

**RESUMEN Y ANÁLISIS DE LA RESOLUCIÓN 0588 DE
2003 DE LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y
COMERCIO**

Caso COLANTA
Prácticas Comerciales Restrictivas

Investigados:
Cooperativa Colanta Ltda (Colanta Ltda)

Análisis del CEDEC

Por:

Alfonso Miranda Londoño

Bogotá D.C., junio de 2020

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
2. AVERIGUACIÓN PRELIMINAR	3
3. CONSIDERACIONES DE LA DELEGATURA	3
4. DECISIÓN DE LA SUPERINTENDENCIA	12
5. ANÁLISIS Y CONCLUSIONES DEL CEDEC	13

RESUMEN Y ANÁLISIS DE LA RESOLUCIÓN No. 0588 DE 2003 DE LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO***Prácticas comerciales restrictivas*****Investigados:
*Cooperativa Colanta Ltda (Colanta Ltda)*****1. Introducción**

Como resultado de la averiguación preliminar adelantada en los términos señalados en el numeral 1 del artículo 11 del Decreto 2153 de 1992, esta Superintendencia encontró mérito suficiente para considerar que las conductas desarrolladas por la Cooperativa Colanta Ltda., en adelante Colanta Ltda

2. Conductas imputadas

Por la Cooperativa Colanta Ltda., en adelante Colanta Ltda., podrían ser contrarias a lo previsto en los numerales 2, 3, y 6 del artículo 50 del Decreto 2153 de 1992. Por ello, mediante resolución número 24956 del 31 de julio de 2001, se abrió investigación por prácticas comerciales restrictivas en contra de Colanta Ltda., para determinar si actuaron en contravención de las citadas disposiciones.

En el mismo sentido se ordenó investigar a Jenaro Sabino de Jesús Pérez Gutiérrez, para determinar si en su condición de representante legal de la empresa mencionada habría autorizado, ejecutado o tolerado las conductas contrarias a la libre competencia que se le endilgan.

3. Consideraciones de la Delegatura

Participación en el mercado

Partiendo de la delimitación del mercado relevante antes dada, se presenta a continuación un análisis de la composición del mercado del acopio de leche fresca en el departamento de Antioquia, durante el periodo comprendido entre enero de 2000 y diciembre de 2001, teniendo como punto de referencia nuevamente que los hechos denunciados se registraron presuntamente entre los últimos meses de 2000 y los primeros del 2001.

Este análisis cabe precisar, fue realizado desde tres puntos de vista, en un primer lugar se tuvo en cuenta la cantidad de leche fresca recolectada por cada una de las empresas competidoras más significativas; en segundo lugar, se consideró el número de productores

al que cada una de ellas le compraba leche fresca; y por último, teniendo en cuenta que el principal uso de la leche fresca está dado por la pasteurización y posterior venta del producto, se realizó un análisis de la participación de cada empresa en las ventas de leche pasteurizada.

Barreras a la entrada

Las principales barreras que enfrentan los potenciales competidores son de tipo económico y legal.

Las barreras a la entrada se definen como los factores que impiden la entrada o disuaden a las empresas nuevas de incursionar en un sector específico del mercado, incluso cuando tales empresas registran un excedente de utilidades.

Las barreras económicas de acceso al mercado están dadas por la estructura misma del mercado. En este sentido, las principales barreras económicas pueden generarse ante la necesidad de grandes requerimientos de capital que permita a los potenciales competidores hacerse a la infraestructura tecnológica y funcional que implica la prestación de este servicio en condiciones de competitividad, que si bien no constituyen barreras de entrada en sí mismas y por sí solas, lo cierto es que suponen la inversión de cuantiosos recursos, aspecto que aunado al arraigo y posicionamiento de la empresa ya operante en el mercado, así como a sus posibilidades de maniobrabilidad dada su capacidad ociosa de producción, revela un alto nivel disuasorio para los potenciales competidores que pretendan incursionar en este mercado.

Por su parte, las barreras legales de acceso guardan relación con los procedimientos, trámites y autorizaciones que forzosamente se deben obtener para empezar a operar y se relacionan principalmente con la licencia ambiental para determinar condiciones de saneamiento; verificación de instalaciones físicas legalizada a través del Certificado de Planeación Municipal sobre el uso del suelo y el visto bueno del Ministerio de Salud a través del Invima, para controlar las condiciones del proceso y fabricación de alimentos para consumo humano, trámites éstos que deben adelantarse para poder participar en este mercado específico y que si bien y como sucede con las barreras económicas, no entrañan aspectos infranqueables, sí suponen un mínimo de tiempo y elevados costos que lleva a pensar que un potencial competidor difícilmente pueda estar operando antes del mediano plazo.

