

# Revista Cultura Investigativa

No 8  
Enero - Junio  
de 2014  
ISSN: 2027 - 8998

## Competencia: una preocupación de economistas y abogados<sup>1</sup>

.....  
Competence: a topic of concern for economists and lawyers.

### **Andrea Ríos Cardona**

Estudiante de séptimo semestre de derecho.

Universidad EAFIT.

[ariosca1@eafit.edu.co](mailto:ariosca1@eafit.edu.co)

### **Alejandro Jalil Ramírez.**

Estudiante de sexto semestre de derecho.

Universidad EAFIT.

[ajalil@eafit.edu.co](mailto:ajalil@eafit.edu.co)

---

<sup>1</sup> \*El presente trabajo es el producto de la investigación “El derecho, la economía y sus relaciones en temas relativos a la competencia, el consumidor y la formalización del empleo y la vivienda. Colombia 2008-2012”. Dicho proyecto es ejecutado durante 2013 por el Semillero de investigación de Derecho y Economía de la Escuela de derecho de la universidad EAFIT, y con el apoyo y financiación institucional. Tanto la investigación como el semillero estuvieron bajo la dirección de la docente María Helena Franco Vargas (Correo institucional: [mafranco@eafit.edu.co](mailto:mafranco@eafit.edu.co)).

## **Competencia: una preocupación de economistas y abogados**

### **Resumen**

El presente artículo tiene por objetivo exponer los puntos de vista económico y jurídico relativos al tema de la competencia económica. Para tal fin se busca definir los aspectos económicos de la falla del mercado denominada “poder de mercado” y dar cuenta de las formas en que se materializa la intervención estatal. De otro lado, pretende describir la relación del fenómeno económico de competencia en el contexto del ordenamiento jurídico a través de una breve exposición sobre abogacía, política y autoridad de competencia.

**Palabras claves:** Mercado perfectamente competitivo, monopolio, regulación, autoridad de competencia, política de competencia.

## **Competence: a topic of concern for economists and lawyers.**

### **Summary**

The following document looks forward to explain the economic and legal points of view related to competition. To that end we define the economic aspects of the market failure named market power and give an account of the ways on which the State interferes in the market. On the other hand, we describe the relationship between the economic phenomenon of competition inside the legal system through a brief exposition about competition law, policies and competition authority.

**Keywords:** Perfectly competitive market, monopoly, regulation, competition authority, competition policy.

## Introducción

La utilidad práctica que tiene la competencia se ve evidenciada en muchas ocasiones en los textos de economía, tales como, *“Principios de economía” de Mankiw*, *“Principios de economía” de Stiglitz*, principalmente en la explicación del modelo de competencia perfecta. Sin embargo, otra aproximación desde la teoría de la regulación a las ventajas que ofrece dicho término, se deriva de las causas en razón de las cuales el derecho incorpora la competencia como objeto de regulación y da relevancia jurídica a la misma:

-Desde el punto de vista de los consumidores, la disminución de precios, mayor cantidad de bienes, mejoramiento de la calidad en los productos (Botero, J., 2008: 2).

-Desde el punto de vista de los productores, la posibilidad de producir y ofrecer bienes y servicios en el mercado, sin restricciones de entrada y salida, y el ofrecimiento viable de los productos bajo precios establecidos por la libre oferta y demanda. (Mankiw, N.G., 2009: 66, 312).

El problema central que incentivó la investigación para llevar a cabo el presente artículo, tiene origen en el punto en que tanto economistas como abogados se ocupan del tema de competencia; esto es, cómo la competencia económica, tan estudiada tiempo atrás por economistas, en la actualidad está siendo tema de discusión entre juristas, órganos y entidades netamente jurídicas; cuyos puntos y enfoques centrales de estudio ya no sólo giran en términos de eficiencia, sino de equidad; en cómo el Estado comienza a preocuparse, regular e intervenir en el tema de competencia económica, a través de la implementación, reestructuración y asignación de nuevas funciones a órganos formados por grupos interdisciplinarios, como es el caso de la Superintendencia de Industria y Comercio.

Por lo que el tema se convierte en objeto de estudio tanto de abogados como de economistas, cuyos enfoques y formas de abordarlos no siempre convergen ni buscan conseguir los mismos fines; por ello es necesario analizar tanto la perspectiva económica como jurídica de la competencia para identificar los puntos en los que confluyen.

Por lo anterior, es preciso aclarar que el presente artículo en gran medida toma como referencia la obra *“El derecho de la competencia”* de Almonacid & García; esto se fundamenta, en que dichos autores manejan de forma constante la relación entre el derecho y la economía en temas de competencia económica, por lo que se considera un gran aporte a la doctrina nacional.

En desarrollo de la investigación, la metodología llevada a cabo consistió en una primera fase basada en la revisión de literatura y doctrina jurídica acerca de los antecedentes, definiciones y autoridades en materia de competencia económica. La segunda fase fue llevada a cabo mediante el rastreo bibliográfico de la teoría económica, para finalmente llegar a las conclusiones, en las cuales se puede dar cuenta de la relación de estas dos áreas sobre un mismo tópico, tanto los puntos en los que distan, como en los que convergen, por ejemplo, el tema de la regulación e intervención estatal en las relaciones de los agentes económicos que interactúan en el mercado.

En este orden de ideas, este texto está organizado de la siguiente manera: en primer lugar una breve contextualización de la finalidad y conveniencia de la competencia, y su pertinencia de la regulación en el mercado; en segundo lugar, se expondrán los enfoques económicos y jurídicos de competencia, dentro de los cuales se encuentran la rivalidad y la competencia como situación de mercado; el

concepto autónomo y la definición positiva, respectivamente; en tercer lugar, se hará una breve mención acerca de la intervención estatal, manifestada en abogacía, política y autoridad de la competencia; finalmente se enunciarán las conclusiones.

## **1. Contextualización, finalidad y conveniencia de la competencia**

### **1.1 Base ideológica de la libertad de competencia**

Al momento de investigar sobre los orígenes de la libertad de competencia es necesario remontarse a los comienzos del modelo de producción capitalista, en el siglo XVIII el cual estuvo marcado por la implantación de las doctrinas ideológicas del liberalismo político y económico.

En “El Capital”, citado por Francisco Erice, se evidencia cómo el capitalismo en tanto modelo de producción lleva a cabo el programa revolucionario propuesto por la agenda liberal:

*“La esfera de la circulación o del intercambio de mercancías, dentro de cuyos límites se efectúa la compra y la venta de la fuerza de trabajo, era en realidad un verdadero Edén de los derechos humanos innatos. Lo que allí imperaba era la libertad, la igualdad, la propiedad y Bentham. ¡Libertad!, porque el comprador y el vendedor de una mercancía, por ejemplo, de la fuerza de trabajo, sólo están determinados por su libre voluntad. Celebran su contrato como personas libres, jurídicamente iguales. El contrato es el resultado final en el que sus voluntades confluyen en una expresión jurídica común. ¡Igualdad!, porque sólo se relacionan entre sí en cuanto poseedores de mercancías, e intercambian equivalente por equivalente. ¡Propiedad!, porque cada uno dispone sólo de lo suyo. (Marx, citado en Erice, 2013: 17-18).*

De acuerdo con los postulados del primero, existen determinados derechos naturales inherentes al hombre (de acuerdo con la concepción de hombre titular de derechos que se tuvo en la época, la cual no poseía todo humano), que en la época en que se dio paso al surgimiento del Estado liberal burgués se identificaron con la libertad, la igualdad y la propiedad privada.

