

V.
**LOS CARTELES
DE EXPORTACIÓN
Y SUS EFECTOS**

PAOLA ANDREA ZULUAGA ORTIZ
pazuluag@poligran.edu.co

Resumen. Este artículo tiene por objeto presentar los efectos de los carteles en un mercado de libre competencia, centrándose en el caso de los carteles de exportación. Así mismo, su finalidad es establecer, las problemáticas referentes a la legislación aplicable en el marco de los Tratados de Libre Comercio a estas prácticas restrictivas del comercio. El método de investigación desarrollado fue el descriptivo jurídico consistente en analizar y caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos peculiares o diferenciadores y descomponerla, así como propositivo, es decir, presentar los inconvenientes presentes en las normas y aportar soluciones. Los resultados de la investigación permiten conocer los perjuicios que causan los carteles de exportación dentro del mercado internacional, así mismo, la dificultad en su persecución debido a la falta de regulación de los mismos dentro de los Acuerdos Comerciales, y a la aplicación territorial de la normativa interna de los países.

1. Introducción

Abordar el tema de la globalización¹ de la economía, implica considerarlo como un fenómeno que entraña múltiples procesos, características e interpretaciones, los cuales desbordan los escenarios exclusivamente económicos. Para el autor Levy Dabbah (2003), la globalización –vista desde esta perspectiva– consiste en “el proceso por el cual dos o más estados deciden estrechar sus relaciones económicas, creando mecanismos para la integración gradual de sus economías, proceso que no puede ser entendido sin la uniformidad que debieran alcanzar sus sistemas jurídicos respectivos” (p. 27).

Esta definición entregada por Levy resulta de mucha utilidad, en tanto destaca dos aspectos, el primero de ellos central para el desarrollo del presen-

1. La globalización puede ser entendida como la reducción espacial del mundo o la creación de un único espacio global; de otra parte, la globalización supone interrelación de economías, mercados, finanzas, culturas, bienes y personas; además, se constata que el concepto se ha convertido en un clave explicativa de nuestro tiempo; por otro lado, se trata de una categoría poliédrica y multidimensional que describe distintos procesos; y por último, presupone el surgimiento de un nuevo orden de carácter irreversible e impredecible. Ramírez, G. (2007). Transformaciones del constitucionalismo en el contexto de la globalización. El derecho en el contexto de la globalización. Universidad Externado de Colombia. pp. 189-218.

te artículo: la apertura e integración económica como supuestos de la globalización; y el otro, el papel del derecho y de los diferentes ordenamientos jurídicos en este proceso.

En el marco de esta apertura económica, cuando el intercambio de bienes, servicios y factores (Bouzas, 2008, p. 2) da lugar al comercio internacional y al replanteamiento de las relaciones comerciales, surgen los Tratados de Libre Comercio. Estos son una alternativa normativa mediante la cual dos o más países realizan acuerdos para reducir y eliminar barreras arancelarias y no arancelarias, y propiciar el crecimiento económico, político y social. Así las cosas, constituye una herramienta fundamental en el proceso de propiciar la libre competencia entre estados y participantes del mercado.

Frente a esta libre competencia, la Organización Mundial del Comercio (OMC) ha sostenido que “la competencia es un incentivo potencial para que las empresas participen con mayor ímpetu del mercado internacional, y al mismo tiempo proporcionen mayores beneficios a los consumidores y otros competidores” (Conferencia de la Organización de las Naciones Unidas, 1996, p. 2). De manera que, en un mercado ideal deben concurrir libremente los competidores, para que sean directamente los consumidores quienes decidan su permanencia o preferencia sin injerencias ni barreras innecesarias impuestas por terceros (Congreso de Derecho Comercial, 2013, p. 17).

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas (ONU), este objetivo se puede alcanzar “en la medida que se ofrezcan bienes y servicios innovadores, en mayores variedades y sobre todo manejando buenos estándares de calidad a bajos precios” (1996, p. 2).

Sin embargo, es necesario considerar que algunos de los efectos más negativos de la apertura y el intercambio comercial suceden precisamente en relación con la libertad de competencia, pues a pesar de los esfuerzos por parte de las diferentes autoridades en la materia, para velar por la libre competencia entre los sujetos que concurren en el mercado, continúan presentándose

se prácticas que distorsionan la competencia, desplazan a los competidores y producen impactos negativos en las actividades comerciales.

Resulta importante subrayar dentro de esas prácticas a los acuerdos restrictivos de la competencia, por cuyo intermedio las empresas acuerdan la no competencia entre ellas (Congreso de Derecho Comercial, 2013, p.17), para obtener un provecho particular afectando de esta manera el interés público, es decir, el orden económico. Claramente, estas circunstancias plantean para los diferentes gobiernos y organizaciones internacionales, no solo una dificultad, sino además un enorme desafío.

Con fundamento en los planteamientos expuestos hasta el momento, el presente artículo tiene como finalidad explicar los efectos de los carteles dentro de un mercado caracterizado por la libre competencia, haciendo referencia directa a las estrategias de contención aplicables a las prácticas comerciales restrictivas, específicamente a los carteles de exportación, enmarcándolas dentro de los Acuerdos de Promoción Comerciales, más conocidos como Tratados de Libre Comercio.

2. Efectos de los carteles dentro de un mercado de libre competencia

2.1. Los carteles como práctica restrictiva de la competencia

A propósito de la definición de las prácticas restrictivas de la competencia, Rubio Escobar (2007) señala que son “todos aquellos comportamientos que tengan la capacidad o el efecto de inhibir o disminuir artificialmente las fuentes de competencia en un mercado y de eliminar sus beneficios” (p. 31).

Es necesario indicar que las prácticas horizontales² son aquellas que buscan restringir el comercio y que se presentan como acuerdos o pactos que tienen por objeto fijar precios, repartir un mercado, asignar cuotas de producción o distribución, y se las conoce como carteles. Estos acuerdos son celebrados entre empresas que “actúan en un mismo mercado relevante³, persiguiendo la neutralización de la competencia existente entre sus partícipes y por tanto maximizar los beneficios conjuntos, para eliminar o disminuir la competencia en un sector” (Barón, 2010, p. 76).

Así mismo, para la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico OCDE los carteles constituyen un acuerdo anticompetitivo, una práctica concertada anticompetitiva o un arreglo anticompetitivo establecido por competidores para fijar los precios, manipular las licitaciones, establecer limitaciones o contingentes de producción o repartirse los mercados asignando clientes, proveedores, territorios o ramos comerciales (Sexta Conferencia de las Naciones Unidas Encargada de Examinar Todos los Aspectos en Conjunto de Principios y Normas Equitativos Convenidos Multilateralmente para el Control de las Prácticas Restrictivas, 2010, p.3). Es decir, los carteles “son pactos que restringen o limitan la competencia, surtidos entre empresas o sectores económicos, con el fin de apoderarse del mercado global, impidiendo el ingreso de nuevos competidores” (Koch, 1945, p. 131).

2. Las prácticas horizontales son aquellas que monopolizan cadenas productivas completas, evitando cualquier tipo de competencia. Por esta razón se suelen denominar también como prácticas absolutas. Se ha considerado a nivel mundial que este tipo de prácticas eliminan completamente la competencia, y que sus efectos siempre son nocivos tanto para el proceso económico, como para los consumidores, ya que suelen eliminar la eficiencia económica en esa área específica a largo plazo, manipulando los precios de venta y la calidad del producto, cuestión que afecta directamente a los consumidores. Prácticas desleales y prácticas restrictivas. Wlterker, Jorge. Prácticas desleales y prácticas restrictivas *En*: Universidad Autónoma de México. Estudios en torno a la Ley Federal de Competencia Económica, 1994. p. 145.