Bajo este escenario, Colanta tiene un predominio en el mercado a que nos hemos venido refiriendo y muy difícilmente podrá alterarse antes de dos años, razón por la cual se ajusta a la definición dada, en cuanto a su capacidad de modificar significativa y unilateralmente el precio, las cantidades ofrecidas o cualquier otra variable significativa para el mercado

analizado, puede mantenerse de manera perdurable, pues la reacción de sus competidores o de los consumidores, no será suficiente para disuadirlo de realizar tal conducta, toda vez que no pueden contrarrestar sus determinaciones ni por el lado de la oferta, ni por el lado de la demanda.

A través del análisis de la participación de las empresas en el mercado y consideradas las barreras a la entrada existentes, se pone en evidencia la capacidad que tiene Colanta para determinar las condiciones de ese mercado, toda vez que cuenta con un porcentaje de participación mayoritario, la mayor cantidad de proveedores y el mayor ingreso por ventas, circunstancias todas éstas que llevan a que sus competidores actuales difícilmente están en capacidad de hacerla disuadir de sus determinaciones, y por lo mismo, tampoco sus consumidores estarían en capacidad para hacerlo al no encontrar en el mercado alternativas que satisfagan plenamente sus necesidades.

Una vez establecido que Colanta Ltda., posee posición dominante en el mercado estudiado, es preciso entrar a establecer si abusó de ese privilegio.

Abuso de posición dominante

Numeral 2 del artículo 50 del Decreto 2153 de 1992

Habiendo establecido que la empresa investigada cuenta con posición dominante en el mercado relevante definido con antelación, corresponde establecer si con lo recaudado y probado a lo largo de la investigación, Colanta efectivamente abuso de tal condición, refiriéndonos para tal propósito a cada uno de los supuestos normativos que se endilgan violentados.

De esta forma tenemos que, de acuerdo con el numeral 2° del artículo 50 cuando exista posición dominante, constituye abuso de la misma la aplicación de condiciones discriminatorias para operaciones equivalentes, que coloquen a un consumidor o proveedor en situación desventajosa frente a otro consumidor o proveedor de condiciones análogas.

Así pues, la infracción señalada debe estructurarse sobre la base que la empresa que ostenta posición dominante en el mercado respectivo:

- Aplique condiciones discriminatorias para operaciones equivalentes, que coloquen a un consumidor en situación desventajosa frente a otro consumidor de condiciones análogas
- Aplique condiciones discriminatorias para operaciones equivalentes, que coloquen a un proveedor en situación desventajosa frente a otro proveedor de condiciones análogas.

Veamos si lo anterior se cumple:

- Condición discriminatoria para operaciones equivalentes

En primer término, debemos mencionar que la palabra discriminación es definida como, la acción y el efecto de discriminar, de separar, distinguir una cosa de otra. Desde el punto de vista social, significa dar trato de inferioridad a una persona o colectividad, por motivos raciales, religiosos, políticos u otros.^[19]

La discriminación conlleva entonces, la violación del derecho a la igualdad. Su prohibición constitucional se encamina a impedir que se coarte, restrinja o excluya el ejercicio de los derechos y libertades de una o varias personas, que se les niegue el acceso a un beneficio o se otorgue un privilegio sólo a algunas de ellas, sin que exista justificación objetiva y razonable.

Precisando el alcance de estas definiciones en términos de las normas de competencia, encontramos que para que la discriminación se presente, es necesaria la existencia de un supuesto de hecho consistente en que los agentes expuestos a esta situación, desarrollen o ejecuten actividades equivalentes a las de otras personas y que pese a ello reciban un trato desigual. Entendiendo por equivalentes, la ejecución de operaciones bajo condiciones iguales o similares, que en el caso objeto de estudio sería el provisionamiento de leche fresca a Colanta y el precio que se obtiene a cambio.

Así, para que exista discriminación, es necesario que se presenten condiciones análogas entre los agentes que desarrollan las operaciones o actividades dentro de la industria o del comercio, es decir, bajo las mismas circunstancias. La calificación legal de análogo implica que entre los consumidores o proveedores exista una relación de semejanza a pesar de ser personas distintas. Por tanto, para determinar la equivalencia de las actividades o prestaciones se deberán observar respecto de cada caso, la correspondencia o no de sus condiciones de tiempo, modo y lugar.

Bajo este entendido, debe establecerse si las personas a quienes Colanta paga por la leche fresca un mejor precio, se encuentran en condiciones similares a la de quienes reciben un precio inferior; para por esta vía determinar, si se trababa<sic> de operaciones equivalentes o si por el contrario, existían diferencias objetivas que rompían la condición analógica que la norma exige. En este contexto, resulta de gran utilidad conocer el procedimiento seguido por esta empresa para la asignación de precios en la compra de leche fresca.