En el campo económico devino la instauración de tales principios, basados en planteamientos filosófico-políticos, que optaron por la igualdad del ser humano y su libertad (dicho vertimiento ideológico al campo de la economía condujo el liberalismo económico). Con los anteriores planteamientos o premisas se comenzaron a consolidar los así denominados por Almonacid Sierra y García Lozada supuestos básicos que en el plano económico permiten el funcionamiento de la economía de mercado capitalista (1998: 22). Tales supuestos son:

- a. El reconocimiento, la protección y la inviolabilidad de la propiedad privada; consiste en el otorgamiento y respeto de la libertad de controlar y ejercer el dominio sobre los recursos existentes.
- b. El reconocimiento, protección e inviolabilidad de la libertad de empresa o iniciativa privada; este implica la posibilidad de emprender alguna actividad productiva mediante los recursos ya controlados a través de la propiedad.
- c. El reconocimiento, la protección y la inviolabilidad de la libertad de competencia económica; los autores la entienden, cuando menciona los supuestos como la posibilidad de acudir al mercado para ofrecer e intercambiar productos.

En el modelo de acumulación correspondiente al postcapitalismo, la mayor importancia pareció haberse radicado

en la libertad de competencia económica, en tanto ésta se convirtió en el engranaje del modelo de acumulación de riqueza. Sierra y García en “*Derecho de la competencia*” remarcan que en cada modelo productivo se tiene una base de producción de riqueza: en el feudal, por ejemplo, la base era la propiedad sobre la tierra; durante la Revolución Industrial fue la libertad de empresa y actividad económica. Tiempo después con la catalización del fenómeno de “la puesta en duda del mito de la propiedad privada sobre los medios de producción” (Peña, 1986 citado en Almonacid & García 1998: 24), se ha planteado que no se requiere necesariamente ser el propietario de los medios de producción para generar riqueza, en tanto es suficiente la utilización de estos medios a título de tenedor y cualquier título distinto de dominio que permita el aprovechamiento de esos bienes, desplazando a otros sujetos las cargas de los costos que implica el dominio sobre los mismos y los riesgos que implica el capital fijo. Manifestación de lo anterior es el surgimiento de diversas figuras jurídicas como contratos de prestación, *leasing*<sup>2</sup>, *franchising*<sup>3</sup>, licencias de patentes, de

---

<sup>2</sup> Contrato denominado también de “locación financiera” o “arrendamiento financiero” es, en esencia, una operación no muy distinta a tomar dinero prestado. Consiste en facilitar las maquinarias y equipos a quien carece de capital necesario para su adquisición, merced a una financiación a largo o mediano plazo que coincide con el término de amortización del bien. La financiación se garantiza con el mismo bien que entrega el dador, cuyo dominio se reserva. A cambio de ella el tomador paga en forma periódica un alquiler o canon, y tiene la posibilidad de adquirirlo a su conclusión por un valor determinable. Es un contrato que se caracteriza por ser: consensual, bilateral, oneroso, no formal, conmutativo, de tracto sucesivo, de adhesión, nominado y típico (Marzorati, 2003: 516, 519-520).

<sup>3</sup> Es el acuerdo mediante el cual una persona llamada franquiciador otorga a otra persona natural o jurídica, llamado franquiciado, económica y jurídicamente independientes, el derecho a la distribución comercial y explotación de un producto o servicio bajo su nombre, logo, colores, secretos comerciales,

consignación, etc. (Almonacid & García, 1998: 24, 25).

## 1.2 El inicio de la normatividad en protección de competencia

Mediante la Ley Chapelier del 17 de junio de 1791 de Francia y la expedición de la Ley Segunda del 17 de mayo de 1791, se establece por primera vez en el ámbito jurídico la libertad de comercio y competencia económica. Tal ley establecía que toda persona es libre de participar en el mercado y ejercer cualquier profesión. (Almonacid & García, 1998: 19 - 25).

Un siglo después, mediante la Ley Sherman, se dio origen al derecho antimonopolístico moderno, a finales del siglo XIX, en Estados Unidos de América, dicha normatividad fue presentada por el senador de Ohio John Sherman (Miranda, & Gutiérrez, 2006: 283-286). Según la “doctrina convencional”, la finalidad económica de la mencionada normatividad fue afrontar los acuerdos económicos y carteles de precios que tuvieron lugar durante la guerra civil. Sin embargo, otras teorías como la de Thomas J. DiLorenzo, quien lidera la Escuela Austriaca<sup>4</sup>, sostiene que la Ley Sherman

---

programas y marca, recibiendo como contraprestación el pago de un derecho de entrada más un porcentaje por concepto de regalías, y transmitiéndole al franquiciado, todos sus conocimientos específicos, su experiencia sobre el negocio original, la ayuda y asistencia técnica necesaria, bajo unas condiciones operativas, comerciales, administrativas, económicas y geográficas preestablecidas y controladas mediante la asistencia permanente del franquiciador (Vanegas, 1999: 7-8). Desde una perspectiva económica no cabe duda de que la franquicia comercial es un sistema vinculado a la comercialización de productos o servicios (Marzorati, 2003: 91).

<sup>4</sup> Fue fundada por Carl Menger (1840-1921). Es una escuela de pensamiento económico que se opone a la utilización de los métodos de las ciencias naturales

había sido provocada por determinados sectores empresariales que buscaban protegerse de las compañías que crecían de manera acelerada y lograban ofrecer precios bajos debido a las economías de escala compitiendo agresivamente (Miranda, & Gutiérrez, 2006: 283-286).

### **1.3 Finalidad y conveniencia de la competencia**

La utilidad práctica que tiene la competencia se ve evidenciada en muchas ocasiones en los textos de economía, principalmente en la explicación del modelo de competencia perfecta; sin embargo, otra aproximación a las ventajas que ofrece dicho término se encuentra en la exposición de motivos de las leyes que configuran la política de competencia. En esta ocasión se cita el caso español, el cual es aplicable a la economía mundial:

“La existencia de una competencia efectiva entre las empresas es uno de los elementos definitorios de la economía de mercado, pues disciplina la actuación de las empresas y reasigna los recursos productivos en favor de los operadores o técnicas más eficientes” (Velerio, 2010: 11).

De la dinámica anteriormente enunciada se siguen determinadas consecuencias en el consumidor: menores precios; aumento de la cantidad, calidad y variedad ofrecida de los productos; y con ello el incremento del bienestar conjunto de la sociedad. Así lo deja claro el profesor Jesús Botero García (2008:2) en el siguiente aparte:

*La competencia es, a la vez, el mecanismo que garantiza el uso eficiente de los recursos de una economía y la fuerza esencial que gobierna el desarrollo económico. En virtud de la competencia, los recursos fluyen hacia*

*aquellos usos que son óptimos, proveyendo los bienes y servicios requeridos al menor costo posible; pero también, en virtud de la competencia, los empresarios reciben las señales necesarias que les obliga a desplegar su mejor esfuerzo en la búsqueda de la eficiencia y la productividad. Así que, en su doble función, la competencia es la piedra angular de las economías de mercado y la explicación fundamental de su dinámica.*

Una vez analizados los antecedentes históricos y orígenes del derecho de competencia, y la importancia y conveniencia de la competencia económica; se pasa a analizar la competencia desde las perspectivas económica y jurídica.