3. El análisis de una conducta restrictiva de la competencia requiere previamente determinar cuál es el contexto competitivo al que se enfrenta la empresa objeto de investigación. Esto supone identificar el conjunto de productos (bienes o servicios) que rivalizan entre sí en la satisfacción de las necesidades de los consumidores, el conjunto de empresas que pueden ofrecer dichos productos en un plazo relativamente reducido de tiempo, y el área geográfica en la que las condiciones de competencia para el suministro de dichos productos son suficientemente homogéneas y diferentes de las de otras áreas geográficas próximas. En definitiva, la definición del mercado relevante es un instrumento que se utiliza para comprender el contexto en el que se desarrolla la rivalidad competitiva entre las empresas y, cuando menos, sirve para realizar una primera aproximación sobre el posible dominio de la empresa objeto de investigación. Jiménez, F. y Cañizares, E. (2005). Dificultades para la definición de mercado relevante. *En*: Segundo Seminario de Derecho y Economía de la Competencia. (18, octubre: Madrid, España). Memorias p. 1.

Ahora bien, es posible identificar la presencia de prácticas que buscan manipular la competencia y el curso de las relaciones comerciales en diferentes épocas de la historia de la humanidad, lógicamente cada una de esas manifestaciones obedece al momento y sus específicas condiciones socioeconómicas y políticas. A continuación, siguiendo el análisis realizado por Carmen Herrera Suárez (2006, p. 59), se presenta una breve reseña sobre esta dinámica entre competencia y mercado.

- Durante la edad media las Corporaciones y los Municipios controlaban todos los aspectos relevantes del desarrollo de la actividad industrial y comercial –por ejemplo, el acceso al mercado y las cuotas de producción–. Adicionalmente, se conoce que en este periodo los gobiernos solían estar parcializados a favor de los comerciantes y los grandes empresarios (Heinemann, 2007, pp. 7-47) situación que facilitaba el avance de los acuerdos realizados entre ellos para manipular el mercado por medio de su división y la fijación de precios.
- Incluso, algunos estados consideraban que estos pactos no eran nocivos para su economía interna, por lo tanto, siempre que se realizaran en un marco de legalidad y no tuvieran un enfoque destructivo, podrían traer beneficios económicos dentro del país de origen (Fear, 2006, pp. 7-11).
- La Edad Moderna plantea un escenario diferente. Se evidencia un intervencionismo generalizado por parte de los poderes públicos, el cual se ve reflejado en reglas como la necesidad de autorización para la creación de compañías, el establecimiento de precios máximos de venta y la fijación de salarios. La negación de libertades y la clausura de los mercados, son algunos de los factores que no permiten afirmar la existencia de una disciplina de competencia en este tiempo.
- A finales, del Siglo XVIII, se publica la obra de Adam Smith “*Investigación sobre la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones (1776)*”, en la cual el autor censura el control gremial y gubernamental de la producción económica y defiende como forma más eficiente

te de la asignación de bienes económicos a la interacción libre de productores y competidores en el mercado.

- Más adelante, en el Siglo XIX, el modelo de economía liberal, propone la consecución del bien común a través de la libertad y la actuación autónoma de los individuos. El mercado y la competencia tienen el objetivo de luchar contra las situaciones de poder que impiden la consecución del bien común, por esta razón se les da un papel central en la organización de la sociedad.
- En el contexto de la Revolución Industrial la competencia se encaminaba hacia su autodestrucción: acuerdos restrictivos, carteles, etc. Todas estas prácticas en contra del modelo de libertad.
- Más adelante, después de la Primera Guerra Mundial (1918) se deja de creer que la autonomía privada por sí sola podría lograr el bien común. Por esta razón, se da una vuelta hacia el intervencionismo estatal como mecanismo para garantizar el bienestar de la sociedad. En algunos estados se instauran posiciones extremas a este respecto.
- Finalmente, surge el derecho de la competencia con un doble cometido: la preservación del sistema de mercado y la tutela de las libertades económicas. En Estados Unidos su nacimiento se da hacia finales del Siglo XIX, como una respuesta al enorme grado de concentración empresarial y poder económico y político que estaban alcanzando los grandes grupos empresariales (trust), situación que condujo a la aprobación del Sherman Act en 1890.

De la exposición previa sobre la evolución histórica del derecho de la competencia y de la aparición de las prácticas que buscan restringirla, llama particularmente la atención el hecho de que para algunos gobiernos los carteles puedan significar la unión de esfuerzos de pequeños empresarios como estrategia corporativa para poder competir en el mercado, hasta el punto de verles como una estrategia legítima para acceder al comercio e industria internacional. Un claro ejemplo de esta situación se encuentra en la política de desarrollo industrial y económico que llevó a cabo el Estado japonés en el período de posguerra.

Para este momento, la preocupación fundamental del gobierno nipón era evitar el estrangulamiento de las empresas y el declive económico, por lo cual apoyó conscientemente la instauración de carteles como mecanismo para restringir la competencia. A través de una burocratización se trazaron las políticas por parte del Ministerio de Comercio Internacional e Industria, las cuales consistían principalmente en:

(...) la intervención dentro de las organizaciones industriales para mejorar el bienestar económico, específicamente las políticas que pretenden intervenir en la estructura competitiva y reparto de recursos mediante carteles contra la recesión, la ley de medidas temporales para la estabilización de las Industrias especialmente estancadas (1978), la cual permitía línea de crédito especial y cártel contra la recesión para promocionar racionalización o para acelerar proceso de ajuste (textiles y acero). (Nishijima, 2009, p.11)

Sin embargo, la posición tomada por el gobierno japonés no es absoluta y cuenta con variedad de adversarios. En el caso de Smith, el autor afirma enfáticamente que los carteles son un “impuesto incoherente creado por orden de los hombres que tienen generalmente un interés de engañar e incluso oprimir a la opinión pública” (Fear, 2006, pp. 7-11).

Con lo expuesto hasta el momento, especialmente con lo relativo a la conceptualización que se ha presentado, es posible señalar que en relación con los carteles se evidencia “la existencia de una relación voluntaria, potencialmente no permanente, que existe entre un número independiente de negociantes y empresarios particulares, que al coordinar los precios del mercado, repartirse el mercado, entre otros, afecta de manera importante el mercado de cierto producto o servicio (Hexner, 1950, p. 40). En las siguientes líneas de este artículo, se realiza una explicación detallada de las principales características de los carteles.

2.1.1 La existencia de un pacto.

El pacto de voluntades entre los comerciantes que deciden constituir carteles podrá reposar en un convenio escrito o consistir en una cooperación efectiva no convenida formalmente. Acuerdo es básicamente una conjunción de voluntades expresa o tácita, por lo tanto, no constituye cartel una situación que no sea el resultado de una acción consciente, producida por mero azar o por una cooperación involuntaria (Cortazar, 2011, p. 59). Tampoco constituyen cartel las conductas realizadas por los particulares por mandato de la ley⁴.

El término convenio, no solo cubre los contratos legales, también incluye toda suerte de entendimientos comunes, obligatorios o tácitos, acerca de los hechos futuros y de ejecuciones o indulgencia. Se debe agregar a esta clase de convenios el llamado entendimiento honorable o pacto entre caballeros, pues aunque los interesados estén acordes en seguir cierta conducta, existe la reserva expresa o tácita de que la obligación descansa exclusivamente en la esfera moral, y por tanto, se está en presencia de acuerdos verbales (Hexner, 1959 p.38).

