



La presente obra está bajo una licencia:
Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)

Para leer el texto completo de la licencia, visita:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/co/>

Usted es libre de:



Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra

hacer obras derivadas

Bajo las condiciones siguientes:



Atribución — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



No Comercial — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

UNA APROXIMACIÓN AL ESTUDIO SOBRE EL COMERCIO ELECTRÓNICO DE DISPOSITIVOS MÉDICOS EN COLOMBIA*

Ximena Alexandra Aldana Caviedes**

Universidad Católica de Colombia

RESUMEN

El artículo tiene como pretensión estudiar la revolución del comercio desde los aspectos constitucionales de la libre competencia económica en Colombia, hasta un caso específico como lo es el comercio electrónico de dispositivos médicos, esta elección de investigar acerca de este tema surge debido a la problemática jurídica que están viviendo los establecimientos de la salud visual, quienes siempre han tenido entre ellos un estimado de precios de los productos que venden, y gracias a la tecnología ahora muchos de esos productos los pueden adquirir los consumidores por internet, a un costo mucho menor, la necesidad de este trabajo de investigación también la baso en saber si está permitido en Colombia y quien regula esta modalidad de ventas por internet. Específicamente entender si la venta de lentes de contacto por internet está incurriendo en competencia desleal.

Palabras claves: comercio electrónico, competencia desleal, dispositivos médicos, libre competencia económica, consumidor, mercado, acuerdo, conducta, producto posición dominante.

ABSTRACT

The article aims to study the revolution of trade from the constitutional aspects of free economic competition in Colombia, to a specific case such as electronic commerce of medical devices, this choice to investigate on this issue arises due to legal issues that are living visual health establishments, who have always had among them an estimated price of the products they sell, and thanks to technology now many of those products can be purchased by consumers online, at a much lower cost, The need for this research work is also based on knowing if it is allowed in Colombia and who regulates this type of sales online. Specifically understand if the sale of contact lenses over the internet is incurring unfair competition.

Keywords: electronic commerce, unfair competition, medical devices, free economic competition, consumer, market, agreement, conduct, product dominant position.

* Artículo de Reflexión elaborado como Trabajo de Grado para optar al Título de Abogada, bajo la Dirección del Dr. Marco Emilio Sánchez, docente de la Facultad de Derecho Universidad Católica de Colombia. Sede Bogotá D.C., 2018.

** Aldana Caviedes, Ximena Alexandra. Optante al Título de Abogada.. Seminario de Actualización Ley 1564 de 2012 Código General de Proceso. Universidad Católica de Colombia. Bogotá D.C.: 2015. Curso de Actualización de Derecho Privado. Universidad Católica de Colombia. Bogotá D.C. 2017. Actualmente Analista Jurídico Unión Temporal Fosyga. . E.mail: xaaldana33@ucatolica.edu.co

SUMARIO

INTRODUCCIÓN

1. ALGUNOS ASPECTOS ECONÓMICOS PREVIOS

2. VALORACIÓN CRÍTICA DE LA LIBRE COMPETENCIA ECONÓMICA:

2.1 Ventajas y desventajas

3 SITUACIONES PARA QUE EXISTA EL ACTO DE COMPETENCIA DESLEAL

3.1 Desviación de la clientela

3.2 Actos de desorganización

3.3 Actos de confusión

3.4 Actos de engaño

3.5 Actos de descredito

3.6 Actos de comparación

3.7 Actos de imitación

3.8 Explotación de la reputación ajena

3.9 Violación de secretos

4. NORMAS GENERALES DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

4.1 Ley 1480 de 2011

4.2 Ley 155 de 1959

4.3 Decreto 2153 de 1992

5. DERECHO DE LA COMPETENCIA EN COLOMBIA

5.1 El sistema económico constitucionalizado en Colombia

6 LO POSITIVO DE LOS PROCEDIMIENTOS EMPLEADOS POR LA SIC A LA HORA DE INVESTIGAR (Decreto 2153 de 1992

6.1 Los fines de la libre competencia económica

6.1.2 Garantizar el ejercicio de la libertad económica:

6.1.3 Perfeccionar los elementos de la economía del mercado

6.1.4 Democratizar la propiedad

7. REQUISITOS PARA PODER VENDER DISPOSITIVOS MÉDICOS POR INTERNET

7.1 El comercio electrónico se toma el mundo

7.2 Las ofertas de lentes de contacto por internet son cada vez más comunes

CONCLUSIONES

REFERENCIAS

INTRODUCCIÓN

Producto del proceso constituyente de 1991, fue el darle a Colombia un marco constitucional económico, y dentro de las nuevas instituciones una de las más importantes, fue la libre competencia económica, ya que había una necesidad urgente de salvaguardarla y estimularla.

El presente artículo de reflexión busca aportar en el estudio de los aspectos constitucionales de la libre competencia económica del mercado en Colombia, y el comercio electrónico de dispositivos médicos en nuestro país, puesto que el comercio electrónico ha tenido un crecimiento representativo en los últimos tiempos, debido a que la tecnología ya está conviviendo a diario con todos los seres humanos, es por esto que se han venido creando páginas por internet que venden productos para llegar de forma inmediata a toda clase de consumidores. Hoy en día es factible que todos los colombianos tengan internet no sólo en sus hogares sino también en sus lugares de trabajo, todo el tiempo pueden conectarse a redes sociales, y estar en contacto con el comercio electrónico. Más aún cuando últimamente han apareciendo páginas con publicidad que se abren de la nada por consultar cualquier tema de interés, y en el caso de esta investigación páginas que ofrecen lentes de contacto por internet, es allí donde entraremos a investigar que tan legal es esa práctica de comercio electrónico, tratándose de dispositivos médicos, si en Colombia está permitido y la posición de los profesionales de la salud visual ante esta clase de prácticas que para ellos es ilegal e impide una sana competencia.

La competencia desleal, también llamada comportamiento anticompetitivo, son las prácticas en teoría contrarias a los usos honestos en materia de industria y de comercio. Se refiere a todas aquellas actividades de dudosa honestidad (no implica necesariamente cometer un delito de fraude) que puede realizar un fabricante o vendedor para aumentar su cuota de mercado, eliminar competencia, etc. Es decir, significa saltarse las reglas y dejar de

lado la honestidad en una competencia legal de mercado (Barona, 1991; Cabanellas, 1949; Echeverri & Ordóñez 1980; Gacharná, 1982 y Velásquez, 1990 como se citó en Rodríguez, 2016, p. 5)

La competencia es vista como la violación a la libre competencia, y la mala fe de los agentes económicos que monopolizan los productos y servicios, generando un detrimento económico en el mercado.

Por ser este un tema jurídico vinculado con la ciencia económica, a lo largo del documento encontraremos descripciones de conceptos económicos los cuales es indispensable ser manejados, para poder abordar el tema desde la perspectiva del derecho de la libre competencia económica.

También trabajaremos el Decreto 1030 de 2007 por el cual se expide el reglamento técnico sobre los requisitos que deben cumplir los dispositivos médicos para la salud visual y ocular y los establecimientos en los que se elaboren y comercializar dichos insumos. Y define los dispositivos médicos para la salud visual y ocular para uso humano; como los insumos fabricados especialmente, siguiendo la prescripción escrita de un profesional de la salud visual y ocular, para ser utilizado en un paciente determinado (Ley 1030/2007 artículo 2º) (Pinkas, 2002).

Señala que las ópticas con consultorio son establecimientos autorizados para realizar consulta de optometría u oftalmología, adaptación de lentes de contacto y dispensación de dispositivos médicos para la salud visual u ocular y accesorios para la salud visual u ocular. Mientras que las ópticas sin consultorio son establecimientos que no están autorizados para dispensar lentes de contacto, prótesis oculares y ayudas de baja visión, es por esto que los profesionales de salud visual y ocular manifiestan que la venta de lentes de contacto por internet está incurriendo en la violación de esta normatividad.

A través del desarrollo de este artículo de reflexión que tiene como objetivo general el verificar la aplicación de los instrumentos jurídicos dispuestos por la Ley para la protección de la libre competencia en el caso de la venta de dispositivos médicos por internet; y como objetivos específicos: 1. Determinar el contenido y los límites del derecho de libre competencia en la venta de dispositivos médicos por internet planteada desde la Constitución política de 1991. 2. Estudiar el principio constitucional de la libre competencia como un instrumento idóneo para la consecución de los fines sociales y económicos del estado orientados a la venta de dispositivos médicos por internet. 3. Examinar la utilidad del ejercicio de facultades administrativas y jurisdiccionales en cabeza de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC). Teniendo en cuenta lo anterior evaluaremos si es cierto que está prohibida la venta de lentes de contacto por internet, basándonos en la normatividad legal.

1. ALGUNOS ASPECTOS ECONÓMICOS PREVIOS

A través de la historia encontramos varios modos de producción social, es decir las formas como se han acoplado las distintas sociedades, y para este escrito nos centraremos en las dos más importante como lo son el capitalista y el socialista; no sin antes advertir que es de vital importancia conocer además la intervención estatal como mecanismo de resolución de conflictos sociales que ayude a disminuir las consecuencias sociales y económicas de capitalismo. Hecha la anterior claridad pasaremos a definir capitalismo.

Se entiende por capitalismo el sistema económico caracterizado por la propiedad privada sobre los medios de producción y por la existencia de un mercado laboral en el cual el trabajo puede ser libremente ofrecido y demandado, a cambio de un precio que es el salario. Todas las sociedades deciden cuales son los bienes y servicios que requiere que su aparato económico produzca con el fin de satisfacer sus necesidades, pero si la producción no se genera espontáneamente debe existir un tipo de autoridad que decide y da la orden que se debe producir, es decir que cumpla la función de ordenar la producción. “Ese

ordenador de producción en la sociedad capitalista es el mercado, por ello al capitalismo se le conoce como economía de mercado” (Echavarría, 1994, p. 16).