## **2. Enfoques económico y jurídico de la competencia**

La delimitación del término competencia cobra importancia en este estudio en tanto constituye el objeto de protección de la normatividad de competencia, así el distinto entendimiento que se tenga de dicho concepto dará como resultado elementos de protección diversos dentro del ordenamiento jurídico. En relación al término competencia pueden deslindarse dos lentes de análisis no necesariamente diversos.

La competencia puede ser analizada desde la economía y el derecho. Desde la primera se definen dos escenarios que se pueden presentar en el mercado (2.1.1.) Competencia perfecta y (2.1.2.) Competencia imperfecta; dentro del último, a su vez se pueden presentar diversas situaciones de mercado; sin embargo, para efectos del presente artículo se explican dos de dichas situaciones, esto es, (2.1.2.1) Monopolio y (2.1.2.2) Monopolio natural. Desde el análisis jurídico (2.2), analizamos dos posibilidades de acercamiento a la competencia, esto es, tesis de la importación y concepto autónomo.

---

para estudiar las acciones humanas, prefiriendo utilizar en su lugar la lógica y la introspección (Fernández, Ramos, San Emeterio, Trincado, Perdices de Blas, 2006: 60).

A continuación, se procede a dar una explicación de los temas previamente enunciados.

## 2.1 Lente de análisis económico

Delimitar el concepto de competencia bajo una perspectiva económica bajo esta perspectiva resulta ser un trabajo complejo en tanto se hace referencia a un término amplio que engloba significados diversos; no obstante su apertura, las distintas definiciones de competencia se enfocan en una de dos direcciones, si bien diferentes, relacionadas.

Las distintas definiciones se pueden agrupar así:

(i) La competencia entendida como rivalidad entre agentes económicos para asegurarse a sí las condiciones más beneficiosas. Esta concepción tiene sentidos restringidos y amplios que comprenden desde la rivalidad entre todos los agentes económicos hasta concepciones que únicamente consideran al sector productivo como susceptible de encontrarse en escenarios competitivos. Esta definición es adoptada por economistas como Gustavo Hernández (2006: 74) y Sergio Ricossa (2007: 111-116).

(ii) La competencia como situación de mercado puede dar paso a dos escenarios diferentes: la competencia perfecta, entendida como el modelo económico ideal y la imperfecta que no comprende una única estructura, sino que por el contrario agrupa todos los demás escenarios que podrían presentarse que no constituyen competencia perfecta (Velandia, 2011: 32-33). Para el efecto, en el presente escrito, se analizarán sólo dos de estos: monopolio puro y monopolio natural.

### 2.1.1. Competencia perfecta

Una empresa se encuentra en posición de competencia perfecta, cuando existen muchos oferentes y varios demandantes, se

ofrecen productos homogéneos, el precio es dado por la interacción en el mercado y posee una información perfecta, es decir, completa y simétrica. El escenario de competencia perfecta no presenta barreras en la entrada ni en la salida, es decir, cualquiera que esté interesado en entrar a competir con un producto similar al de las otras empresas lo puede hacer; e igualmente funciona cuando dicho empresario desee salir del mercado por diferentes circunstancias (Gregory, 1998: 98).

Así, el modelo de competencia perfecta reúne ciertos elementos pretendidamente universales, cuya confluencia permitiría garantizar una óptima distribución de los recursos de la sociedad entre las distintas actividades económicas. Según esta noción, bajo las premisas conceptuales, que presuponen una competencia perfecta, los precios tienden a reflejar la relación de sustitución existente entre los diferentes bienes y servicios, es decir, de cuántas unidades de un determinado bien debe prescindir la sociedad para lograr la producción de una unidad de otro bien. Los consumidores deciden, sobre la base de sus gustos y a través de su demanda, qué bienes y servicios serán producidos por parte de los oferentes (Almonacid & García, 1998: 26) (Stiglitz, 1994: 46-48).

Con respecto al equilibrio, se dice que este modelo es eficiente en el sentido de Pareto, pues la demanda es igual a la oferta, es decir, cada parte está en la mejor situación posible, de manera que no se podría mejorar el bienestar de una parte sin empeorar al de la otra (consumidores y oferentes) (Almonacid & García, 1998: 26). “El mercado de un modelo de competencia perfecta se encuentra en plenas condiciones de equilibrio, en las cuales sólo es posible mejorar la posición de un agente económico a costa de empeorar la de otro” (Cabanellas, 1983: 7).

En este punto es pertinente anotar que de la combinación de los conceptos de excedente del consumidor <sup>5</sup> y de excedente del productor <sup>6</sup> resulta el llamado excedente económico; éste último está relacionado directamente con el concepto de eficiencia, pues de acuerdo con Samuelson y Nordhaus (1993: 180) citado en Miranda, & Gutiérrez, (2006: 347) “una economía es eficiente si está organizada para proporcionar a los consumidores la mayor combinación posible de bienes, dados los recursos y la tecnología de la economía”. En una economía de mercado la mayoría de las decisiones de producción y consumo son realizadas por cada individuo, ya sea productor o consumidor, en procura de su interés para satisfacer sus propias necesidades. En este sentido, según la teoría económica, los intereses de los consumidores no se contraponen a los de los productores, sino que por el contrario, ambos agentes económicos comparten el mismo interés (maximizar el beneficio). Lo anterior se explica mediante el siguiente razonamiento: los dos agentes quieren maximizar sus beneficios, el consumidor desea consumir la mayor cantidad de bienes al menor precio posible; mientras que el productor, desea ofrecerlas y venderlas al mayor precio posible (Mankiw, 2009: 140, 143). Cuando el mercado es competitivo, el productor es disciplinado por el mercado en el sentido en que no podrá imponer el precio que desee sino que deberá ajustarse al precio que determine el mercado, lo que se denomina precio-aceptante (Stiglitz, 1994: 48). Así el productor se verá incentivado para tratar de obtener el mayor beneficio a

través de la disminución de sus costos que le permitan vender a un menor precio, mediante la mejora de la calidad o presentación de sus bienes o mediante la innovación. Como se mencionó anteriormente, esta conducta resulta beneficiosa al consumidor que recibirá bienes novedosos, de mejor calidad y a un precio más favorable. Es por eso que se dice, que de acuerdo a la teoría económica convencional, sólo en los mercados perfectamente competitivos el precio es fijado exclusivamente por las leyes de la oferta y la demanda y no es influenciado por ningún agente económico (Miranda & Gutiérrez, 2006: 347-348). Además, en el mercado de competencia perfecta el precio es igual al costo marginal, lo que quiere decir que aumenta el costo de producción total si se produce una unidad adicional, es decir, que dicho costo es creciente (Gregory, 1998: 101). (Ver anexo, gráfica 1).