Las formas de acuerdos o vehículos conductores como se han denominado por la doctrina, que constituyen la forma en que se presenta el comportamiento restrictivo, pueden ser el contrato, el convenio, la concertación, la práctica concertada y la práctica conscientemente paralela.

Ahora bien, en relación con los acuerdos tácitos o conscientemente paralelos –como los ha denominado la doctrina–, es necesario realizar una suerte de precisiones para no confundir esta modalidad con los acuerdos verbales y recalcar que si bien son una figura particular –incluso atípica– también constituyen un acuerdo que entraña la expresión de la voluntad de las partes.

4. Un claro ejemplo de una conducta realizada por los particulares por el mandato de la ley es el Fondo de Estabilización de Precios del Azúcar, un mecanismo creado por el gobierno colombiano para mantener en equilibrio los precios del azúcar en el mercado doméstico. El mecanismo facilita el manejo ordenado de los excedentes exportables del producto al hacer indiferentes las ventas en el mercado doméstico frente a las realizadas en el mercado externo. Funciona con base en un precio de referencia y un flujo de dineros de compensación y cesión.

Los acuerdos tácitos poseen varios elementos: un acuerdo consciente de las partes – y esa conciencia autónoma es la que permite entenderlo como una manifestación de su voluntad-, una conducta paralela y conjunta – en el sentido de que las decisiones no son tomadas de forma independiente– (Beltrán y Miranda, 2010, p. 5).

Alfonso Miranda y Daniel Beltrán (2010), proporcionan una definición clara y útil sobre las practicas paralelas, así: “en principio se entiende que esta existe cuando varias empresas presentan comportamientos coincidentes durante un periodo de tiempo determinado” (p. 3). Estos autores, hacen énfasis en el hecho de que ni la doctrina internacional sobre el derecho de la competencia ni tampoco la que ha venido construyendo la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) consideran que la ocurrencia de una conducta paralela pueda ser considerada por sí misma como una conducta violatoria del régimen de la libre competencia.

De manera que, una práctica paralela puede ser considerada como un acuerdo anticompetitivo, siempre que sea posible demostrar que los comportamientos han sido desplegados de manera consciente y conjunta:

Es decir, que no han adoptado sus determinaciones de manera unilateral y autónoma, sino en un ambiente de conocimiento y connivencia con sus competidores. En este sentido, las autoridades de competencia alrededor del mundo han establecido que los casos de paralelismo consciente se requiere demostrar, además del paralelismo, unos “Factores Plus” que no son otra cosa que indicios de la existencia de un acuerdo entre las compañías investigadas. (Miranda y Beltrán, 2010, p.5)

No obstante el acento que se realiza sobre la importancia de la existencia del acuerdo para poder concluir que una conducta paralela constituye un acuerdo anticompetitivo, la Sala de lo Contencioso Administrativo del Consejo de Estado en Sentencia del 21 de Agosto de 2014 –Magistrada ponente,

María Elizabeth García- al estudiar un proceso de nulidad y restablecimiento del derecho en el denominado caso de las “Estaciones de Servicio”, concluye que de una conducta paralela y prolongada en el tiempo por parte de las empresas involucradas, que consistía en una igualdad en los precios de la gasolina extra, se puede inferir que existe un acuerdo indirecto entre ellas para la fijación de los precios, dicho de otra forma que las empresas se encontraban cartelizadas, generando por tal motivo una restricción a la libre competencia.

Para Miranda y Beltrán esta posición del Consejo de Estado, es desacertada y no concuerda con la doctrina del paralelismo consciente:

Frente a esta situación es importante recordarle a la autoridad de competencia y a los honorables Consejeros de Estado, que el paralelismo consciente es una modalidad de acuerdo, es decir, que la autoridad tiene la carga de demostrar “el encuentro de voluntades” de los competidores y la ausencia de independencia en la toma de las decisiones. Lo demás es una incorrecta aplicación de la doctrina del paralelismo consciente que nos llevará inexorablemente a los falsos positivos. (p.5)

En resumen, para el Consejo de Estado, la mera existencia de una conducta paralela sirve como prueba suficiente para poder afirmar la presencia de un acuerdo entre las partes para manipular el mercado, planteamiento que resulta peligroso, pues al realizar una conclusión de este alcance, basándose exclusivamente en la idea de que las conductas paralelas no podían ser simplemente coincidencia, sin más labor probatoria, se atenta contra la seguridad jurídica.

2.1.2 La independencia de los involucrados.

Para considerar que el comportamiento de un grupo de empresas obedece a la constitución de un cartel debe considerarse siempre lo siguiente: “cada uno

de estos entes deberá poder actuar autónomamente en asuntos ajenos al acuerdo de cartel” (Hexner, 1950, p. 42), es decir, que mediante el o los acuerdos celebrados se modularán las voluntades de las participantes en búsqueda de su interés particular y la restricción de la competencia.

De forma tal que, cada una de las empresas cartelizadas tiene independencia, es decir, que cada una de ellas deberá tener una voluntad autónoma y no sujeta a una unidad de control, pues si se encontraran sujetas al dominio de un solo agente estarían autorizadas para comportarse en bloque y no competir entre las concentradas en los procesos de concentración económica autorizados (Hexner, 1950, p.42).

El cartel supone intereses económicos contrapuestos, mientras que en un grupo empresarial solo hay un único interés económico ya que se trata desde el punto de vista económico de una sola empresa, aunque jurídicamente son varias empresas. Además por tratarse de una sola empresa no hay incentivo para incumplir el acuerdo ya que dicho incumplimiento afectaría a todas las empresas del grupo (Barón, 2010, pp.105-106).

Por lo tanto, los grupos económicos⁵ constituyen un fiel reflejo de la existencia de una conducta paralela y conjunta por parte de un conjunto de empresas, la cual, sin embargo, no puede ser acusada de ser un acuerdo anti-competitivo. Adicionalmente, como en el grupo económico las empresas se encuentran autorizadas para actuar en bloque, tampoco se puede hablar sobre la existencia de un acuerdo.

El caso “Copperweld Group Vs. Independent Tube Corporation” constituye un ejemplo idóneo de que la actividad de los grupos económicos carece de la condición necesaria de la autonomía, propia de los carteles. En esa oportunidad la Corte Suprema de Estados Unidos explicó que entre una ma-

5. En Colombia, por ejemplo, si las empresas cárnicas del grupo económico Nutresa (Industria de Alimentos Zenú S.A.S, Alimentos Cárnicos S.A.S, Setas Colombianas S.A) decidieran fijar un margen a sus precios de venta, esta conducta no podría ser tomada como un acuerdo restrictivo de la competencia o cartel.

triz y su subsidiaria de propiedad total existe una unidad de intereses y de objetivos que son guiados y determinados por una misma conciencia corporativa, por lo cual la actividad coordinada entre ellas debe ser vista como la actividad de una sola empresa.

2.1.3 El comportamiento voluntario, intencional y coordinado.

Debe existir un comportamiento voluntario, intencional y coordinado (paralelismo) dedicado a la fijación de los precios del mercado, repartición de mercado etc., que afecta de manera importante el mercado de cierto producto o servicio (Hexner, 1950, p. 49).