Así con el fortalecimiento del sistema capitalista, el mercado llega a afectar la mayor parte de las actuaciones del individuo, las cuales se ven gradualmente mercantilizadas, convirtiéndose en un instrumento muy importante del sistema social. Cabe aclarar que el único modo de producción que ha sido establecido sin la representación del mercado es el socialista, este conserva una distribución más justa de las riquezas y sancionan la propiedad privada de los medios de producción; la plataforma del socialismo se encuentra en la denuncia de las desigualdades sociales. En ello no debe existir clase social ni la explotación del hombre por el hombre, sino relaciones que se generen en base a la cooperación y beneficio mutuo.

El mercado para lograr desempeñar su función de ordenación de la economía, debe seguir ciertas leyes como lo son la oferta y la demanda y el sistema de precios del mercado en condiciones normales.

Comencemos aclarando estos dos conceptos para comprender un poco más cómo se desenvuelve el mercado. Entonces expliquemos que se entiende por demanda; y son todos aquellos bienes y servicios que los consumidores esperan encontrar en el mercado pero en un sentido más estricto y un gran ejemplo de esto es la venta de dispositivos médicos por internet, ya que implica más que el deseo o la necesidad de los consumidores, la capacidad de estos de comprar en un momento dado a un precio determinado, cuando la tecnología no era tan facilista los consumidores de estos productos únicamente podían conseguirlos en los establecimientos autorizados, a los precios que ya los profesionales de la salud habían convenido entre ellos, entonces vemos como la demanda a pesar de estar determinada por unas necesidades y el querer de los consumidores, aumenta o disminuye según el precio del producto y los ingresos de sus consumidores, es decir que la demanda la determina el precio de cada producto, encontramos que entre mayor es el precio menor es la cantidad de

la demanda y si el precio disminuye aumenta la cantidad de compradores (Rodríguez, 2016).

Pero además del precio pueden existir otros elementos que logran afectar la demanda de un producto en el mercado como el salario de las personas, porque cuanto mayores ingresos tengan, mayor puede ser la demanda, también intervienen los sustitutos del producto y los precios que tengan dichos sustitutos, con esto nos referimos a que cuando el producto tiene similares características fácilmente lo pueden sustituir por uno de menor valor.

En relación con la oferta, podemos decir que es “la cantidad de una mercancía o servicio que entra en el mercado a un precio dado en un periodo de tiempo determinado” Seldon y Pennace (1975, p. 384) para estudiar la manera en que opera la oferta podemos basarnos, en lo explicado acerca de la demanda, dado a que la oferta en el mercado también se ve afectado por el precio del producto, pero al contrario de lo que ocurre con la demanda, es decir que así mismo como el precio se reduce también se reduce la oferta en el mercado y esto en sentido contrario.

Las anteriores son las reglas generales de la economía de mercado, y la forma en como estas pueden variar.

2. VALORACIÓN CRÍTICA DE LA LIBRE COMPETENCIA ECONÓMICA

2.1 Ventajas y desventajas

El término competencia se refiere a la forma en que las diferentes empresas rivalizan entre sí para obtener la ganancia que otro busca en el mismo periodo de tiempo. Por eso vemos como las empresas compiten colocando sus productos más llamativos, luchando por asumir unos costos de producción inferiores a los de sus competidores,

intentando obtener mayores recursos para trabajar pero todo esto con el fin de suplir las necesidades de los consumidores y por tanto las utilidades económicas de las empresas.

Vemos el caso de los dueños de ópticas que tenían unos precios establecidos entre ellos, hasta hace unos años y competían por servicio, pero llegó la tecnología y en las páginas de internet ya es más frecuente encontrar ofertas de dispositivos médicos a unos precios muy económicos.

Una de las ventajas de la competencia es la asignación eficiente de los recursos por medio de los precios que indican las aspiraciones de productores y consumidores, la presión sobre los productores para que reduzcan los costos de producción y los precios para que puedan competir exitosamente. Y el esfuerzo de cada día buscar nuevos productos y oportunidades en el mercado (Case & Fair, 1993).

Encontramos el mercado perfectamente competitivo que es la estructura de mercado donde los productores y consumidores debidamente informados se encuentran para adquirir o producir bienes y servicios no diferenciados, y no hay impedimentos para que nuevos empresarios ingresen al mercado para ofrecer sus productos y competir con las empresas ya establecidas; asegurando una distribución óptima de los recursos económicos (Nikitin, 1991, p. 23.)

Como ejemplo podemos poner los establecimientos que venden dispositivos médicos y estos tiene una demanda en aumento, ello hará que entren más productores competidores al mercado de dicho producto dado que las empresas que ya distribuían esos productos se veían beneficiadas y esto se hará atractivo para que ingresen más empresas, aumentando en el mercado y disminuyendo los precios y utilidades de los oferentes hasta que desaparezcan esos beneficios, a menos que exista un tipo de pacto de restricción de la competencia entre oferentes como se venía manejando en este tipo de productos o algún tipo de imperfección en el mercado.

Una empresa competitiva se enfrenta a un precio que es determinado por el mercado y si eleva el precio de la mercancía perderá toda la demanda o buena parte de ella pues en el mercado existen productos sustitutos (Rodríguez, 2016).

Es por lo anterior que se deben comprometer las empresas estatales sociales y económicas en la reconstrucción de un mercado sano, y que se preocupe por castigar la restricción de la libre competencia económica.

Cuando no se presentan las condiciones de una empresa perfecta, a esto se le conoce como mercado imperfectamente competitivo y su resultado será la asignación ineficiente de los recursos a una sociedad, dado que genera una producción menor y unos precios más elevados de los que existirían en una competencia perfecta.

En este mercado imperfectamente competitivo las empresas reconocidas tienen control sobre los precios de los productos, lo que les da un poder en el mercado rompiendo las reglas de oferta y demanda requerido para que las leyes del mercado funcionen correctamente.

3 SITUACIONES PARA QUE EXISTA EL ACTO DE COMPETENCIA DESLEAL

Si bien la función de la competencia consiste en permitirle a las empresas ganar la clientela de los rivales y todos los actos de competencia por definición tienen un elemento concurrencial De la Cruz Camargo (2014) esta es desleal cuando la canalización de la clientela se logra mediante la utilización de medios incorrectos.

Es otra especie de prohibición general respecto de la cual la SIC sostiene una tesis similar de establecimiento de deberes objetivos de conducta y aplicarla cuando los hechos no se ajusten a algún tipo específico. En varias ocasiones la SIC también ha sostenido que quien la alega debe demostrar el hecho de la desviación. Las normas cuya violación genera

este tipo de acto de competencia desleal son aquellas que regulan o tienen incidencia en el comportamiento concurrencial del mercado permitiendo un escenario jurídico de igualdad de condiciones para los agentes. La SIC ha dicho que es necesario precisar la norma violada así como probar su incumplimiento y que debido a tal incumplimiento el participante del mercado obtuvo un provecho significativo (De la Cruz Camargo, 2014).

La paradoja de este acto es que el incumplimiento de regulaciones que limitan injustificadamente la libre competencia se reputa como acto de competencia desleal.

Los profesionales de la salud visual se quejan que hay competencia desleal por las páginas de internet que ofrecen los dispositivos médicos a precios casi que al costo. Y no existe un ente que regule esos precios. Veamos entonces en que situaciones en concreto existe competencia desleal y si se puede aplicar para el caso de la venta de dispositivos médicos por internet.

3.1 Desviación de la clientela

La función de la competencia permite a las empresas ganar la clientela de los rivales y todos los casos por competencia por definición tienen un elemento concurrencial; y esta es desleal cuando la canalización de la clientela se logra mediante el uso incorrecto de los medios.

La SIC sostiene que el primer deber de quien actúa en el mercado es aplicar la competencia de forma. La desviación de la clientela está contemplada en la Ley 256 de 1996 en sus artículos 7 y 8:

De acuerdo con el artículo 7 de la Ley 256 de 1996, mencionada,

Artículo 7º: Prohibición General. (...) se considera que constituye competencia desleal, todo acto o hecho que se realice en el mercado con

fines concurrenciales, cuando resulte contrario a las sanas costumbres mercantiles, al principio de la buena fe comercial, a los usos honestos en materia industrial o comercial, o bien cuando esté encaminado a afectar o afecte la libertad de decisión del comprador o consumidor, o el funcionamiento concurrencial del mercado.

Artículo 8. Actos de desviación de la clientela. Se considera desleal toda conducta que tenga como objeto o como efecto desviar la clientela de la actividad, prestaciones mercantiles o establecimientos ajenos, siempre que sea contraria a las sanas costumbres mercantiles o a los usos honestos en materia industrial o comercial (p. 2).

Es común que al abandonar una organización, parte de la clientela siga al retirado. Puede suceder que los clientes hayan sido llevados por el trabajador y se limiten a permanecer con él por donde vaya. Puede suceder que aunque el cliente hubiese sido conseguido por el empleado, esté complacido, más que con la empresa, con un profesional en concreto. Es decir: hay casos en los cuales el cliente está o no en una organización dependiendo de quién lo atiende.

Pero hay otros casos en los cuales el trabajador saliente ofrece continuar con los servicios por una suma menor o por la misma cantidad pero dispensando servicios adicionales gratuitos, al menos al empezar. Es difícil probar si los clientes, libremente, deciden seguir un ex empleado o si éste los atrae con diversos ofrecimientos, tales como un servicio más cercano.