### 2.1.2 Competencia imperfecta

En este orden de ideas, si no se da cumplimiento a alguna de las condiciones y presupuestos anteriormente mencionados, en el mercado se presenta una falla o imperfección y por tanto los resultados no son eficientes. Tales fallas son conocidas en la literatura económica como externalidades, poder de mercado, información asimétrica, falta de provisión de bienes públicos (Stiglitz, 1994: 451).

El poder de mercado es una de las fallas del mercado, en la que no se logran verificar la existencia del mercado de competencia perfecta, el cual puede ocurrir cuando existen pocos participantes, ya sean compradores o vendedores, de tal manera que alguno de ellos podría influir en el precio del mercado. Bajo esta categoría se agrupan todos los modelos alejados de los elementos caracterizadores de la competencia perfecta o pura (Almonacid &

<sup>5</sup> La cantidad que un comprador está dispuesto a pagar por un bien menos la cantidad que efectivamente paga. Mide el beneficio que obtienen los compradores por participar en el mercado. (Mankiw, 2009: 139).

<sup>6</sup> La cantidad de dinero que recibe el vendedor por el bien menos el costo en el que incurre para proveerlo. Mide los beneficios que reciben los vendedores por participar en un mercado. (Mankiw, 2009: 143).

García, 1998: 28). Según la teoría económica convencional, aquellos mercados que presentan algún tipo de imperfección pueden clasificarse en: el monopsonio (un solo comprador), el oligopsonio (pocos compradores), el monopolio bilateral (un comprador, un vendedor), el oligopolio (pocos vendedores), la competencia monopolística (varios vendedores, pero con producto diferenciado), el monopolio (un solo vendedor) (Samuelson y Nordhaus, 1993: 197 citado en Miranda & Gutiérrez 2006: 348). Con respecto a lo anterior, es necesario precisar que en todos aquellos escenarios algún agente o agentes tendrán influencia en el precio del bien o en otras condiciones del mercado. No obstante, como lo explican Samuelson y Nordhaus (1993: 197 citado en Miranda, & Gutiérrez, 2006: 348), el hecho de que una empresa pueda influir significativamente en el precio de un bien no quiere decir que la “empresa tenga el control absoluto del precio de su producto”.

En síntesis, todos estos modelos en los que hay poder de mercado tienen una característica en común: disminuyen la eficiencia, debido al aumento de los precios y la disminución en las cantidades, ya sean ofrecidas o demandadas. En todos los casos en que los oferentes pueden incidir conscientemente sobre el precio mediante la alteración de la producción u otros mecanismos, se está ante una situación de competencia imperfecta. (Almonacid & García, 1998: 28).

La teoría económica ha acuñado la expresión de competencia imperfecta, para designar la situación en que se encuentra la competencia en un sistema de economía de mercado en el que inevitablemente se introducen determinados poderes de monopolio<sup>7</sup> (Almonacid & García, 1998: 28).

<sup>7</sup> Los mercados libres pueden ser manipulados o distorsionados por distintos poderes de mercado o poderes monopolísticos que controlan la oferta, la

De acuerdo con la literatura económica convencional, como la de *Mankiw y Stiglitz*, en las cuatro primeras formas de mercado imperfecto anteriormente mencionadas (monopolio, competencia monopolística, el duopolio, el oligopolio), el productor no es tomador de precios y por tanto su conducta no se verá disciplinada por el mercado, lo que implica que sea precio-decisor. De esta manera, el productor podrá producir una cantidad menor a la que se vería obligado a producir en un mercado competitivo, y a ofrecer sus bienes a un precio superior al que se presentaría si tuviera la presión de la competencia. Así, se manifiesta que los intereses del consumidor y el productor en este escenario no convergen, como podría ocurrir en un mercado de competencia perfecta.

De dichos presupuestos, constitutivos de situaciones imperfectas del mercado, este texto se ocupará del monopolio puro y del monopolio natural.

**2.1.2.1 Monopolio:** Constituye el modelo de mercado más alejado y opuesto al de competencia perfecta o pura. Se caracteriza por la existencia de un solo oferente o productor en el mercado en cuestión, que puede, gracias a esa situación privilegiada, controlar la oferta, la demanda y los precios de un determinado producto o servicio. La fuerza del monopolio reside precisamente en su capacidad para imponer precios sin el temor a la pérdida de clientela y consumidores. En síntesis, el monopolio puro implica una ausencia total de libertad de iniciativa económica privada y, por tanto de libre competencia (Almonacid & García, 1998: 28). Además, el mercado monopolístico, es un escenario en el que el mercado está

---

demandada y los precios. Así, se han identificado tres modalidades de este tipo de poderes de mercado: poder monopolístico, poder monopsonico, poder de control de precios. (Gregory, 1998: 116) (Botero, 2008:2-4).

concentrado al 100%; donde la demanda es inelástica, es decir, que no existen sustitutos cercanos, lo que se traduce en la oferta de bienes diferenciados; también, es un espacio en el que la información que poseen los agentes es imperfecta, es decir, incompleta y asimétrica. Igualmente se caracteriza por poseer fuertes barreras-económicas o legales-tanto en la entrada como en la salida de productores (Miranda & Gutiérrez, 2006: 349-350) (Gregory, 1998: 116-117).

La influencia del monopolista sobre el precio y demás condiciones de un mercado afecta la formación del precio de un bien. El precio no estará determinado por la cantidad del bien que los productores estén en capacidad y desean ofrecer, y la cantidad del bien que los consumidores están dispuestos, desean y pueden adquirir. El monopolista, en aras de maximizar sus beneficios, buscará obtener una parte del excedente del consumidor, lo que podrá lograr mediante dos mecanismos: la discriminación del precio y la imposición de un precio monopolístico (Stiglitz, 1994: 442-445) (Mankiw, 2009: 315-316). A pesar de lo anterior, y de que la situación del monopolista es privilegiada en cuanto a su posibilidad de influir sobre los precios, debe considerarse que no le es posible tampoco elevarlos en forma indefinida, pues existe el límite del nivel de ingreso de los consumidores. Sin embargo, el monopolista puede aumentar el precio de su producto a un nivel sustancialmente mayor del que podría exigir en condiciones de competencia perfecta, sin perder un volumen de ventas tan grande que haga que el aumento del precio arroje pérdidas. Es así como el monopolista decide cuánto quiere producir y cuál es el precio que le piensa cobrar a los consumidores (Miranda & Gutiérrez, 2006: 350-351).

Al respecto, es conveniente anotar que las industrias monopolísticas actúan en el

punto en el que el precio es mayor que el coste marginal. Por lo tanto, en general, el precio es más alto y el volumen de producción menor en el caso monopolístico que en el competitivo. Por esta razón, los consumidores suelen disfrutar de un bienestar menor en las industrias monopolísticas que en las competitivas. Aquí la empresa disfruta de un bienestar mayor (Varian, 2010: 463-464), es decir, que las consecuencias negativas que representa la conducta del monopolista para la sociedad, consisten en que éste reducirá su producción a una cantidad inferior a la que los demandantes desean y pueden adquirir, y elevará el precio a un nivel superior al que se produciría si estuviera en mercado competitivo (Miranda & Gutiérrez, 2006: 353).