2.1.4 La inestabilidad potencial.

Habrà una presencia de inestabilidad potencial puesto que las relaciones suscitadas por los carteles podrán perdurar durante varios años mediante una renovación continua; sin embargo, rara vez se estipula un convenio por un término superior a 5 años. Aun cuando se emplean contratos obligatorios, los depósitos y otros medios destinados a vigorizar las relaciones de los carteles, habitualmente se permite el retiro de un participante sin que sufra ninguna consecuencia legal (Hexner, 1950, p. 49).

2.1.5 Planeación anticipada e intencional de ventajas y desventajas.

Se deberá presentar una planeación anticipada e intencional de ventajas directas o indirectas en favor de los participantes. Las relaciones originadas por los carteles sirven a los intereses reales o imaginarios de sus adheridos. La mayoría de empresarios particulares justifican la renuncia de su libertad, arguyendo que a la larga resulta más ventajoso para el público y para ellos mismos

evitar ciertos riesgos mediante la cooperación de los demás negociantes, que si soportara el solo la competencia.

Así mismo, erróneamente se ha considerado que al enfrentarse a crisis las empresas pueden entrar en acuerdos que restringen la competencia, pues debido a la situación empresarial se genera una inmunidad de reclamo de infracción por las normas de competencia (carteles en crisis) (Vitzilaio, 2011, p. 5). Es posible, que de forma equivocada, esta práctica se haya derivado de lo sucedido en Japón frente al tema de la cartelización como forma de proteger la economía local en el período de la posguerra.

2.1.6 Los carteles no tienen que producir efectos reales.

No es necesario que produzcan efectos reales para que los acuerdos se consideren carteles. Esto quiere decir que las conductas de cartelización pueden ser castigadas por objeto o por efecto, es decir, que si dos empresas establecen contactos con objeto de restringir la competencia, la prohibición se aplicará aun cuando los efectos de dichos contactos no se materialicen en el mercado (Velandia, 2011, p. 125).

Ha de tenerse presente que

(...) al sancionar los carteles por objeto, es decir, por tentativa o ex ante se tiene en cuenta la intención de causar daño (dolo); sin embargo, al sancionarlos ex tunc, o por efecto, lo que se castiga es la falta de diligencia en observar el resultado, o la culpa grave, sin importar que los agentes contaran con la intención del resultado. (Velandia, 2011, p.126)

2.1.7 Que la no competencia genere beneficios.

Los acuerdos celebrados buscan beneficiarse del mercado sin que exista competencia que pueda poner en riesgo esta finalidad. Con este específico propósito los competidores utilizando las diferentes formas de cartelización realizan alianzas que en la mayoría de los casos obedecen a las siguientes modalidades: adoptando un precio unificado; asignando cuotas de producción o suministro, por medio de las cuales reducen la producción o cantidad de suministro del producto para generar escasez que incremente el precio; acordando la repartición de mercado para que cada uno de los miembros del cartel abastezca uno de los sectores geográficos o de consumidores (Perilla, 2007, pp. 394-426).

3. Formas y clases de carteles

Las diferentes clases de acuerdos de cartel pueden presentarse de diferentes formas, ya sea fijando precios, condiciones de venta, comercializaciones discriminatorias, repartándose los mercados, asignándose cuotas de producción y distribución, reduciendo la oferta, y generando ventas atadas o subordinadas, entre otras. Durante el desarrollo de esta investigación, ha sido posible identificar de la información arrojada por el análisis de los casos de estudio y de la doctrina respectiva, que los vehículos más usados son los acuerdos sobre fijación de precios, la repartición de mercado, y la asignación de cuotas de producción y distribución.

3.1. Sobre la fijación de precios

Respecto a la fijación de precios cabe mencionar que la finalidad de esta forma de cartelización es maximizar las ganancias de las empresas cartelizadas, ya sea fijando precios idénticos o desiguales que crean un carrusel artificial de subida, fijando precios de techo o máximo de venta, fijando precios de piso o mínimos de venta, realizando acuerdos de franja de precios para precisar un

máximo o un mínimo, o estableciendo una variable para el aumento de precios (Velandia, 2011, p. 136).

A nivel internacional, vale la pena mencionar los carteles de la lisina, las vitaminas y la industria LCD:

- En el caso del cartel de la lisina, se tiene que su operación duplicó el precio mundial de este producto durante el tiempo que se mantuvo activo hasta el momento de su sanción en 1996. Cinco de las empresas que participaron en el cartel fueron sancionados por el Departamento de Justicia de los Estados Unidos, así como varios de sus directivos. El cartel de la lisina conllevó al endurecimiento de las políticas contra los acuerdos anticompetitivos, además generó múltiples sanciones en diferentes países afectados. (Organización Mundial del Comercio, 2012, p. 57)
- El cartel internacional de las vitaminas “ha sido el de mayor envergadura que haya sido descubierto y sancionado” (González, 2007, p. 7). Las actividades de este cartel abarcaban al menos 12 variedades de vitaminas, entre las cuales se cuentan la A y E, elementos que resultan vitales para la nutrición y además hacen parte de una gran gama de productos alimenticios y farmacéuticos de alto consumo. Durante aproximadamente 10 años, la operación de este cartel, compuesto por 13 empresas, desplegó una práctica restrictiva de la competencia, mediante la fijación de precios y la asignación de cuotas de mercado –prácticas que eran vigiladas por la organización y cuya falta de aplicación generaba sanciones internas-(González, 2007, p. 7).

En Estados Unidos y en Europa, las investigaciones condujeron a la sanción de las firmas participantes en el cartel, siendo Hoffman, la Roche y Basf las más perjudicadas, por cuanto su participación en el mercado era la más alta y por eso eran las más beneficiadas con la cartelización; además las tres compañías actuaron como líderes y promotoras de las prácticas anticompetitivas. En otros países del globo, también se han sancionado las actividades

de este cartel e incluso se han realizado acuerdos extraprocesales o contencioso ordinario. (Creus, 2014, p. 1)

En el marco del cartel de las pantallas TFT-LCD, varias industrias fabricantes de pantallas que poseen esta tecnología se unieron con la finalidad de aumentar sus precios de venta para los clientes fabricantes de bienes finales. Empresas como Samsung Electronics, LG, Epson e Hitachi, entre otras, fueron sancionadas tanto en Estados Unidos como en Europa. Se calcula que el tiempo aproximado de duración de este cartel fue de 3 años (2000-2003) (Superintendencia de Industria y Comercio, 2013, p. 26).

En Colombia la SIC abrió una investigación que buscaba sancionar los efectos de dicho cartel internacional en el mercado relevante del país, sin embargo, por medio de la Resolución 5413 de febrero de 2013, la misma entidad decide archivar el proceso por caducidad en la acción (Superintendencia de Industria y Comercio, 2013, p. 26).

A nivel nacional encontramos el cartel del papel higiénico. Las empresas Kimberly, Familia, Papeles Nacionales y Cartones y Papeles de Risaralda (CYP del R), realizaron durante aproximadamente trece años (2000-2013) una conducta concertada, continuada y coordinada para fijar el precio de los papeles suaves en Colombia, conformado por: papel higiénico, servilletas, toallas de cocina y pañuelos para manos y cara. En este caso, por medio de la Resolución número 31739 del 26 de mayo de 2016, la Superintendencia sancionó a Kimberly, Familia, Papeles Nacionales y CYP del R. (Superintendencia de Industria y Comercio, 2016).