3.2 Actos de desorganización

Se considera desleal toda conducta que tenga por objeto o como efecto crear confusión con la actividad comercial. Estos pueden materializarse por ejemplo buscando

empleados del competidor; especialmente aquellos poseedores de la información confidencial provocando la quiebra del competidor.

3.3 Actos de confusión

La SIC ha dicho que la confusión se relaciona con los signos de identificación empresarial o del producto sea bien o servicio o al menos que su origen está relacionada con la confusión de la actividad comercial. La finalidad es que el consumidor sea consciente en todo momento de lo que está comprando y a quien se lo está comprando y de esa forma decidir libremente a quien le compra el producto. Para de esta manera evitarle la confusión respecto de la procedencia empresarial del producto o servicio que pretende adquirir.

Los supuestos de actos de confusión en materia de competencia desleal son:

- La imitación de signos distintivos ajenos. La problemática existente con dicho supuesto es que si la marca o el signo de la empresa está debidamente registrado, debe acudir para su protección, no a la Ley de Competencia Desleal, sino a la Ley de Marcas y ello en base a que, tras muchas discusiones doctrinales y resoluciones con diferentes fallos, finalmente, se ha llegado a la conclusión de que en supuestos de imitación de signos distintivos ajenos cuando éstos estén protegidos por la Ley de Marcas, deberá acudir a ésta para reclamar por los daños causados ya que, la Ley de Marcas es suficientemente garantista para cubrir y proteger el signo distintivo, sin necesidad de acudir a la normativa sobre competencia desleal.
- La utilización de una denominación social ajena reconocida para dar a conocer otra empresa en el mercado es un acto desleal de confusión ya que, se aprovecha la reputación ajena de la denominación social para dar a conocer a otra empresa en el mercado.

- La forma de presentación del producto o servicio cuando lo que se hace es confundir al consumidor respecto a la procedencia del producto o servicio. No es necesario utilizar la misma marca, basta con hacer la identificación del producto similar a la de la empresa de origen y que esa similitud sea de suficiente entidad como para crear confusión en el consumidor sobre la procedencia empresarial del producto.

- Forma de presentación del establecimiento siempre que, un establecimiento sea reconocido en el mercado por sus colores, su decoración...de manera que sea diferenciado por el público respecto a otros y se imite de forma que el consumidor no pueda diferenciar dónde está entrando. En este caso, para que se reconozca el acto desleal de confusión es necesario que el establecimiento imitado sea reconocido y diferenciado por el público en general.

3.4 Actos de engaño

Cuando hablamos de actos de engaño, nos referimos a la difusión u omisión susceptible de inducir a error a sus destinatarios y que resulta relevante para la decisión de compra por parte de estos. La información engañosa debe ser notable para interferir en la voluntad de los consumidores y debe referirse a las características del bien o servicio. Así la impresión de la etiqueta de un producto acerca de quién es el fabricante y los permisos administrativos es importante e idónea para generar error en el momento de fabricación del producto y sus características.

3.5 Actos de descredito

Se considera desleal la utilización o difusión de indicaciones o aseveraciones incorrectas o falsas, la omisión de las verdaderas y cualquier otro tipo de práctica que tenga por objeto o como efecto desacreditar la actividad, las prestaciones, el establecimiento o las relaciones mercantiles de un tercero, a no ser que sean exactas, verdaderas y pertinentes. Hay descrédito si las afirmaciones hechas sobre el competidor o el establecimiento ajeno

(determinado o determinable) no son verdaderas y perjudican el buen nombre de una empresa, adicionalmente estas difamaciones deben ser públicas.

3.6 Actos de comparación

Se considera desleal la comparación pública de la actividad, las prestaciones mercantiles o el establecimiento propio o ajeno con los de un tercero, cuando dicha comparación utilice indicaciones o aseveraciones incorrectas o falsas, u omite las verdaderas.

3.7 Actos de imitación

La imitación de prestaciones mercantiles e iniciativas empresariales ajenas es libre, salvo que estén amparadas por la ley. no obstante, la imitación exacta y minuciosa de las prestaciones de un tercero se considerará desleal cuando genere confusión acerca de la procedencia empresarial de la prestación o comporte un aprovechamiento indebido de la reputación ajena.

3.8 Explotación de la reputación ajena

Se refiere al aprovechamiento en beneficio propio o ajeno de las ventajas de la reputación industrial, comercial o profesional adquirida por otro en el mercado.

3.9 Violación de secretos

Se considera desleal la divulgación o explotación, de información sin autorización de su titular, de secretos industriales o de cualquiera otra clase de secretos empresariales a los que se haya tenido acceso legítimamente pero con deber de reserva, o ilegítimamente.

Hay que tener en cuenta que es una obligación de los comerciantes no incurrir en competencia desleal, ya que como se mencionó anteriormente en materia comercial el principio de buena fe, juega un papel fundamental; cuando se incurre en cualquier acto de competencia desleal se está violando este principio que debe ser la base fundamental de las relaciones comerciales. El comerciante que incurra en actos de competencia desleal se verá en la obligación de indemnizar los perjuicios que cause con su actuar a otros comerciantes, además de retirar toda conducta que haya ejecutado en virtud de dicha competencia desleal.

Vemos entonces como las páginas de internet no están incurriendo en competencia desleal pues no se puede encasillar ninguna situación de las antes mencionadas con la venta de estos productos, y los usuarios son libres de escoger donde comprar y que les beneficia más.

4 NORMAS GENERALES DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Empecemos por recordar que el derecho al consumo ya está establecido y consagrado como un derecho en rango constitucional, puntualmente lo encontramos en el artículo 78 de la Constitución Política de Colombia y es de carácter proteccionista, lo que hace que se aplique de carácter preferente a las normas de carácter general.

4.1 Ley 1480 de 2011

Dentro de los principios generales también encontramos el estatuto del consumidor ley 1480 de 2011 el cual se ha convertido en la herramienta de los consumidores inconformes por los bienes y servicios adquiridos.

Dentro de esta ley encontramos temas relacionados con

- La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad.

- El acceso de los consumidores a una información adecuada - de acuerdo con los términos de esta Ley que les permita hacer elecciones bien fundadas.
- La educación del consumidor.
- La libertad de constituir organizaciones de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que las afecten.
- La protección especial a los niños, niñas y adolescentes, en su calidad de consumidores, de acuerdo a lo establecido con el código de infancia y adolescencia.

Es aquí donde encontramos el concepto de consumidor y dice que es “todo sujeto que celebre un contrato”, pues el derecho de consumo nace de la necesidad de brindar protección en una relación jurídica en la que predomina la desigualdad, y se aplica únicamente en los casos donde se identifique la existencia de una relación de consumo.

También se ha necesitado la intervención de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), y el pronunciamiento de la Corte Suprema de Justicia, para determinar el concepto de consumidor y ajustarlo a las realidades del mercado (Bellamy, 1992). La SIC, hace referencia a la desigualdad entre los sujetos como supuesto para que exista una relación de consumo, pues muestra que el objeto de esta Ley es brindar protección a la parte débil de la relación, que está enmarcada entonces en la existencia de un profesional y un no profesional, el cual es el sujeto a proteger.

4.2 Ley 155 de 1959

Para Colombia, la expedición de la Ley 155 de 1959, no solo representó el cúmulo de normas por medio de las cuales se señalaba y definía en qué consiste una práctica anticompetitiva, sino que también significó una protección a los consumidores,

considerados la parte más débil dentro la relación económica en el mercado. Lo anterior supuso un adelanto legislativo, dado que Colombia estaba en la busca de la internacionalización, por lo cual se hizo imperiosa la necesidad de estructurar un régimen normativo en pro de la obtención de dicho objetivo.

La creación de la Ley 155 de 1959, supuso no sólo normas de carácter subjetivo, sino también de carácter procedimental, al contemplar la existencia de una autoridad administrativa, como ente de control de todas aquellas prácticas atentatorias de la libre competencia, sin embargo la Ley 155 de 1959, se quedó corta, pues no bastaba con señalar unas prácticas anticompetitivas y un procedimiento para sancionar a los infractores, era necesario la implementación de un régimen y por tal motivo, al expedirse el Decreto 410 de 1971 actual Código de Comercio colombiano, se es más explícito y preciso al detallar una a una las prácticas anticompetitivas, elevándolas al estatus de actos desleales, de manera que es necesario su análisis para entender la evolución normativa que ha tenido el presente tema.

4.3 Decreto 2153 de 1992

En el Decreto 2153 de 1992 artículo 45. Encontramos las definiciones. Para el cumplimiento del desarrollo de la libre competencia:

1. Acuerdo: Todo contrato, convenio, concertación, práctica concertada o conscientemente paralela entre dos o más empresas.
2. Acto: Todo comportamiento de quienes ejerzan una actividad económica.
3. Conducta: Todo acto o acuerdo.
4. Control: La posibilidad de influenciar directa o indirectamente la política empresarial, la iniciación o terminación de la actividad de la empresa, la variación de la actividad a la que se dedica la empresa o la disposición de

los bienes o derechos esenciales para el desarrollo de la actividad de la empresa.

5. Posición Dominante: La posibilidad de determinar, directa o indirectamente, las condiciones de un mercado.
6. Producto: Todo bien o servicio (p. 8).