Sin embargo, los monopolios no pueden conseguir cualquier nivel de beneficios que deseen, ya que los precios altos reducen la cantidad que compran sus clientes; y aunque pueden controlar los precios de sus bienes, sus beneficios no son ilimitados (Mankiw, 2009: 312). Con respecto al equilibrio que se manifiesta en una situación monopolística, se presenta una disminución de la eficiencia con respecto al mercado de competencia perfecta, pues aumenta el excedente del productor con afectación al excedente del consumidor, ya que éste disminuye, lo que permite sostener que se altera la eficiencia en sentido de Pareto.<sup>8</sup>

Es importante anotar que no todo el excedente del consumidor es apropiado por el monopolista, pues parte de ese excedente se desperdicia, debido a que se queda una

---

<sup>8</sup> Hace referencia al bienestar de quienes integran la economía; a las asignaciones de los recursos que tienen la propiedad de que no es posible mejorar el bienestar de una persona sin empeorar el de la otra (Stiglitz, 1994: 418-420). En términos del escrito, no es posible aumentar el excedente del productor sin perjudicar el excedente del consumidor, y viceversa.

porción en condiciones bajo las cuales los oferentes no están dispuestos a producir, e igualmente una parte del excedente del consumidor, donde éstos no están dispuestos a consumir y demandar bienes, debido a los altos costos; es decir, es un sector del mercado que se queda sin productos y por lo tanto no consumidos, lo que a su vez se denomina pérdida irrecuperable de eficiencia. De igual modo, en la medida en que el productor produce menos, parte de su excedente también se despilfarra. Es por ello, que la sumatoria de estos dos desperdicios se denomina pérdida irrecuperable de eficiencia, lo que a su vez demuestra la ineficiencia del monopolio, en la medida en que se disminuye el comercio y la producción (Miranda & Gutiérrez, 2006: 354), (Gregory, 1998: 122), (Mankiw, 2009: 323-325).

Además conviene tener en cuenta que el precio de monopolio es mayor al ingreso marginal, siendo éste a su vez igual al costo marginal; lo anterior se traduce en que las cantidades ofrecidas por el monopolista son menores a las ofrecidas en los mercados de competencia perfecta, lo que da como resultado un aumento considerable en los precios (Mankiw, 2009: 312).

Con base en la literatura económica y como resultado de la investigación, se puede sostener que dentro de las fuentes del poder de mercado se encuentran: las barreras en la entrada, las cuales a su vez pueden ser legales o económicas. Dentro de las legales se encuentran: los monopolios legales, por ejemplo cuando el Estado protege los derechos de autor y la propiedad industrial (Mankiw, 2009: 313-314) y los monopolios rentísticos, los cuales, como su nombre lo indica, producen y dejan una renta con destino al Gasto Público Social (GPS) (Art. 336 CN). De otro lado y según los hallazgos de la investigación, dentro de las barreras económicas se encuentran la producción de bienes sin sustitutos cercanos, la

inelasticidad de la demanda, factores de producción, la estructura de costos-economías de escala-, la cual se refiere a que es más eficiente que exista sólo un productor ofreciendo determinado bien, a que existiera la oferta de dichos bienes en situación de competencia perfecta; y esto es a lo que se refiere la estructura del monopolio natural que se explicará más adelante.

Los resultados que acarrea la estructura del monopolio, esto es, la disminución de eficiencia y del excedente del consumidor, exige la necesidad de encontrar soluciones, lo que se presenta y se evidencia con la intervención del Estado. Ésta se manifiesta principalmente en dos circunstancias: por un lado, al existir monopolios que tienen su causa y fundamentos en la ley, como lo son los legales: el uso de la fuerza, las patentes en el caso de propiedad industrial y los derechos de autor. Por otro lado, se encuentra el monopolio natural, en que debido a la estructura de costos es más eficiente que se presente como un monopolio, pero en el cual a su vez, el Estado regula y vigila permanentemente, pues de no hacerlo el monopolista en interés de su excedente y beneficio se comportaría de tal forma que posibilitara obtener el mayor beneficio, sin importarle la disminución del excedente del consumidor; lo cual resultaría una tendencia al monopolio puro, con todas las consecuencias que ello acarrearía, si se tienen en cuenta sus características mencionadas en un aparte anterior.

Así, se hace necesario hablar un poco acerca de la regulación económica y el monopolio natural. El tema de regulación se explicará en un acápite posterior. (Ver anexo, gráfica 2).

**2.1.2.2 Monopolio natural:** La teoría económica convencional reconoce la existencia de monopolios naturales; se trata

del monopolio que “surge porque una única empresa puede ofrecer un bien o un servicio a todo un mercado con menos costes que dos o más empresas” (Mankiw, 2009: 314). Un ejemplo típico de un monopolio de este tipo es el de las empresas que prestan el servicio de acueducto. La inversión inicial es muy alta en la medida en que no sólo tendrá que instalar plantas que se encarguen de todo el proceso del agua (desde su recolección o encauzamiento, pasando por los procesos de purificación), sino que además deberá tener toda una red de tuberías en la ciudad para distribuir el producto. Así, si una empresa quisiera competir en dicho mercado, se vería obligada a crear su propia tubería a lo largo de la ciudad. (Mankiw, 2009: 313) (Botero, 2008: 3) (Lasheras, 1999: 15-18).

Sin embargo, los monopolios naturales tienen consecuencias diferentes de las que generan otros tipos de monopolios (Miranda & Gutiérrez, 2006: 368-369). En palabras del profesor Mankiw (2009:289):

*Cuando una empresa tiene un monopolio natural, le preocupa menos la posibilidad de que entren nuevas empresas y de que reduzcan su poder de monopolio. Normalmente, una empresa tiene problemas para mantener una posición monopolística si no posee un recurso clave o no está protegida por el Estado. Sus beneficios monopolísticos atraen a nuevas empresas al mercado en el que otra empresa tiene un monopolio natural. Las aspirantes a entrar saben que no pueden conseguir los mismos bajos costes que el monopolista porque después de entrar, cada empresa tendría una parte menor del mercado.*

Como resultado de las observaciones hechas, los gobiernos también pueden resolver los problemas del monopolio puro y natural regulando la conducta de los monopolistas. Esta solución es habitual en el caso de los monopolios naturales, como las compañías de alcantarillado y

electricidad. Estas compañías no pueden cobrar lo que deseen, sino que su precio está regulado por organismos públicos, como es el caso en Colombia de las Comisiones de Regulación. Sin embargo, no es fácil para el gobierno saber y conocer los precios que debe fijar para este tipo de mercado.

En esta situación de mercado el precio es igual al coste medio, debido a la regulación por parte de los órganos públicos. Es decir, que se presenta regulación para garantizar más cantidad que las del monopolio y un precio menor al que se presenta en la situación monopolística (aunque no llegan a ser tantas como en el mercado de competencia perfecta). (Botero, 2008: 2-3) (Gregory, 198:116-131).