3.2. Sobre la repartición de mercados

De igual manera, los carteles pueden tener como objetivo una repartición de mercados, esto es, la distribución entre productores o distribuidores del mercado, creando barreras y limitando las posibilidades de escogencia o de compra.

Esta forma de cartel, puede presentarse por la repartición de mercados vía zonas o territorios, mediante la adjudicación de un lugar específico donde puedan comprar o vender sus productos, a través de la repartición del mercado vía demanda o de clientes, dividiéndose la clientela y limitándose a dirigir su oferta a ciertos potenciales compradores; con la repartición vía productos, asignándose líneas de producción entre empresas; y repartición de la oferta o de vendedores cuando los compradores son empresas que acuerdan a quién comprar (Velandia, 2011, pp.141-146).

Dos ejemplos, uno a nivel internacional –el cartel de los grafitos- y el otro a nivel nacional–el del cartel del cemento-, permiten dar una perspectiva práctica de la cartelización mediante la repartición de mercados.

En el caso de los electrodos de grafito, varios productores y exportadores realizaron un acuerdo sobre los precios de venta para el producto con el objetivo de repartirse el mercado, aumentar los precios y limitar la capacidad de producción de otras empresas y generando un mercado cautivo de consumidores en diferentes países. Sanciones económicas por parte de Estados Unidos y la Unión Europea, entre otros países, así como el encarcelamiento de algunos ejecutivos de las empresas con mayor liderazgo e influencia dentro del cartel, son algunas de las consecuencias previstas para sus actividades restrictivas de la libre competencia (Secretaría de Economía, 2012).

Frente al caso del cemento, en Colombia se han adelantado 5 investigaciones por presunta cartelización en el sector, las tres primeras no se sancionaron, la cuarta sí generó una sanción, pero fue revocada por el Tribunal Administrativo de Cundinamarca, por temas procesales de caducidad. En la actualidad, la Superintendencia de Industria y Comercio se encuentra adelantando la quinta investigación. Es así como, por medio de la Resolución No. 49141 del 21 de agosto de 2013, la Entidad formuló pliego de cargos contra cinco empresas cementeras del país, y catorce directivos de dichas compañías, cargos que apuntan principalmente a la repartición del mercado y el incre-

mento sostenido e injustificado en los precios del cemento gris desde enero de 2010 (Superintendencia de Industria y Comercio, 2013, p.85).

3.3. Sobre la asignación de cuotas

Los acuerdos restrictivos de la competencia también pueden presentarse como asignación de cuotas que busquen fijar unidades de producción o distribución de cada uno de los entes cartelizados. Esto que genera que se produzca un número de bienes generalmente inferior al nivel de demanda para subir el precio, asignando a cada partícipe una cuota de producción por empresa o de distribución (Velandia, 2011, pp. 146-147).

En este caso a nivel nacional se encuentra el reconocido caso del cartel del azúcar. Por medio de Resolución número 80847 del 7 de octubre de 2015 la SIC sancionó a Asociación de Cultivadores de Caña de Azúcar de Colombia –ASOCAÑA-, C.I. DE AZUCARES Y MIELES S.A –CIAMSA-, DICSA y doce ingenios azucareros por haber incurrido durante varios años en una conducta concertada, continuada y coordinada para obstruir importaciones de azúcar, así como asignación de cuotas de producción y distribución (Superintendencia de Industria y Comercio, 2015).

Una vez sentados las principales características de las formas más comunes de cartelización, a través de su definición y de la presentación de casos ilustrativos, es el momento de entrar a explicar la clasificación de los carteles. En este orden de ideas se reconocen a nivel internacional las clases de carteles que se describen a continuación.

3.4. Los carteles de importación

Son aquellos que tienen por objeto fijar el precio u otras condiciones relativas a los bienes o servicios que se importan con destino a los mercados internos

de las empresas participantes (Organización Mundial del Comercio, 2002, p. 2). Estos carteles actúan frecuentemente como organizaciones que centralizan las compras para el suministro de materias primas e insumos a una industria. Pueden también establecerse para contrarrestar el poder en el mercado de los carteles de exportación de otros países (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, 1996, p. 2).

Un ejemplo de esta forma de cartel en el país, es el ya mencionado caso del cartel del azúcar, sancionado por la Resolución número 80847 del 7 de octubre de 2015. La Asociación de Cultivadores de Caña de Azúcar de Colombia –ASOCAÑA–, C.I. de Azucares y Mieles S.A –CIAMSA–, DICSA y doce Ingenios Azucareros habían incurrido durante varios años en una conducta concertada, continuada y coordinada para obstruir importaciones de azúcar de otros países hacía Colombia, específicamente de Bolivia, Guatemala, El Salvador y Costa Rica. Varios correos electrónicos, entre las diferentes organizaciones del sector, le sirvieron como prueba a la SIC para encontrar que este cartel del azúcar, tenía entre sus propósitos cerrar la puerta a las importaciones de azúcar.

3.5. Los carteles internacionales

Los internacionales, son aquellos carteles que se presentan cuando empresas de diferentes países se unen para fijar los precios, los volúmenes de producción u otros factores determinantes de la competencia en diversos mercados nacionales, incluidos por lo general, aunque no exclusivamente, los países de origen de las empresas participantes (Organización Mundial del Comercio, 2002, p. 2).

Entre los casos que sirven de ejemplo para ilustrar esta clase de cartel, que ya ha sido objeto de explicación en los párrafos precedentes, se encuentran: el cartel de las vitaminas, el de la lisina, el de las pantallas LCD y el de los electrodos de grafitos.

3.6 Los carteles de exportación

Estos carteles obedecen a acuerdos entre empresas que buscan exportar conjuntamente un determinado bien, con la intención de cobrar un precio de exportación previamente establecido y/o dividir los mercados de exportación (Khemani, Shapiro, 1991, pp. 8-9); estos son los que fijan precios o volúmenes de producción en los mercados de exportación de las empresas participantes, pero no en sus mercados internos (Ibarra, 2006, pp. 153-215).

Los carteles de exportación se dividen en dos grupos: los puros que aplican sus esfuerzos exclusivamente a los mercados extranjeros, mientras que existen los mixtos los cuales limitan la competencia tanto en el mercado del país exportador como en los mercados extranjeros (Atwood, 2006, p. 154).

Los carteles de exportación mixtos afectan tanto el mercado nacional como el mercado receptor de las exportaciones, por tal razón, de forma general, la normativa aplicable en estos casos puede ser cualquiera de las dos, de acuerdo con lo planteado por la teoría de los efectos. Ahora bien, las condiciones de los carteles de exportación puros son muy diferentes, por lo tanto, son los carteles que mayor problema encierran en relación con la ley que se les puede aplicar, dado que no afectan el mercado nacional, sino solamente el exportador, por lo que en principio se encontrarían por fuera de la aplicación de normas nacionales.

El caso de los sobres de papel para votaciones es un buen ejemplo de un cartel de exportación puro. Entre los competidores del sector, realizaron un pacto que tenía como finalidad fijar los precios y repartirse el mercado de exportación de sobres de papel a determinados países, principalmente de Oriente Medio y a algunos de la Unión Europea. Las empresas se reunían y coordinaban a través de otra que fue creada para este fin: Hispapel. El consejo de la Comisión Nacional de la Competencia de la Unión Europea consideró acreditado que el comité ejecutivo de Hispapel, formado por los principales competidores en este mercado, era el foro en el que se intercambiaba información sensible y se adoptaban los acuerdos (Soto, 2013, p. 1).