Así mismo se consideran contrarios a la libre competencia los siguientes actos:

1. Infringir las normas sobre publicidad contenidas en el estatuto de protección al consumidor.
2. Influnciar a una empresa para que incremente los precios de sus productos o servicios o para que desista de su intención de rebajar los precios.
3. Negarse a vender o prestar servicios a una empresa o discriminar en contra de la misma cuando ello pueda entenderse como una retaliación a su política de precios (Decreto 2153 de 1992 artículo 48, p.9).

En este sentido los actos contrarios a la libre competencia son conductas desplegadas por un sujeto, en este caso la FEDOPTO, que se encarga en restringir la libre potestad de otras empresas y la libre escogencia del usuario de lentes de contacto, al suministrar información errónea de los efectos que puede causar el adquirir sus dispositivos médicos por internet, determinando condiciones de venta o comercialización discriminatorias.

Conforme a lo dispuesto en el Artículo 1 del Convenio firmada en París el 14 de diciembre de 1960, que entró en vigor el 30 de septiembre de 1961, la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) deberá promover políticas destinadas a:

- Alcanzar un crecimiento sostenible de la economía y del empleo, así como una progresión del nivel de vida en los países Miembros,

manteniendo paralelamente la estabilidad financiera, con el fin de contribuir al desarrollo de la economía mundial;

- Asistir en el trabajo de expansión de una economía sana, tanto en los países Miembros como en los demás países en proceso de desarrollo económico, y
- - Contribuir al crecimiento del comercio mundial sobre una base multilateral y no discriminatoria, de acuerdo con las obligaciones internacionales. (Banco Interamericano de Desarrollo – BID. & Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos- OCDE, 2008, p. 2)

Aunque todas las normas jurídicas antes mencionadas pretenden en últimas garantizar la efectividad del derecho constitucional a la libre competencia económica, cada una de ellas tiene un orden diferente de prioridades. En efecto para Miranda (1997) las normas sobre prácticas restrictivas y abuso de la posición dominante en el mercado tratan de proteger en primer lugar el bienestar de los consumidores frente a las conductas unilaterales o concertadas de los productores o distribuidores, tendientes a evitar la competencia; las normas sobre protección al consumidor dirigen su esfuerzo principal a exigir garantías mínimas de calidad y servicio para los consumidores; las normas antidumping pretenden proteger en primer lugar a los productores nacionales frente a las prácticas desleales de comercio internacional; y las normas sobre competencia desleal tratan de proteger a los competidores frente a conductas de sus colegas que van en contra de las costumbres mercantiles y que intentan privarlos de parte de su mercado.

5 DERECHO DE LA COMPETENCIA EN COLOMBIA

Artículo 333 de la Constitución Política de Colombia de 1991:

La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades

(...).

El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional.

La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación (p. 124).

Para el efecto se entiende como libertad de competencia económica la posibilidad efectiva que tienen los participantes en un mercado de concurrir a él en contienda con los demás, con el objeto de ofrecer y vender bienes y servicios a los consumidores, y de formar y mantener una clientela (Castaño, 2008)

A este respecto, la Corte Constitucional ha manifestado que:

La Constitución ha elevado la libre competencia a principio rector de la actividad económica, en beneficio de los consumidores y de la misma libertad de empresa

(.....).

La ley debe impedir que personas o empresas que detenten una posición dominante en el mercado la exploten de manera abusiva. (Sentencia No. T-240/93, p. 2)

En el Estudio de Gual- Acosta (2015):

El uso de las cláusulas restrictivas sigue vigente, puesto que es un mecanismo de eficiencia económica, al hacer empresas más competitivas y reducir una responsabilidad o un riesgo que sin ellas sería más gravoso, al permitirles contratar seguros sobre la responsabilidad limitada, previamente pactada, y así disminuir los riesgos (p. 34).

En un estudio realizado de las Sentencias de la Corte Constitucional T-240 de 1993 y C-535 de 1997 se obtiene que

La competencia... a través de las instituciones del mercado, ofrece a la Constitución económica la oportunidad de apoyarse en ellas con miras a propugnar la eficiencia de la economía y el bienestar de los consumidores...el objeto tutelado por la Constitución es el proceso mismo de competencia, con independencia de los competidores, sean éstos grandes o pequeños; se concibe la libre competencia económica como un derecho individual y a la vez colectivo, cuya finalidad es alcanzar un estado de competencia real, libre y no falseada, que permita la obtención del lucro individual para el empresario, a la vez que genera beneficios para el consumidor con bienes y servicios de mejor calidad, con mayores garantías y a un precio real y justo (Sentencias C-815 de 2001 y C-369 de 2002). (Gálvez & Velásquez, 2015, p. 14).

En este sentido de manera residual, siempre que no haya una norma particular, que señale lo contrario, corresponde a la Superintendencia de Industria y Comercio en Colombia, de oficio o en desarrollo de una denuncia, velar sobre las disposiciones sobre promoción de la competencia y prácticas comerciales restrictivas, en los mercados nacionales, lo que sucede normalmente en el sector de la salud, dónde si bien existe una norma particular que es el Decreto 1030 de 2007, que trae reglamentaciones especiales sobre los requisitos que deben cumplir los dispositivos médicos sobre medida, dispone concretamente que es la Superintendencia de Industria y Comercio a la que le corresponde atender las investigaciones por prácticas comerciales restrictivas.

5.1 EL SISTEMA ECONÓMICO CONSTITUCIONALIZADO EN COLOMBIA

Para comenzar se tiene el hecho de que los constituyentes de 1886 consideraron que los asuntos económicos no tenían la suficiente importancia como para ser tenidos en cuenta

por la constitución y los consideraron como más adecuados a las leyes ordinarias. Por eso la constitución de 1886 no consagró expresamente la libertad económica, la cual sólo se podía deducir en el artículo 32, dónde se establecía la propiedad privada.

En las reformas que se le hicieron a la constitución posteriormente, como resultado en los conceptos económicos y políticos que se manejaban a nivel mundial, se fue agregando a la constitución disposiciones acerca de las actividades económicas (Constitución Política de Colombia, 1991 Artículo 333, Título XII). Es así que en 1910 se hizo una reforma donde ya se nombraban temas como el de los monopolios estatales como arbitrio rentístico; en 1936 la reforma introdujo temas como la función social de la propiedad y la intervención del estado en las empresas con los objetivos de los procesos de distribución, producción y el consumo de la riqueza, así como para darle protección a los trabajadores, la reforma de 1968 modificó en parte el artículo 32 de la constitución, consagrando la libertad económica, bajo la denominación de libertad de empresas e iniciativa privada.

Ya luego en la Constitución de 1991 se destinó un título completo para tratar el régimen económico y todo lo relacionado con la hacienda pública, de modo tal que se reguló el funcionamiento de la actividad económica, así como el grado de intervención estatal en la economía y los derechos y libertades ciudadanas en materia economía, y todo esto lo encontramos en el título XII de la Constitución Colombiana de 1991. El sistema colombiano es capitalista, y se fundamenta en los principios liberales que reconocen y garantizan la libre iniciativa privada, encuadrada dentro de los límites del bien común. (Artículo 333 de la Constitución), pero le asigna al estado la conducta general de la economía (Artículo 334 de la Constitución). Para el presente artículo de investigación, nos centraremos en cómo es consagrada la libertad económica en la constitución Colombiana y la manera como dicha libertad es limitada por las disposiciones constitucionales que permiten la intervención estatal en la economía del derecho colombiano.

En primer lugar debemos tener en cuenta que la Constitución Colombiana de 1991 adopta como modelo económico el capitalismo de economía de mercado, a pesar de que en ella no se encuentre esto explícitamente, ya que se encuentra comprometido con la dignidad humana, con la solidaridad entre personas, con la promoción de igualdad real y efectiva, con la protección al trabajo, así como el amparo de medidas en favor de grupos discriminados y marginados, entre otras metas.

Los fines sociales como límite al ejercicio de las actividades económicas fueron adoptados por el constitucionalismo colombiano desde la reforma de la Constitución de 1836 y a partir de tal año ellos e han venido arraigando dentro de una cultura jurídica nacional, al igual que la mundial, a tal punto que se puede afirmar hoy en día que los derechos subjetivos, especialmente los de carácter económico, tiene una función social, que no son absolutos ni limitados y que el interés público ha de prevalecer sobre el particular; lo cual hace cincuenta años no era muy claro.

La regla general que preside el sistema económico constitucionalizado no es otra que la libertad económica que les es reconocida a todos los ciudadanos residentes en nuestro país, a partir de la cual se estructura un modelo de económico libre y competitiva, que es conocido como economía de mercado.

La excepción a la regla general, es la intervención del Estado en la economía y en los mercados y busca que se den consecuencias benéficas que trae el mecanismo del mercado, para ello el amplio conjunto de medidas y facultades que la constitución le ofrece en los casos en que la misma constitución lo permite.

De este modo podemos entender que si bien la ordenación de la economía le corresponde en principio a la interacción de los particulares en el mercado, haciendo uso de sus libertades económicas (artículo 333 de la Constitución, nuestra carta política dispone en su artículo 334 que es el estado a quien le compete la dirección general de la economía, como una cláusula de transformación encaminada a alcanzar los objetivos propuestos en el

preámbulo y en el artículo primero de la Constitución Colombiana. Pero es necesario que cualquier intervención del estado en la economía haciendo uso de las facultades constitucionales, sea coherente con el contenido esencial de la libertad económica, justificada en un interés público concreto, procurando la plena realización de los derechos fundamentales.

La corte constitucional ha coincidido con la doctrina en señalar que la libertad económica consiste en la garantía jurídica con que cuentan los ciudadanos que pueden desempeñar las actividades económicas que libremente hayan escogido, según sus preferencias o habilidades, con miras mantener, crear, o incrementar un patrimonio, con el único requisito de que esas actividades sean lícitas (Corte Constitucional Sentencia T-425 de 1992).