## 2.2 Lente de análisis jurídico

Algunas propuestas para delimitar el significado de competencia en el campo jurídico son las siguientes:

Un primer planteamiento hace referencia a la identificación de la noción con el concepto económico de competencia ya referido, con lo cual el único trabajo a realizar es implantar al derecho una terminología propia de la economía (Almonacid & García, 1998: 30): esta es la tesis de la importación.

Un segundo planteamiento que toma un camino diferente, propuesto por la Escuela Alemana, ha concluido que los conceptos derivados de la terminología propiamente económica de competencia no son útiles para el jurista, pues son inaplicables al razonamiento jurídico: este es el llamado concepto autónomo (Almonacid & García, 1998: 30).

La justificación de tal argumento encuentra sentido en que los modelos de competencia son esquemas ideales y que no pueden ser encontrados en los mercados reales; se

considera también inconveniente la existencia en el razonamiento económico de hipótesis abstractas y esquemas teóricos, incompatibles con los hechos específicos que en teoría deberían ser el objeto del derecho. La solución que proponen los autores, quienes toman como referencia a Cabanellas, es que para que el derecho se ocupe de la regulación de la materia debe estructurarse en “un acervo de principios y premisas jurídicas” que sí pueden, al menos, inicialmente basarse en consideraciones de las realidades de la ciencia económica, pero que posteriormente lo acertado es que se prescindiera de estas (Almonacid, & García, 1998: 32-34).

Almonacid y García plantean que la construcción de un concepto jurídico de la competencia debe abarcar tres dimensiones (1998: 32-34):

- Dimensión estructural: se entiende la competencia como una relación que se da o podría darse entre los agentes económicos.
- Dimensión dinámica, competitiva o conflictual: esta es entendida como un proceso de actuaciones, y comportamientos de los agentes a través de los cuales luchan entre sí buscando conseguir una misma meta económica en una misma unidad de tiempo y espacio.
- Dimensión ideológica, o político social o institucional: la competencia bajo este entendimiento conforma un sistema institucional determinado dentro del cual se ordena la actividad de los agentes económicos.

En el caso colombiano, es necesario acudir a la jurisprudencia para delimitar el término, según la Corte Constitucional en sentencia C-263/11:

“La libre competencia consiste en la facultad que tienen todos los empresarios de orientar sus esfuerzos, factores empresariales y de

producción a la conquista de un mercado, en un marco de igualdad de condiciones y comprende, de conformidad con jurisprudencia constitucional, al menos tres prerrogativas: (i) la posibilidad de concurrir al mercado, (ii) la libertad de ofrecer las condiciones y ventajas comerciales que se estimen oportunas, y (iii) la posibilidad de contratar con cualquier consumidor o usuario. Para garantizar la libre competencia, el Estado es entonces responsable de eliminar las barreras de acceso al mercado y censurar las prácticas restrictivas de la competencia, como el abuso de la posición dominante o la creación de monopolios”.

En el anterior apartado es claro que se habla de la libertad de competencia económica como un derecho subjetivo. Este sin embargo no ha sido el único enfoque que le ha dado la Corte Constitucional al tema, así podemos ver en el siguiente apartado de esa misma corporación, en Sentencia C-535/97, cómo la libre competencia económica asume otro revestimiento, a saber, el de pauta a la cual deben ceñir sus actuaciones los sujetos económicos.

“La libre competencia, desde el punto de vista subjetivo, se consagra como derecho individual que entraña tanto facultades como obligaciones. En una perspectiva objetiva, la libre competencia adquiere el carácter de pauta o regla de juego superior con arreglo a la cual deben actuar los sujetos económicos y que, en todo momento, ha de ser celosamente preservada por los poderes públicos, cuya primera misión institucional es la de mantener y propiciar la existencia de mercados libres. La Constitución asume que la libre competencia económica promueve de la mejor manera los intereses de los consumidores y el funcionamiento eficiente de los diferentes mercados”.

### **3. Regulación estatal.**

En este apartado se dará una breve explicación acerca de la regulación económica, tema de estrecha relación con los monopolios, pues es de este modo como el Estado interviene, con el objetivo de que en este mercado se ofrezcan mayores cantidades que en el monopolio puro y a menores precios.

La defensa de la competencia puede definirse como una clase de regulación indirecta cuyo objetivo es controlar el ejercicio del poder de mercado en situaciones en las que dicho control depende de la existencia de varias empresas que compiten entre sí. Así la defensa de la competencia puede contrastarse con otros mecanismos de regulación pública de carácter directo, que intentan limitar el ejercicio del poder de mercado de las empresas a través de intervenciones específicas del Estado en la determinación de ciertas variables económicas (precios, cantidades, estándares de calidad, etc.) (Coloma, 2003: 13).

Existen dos modos generales de llevar a cabo la defensa de la competencia, que se conocen bajo los nombres de política de comportamiento y política estructural: La primera es la forma más tradicional, y consiste en una serie de procedimientos de tipo jurisdiccional por los cuales se sancionan acciones pasadas o presentes llevadas a cabo por algún agente económico en violación de ciertas normas-el cese de algunas conductas, multas o en algunos países y para ciertas ocasiones, indemnizaciones o penas de prisión-; la política estructural, en cambio, es un modo de hacer defensa de la competencia antes de que se produzcan las acciones consideradas nocivas, y consiste esencialmente en el uso de medidas que influyen sobre el número y el tipo de empresas que operan en el mercado. El ejemplo más importante de esta política en la mayoría de los países del

mundo está dado por los procedimientos de autorización y control de las operaciones de fusión y adquisición de empresas, que buscan influir en la concentración de los mercados en los momentos en los cuales entidades que eran independientes entre sí pasan a quedar bajo el control de un único grupo económico (Coloma, 2003: 14).

Tanto la política de comportamiento como la estructural son modos de intervención del Estado que operan por excepción. La idea es que en la generalidad de los casos los mercados deben funcionar libremente, y que la defensa de la competencia sólo debe actuar cuando se dan determinados hechos que pueden hacer presuponer que la competencia como proceso está amenazada. Tales hechos son la comisión de una práctica anticompetitiva (para la política de comportamiento) o la realización de una operación de fusión o adquisición que cumpla determinados requisitos (para la política estructural).

Esta forma de operar de la defensa de la competencia se diferencia sustancialmente de otros modos de intervención del Estado que entran dentro de la categoría de regulación directa (como lo son, por ejemplo, la regulación de los servicios públicos o la regulación bancaria) (Coloma, 2003: 14-15).

A diferencia de la política *antitrust*<sup>9</sup>, este tipo de intervenciones suele implicar una actividad reguladora constante, que continuamente está fijando precios, niveles de inversión, índices de liquidez y solvencia, y otras variables similares. También es por ello habitual que para las actividades de intervención existan organismos específicos especializados en la regulación de determinados mercados (por ejemplo, el mercado eléctrico, las telecomunicaciones, la actividad financiera)<sup>10</sup>, mientras que para

<sup>9</sup> Antimonopolio.

<sup>10</sup> Aunque la competencia económica se trate de un régimen general, se debe tener en cuenta que existen

la defensa de la competencia los órganos competentes suelen tener un alcance mucho más general (por ejemplo, todas las actividades comerciales, productivas y de servicios) (Coloma, 2003: 14-15).