4. Alcance de los carteles de exportación

Estos carteles de exportación revisten gran importancia a nivel internacional, pues sus efectos se producen en un país diferente en el que se originan los acuerdos, es por ello, que teniendo en cuenta la territorialidad de las funciones estatales, el ámbito de aplicación de la normativa de derecho de la competencia –que en la mayoría de los casos combate las prácticas que tienen efecto en el mercado donde se originaron las mismas–, las restricciones presupuestales y de infraestructura existentes para perseguir estas conductas (Ibarra, 2006, pp. 153-215), resulta complejo determinar bajo los preceptos de cuál ordenamiento jurídico se pueden sancionar.

Esa dificultad, que resulta de la necesidad de identificar cuál ley puede ser aplicable en caso de conflicto y de la presencia de prácticas restrictivas de la competencia, tiene un impacto nacional e internacional en las actividades de comercio internacional que se realizan con estas características, por lo cual, resulta importante realizar un análisis más detallado del tema. De igual manera, el asunto toca de forma sensible la situación de los países en desarrollo frente a la posibilidad de aplicar sanciones que resulten vinculantes a empresas y grupos económicos de gran poderío, provenientes de las naciones del primer mundo.

Como bien lo expone Perilla (2007, pp. 394-426), a nivel internacional se ha considerado por la gran mayoría de legislaciones que los carteles de exportación puros se encuentran fuera del ámbito del derecho de la competencia por dos razones:

1. Porque en el caso de no tener en cuenta la teoría de los efectos, los mismos se encontrarían por fuera del alcance de las leyes internas en materia de competencia.
2. Porque en algunos casos se encuentran expresamente exentos de la aplicación de las leyes, como ocurre con Estados Unidos como consecuencia de lo prescrito por el Webb Pomerene Act de 1918. De

acuerdo con esta Ley, y con otras de este tipo que se fundamentan en la doctrina de la teoría de los efectos, los exportadores estadounidenses pueden estar libres de reproche en ese país, por cuanto las conductas negativas de sus prácticas anticompetitivas se generan en otros estados distintos al americano, siempre que sus consecuencias “no tengan efectos directos, sustanciales y razonablemente previsibles en el comercio de ese país” (Perilla, 2007, p. 449).

Las opiniones sobre la existencia de los carteles de exportación están divididas, algunos piensan que sus efectos son positivos, mientras que la posición mayoritaria sostiene que perjudican ostensiblemente el mercado global (Jesen-Eriksen, 2010, p. 7). Algunos de los argumentos planteados por quienes consideran que los carteles de exportación tienen efectos positivos, son descritos en las líneas a continuación:

1. De acuerdo con lo planteado por la teoría de la política comercial, un cartel de exportación es una estrategia que facilita a las empresas exportadoras, el ejercicio de poder dentro del mercado. Para que esta doctrina se lleve a cabo, algunos estados exoneran a los carteles de exportación, de la aplicación de su legislación nacional (Desmarais, 2003, pp. 8-11).
2. La teoría de la eficiencia de las ganancias estratégica, señala que un cartel de exportación genera ganancias de eficiencia mediante la reducción de los costos relacionados con la venta en los mercados extranjeros (Desmarais, 2003, pp. 8-11).
3. Brendan Sweeney, sostiene que cuando el cartel está conformado por pequeños empresarios, su propósito es aumentar el valor de las exportaciones, mediante la reducción de costos y riesgos, al igual que propiciando la mejora de los productos. Para el autor Jesen-Eriksen, estos carteles aumentan la competencia y benefician a los clientes extranjeros (2010, p. 20).
4. Andrew Dick, apoyándose en un estudio que realizó en Estados Unidos sobre 16 carteles de exportación del país, encontró que

- este tipo de acuerdos pueden generar eficiencia (Jesen-Eriksen, 2010, p. 12).
5. Países como Thailandia, India y China han sostenido que “si no existen carteles de exportación resulta difícil para las pequeñas empresas entrar a exportar” (Jesen-Eriksen, 2010, p.).
 6. John R. Magnus –Abogado estadounidense dedicado a asesorar a empresas cartelizadas- sostiene que el intercambio de las economías de escala y costo alcanzable a través de la comercialización conjunta de las exportaciones producen grandes ahorros. La reducción de costos genera crecimiento del mercado y precios bajos para los consumidores de todo el mundo (Jesen-Eriksen, 2010, p. 13).
 7. Matti Purasjoki, quien durante su época como Director General de la Autoridad de la Competencia de Finlandia trabajó duro para descubrir y destruir los carteles entre 1988 y 2004, admitió en el final de su carrera que el “crecimiento de Finlandia en la posguerra no habría sido posible sin carteles” (Jesen-Eriksen, 2010, p. 14), pues permitió que sus productos se empezaran a exportar, lo cual hubiera sido imposible teniendo en cuenta el tamaño de sus empresas.

De manera, que como lo expresa Desmarais, la justificación para la existencia de los carteles de exportación, recae en una concepción parcializada del sistema internacional, con una lógica *a priori*, la cual tiene por objeto proteger la eficiencia del mercado interno:

Estos planteamientos simplemente hacen caso omiso de los efectos adversos que pueden traer los carteles a la competencia, pasando por alto si dichos efectos tienen alcance extraterritorial y si pueden afectar los mercados nacionales, sobre todo en los países en desarrollo. Son concepciones en las que se excusan algunos estados, para buscar únicamente su propio interés, lo cual es contrario al sistema de comercio mundial basado en el principio de que el mundo está mejor sin barreras artificiales al comercio y en el que la competencia se maximiza (Desmarais, 2003, p.8).

A contrario sensu, la posición mayoritaria sostiene que los carteles de exportación van en contravía del bienestar económico de los países, dada la magnitud de sus consecuencias (Stephan, 2010, pp. 1-3). Siguiendo lo propuesto por Stephan, algunos de los efectos adversos de estos pactos, que más influyen en el mercado moderno se pueden resumir de esta manera:

1. Representan un obstáculo para el logro de un sistema de libre comercio, en la medida que restringen el flujo de bienes y servicios,
2. Distorsionan el comercio internacional mediante la fijación de precios,
3. Limitan la libre competencia y someten a los consumidores a pagar altos precios,
4. Limitan la cantidad de exportaciones,
5. Conducen a una desliberalización del comercio internacional, poniendo en riesgo el desarrollo económico, entre otros factores,
6. Debilitan las políticas comerciales internacionales, que promueven la integración de los mercados y la libertad del comercio internacional.

Como lo indica la OCDE, los carteles de exportación afectan particularmente a los países en desarrollo pues perturban el precio y el suministro de los insumos utilizados por las industrias menos desarrolladas, pueden incurrir en prácticas monopólicas en contra de sus competidores menos potentes (los países en desarrollo), y las asignaciones del mercado a los miembros de otros estados, afectan los intereses internos de cada país donde opera el cartel⁶.

6. El proteccionismo de algunos estados promueve las exenciones de los carteles de exportación, mediante los acuerdos comerciales bilaterales o multilaterales; como en el Acuerdo Norteamericano de Libre Comercio entre el Gobierno de Canadá, el Gobierno de México, y el Gobierno de los Estados Unidos.(Artículo 48 Capítulo 15 (B) de la Ley de Implementación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte Estados Unidos sostiene que: "No hay cambios en las leyes antimonopolio de los Estados Unidos, incluyendo la Export Trading Company Act de 1982 o la Ley Webb-Pomerene, estarán obligados a cumplir con las obligaciones de Estados Unidos bajo el TLCAN. Estas leyes han contribuido a la competitividad de las exportaciones de las industrias de Estados Unidos y siguen siendo apropiados en el contexto de una zona de libre comercio. Ninguna disposición del Acuerdo exige que cualquier gobierno TLCAN para tomar medidas que afecten negativamente a este tipo de asociaciones)". Desmarais, F. 2003. p. 3.