En el caso de las libertades económicas, se hace más evidente la necesidad de establecer la convicción solidarista de primacía del bien común, debido a que es evidente que dichas libertades tiene efectos protegidos por el estado, o como lo afirma Ossenbühl (1991) , en un mundo como el actual, interdependiente, presidido por la división de trabajo, la libertad de empresas "está inserta en un contexto de relación" que afecta muchos otros y cada uno de estos quiere que se tengan en cuenta sus intereses y ejercer su derecho fundamenta. Teniendo en cuenta la anterior fundamentación la Constitución Colombiana de 1991 no sólo decidió consagrar y proteger muy especialmente la libertad económica como un derecho subjetivo, sino que además, encaminar para alcanzar los fines sociales y los principios propuestos en ella.

6. LO POSITIVO DE LOS PROCEDIMIENTOS EMPLEADOS POR LA SIC A LA HORA DE INVESTIGAR (Decreto 2153 de 1992)

Los procedimientos empleados por la SIC a la hora de investigar prácticas comerciales restrictivas se establecen en el decreto de 1992. Los procedimientos del Código Contencioso Administrativo y del Código de Procedimiento Civil

(fundamentalmente en aspectos relacionados con los medios probatorios) se aplican también en casos de competencia cuando no contradigan al decreto. La imposición de sanciones antimonopolio por parte de la SIC no requiere intervención previa del poder ejecutivo ni del judicial y una vez impuestas únicamente pueden ser apeladas en los tribunales.

La Superintendencia puede iniciar una investigación preliminar de oficio o como resultado de una queja presentada en la División de Promoción de la Competencia. Cuando se recibe una denuncia, se entrega al Superintendente Delegado, quien resuelve: a) abrir una investigación preliminar, o b) desestimar y archivar la denuncia, en función de su importancia. La investigación preliminar es llevada a cabo por la División de Promoción de la Competencia. Se realiza de forma confidencial y no afecta a los supuestos infractores. En esta etapa la División de Promoción de la Competencia, practica una serie de ordenamientos para determinar si existen méritos suficientes para abrir formalmente una averiguación. Dentro de estos procedimientos se circunscribe la facultad de la autoridad de realizar las denominadas “visitas administrativas sin previo aviso” a los locales de las empresas presumiblemente infractoras para compilar la información y documentación, las cuales pueden ejecutarse sin autorización judicial.

Una vez culminada la investigación preliminar, el Superintendente Delegado puede proceder a la apertura formal de una averiguación o archivar la investigación preliminar. Si se abre formalmente la investigación, se notifica a los presuntos infractores, quienes cuentan con un plazo determinado para aportar y solicitar las pruebas para su defensa. La autoridad puede decretar pruebas de oficio. Una vez concluido el periodo probatorio, el Superintendente Delegado para la Promoción de la Competencia presenta al Superintendente de Industria y Comercio un informe motivado explicando si se produjo la supuesta conducta durante la investigación.

El informe motivado se traslada a los presuntos infractores para que presenten las observaciones que consideren pertinentes en un plazo determinado. Una vez vencido el término para que los denunciados presenten sus observaciones, el Superintendente de Industria y Comercio adopta una decisión definitiva, con base la información obrante en el expediente. El informe motivado producido por el Superintendente Delegado no es vinculante. Contra dicha resolución cabe recurso de reposición que es decidido por el mismo Superintendente. La resolución final del Superintendente puede ordenar el pago de sanciones pecuniarias (a las empresas o a las personas involucradas), el cese o la modificación de la conducta o, alternativamente, determinar la inexistencia de la infracción y el archivo de las actuaciones. Antes de resolver órdenes de cese o sanciones pecuniarias, debe convocarse y consultarse al Consejo Asesor (Scitovsky, 1967).

Durante el proceso, el Superintendente está facultado para ordenar medidas cautelares o provisionales (preliminary injunctions), tales como la “suspensión inmediata de conductas que puedan resultar contrarias a las disposiciones”. Las medidas cautelares buscan evitar que se produzca o que se siga causando el daño. Como ya se ha citado, en cualquier momento previo a la resolución final del Superintendente, los presuntos infractores pueden proponer un acuerdo ofreciendo garantías suficientes de que suspenderá o modificará la conducta investigada.

Al amparo del Decreto 2153 de 1992, la sanción máxima que la Superintendencia puede imponer a una empresa asciende a 2.000 salarios mínimos mensuales (alrededor de 427.000 dólares estadounidenses) y 300 salarios mínimos mensuales vigentes para las personas naturales (alrededor de 64.080 dólares estadounidenses). La sanción máxima es obviamente muy baja. La nueva ley 1340/09 aborda este problema, elevando el importe de las sanciones a 100.000 salarios mínimos mensuales (alrededor de 24.600.000 dólares estadounidenses).

Agotada la investigación administrativa, las resoluciones expedidas por el Superintendente pueden ser objeto de control judicial ante el Tribunal Administrativo de Cundinamarca (Artículo 131.2 del Código Contencioso Administrativo) y posteriormente apeladas al Consejo de Estado. El trámite procesal para el control judicial de las decisiones de la Superintendencia de Industria y Comercio es la acción de nulidad y de restablecimiento del derecho prevista en el Código Contencioso Administrativo.

Actualmente, de conformidad con el Código Contencioso Administrativo, las facultades sancionadoras de la Superintendencia caducan a los tres años contados a partir de la realización de la conducta, o del momento de cese de la misma (si se trata de conducta reincidente). Por ello, las pruebas deben buscarse y recopilarse en el menor tiempo posible. Con la nueva Ley 1340 de 2009 (art. 27) el plazo de caducidad se ha extendido a 5 años, a partir la ejecución de la conducta violatoria o del último hecho constitutivo.

6.1 Los fines de la libre competencia económica

Los fines de la libre competencia económica busca elaborar infinidad de leyes para toda clase de problemas sociales (los han denominado inflación legislativa), aunque no exista conciencia de que su cumplimiento debe ser imperioso y sin que el Estado y la jurisdicción se empeñen en imponer dicho cumplimiento. El Constituyente de 1991 tenía en cuenta que la simple protección legislativa no garantizaba la libre competencia económica y al considerar esto como último elemento esencial del sistema económico nacional, debía ser protegido suspicazmente, fue entonces cuando se decidió darle rango constitucional al derecho de la libre competencia.

Son tres los fines perseguidos por la norma constitucional, las cuales se mencionan a continuación: Garantizar el ejercicio de la libertad económica, perfeccionar los elementos de la economía de mercado y democratizar la propiedad privada en Colombia.

6.1.1 Garantizar el ejercicio de la libertad económica:

En la Constitución de 1991 se resalta una de las características que hace énfasis en los temas económicos, en la cual no se consideró a la economía como un asunto merecedor, por lo tanto su reglamentación le era dejada al legislador ordinario. La libertad económica es el principio fundamental de nuestro sistema económico, así la Constitución busca garantizar plenamente su ejercicio para así protegerla de sus amenazas y atentados que esta pueda llegar a sufrir.

La libre competencia económica asegura la posibilidad que todos tenemos de acudir al mercado a disputarle los clientes a los demás oferentes, que en últimas es el lugar donde se ejercita o concreta realmente la actividad económica. Favorablemente con la elevación a derecho constitucional de la libre competencia económica, la concurrencia de los agentes económicos a los mercados queda garantizada y no existe la posibilidad alguna de que la autoridad pueda limitar la libertad de los ciudadanos a elegir una actividad económica y a desempeñarla en el mercado, a menos que la restricción provenga de alguna de las motivaciones válidas, para ello contenidas en la misma constitución. El constituyente buscó que en ningún momento los poderes públicos tuviesen la oportunidad de restringir abusivamente las libertades económicas en general y además el estado no sólo no puede limitar la concurrencia a los mercados, sino que también tiene como tarea constitucional la promoción de la competencia económica.

Las amenazas en contra de la libertad económica no solo pueden proceder del Estado, también es muy frecuente que sean los propios particulares quienes atentan contra la libertad económica de los demás y esto ocurre cuando se crean a través de la conducta desleal en los negocios barreras, de hecho para que los no puedan acceder a los mercados a combatir las utilidades económicas en juego; en estos casos, la libertad económica se toma ineficaz por acción de los particulares que ella se ejercite. Es tan importante la consagración del derecho a la libre competencia económica, dado que ella es el instrumento jurídico por medio del cual se impone el deber de conducta en el mercado y se evita que

algunos agentes económicos, en virtud de su poder de mercado, le delimiten la libertad económica a los demás.

La libre competencia económica procedentes tanto del Estado como de los particulares, se toma en el instrumento jurídico más valioso para garantizar el ejercicio y ampliar el ámbito de la libertad económica, el Constituyente colombiano de 1991, consagró la libre competencia económica en el artículo 333 de la Constitución, como el mecanismo más apropiado para proteger y darle garantías a los ciudadanos de que el principio fundamental de nuestro sistema económico, la libertad económica, no podrá verse perjudicado ni por la acción del Estado ni por la de los particulares.