También puede ocurrir que, la intervención del Estado en el mercado en el tema de competencia, puede darse mediante abogacía y la política llevada a cabo por la autoridad correspondiente.

La primera, ha sido ha sido definida por la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) de la siguiente forma:

*“La Abogacía de la Competencia es un instrumento de origen legal cuyos objetivos principales son el fomento de la cultura de la libre competencia al interior del Estado y el control del ejercicio de la facultad de intervención del Gobierno en la economía.*

*Este instrumento tiene como fin unificar el criterio de las instituciones que hacen parte de la rama administrativa del poder público en relación con asuntos relacionados con la competencia económica, evitando con ello, innecesarios costos de transacción” (SIC, 9).*

En relación con lo anterior, la ley 1340 de 2009 en el artículo 7 expresa: “La Superintendencia de Industria y Comercio podrá rendir concepto previo sobre los proyectos de regulación estatal que puedan tener incidencia sobre la libre competencia en los mercados. Para estos efectos las autoridades de regulación informarán a la Superintendencia de Industria y Comercio de los actos administrativos que se pretendan expedir. El concepto emitido por la Superintendencia de Industria y Comercio en este sentido no será vinculante. Sin embargo, si la autoridad

---

algunos mercados exceptuados sometidos a regímenes especiales, tales como: Decreto 663 de 1993 (sistema financiero), ley 1341 de 2009 (TICS), ley 142 de 1994 (servicios públicos domiciliarios), Ley 143 de 1994 (mercado energético).

respectiva se apartara de dicho concepto, la misma deberá manifestar de manera expresa dentro de las consideraciones de la decisión los motivos por los cuales se aparta”.

Por otro lado, la política de competencia de acuerdo con la SIC “tiene como objetivo prevenir o eliminar aquellas restricciones que puedan interferir en los esfuerzos competitivos de las empresas, restringir el comercio o generar abusos de poder económico” (Superintendencia de Industria y Comercio y Ministerio de Comercio, 2007).

Con relación a la autoridad nacional de protección de competencia, según el artículo 6 de la Ley 1340 “La Superintendencia de Industria y Comercio conocerá en forma privativa de las investigaciones administrativas, impondrá las multas y adoptará las demás decisiones administrativas por infracción a las disposiciones sobre protección de la competencia, así como en relación con la vigilancia administrativa del cumplimiento de las disposiciones sobre competencia desleal”. Adicionalmente, según el artículo 24 del Código General del Proceso (ley 1564 de 2012), la SIC ejercerá funciones jurisdiccionales en temas relativas a la libertad de competencia.

## Conclusiones

El análisis de la competencia como fenómeno económico es de interés tanto para el Derecho como para la Economía, es decir, que compete tanto a juristas como economistas; pues dada su importancia, la protección de la competencia económica conlleva resultados eficientes y a la mejora del bienestar de los consumidores.

La competencia puede ser analizada desde un lente de análisis económico y uno jurídico. Desde la economía se ha entendido en dos sentidos, uno amplio y otro

restringido. El primero consiste en una situación de rivalidad, y el segundo se refiere al mercado perfectamente competitivo. Desde el derecho, por un lado se ha buscado la importación del concepto propio de la economía al análisis jurídico; por otro, se ha pretendido adoptar un entendimiento propio con base en el económico, para posteriormente deslindarse de éste.

Aunque existen modelos económicos indeseables para el bienestar de los consumidores, tales como el monopolio puro; en ocasiones resulta más eficiente su aplicación en el mercado, que un escenario perfectamente competitivo. Sin embargo, en la situación descrita es donde se hace necesaria la intervención estatal concretada a través de la regulación económica, que da como resultado el monopolio natural.

El Estado interviene el mercado mediante la regulación, a través de la abogacía y política de la competencia por la Superintendencia de Industria y Comercio y demás autoridades encargadas.

## ANEXOS:

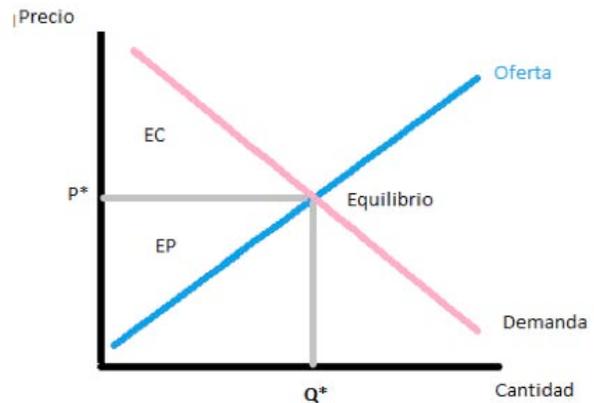
Competencia perfecta:

- Muchos oferentes
- Muchos demandantes
- Precio dado por interacción en mercado
- Producto homogéneo
- Información perfecta: completa y simétrica
- No barreras de entrada
- No barreras de salida
- Equilibrio: eficiente en sentido de Pareto, donde la oferta es igual a la demanda; es decir, que cada parte está en la mejor situación posible, esto quiere decir, que no es posible

mejorar el bienestar de una parte sin empeorar la del otro.

- Precio es igual a costo marginal<sup>11</sup> ( $P=CMg$ )

□ **Gráfica 1: Competencia perfecta\***



\*Elaboración propia

Monopolio puro:

- Un oferente
- Muchos demandantes
- Precio fijado por monopolista (poder de mercado)
- Información imperfecta
- Barreras de entrada: monopolios legales, monopolios rentísticos
- Equilibrio: disminuye eficiencia del modelo de competencia perfecta, pues aumenta el excedente del productor a costas de la disminución del excedente del consumidor. Esto quiere decir que existe una pérdida irreparable de eficiencia (PIE); por lo que no todos los compradores están en la mejor situación posible.
- El costo marginal es igual al ingreso marginal<sup>12</sup> ( $CMg=IMg$ ). Es decir que

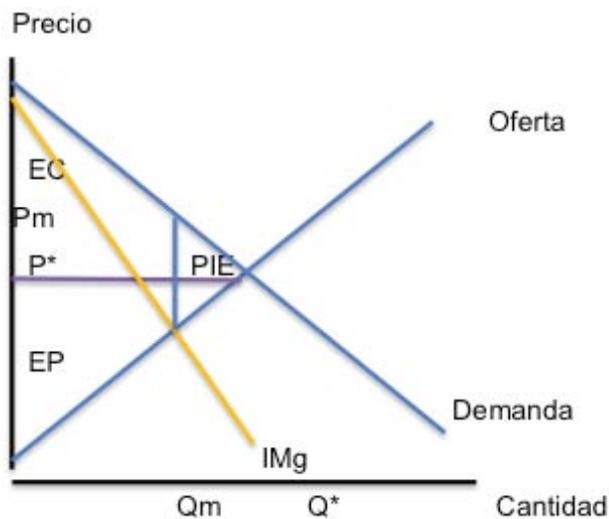
<sup>11</sup> Costo de producción total si se produce una unidad adicional

<sup>12</sup> Variación del ingreso por la producción de una unidad adicional

hay un aumento en los precios, pues éste es mayor al ingreso marginal, el cual a su vez es igual al costo marginal ( $P_m > IMg = CMg$ ).