Como se puede ver, de forma general, estos carteles no afectan directamente la economía del mercado en el que se realiza el pacto o acuerdo que tiene por objeto la restricción del comercio por medio de acuerdos de precio, la repartición de mercado, entre otras conductas, más bien su impacto se produce en los mercados extranjeros cuando ingresan los bienes o servicios de las empresas cartelizadas, en donde sus efectos generarán una exclusión de competidores, que afectará directamente a los consumidores.

5. Efectos de los carteles en el marco de un tratado de libre comercio

El debate sobre los carteles de exportación dio lugar a un nuevo punto de referencia en cuanto al análisis del impacto producido por las prácticas anticompetitivas sobre el bienestar de las naciones, pues la globalización requiere de un nuevo criterio de bienestar global, el cual debe prohibir toda práctica restrictiva del comercio, independientemente de dónde se surta el efecto (Gonta, 2010, p. 17).

Es claro que estos carteles benefician a los países donde se albergan, siempre que cualquier efecto negativo sobre los consumidores sea pequeño y se encuentre compensado con las ganancias de los productores provenientes de su habilidad de incrementar los precios en los mercados extranjeros; sin embargo, esto irá en contra del bienestar extranjero si los costos de los consumidores sobrepasan el incremento en el excedente de los productores locales (Hoekman y Holmes, 1998, p. 3).

Este tema ha adquirido especial relevancia a partir del proceso de globalización, debido a que varios países han decidido reglamentar sus relaciones comerciales por medio de Tratados de Libre Comercio, con los que se busca incrementar los flujos de comercio e inversión, con la implementación de normas y procedimientos tendientes a garantizar que los flujos de bienes, servicios e inversiones entre los países que suscriben dichos tratados se realicen sin

restricciones injustificadas y en condiciones transparentes y predecibles (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2004, p. 5); por esto, resulta contraproducente que dentro de uno de los mercados pertenecientes a la zona de libre comercio se realicen pactos sobre la comercialización de productos en los mercados extranjeros buscando su beneficio particular.

En estos casos, es posible que aparezcan acuerdos de cartelización variados, y en la mayoría de los casos disímiles a las generalmente conocidas en los contextos domésticos, lo que finalmente genera un beneficio particular a los entes cartelizados, pues no resultan fácilmente identificables.

Así mismo, ha de tenerse en cuenta que estos acuerdos son realizados por empresas con cierto poder de mercado, incluso con posición de dominio –ya sean nacionales o multinacionales–, las cuales debido a su concentración nacional e internacional deciden acordar condiciones particulares de ingreso a mercados; por ello, podría pensarse que en la zona de Libre Comercio este tipo de pactos podrían celebrarse en su mayoría por parte de entes multinacionales o pertenecientes a países económicamente poderosos, que encontrarían atractivo ingresar a mercados emergentes mediante acuerdos que garanticen su “éxito” dentro del mercado nacional más débil.

En consecuencia, se tiene que en el marco de un Tratado de Libre Comercio, los carteles de exportación pueden convertirse en una barrera de acceso al mercado de la zona de libre comercio, pues los competidores serán excluidos por los entes cartelizados, y por lo tanto serán directamente los consumidores quienes deberán asumir el alza en los precios, por cuanto las ganancias obtenidas no les serán trasladadas. Dicho de otra forma, con la existencia de estos acuerdos se pierde la multiplicidad de oferentes de bienes y servicios, al igual que las mejoras en precios, variedad de productos y calidades para los consumidores, tal como lo ha afirmado la Superintendencia de Industria y Comercio (Superintendencia de Industria y Comercio, 2004, pp. 1-35).

La sanción de los carteles de exportación ha cobrado vital importancia actualmente en Colombia, luego de la celebración de varios Acuerdos Comerciales con diferentes países. Esto es así, ya que se ha considerado por parte de algunos autores que la apertura de la economía implica para la industria doméstica una serie de conductas foráneas variadas que la distorsionan, así como la desviación de los beneficios que tendrían los consumidores, de forma tal que terminan reproduciéndose automáticamente las barreras eliminadas (Ibarra, 2006, pp. 153-215).

La experiencia indica que en la medida en que se eliminan las barreras arancelarias y demás obstáculos gubernamentales al comercio, los particulares tienden a reproducir la segmentación de los mercados previamente existentes, mediante conductas anticompetitivas y restrictivas de la competencia. Tan es así, que la liberalización puede fortalecer a los mercados imperfectos a nivel nacional e internacional, dado que el exceso de la competencia global puede llevar a los pequeños y nuevos inversores a adherirse a los carteles, ya que les puede resultar más rentable que competir (Martínez, 2013, p. 3).

Así las cosas, se tiene que para asegurar una competencia leal y justa, exenta de distorsiones, se requiere fijar unas reglas de juego que obedezcan a las necesidades particulares de cada esquema de integración, así como de unas instituciones sólidas con poderes suficientes para aplicar las normas respectivas (Ibarra, 1995, p. 62).

Conclusiones

Las prácticas restrictivas de la competencia a nivel global, dentro de las cuales se encuentran los carteles de exportación, generan efectos adversos al comercio, pues su finalidad consiste precisamente en restringir la libre competencia. De forma particular, se tiene que los carteles de exportación pueden afectar simultáneamente tanto el mercado exportador como el mercado de origen, caso en el cual se estaría en presencia de un cartel mixto o, por el contrario, perjudicar solamente el mercado extranjero en donde se producen los efectos, más conocidos como carteles puros.

Teniendo en cuenta que estos carteles generan una mayor afectación en el mercado exportador, la tesis relativa al lugar de los efectos define, en principio, el régimen jurídico aplicable a los mismos. No obstante, la aplicación de esta tesis ha generado diversos inconvenientes ya que ha sido considerada agresiva por la comunidad internacional por interferir en las prerrogativas e independencia de los diferentes países, por lo anterior, para proceder a su aplicación se han definido claramente sus alcances por algunas legislaciones internas de países, como ocurre en el caso norteamericano.

Así mismo, debe considerarse que en el caso Colombiano no existe regulación alguna que determine el ámbito de aplicación de la teoría de los efectos. En lugar de esto, las leyes de competencia dejan abierta la posibilidad de su aplicación extraterritorial sin lugar a especificación alguna. En igual medida no existe jurisprudencia al respecto que pudiera aclarar los interrogantes que surgen sobre la extraterritorialidad de la legislación de competencia colombiana.