6.1.2 Perfeccionar los elementos de la economía del mercado.

Los constituyentes adscribieron a nuestro país dentro del conjunto de naciones que confían su progreso económico a la economía del mercado, se incrementó de manera considerable el intervencionismo estatal con la intención de satisfacer las exigencias propias del Estado social de derecho. Declararon los constituyentes: “Nos proponemos sentar las bases para la construcción de un Estado y una sociedad moderna y justa, con tanto mercado como sea posible y con tanta intervención como sea necesaria” (Perry, 1996, p. 126)

El concepto de mercado que los Constituyentes planearon establecer no es el concepto clásico según el mercado es la institución en la que se reúnen dentro de un plano de igualdad formal oferentes y demandantes, sino que el propósito concreto era estructurar un mercado donde la igualdad entre los agentes económicos fuera real, desarrollando el principio consignado en el artículo trece de nuestra Constitución, lo cual solo puede ser logrado con la intervención del Estado encaminada a perfeccionar los elementos de la economía de mercado, para así conseguir una igualdad real de los agentes económicos en el mercado, ya que esta es un instrumento jurídico a través del cual se garantiza el igualitario

acceso de los agentes al mercado y en caso de llegar existir alguna diferencia en el poder de mercado entre los oferentes, ella se encargará de neutralizarla.

El Estado puede perfeccionar los elementos de la libre economía de mercado para así obtener una mejor utilización de los recursos productivos de la nación y además se impone el principio de la igualdad entre los especialistas económicos, sin necesidad de recurrir a la intervención normativa o regulatoria. La competencia económica es el factor que determina el nivel de eficiencia de los mercados y la asignación nacional de los recursos productivos de una comunidad; al comprometerse el sistema jurídico nacional establece un marco general la competencia de los mercados nacionales, se hace evidente a través de los cuales funciona la economía de mercado para así estructurar un sistema económico nacional eficiente que aproveche de mejor forma los recursos naturales, el capital y la mano de obra.

Se garantiza la permanente presencia en el mercado de fuerzas que obliguen a una constante caída de costos, entre una relación más aproximada con relación del sistema de precios y las estructuras de costos, a una incansable búsqueda de nuevos productos y adelantos tecnológicos para así dar la plena satisfacción de los deseos de los consumidores expresados en el mercado.

La legislación de defensa de competencia constituyente da diversas herramientas con las que el Estado cuenta para orientar el correcto funcionamiento de los mercados, aunque esta legislación presenta características que se distinguen netamente de los mecanismos de intervención directa, dado que ella no responde a un propósito dirigista, ni al fin de imponer la decisión estatal sobre la de la comunidad expresada en el mercado, sino que lo que busca es permitir que la sociedad exprese sus preferencias a través de los mercados, pero imputándole consecuencias jurídicas a la conducta de los agentes económicos, para controlar de esta forma las posibles consecuencias negativas del sistema capitalista.

6.1.3 Democratizar la propiedad.

Una de las principales metas que se propone la codificación constitucional de 1991, e lograr una mejor distribución de la riqueza en el país, es decir, democratizar la propiedad privada en Colombia. Esta meta se manifiesta en numerosas normas constitucionales, como son el preámbulo y los artículos 58, 60 y 64. Para alcanzar éste propósito el Estado destaca el impuesto a la renta, el sistema tributario en general y la expropiación la cual es la más drástica.

La libre competencia económica también puede contribuir grandemente al logro de este fin, ya que al analizar los mercados competitivos generan una dinámica que a largo plazo llevará a alcanzar la difusión del poder económico de una sociedad y evitará la concentración del capital en las manos de unos pocos individuos y familias (Perry, 1996). La entrada al mercado está dispuesta para todas las personas, dado que no existen barreras para ello y el tamaño del poder económico tenderá a estar atomizado entre numerosos agentes y no concentrado en unos pocos; si por el contrario la estructura del mercado es competitiva, se tenderá a que esté sujeta la concentración económica y la distribución desigual del ingreso nacional, lo que asumirá profundas consecuencias sociales.

Se revela entonces la libre competencia económica si bien no como el único, si como uno de los instrumentos de los que puede hacer uso el Estado para conseguir más altos niveles de democracia en la detentación del capital y la propiedad privada en una nación. Una de las intenciones que tuvieron los redactores de la Constitución, es resolver el endémico problema que representa la concentración económica para la economía, para promover un acceso igualitario a la propiedad y quisieron estructurar a través de la libre competencia económica un sistema económico en el cual no estuviese restringido el ingreso al mercado, para que esté al alcance de todos los habitantes de la nación en igualdad de condiciones.

Es importante señalar que al igual que la libre competencia económica evita la concentración de la riqueza a través de los mismos mecanismos del mercado de manera autónoma y sin la necesidad del Estado recurra a la utilización de remedios extremos que se presenta para abusos y arbitrariedades, como sería por ejemplo la expropiación masiva de los bienes.

7 REQUISITOS PARA PODER VENDER DISPOSITIVOS MÉDICOS POR INTERNET

Decreto 4725 de 2005 “Por el cual se reglamenta el régimen de registros sanitarios, permiso de Comercialización y vigilancia sanitaria de los dispositivos médicos para uso humano” (p. 1).

En su Artículo 58. De la información y publicidad

En materia de información científica, promocional o publicitaria establece que los dispositivos médicos y equipos biomédicos de clases IIa, IIb y III destinados al uso exclusivo por parte de los profesionales de la salud o prescritos por ellos, sólo podrán enunciarse o promocionarse en publicaciones de carácter científico o técnico. No obstante lo anterior, la autoridad sanitaria podrá autorizar otros medios de anuncio promoción o publicidad. (p. 23).

Los lentes de contacto importados están clasificados como IIb (de acuerdo a las reglas de clasificación del Decreto 4725 de 2005 e igualmente son prescritos por un profesional de la salud, las actividades promocionales y publicitarias deben ser autorizadas por el INVIMA de acuerdo a lo establecido en el artículo 58 del Decreto 4725 de 2005.

En la respuesta a un derecho de petición presentado el 14 de junio de 2014 encontramos que:

Adicionalmente, se destaca que el Comité de Publicidad de esta Dirección al instante de realizar la evaluación de los trámites de autorización de publicidad, tiene en cuenta aspectos científicos, técnicos y legales que buscan la protección al consumidor, teniendo en cuenta la calidad, idoneidad y seguridad de los productos.

Es así, que no resulta viable que en Colombia se dispensen lentes de contacto a través de páginas web. Sin embargo, se aclara que las actividades de publicidad que no estén dirigidas a la dispensación deben ser evaluadas y de acuerdo a la información pautada pueden ser autorizadas por este Instituto (Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos -INVIMA. 2013, p. 3).

Así mismo el Artículo 64. Del mismo Decreto se refiere a la Responsabilidad.

Los titulares, fabricantes, importadores y comercializadores, o quien tenga dispositivos médicos, serán responsables de la veracidad de la información que le suministren tanto al público en general como a las entidades de control, así como del cumplimiento de las normas sanitarias.

Los efectos adversos que sobre la salud individual o colectiva pueda experimentar la población usuaria de los dispositivos médicos, por trasgresión de las normas y/o condiciones establecidas, será responsabilidad de los titulares, fabricantes, importadores y comercializadores (Decreto 4725 de 2005.p.26)..

Ahora, es necesario aclarar que el párrafo del artículo 1 del decreto 4725 del 2005 establece que: "Se exceptúan del cumplimiento de las disposiciones del presente decreto, los dispositivos médicos sobre medida y los reactivos de diagnóstico in vitro" (p. 1). Por lo tanto, con relación a los lentes de contacto sobre medida, el Decreto 1030 de 2007:

Por el cual se expide el Reglamento Técnico sobre los requisitos que deben cumplir los dispositivos médicos sobre medida para la salud visual y ocular y los establecimientos en los que se elaboren y comercialicen dichos insumas y se dictan otras disposiciones (p. 19:

7.1 El comercio electrónico se toma el mundo

Esta preferencia del mundo se presenta también en los productos que usan los especialistas de la visión para mejorar las condiciones visuales de sus clientes o pacientes. El consumidor ahora tiene la opción de comprar a empresas que no están especializadas del todo en salud visual, pero sí lo están en comercio electrónico, empresas que ofrecen lentes de contacto, monturas, líquidos para lentes de contacto, lentes oftálmicos y por supuesto algunos consumidores las aceptan (Seldon & Pennac, 1975) . A nivel internacional se ve que muchos optómetras cobran sus consultas costosas por la misma venta de dispositivos por internet, para poder suplir la venta que el comercio electrónico va a efectuar, sin embargo, parece que los esfuerzos que se realizan son en vano, pues cada vez se incrementan más las propuestas de páginas que venden lentes de contacto.

Vemos el caso concreto de esta investigación, dónde el Superintendente Delegado para la Protección de la Competencia de la **Superintendencia de Industria y Comercio** (2016) mediante Resolución No. 72130/16, formuló Pliego de Cargos contra la **Federación colombiana de optómetras (Fedopto)** y nueve (9) personas naturales vinculadas con dicha Federación, por las presuntas infracciones del régimen de protección de la libre competencia económica.

El caso.

De acuerdo con el análisis adelantado por la Superindustria, la compra de lentes de contacto en Colombia es posible a través de un canal tradicional (ópticas con consultorio) en el que se puede comercializar todo tipo de lentes de contacto (en serie y a la medida) y

un canal no tradicional (ópticas sin consultorio) en el que se encuentran los comercializadores por internet, en el cual es posible adquirir lentes de contacto de fabricación en serie.

Entre otras conductas, la **Fedopto** habría desplegado una campaña de difusión de información amañada en contra de la comercialización por internet de lentes de contacto de fabricación en serie, argumentando la existencia de supuestas restricciones en el régimen legal colombiano que supuestamente impedirían dicha actividad, restricciones que según el Pliego de Cargos, no son ciertas, pero que se argumentaban con el fin de obstruir ese canal no tradicional de comercialización.