- Existe disminución en las cantidades en comparación a las ofrecidas en el mercado de competencia perfecta.
- No existen sustitutos cercanos
- La demanda es inelástica al precio

□ **Gráfica 2: Monopolio\***



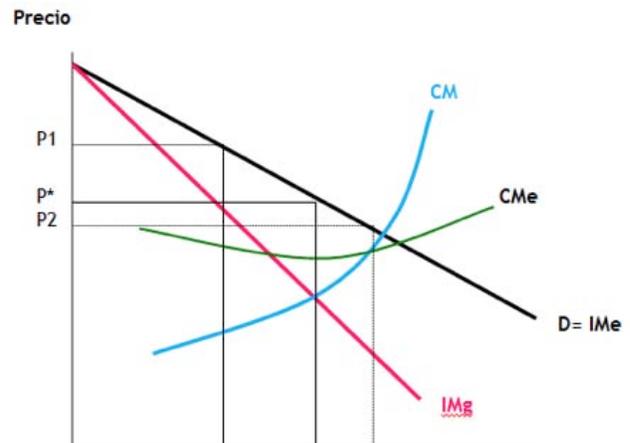
\*Elaboración propia

Monopolio natural:

- Un oferente
- Muchos demandantes
- El precio es igual al costo medio<sup>13</sup> ( $P = CMe$ ) debido a la regulación
- Se presentan economías de escala, es decir, que el costo promedio disminuye cuando aumentan las cantidades, pues existen unos costos fijos muy altos y por ende un costo marginal muy pequeño.
- Existe regulación para garantizar más cantidades que las de la situación de monopolio, y aunque el precio es menor que en el monopolio,

no lo es tanto como en la situación de competencia perfecta.

□ **Gráfica 3: Monopolio natural**



\*Elaboración: Ángela Bejarano

<sup>13</sup> Costo total dividido las cantidades totales ( $CT/Q$ ).



## Referencias

- Almonacid, J.J. & García, N.G. (1998). *Derecho de la competencia*. (1ra Ed.). Bogotá, Colombia.: Legis.
- Botero García, J. (2008). Competencia en el mercado. *Working Papers economics and finance*. Medellín, Colombia.: Universidad EAFIT.
- Coloma, G. (2003). *Defensa de la competencia*. Buenos Aires, Argentina.: Editorial Ciudad Argentina.
- Fernández, R.; Ramos, J. L.; Perdices de Blas, L.; San Emeterio, N.; Trincado, E. (2006). *Escuelas de pensamiento económico*. Madrid, España.: Editorial del Economista.
- Gregory, P. A. (1998). *Fundamentos de Economía*. (1ra Ed.). México D.F., México.: Compañía Editorial Continental, S.A. de C.V México.
- Hernández Mangones, G. (2006). *Diccionario de economía*. (1ra Ed.). Bogotá, Colombia.: Editorial UCC.
- Lasheras, M. A. (1999). *La regulación económica de los servicios públicos*. (1ra Ed.). Barcelona, España.: Editorial Ariel, S.A.
- Mankiw, N.G. (2009). *Principios de economía*. (5ta Ed.). México D.F., México.: Cengage Learning Editores, S.A.
- Marzorati, O. J. (2003). *Derecho de los negocios internacionales*. (1er y 2do Vol.). (3ra Ed.). Buenos Aires, Argentina.: Editorial Astrea de Alfredo y Ricardo Depalma SRL.
- Miranda, A. & Gutiérrez, J.D. (2006). *Fundamentos económicos del derecho de la competencia: Los beneficios del monopolio vs. Los beneficios de la competencia*. (2do Vol.). Bogotá, Colombia.: Universidad Javeriana.
- Peña Castrillón, G. (1986). *Algunos aspectos de la moderna contratación comercial. Ponencia ante el foro de notariado y registro*. Bogotá, Colombia.
- Ricossa, S. (2007). *Diccionario de economía*. (5ta Ed.). México D.F., México.: Siglo Veintiuno Editores.
- Samuelson, P. A. & Nordhaus, W. D. (1993). *Economía*. (14va Ed.). España.: McGrawHill.
- Stiglitz, J. E. (1994). *Principios de Microeconomía*. (1era Ed.). Barcelona, España.: Editorial Ariel S.A.
- Superintendencia de Industria y Comercio y Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. *Cartilla para el ejercicio de la abogacía de la competencia: revisión de proyectos de regulación estatal*. Bogotá, Colombia. Con el auspicio de la Unión Europea: Proyecto “asistencia técnica al comercio en Colombia”. Convenio de financiación dci/ala/2007/19-005.
- Uribe, C. A. (2009). *Reforma al régimen de libre competencia en Colombia*. Bogotá, Colombia.: Grupo Editorial Ibañez.
- Vanegas Santoro, A. (1999). *El contrato de franquicia*. (1ra Ed.).

Bogotá, Colombia.: Ediciones Librería del profesional.

- Varian, H.R. (2010). *Microeconomía intermedia*. (8va Ed.). Barcelona, España.: Antoni Bosch, Editor.
- Velandia, M. (2011). *Derecho de la competencia y del consumo*. (2da Ed.). Bogotá, Colombia.: Universidad Externado de Colombia.
- Veleiro, B. (2010). *Mercado y competencia*. España.: Editorial el Derecho, citando exposición de motivos de LDC de defensa de la competencia.

### **Normatividad**

- Colombia. Congreso de la República (1959, 24 de diciembre), “Ley 155 de 1959, por la cual se dictan algunas disposiciones sobre prácticas comerciales restrictivas”, en el Diario Oficial No. 30138, 22 de enero de 1960, Bogotá.
- \_\_\_\_\_ (1992, 30 de diciembre), “Decreto 2153 de 1992, por el cual se reestructura la Superintendencia de Industria y Comercio y se dictan otras disposiciones”, en el Diario Oficial No. 40.704, 31 de diciembre de 1992, Bogotá.
- 

- \_\_\_\_\_ (1996, 15 de enero), “Ley 256 de 1996, por la cual se dictan normas sobre competencia desleal”, en el Diario Oficial No. 42692, 18 de enero de 1996, Bogotá.
- \_\_\_\_\_ (2009, 24 de julio), “Ley 1340 de 2009, por medio de la cual se dictan normas en materia de protección de la competencia”, en el Diario Oficial No. 74420.24, 24 de julio de 2009, Bogotá.
- 
- \_\_\_\_\_ (2013, 12 de julio), “Ley 1564 de 2012, por medio de la cual se expide el código general del proceso y se dictan otras disposiciones”, en el Diario Oficial No. 48489, 12 de julio de 2012, Bogotá.

### **Jurisprudencia**

- Colombia. Corte Constitucional. Sentencia de 6 de Abril de 2011. Magistrado Ponente: Jorge Ignacio Pretelt Chaljub. (Sentencia C-263/11). Copia tomada directamente de la Corporación.
- Colombia. Corte Constitucional. Sentencia de 23 de Octubre de 1997. Magistrado Ponente: Eduardo Cifuentes Muñoz. (Sentencia C-535/97). Copia tomada directamente de la Corporación.