Referencias

- Atwood, J. R. (1988). *Conflicts of jurisdiction in the antitrust field: the examples of export cartels*. *Law and contemporary problems*. 50 (3), 153-155.
- Barón, G. (2010). *El derecho de la competencia en los grupos empresariales*. (1ª Ed.). Bogotá: Grupo Editorial Ibáñez. ISBN 978-958-8381-99-2.
- Beltrán, D. y Miranda, A. (2010). *El mero paralelismo de precios no equivale a un cartel*. Bogotá: Centro de Estudios del Derecho de la Competencia.
- Bouza, R y French-Davis, R. (2008). *La globalización y la gobernabilidad de los países en desarrollo*. Revista Cepal. No. Extraordinario.
- Conferencia de las Naciones Unidas Sobre Comercio y Desarrollo. (1996). *La política de la competencia y las prácticas comerciales restrictivas*. Informe de la secretaría de la UNCTAD. Ginebra: UNCTAD. Serie de informes técnicos: TD/B/RBP/INF.
- Congreso de Derecho Comercial. (11 de octubre 2013). *El TLC y el derecho de la distribución comercial: canales de distribución comercial y competencia*. (1ª Ed.). Medellín: Colegio de Abogados de Medellín, Cámara de Comercio de Medellín, Universidad Externado de Colombia. ISBN 9588235529.
- Cortazar, J. (2011). *Curso de derecho de la competencia*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. ISBN 978-958-350-853.
- Creus, A. (2014). *Carteles internacionales*. Fundación Rafael del Pino. Recuperado el 28 de mayo de 2015 de http://www.frdelpino.es/wp-content/uploads/2014/10/es_03-Creus.pdf.
- Desmarais, F. (2003). *Export cartels in the americas and the OAS: Is the harmonization of national competition laws the solution?* *Manitoba Law Journal*, 37 (número), xx-xx

- Fear, J. (2010). *Cartels and competition: neither markets nor hierarchies*. Working Paper Harvard Business School. HBS Working Paper Number: 07-011.
- Gonta, C. (2010). *Export cartels a century of fumble attitudes?*. Law.. (11).
- González, A. (2007). *La delación compensada o amnistía en la lucha anti-carteles*. *Trabajos de Investigación en Políticas Públicas*. Universidad de Chile. Santiago de Chile, Chile.
- Heinemann, A. (2007). *La necesidad de un derecho mundial de la competencia*. *Revista Internacional Foro de Derecho Mercantil*. (15),. 7-47.
- Herrera, C. (2006). *Los contratos vinculados (Tying Agreements) en el derecho de la competencia*. Madrid: Editorlia La Ley.
- Hexner, E. (1959). *Carteles Internacionales*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Hoekman, B. y Holmes, P. (1998). *Política de competencia, países en desarrollo y la OMC*. Taller de competencia y comercio (4: 4-5, diciembre: Venecia, Italia).
- Ibarra, G. (1995). *Regímenes de competencia y políticas de competencia en América Latina. Competencia y competitividad en áreas económicas integradas: procesos y experiencias en la Unión Europea y América Latina*. Recuperado el 6 de junio de 2015 en http://cefir.org.uy/wp-content/uploads/2009/07/DT_09.pdf.
- Ibarra, G. y Miranda, A. (1999). *La práctica de fijación unilateral de precios y su aplicación en Colombia*. Bogotá: Centro de Estudios de Derecho de la Competencia.
- Ibarra, G. (2006). *El derecho de la competencia en las relaciones comerciales internacionales*. *Derecho de la Competencia*, 2 (2), 153-215.
- Jensen-Eriksen, N. (26-28 de agosto 2010). *Predators or patriots? Export cartels as a source of power for the weak*. 14ª Conferencia Anual de Historia Europea de la Empresa. Glasgow, Escocia. Paper. Glasgow: Universidad de Helsinki.
- Jimenez, F. y Cañizares, E. (18 de octubre 2005). *Dificultades para la definición de mercado relevante*. Memorias .del Segundo Seminario de Derecho y Economía de la Competencia. Madrid, España.

- Khemani, R.S. y SHapiro, D. M.(1991) *Glosario de términos relativos a la economía de las organizaciones industriales y a las leyes y políticas sobre competencia*. Paris: Organización para la cooperación y el desarrollo económico.
- Koch, F. E. (1945). *Cartels as instruments of international economic organization: public and private legal aspects of international cartels*. *Modern Law Review*, 8(3), 130-148.
- Levy, S. (2003). *Globalización Económica*. México: Isef. ISBN 9706764534.
- Martínez Licetti, M. (2013). *Combating cartels in developing countries: implementation challenges on the ground*. *Competition Policy International*,. 12 september 2013. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2345402>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (Junio 2004). *Las 100 preguntas del TLC. (1ª Ed.)* Bogotá: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Oficina de Comunicaciones.
- NACIONES UNIDAS (2011). *Informe de la Sexta Conferencia de las Naciones Unidas Encargada de Examinar Todos los Aspectos en Conjunto de Principios y Normas Equitativos Convenidos Multilateralmente para el Control de las Prácticas Restrictivas*. Ginebra, Suiza.
- Nishijima, S. (2009) *Desarrollo Económico y Política Industrial del Japón: implicaciones para países en desarrollo*. Ribe Discussion Paper Series, (246).
- Organización Mundial del Comercio. (20 de junio 2002). *Grupo de Trabajo sobre la Interacción entre Comercio y Política de Competencia*. Ginebra, Suiza. Nota documental de la secretaría. Ginebra: WT/WGTCP/W/191.
- Organización Mundial del Comercio. (2012). *Combating anti-competitive practices: A guide for developing economy exporters*. Genova: International Trade Center.
- Perilla, C. (2007). *Carteles de exportación y derecho de la competencia en el TLC. En, El tratado de libre comercio, la integración comercial y el derecho de los mercados* (pp. 405-441). Bogotá: Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario.

- Ramírez, G. (2007). *Transformaciones del constitucionalismo en el contexto de la globalización. El derecho en el contexto de la globalización*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Rubio Escobar, J. (2007). *Derecho de los mercados*. Bogotá: Legis.. ISBN 978-958-653-615-8.
- Secretaría Económica Mexicana. (2012). *Resolución del 22 de Febrero de 2012. Por medio del cual se toma una decisión de una investigación preliminar antidumping*. México D.F.
- Stephan, A. (2010). *Cartels laws undermined: corruption, social norms, and collectivist business cultures*. *Journal of Law And Society*, 37 (2), 345-367.
- Soto, R. (2013). *Notas de Competencia*. N. 2. Recuperado el 28 de mayo de 2015 de <http://www.gomezacebo-pombo.com/media/k2/attachments/notas-de-competencia-2-2013.pdf>
- Superintendencia de Industria y Comercio. (2013). *Resolución 5413. Por la cual se ordena el archivo de una averiguación preliminar*. Bogotá, D.C.: La Superintendencia.
- Superintendencia de Industria y Comercio. (2004). *Derecho de la competencia en Colombia y su interacción con los Tratados internacionales de libre comercio (diapositivas)*. Recuperado el 28 de mayo de 2016 de: http://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/articulos/Derecho_competencia.pdf
- Superintendencia de Industria y Comercio. (2013). *Resolución 49141. Por medio de la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos*. Bogotá, D.C.: La Superintendencia.
- Superintendencia de Industria y Comercio. (2015). *Resolución número 80847. Por la cual se impone sanción por cartelización empresarial*. Bogotá, D.C.: La Superintendencia
- Superintendencia de Industria y Comercio (2016) *Resolución número 31739 del 26 de mayo de 2016. Por la cual se impone sanción por cartelización empresarial*. Bogotá, D.C.: La Superintendencia.
- Velandia, M. (2011). *Derecho de la competencia y del consumo: competencia desleal; abuso de la posición de dominio; carteles restrictivos; actos*

restrictivos; integraciones económicas y protección al consumidor. (2ª Ed.). Bogotá: Universidad Externado de Colombia. ISBN 978-958-710-693-0.

Vitzilaio, L. (2011). *Crisis cartels for better or for worse.* Competition Policy International, 2, 4-7.