Así mismo, la Federación colombiana de optómetras habría presionado y desinformado a la comunidad dedicada a la salud visual para evitar a toda costa su alianza con las comercializadoras de estos dispositivos médicos por internet, al tiempo que habría ejecutado una serie de conductas para evitar que los consumidores colombianos adquirieran sus lentes de contacto a través de páginas web, aludiendo supuestas afectaciones a “la salud y seguridad del consumidor” que, en realidad, serían la fachada para que la comercialización de dichos dispositivos (lentes de contacto de fabricación en serie) solo se hiciera por el canal tradicional (ópticas con consultorio) y no por el canal no tradicional (ópticas sin consultorio).

Para la Superindustria, las conductas de la Fedopto estarían encaminadas a que los distribuidores de lentes de contacto de fabricación en serie se abstuvieran de vender estos productos a comercializadores por internet. Adicionalmente, las conductas estarían encaminadas a que los optómetras afiliados retiraran sus convenios con los comercializadores; a que los consumidores evitaran adquirir los lentes de contacto de fabricación en serie a través de páginas web y que otras entidades de diferente naturaleza, retiraran su aval, vinculación o apoyo a los comercializadores de lentes de contacto de fabricación en serie por internet.

La actuación administrativa se inició como consecuencia de una queja presentada en febrero de 2014, en la cual se informó sobre las obstrucciones que estaría experimentando el canal no tradicional de comercialización por internet de lentes de contacto de fabricación en serie, eventualmente motivadas en las diferencias de precios de dichos dispositivos ofrecidos en ópticas tradicionales y los que se comercializan por internet.

7.2 Las ofertas de lentes de contacto por internet son cada vez más comunes

Desde Europa, hasta Sur América se descubren propuestas muy similares, donde se ofrecen y se venden todo tipo de lentes de contacto, lo que el paciente tiene que aportar allí es la fórmula de sus lentes o de sus gafas. En la mayoría de casos exigen la prescripción del especialista de la visión, si el paciente no tiene su receta, algunas páginas ofrecen la posibilidad de atender al consumidor en una óptica adscrita y adaptar sus lentes. Los especialistas de la salud visual han sido determinantes en exponer sus razones para oponerse a este tipo de comercio electrónico, las cuales se pueden resumir la parte clínica, la parte comercial y la parte legal.

El tema que más preocupa es el clínico, pues se preguntan los especialistas de la salud visual se preguntan ¿Cómo una persona que necesita lentes de contacto, o requiere reemplazarlos, los compra a una tienda virtual?

Cuando un usuario compra sus lentes a una página web, es probable que omita las indicaciones de los optómetras en el cuidado y mantenimiento de estos dispositivos, por tanto, el tema más preocupante es la seguridad del paciente.

Comercialmente hay una gran discrepancia entre el ofrecimiento de un optómetra y una página web que brindan los lentes de contacto. No es adecuado compararlas pues la práctica comercial de los especialistas de la salud visual en la mayoría de países latinos ha sido incluir en el costo de los lentes, el valor de la consulta y los honorarios de adaptación, lo cual puede ser un error de estrategia (Torres, 1997) . En este valor, en muchas ocasiones,

también están circunscritos los honorarios de los controles que permiten asegurar el éxito de la adaptación y el mantenimiento adecuado de los lentes. Por eso resulta tan desequilibrado comparar los precios entre uno y otro.

Desde el punto de vista únicamente comercial, estas páginas web han perfeccionado sus plataformas para que sean más amigables y fáciles de seguir. El consumidor compra con facilidad sus lentes de contacto mientras tenga su orden médica a la mano. Esta es una variable en la que el usuario puede incurrir en riesgos, pues al tener la posibilidad de cambiar marca, diseño, tiempo de uso y otras características, cambiará también, posiblemente, el objetivo clínico del especialista.

En Colombia, los lentes de contacto son catalogados como dispositivos médicos que reposan directamente sobre la córnea, esclera y flotan sobre la película lagrimal. Y están clasificados como dispositivos médicos invasivos de clase IIB por el INVIMA, en otras palabras, están catalogados como riesgo alto si están destinados a usarse por largo tiempo.

El Decreto 1030 de 2007, Ministerio de la Protección Social, por el cual se expide el Reglamento Técnico sobre los requisitos que deben cumplir los dispositivos médicos sobre medida, expresa que las ópticas con consultorio, las Instituciones Prestadoras de Servicio de Salud (IPS), con servicios de salud visual y ocular habilitados, son las únicas que pueden dispensar y adaptar lentes de contacto.

Sólo se deben vender y adaptar por un profesional de salud visual optómetra u oftalmólogo que responda como director científico. Establece que las ópticas sin consultorio no están autorizadas para dispensar estos dispositivos médicos.

Sin embargo, bajo la interpretación de la Superintendencia de Industria y Comercio se debe respetar el derecho a la libre competencia económica y abre la posibilidad de comercializar lentes de contacto por internet.

Conclusiones

La competencia económica constituye una institución típica del modo de producción capitalista y por ello para lograr comprender esta figura, así como su expresión en el campo jurídico que es el derecho a la libre competencia económica, es imperativo detenerse a estudiar la manera cómo funciona la economía de mercado y las leyes que la gobiernan. Consideramos entonces que si se deja de lado el análisis económico de funcionamiento de los mercados resulta imposible comprender la trascendencia de la competencia económica y los beneficios que ella libre le reporta a la sociedad.

El término competencia económica se refiere a la forma en que las empresas compiten entre sí para adaptarse a las condiciones de un mercado, con el fin de obtener la utilidad económica, teniendo en cuenta que es esta la que determina las condiciones de eficiencia en un mercado.

Existe una relación directamente proporcional entre el grado de competencia existente en un mercado y sus niveles de eficiencia. Cuanta mayor competencia se involucra, más eficiente es el mercado y a menor competencia, menor será el grado de eficiencia del mercado. Esto ha llevado a que la competencia económica no solo sea analizada como un fenómeno real que existe en los mercados, sino que también sea estudiada como debe ser, para llegar a la construcción de un sistema económico eficiente. En la actualidad se abarca una doble visión: como Fenómeno y como Norma.

La medición del grado de competencia y eficiencia que obtiene un mercado se mueve entre dos figuras opuestas, que representan los dos extremos posibles, ellas son la competencia perfecta y el monopolio.

Competencia perfecta o mercado perfectamente competitivo es aquella estructura de mercado en la que un gran número de productores y consumidores correctamente informados, es decir, plenamente consciente de los precios y las oportunidades existentes

que se encuentran para vender o comprar bienes y servicios homogéneos, para poder controlar el precio de los productos. También se caracteriza porque no existe ningún tipo de obstáculo al ingreso de nuevos empresarios al mercado para ofrecer productos y competir con las empresas ya establecidas.

Un monopolio es un mercado donde hay una sola empresa que produce y vende una mercancía que no tiene sustitutos cercanos y que es demandada por una multitud de compradores, es una contrariedad de la competencia perfecta, por lo tanto sus efectos en una sociedad son exactamente los contrarios, generando una asignación ineficiente de los recursos. Es indispensable para que un mercado sea monopolio tenga la posibilidad de interponer barreras importantes para evitar que otras empresas entren a la industria y compitan por la utilidad, en caso contrario si no hay obstáculos para el ingreso de nuevos competidores, no se trataría de un mercado monopólico dado que existe utilidades económicas para el único oferente.

La competencia perfecta y el monopolio se ubican en las diversas estructuras del mercado (oligopolio y la competencia monopólica), Según el grado que incorporen en la competencia económica, Si alcanzan o no los beneficios que conlleva la competencia económica dependerá de que tan cerca o lejos esté la estructura del mercado del modelo de competencia perfecta y por ello el empeño de la sociedad debe ser el de crear un mercado lo menos imperfecto posible para hacer reales al máximo las ventajas de la competencia económica.

Las consecuencias que genera la competencia económica en los mercados no sólo se manifiesta en los niveles de eficiencia sino que ésta también tiene determinados efectos sobre la distribución del ingreso real de una sociedad, el hecho de que no existan barreras para la entrada de nuevos empresarios a los mercados hace que el acceso a la riqueza nacional esté al alcance de todos los ciudadanos y deje de ser el privilegio de unos pocos, la sociedad debe valorar esta transferencia de recursos y redistribuciones del ingreso que genera la competencia económica.

La competencia económica produce efectos beneficiosos sobre la distribución del ingreso nacional, hace que ella se revele como una defensa valiosa para enfrentar la concentración de la riqueza en una sociedad, también la competencia económica cumple con unos fines meta-económicos, dado que sus efectos no se extienden solamente al campo económico sino que indirectamente ellos tienen profundas implicaciones en el sistema político, ya que genera una dinámica que a largo plazo llevará a alcanzar la difusión del poder económico de una sociedad.

Cuando la estructura del mercado no es competitiva, se tenderá a que prevalezca la concentración económica, lo cual constituye una amenaza para la democracia, esto hace que las desigualdades económicas entre los miembros de la sociedad se manifiesten concretamente en relaciones de dependencia y dominación. Al desbordar el tamaño de una empresa esto puede llegar a convertirse en una amenaza tanto industrial como social.

La lucha por la democracia nunca será exitosa sino es al mismo tiempo una lucha por las condiciones económicas que permitan que el orden económico que se adecúe al orden público. Es necesario construir un sistema que prepare el poder económico entre todos los nacionales para que así los agentes económicos individualmente considerados, no constituyan una amenaza, ya que sería para el sistema democrático y para el poder muy difícil controlar la economía si se encuentra en las manos de los representantes elegidos por el pueblo y no en las manos de una oligarquía industrial.

