptima edición. McGrawHill.

Sociedad de Agricultores de Colombia, SAC. (2016) Balance preliminar de 2015 y perspectivas de 2016. Recuperado de: <http://www.sac.org.co/es/estudios-economicos/balance-sector-agropecuario-colombiano/290-balance-y-perspectivas-del-sector-agropecuario-2012-2013.html>