Así la competencia económica limita el poder de los grupos económicos de una manera democrática y sin la necesidad de que se recurra al empleo de métodos totalitarios como podría ser, la expropiación forzosa y la competencia económica, además ataca las causas y no los efectos de la concentración de la riqueza, garantizando soluciones que se prolongarán en el tiempo y no simplemente coyunturales.

No todo en la competencia económica es bueno, también presenta algunas desventajas que es necesario manifestarlas de una manera impetuosa para así poderlas

corregir justamente. Una de las principales desventajas de la competencia que podemos señalar es que puede generar costosas externalidades en el proceso de producción, estas pueden ser controladas y para ello se requiere que el Estado cree instituciones ajenas al mercado, como son las leyes ambientales, las leyes fiscales, las leyes civiles que regulan la responsabilidad extracontractual, las normas técnicas de calidad y en general todas las disposiciones jurídicas que regulan la actividad empresarial.

Los mercados no pueden desarrollarse en el vacío jurídico ya que la violencia de las fuerzas que interactúan en ellos da lugar a lo que popularmente se ha conocido como capitalismo salvaje, puede generar costosas externalidades en el proceso de producción.

Vemos como en Colombia el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones apoya las plataformas de las páginas web para apoyar el comercio electrónico, pero también vemos que las ventas de dispositivos médicos por internet está permitida siempre y cuando se cumpla con los requisitos exigidos por el Invima, el Ministerio y la secretaria de salud, que dice que se permitirá siempre y cuando tengan un profesional de la salud visual con consultorio autorizado para el despacho de dichos productos.

El derecho Colombiano no persigue el logro de una estructura de mercado perfectamente competitiva, sino su fin es garantizarle a todos los ciudadanos el ejercicio de su derecho a la libre competencia económica, sin que él le pueda ser desconocido o amenazado por las prácticas restrictivas de la competencia que pudieran ejecutar los particulares o el mismo Estado. El estudio de la Constitución se desplegó por gran parte del contenido de este trabajo de grado y permitió determinar la finalidad social que no es otra que velar por el libre desarrollo de la economía social del mercado todo ello en armonía con los fines que debe perseguir el estado social de derecho.

Referencias

- Banco Interamericano de Desarrollo – BID. & Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) (2008). *Derecho y política de la competencia en Colombia- Examen –Inter pares*. USA: BID & OCDE
- Barona Vilar, S. (1991). *Competencia Desleal*. Valencia, España: Tirant Lo Blanch.
- Bellamy, C. (1992). *Derecho de la competencia en el mercado común*. Madrid: Civitas.
- Cabanellas, G. (1949). *Derecho de los riesgos del trabajo*. Buenos Aires: Ediciones bibliografía Argentina.
- Case, K. & Fair, R. (1993). *Fundamentos de la economía*. México: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Castaño de Restrepo, (2008). *Derecho Médico-Sanitario: Actualidad, Tendencias y Retos*. Bogotá D.C. Casa Editorial Universidad del Rosario.
- Constitución Política de Colombia de (1991). *Revisada y actualizada*. Bogotá D.C. Leyer.
- De la Cruz Camargo, D. M. (2014). *La competencia desleal en Colombia: un estudio sustantivo de la Ley*. Bogotá D.C.: Universidad Externado de Colombia.
- Echeverri De Ricaurte, C. & Ordóñez De Cardozo, L. (1980). *La competencia desleal*. Bogotá: Kelly.
- Echavarría Olózaga, H.(1994). *Macroeconomía y partido liberal*. Santafé de Bogotá: Legis
- Gacharná, M.C. (1982). *La competencia desleal*, Bogotá: Temis.

Gálvez Albarracín, J.E. & Velásquez Trujillo, M. (2015). *Aplicación en Colombia de la Regla de la Razón (Rule of the reason) en el análisis de los Acuerdos de Cartel, dentro del Derecho de la Competencia*. Maestría el Derecho Empresarial. Facultad de Derecho. Universidad ICESI. Bogotá D.C.

Gual Acosta, J.M. (2015) *Cláusulas de irresponsabilidad: entre asimetría, equilibrio y abusividad*, Bogotá D.C. Universidad católica de Colombia.

Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos -INVIMA. (2013, Agosto, 2). *Asunto: Respuesta a derecho de petición con radicado 13047558 de fecha 14 de junio de 2013*. Bogotá D.C.: El Autor. Recuperado de http://colentes.com/RESPUESTA_DERECHO_DE_PETICION_2013047558.pdf

Miranda Londoño, A. (1997). *Abuso de la Posición Dominante: Perspectivas de Aplicación en Colombia a la Luz del Derecho Comparado*. (2ª ed.). Bogotá D.C. CEDEC. Javegraf,

Nikitin, P. (1991). *Economía política Marxista-Leninista*. Medellín, Colombia: Ediciones Pepe.

Ossenbühl, F. (1991). Las libertades del empresario según la ley fundamental de Bonn, En *Revista española de Derecho Constitucional*, 11(32), 9-44.

Perry Rubio, G. (1996). Estado y sector privado en la Constitución de 1991". En: *Velilla, Marco. Constitución económica Colombiana*. (pp. 123- 143). Santafé de Bogotá. El Navegante.

Pinkas, F.(2002), *Tratado de defensa de la libre competencia*, Bogotá D.C.: Fondo editorial.

Rodríguez Ortiz, J. L. (2016). *De los intereses de los consumidores y de la protección de la libre competencia en los mercados: un estudio sobre las modalidades de competencia desleal en Colombia y sus medidas de protección*. (Trabajo de grado). Facultad de Derecho, Universidad Católica de Colombia. Bogotá D.C.: Colombia.

Scitovsky, T. (1967). *Bienestar y competencia: teoría de un sistema económico en pleno empleo*. Buenos Aires: Amorrortu.

Seldon, A. & Pennace, F. (1975) *Diccionario de economía*. Barcelona: Oikos-tau

Superintendencia de Industria y Comercio- SIC. (2016, noviembre 2) *Resolución No. 72130 de 2016. Superindustria formula Pliego de Cargos a la Federación Colombiana de Optómetras por obstruir el mercado de venta de lentes de contacto por internet*. Bogotá D.C.: El Autor. Recuperado de <http://www.sic.gov.co/noticias/superindustria-formula-pliego-de-cargos-a-la-federacion-colombiana-de-optometras-por-obstruir-el-mercado-de-venta-de-lentes-de-contacto-por-internet>

Torres López, J. (1997). *Análisis económico del Derecho: Panorama doctrinal*. Madrid. I Tecno.

Velásquez, C.A. (1990). Competencia Desleal. En: *Modernos Conceptos del Derecho Comercial*, Medellín, Colombia, Biblioteca Jurídica Dike.

NORMATIVIDAD

Decreto 410 de 1971 (marzo 27). Por el cual se expide el Código de Comercio. Bogotá D.C.: Presidencia de la República de Colombia. *Diario Oficial* 33.339 del 16 de junio de 1971.

Decreto 2153 de 1992 (diciembre 30). Por el cual se reestructura la Superintendencia de Industria y Comercio y se dictan otras disposiciones.. Bogotá D.C.: Presidencia de la República de Colombia. *Diario Oficial* 40.704 del 31 de diciembre de 1992.

Decreto 4725 de 2005 (Diciembre 26).Por el cual se reglamenta el régimen de registros sanitarios, permiso de comercialización y vigilancia sanitaria de los dispositivos médicos para uso humano. .. Bogotá D.C.: Presidencia de la República de Colombia. *Diario Oficial* 46.134 del 27 de diciembre de 2005.

Decreto 1030 de 2007 (Marzo, 30).Por el cual se expide el Reglamento Técnico sobre los requisitos que deben cumplir los dispositivos médicos sobre medida para la salud visual y ocular y los establecimientos en los que se elaboren y comercialicen dichos insumos y se dictan otras disposiciones. Bogotá D.C.: Presidencia de la República de Colombia. *Diario Oficial* 46.586 del 30 de marzo de 2007.

Ley 155 de 1959 (Diciembre 24).Por la cual se dictan algunas disposiciones sobre prácticas comerciales restrictivas. Bogotá D.C. Congreso de Colombia. *Diario Oficial*, 30.138 del 22 de enero de 1960.

Ley 256 de 1996 (Enero 15). Por la cual se dictan normas sobre competencia desleal. Bogotá D.C. Congreso de Colombia. *Diario Oficial* 42. 692 del 18 de enero de 1996.

Ley 1340 de 2009 (Julio 24). Por medio de la cual se dictan normas en materia de protección de la competencia. Bogotá D.C. Congreso de Colombia. *Diario Oficial*. 47420 del 24 de julio de 2009.

Ley 1480 de 2011 (Octubre 12). Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. Bogotá D.C. Congreso de Colombia. *Diario Oficial*. 48. 220 del 12 de octubre de 2011.

JURISPRUDENCIA

Corte Constitucional de Colombia. (1992, Junio 24). Sentencia T-425/92. Libertad económica. Ref. Exp. T 736. Magistrado Ponente: Dr. Ciro Angarita Barón.

Corte Constitucional de Colombia (1993, Junio 23). Sentencia No. T-240/93. Libre competencia económica.. Ref: Expediente T-9665. Magistrado Ponente: Dr. Eduardo Cifuentes Muñoz.

Corte Constitucional de Colombia (1997, Octubre 23). Sentencia C-535/97. Competencia Desleal-Concepto. Referencia: D-1598. Magistrado Ponente: Dr. Eduardo Cifuentes Muñoz.