Al respecto, valga señalar que la Cooperativa Colanta tiene preestablecido un

procedimiento de inspección de leche cruda para el pago a productores, en donde se tienen claras las especificaciones y criterios que inciden en el valor que se asigna.^[21] Efectivamente, el pago para productores se basa en una tabla aprobada por el Consejo de Administración de Colanta, en donde la liquidación del precio final de la leche corresponde a la suma de varios factores que determinan su calidad, a saber: Precio Básico; es el determinado para la leche con un contenido mínimo del 3% de grasa y tiene un valor diferencial para el productor asociado y no asociado, en donde el asociado recibe un 7% más en el precio básico por litro de leche, con respecto al valor cancelado al productor no asociado.^[22]

Cabe mencionar que, el asociado productor tiene un ahorro obligatorio que equivale al 1.5% del precio de venta de la leche al público, dinero que le es reintegrado cuando se retire de la Cooperativa.

Ahora bien, partiendo del precio base, tanto el productor asociado como el no asociado, tienen la posibilidad de recibir una serie de bonificaciones, como son: bonificación por calidad composicional en donde se tienen en cuenta los niveles de proteína y grasa de la leche; bonificación por calidad higiénica, en donde se realiza un recuento de microorganismos mesofílicos aerobios para leche procedentes de tanques de enfriamiento en finca y de reductasa, así como para leche recibida en canecas; bonificación por frío y por último, cuando el análisis de laboratorio de la muestra representativa de la leche enviada por un productor reporta adulteraciones por agua u otra sustancia, se le envía una amonestación por escrito y en el caso de adulteración con agua, se le descuenta del volumen de la leche enviada, el porcentaje de agua adicionada.

Luego está probado que, Colanta reconoce a los productores de leche una bonificación por la mayor calidad de su producto, específicamente, por los márgenes o niveles de proteína, grasa, volumen y recuento bacteriológico, etc., y que esta relación se encuentra soportada en estudios técnicos de carácter eminentemente objetivo, para los cuales, según lo que se ha podido establecer, la marca del concentrado que se utiliza en la alimentación del ganado no es un factor que en sí mismo y por sí solo determine el precio de compra de la leche. De modo que, el mayor o menor precio que reciba el ganadero por la venta de su leche a Colanta dependerá irrestrictamente de la calidad que presente su producto, en los aspectos Indicados.

Sobre este punto, vale la pena destacar que Colanta ha sido certificada por el Instituto Colombiano de Normas Técnicas INCONTEC y cumple con los requisitos y exigencias de la norma ISO 9000. Los centros de acopio cuentan con equipos de propiedad de Colanta para la evaluación de la leche y los procedimientos para la determinación de

la calidad de leche, se encuentran certificados por el INCONTEC.

Ahora bien, para el estudio de la conducta, este Despacho tomó una muestra de 60 productores de leche cruda que proveen del producto a Colanta, tanto en el año 2000 como en el 2001, repartida así: en un 50% por asociados y el otro 50% por no asociados, y se pudo establecer que la totalidad de los productores, tanto los asociados como los no asociados, recibieron bonificaciones que dependieron exclusivamente de la calidad de la leche fresca, medida en las variables ya descritas.

En tal suerte, la asignación de las bonificaciones que hace la empresa investigada, obedece al mayor o menor nivel de calidad que presente la leche fresca, lo cual y ajustado a criterios puramente cualitativos, de manera alguna conlleva o presupone un acto de discriminación, dado que el tratamiento desigual encuentra entendibles justificaciones.

Para que exista un acto discriminatorio no basta con que se conceda un tratamiento diferente, pues se requiere además, que esa diferencia en el trato esté desprovista de justificaciones razonables. Luego, la base de la discriminación no estriba en la concesión de tratamientos desiguales sino en la ausencia de motivos valederos para ello. De modo que, toda discriminación presupone un trato desigual, pero no todo trato diferencial conlleva una discriminación; el punto determinante ha de buscarse en el por qué se actúa de una manera frente a una persona y de otro distinta, frente a otra, tratando de establecer si una y otra se encuentran en planos de equivalencia.

este Despacho concluye que la asignación del precio para los productores obedeció a los parámetros de calidad establecidos por Colanta y no a la adquisición del alimento concentrado. En consecuencia, no existe discriminación de parte de la empresa investigada cuando asigna precios disímiles a los productores de leche habida cuenta que las diferencias en el trato están fundadas en las calidades del producto ofrecido; con lo cual, quien ofrece la leche bajo deficientes condiciones de higiene, por ejemplo, no está en un mismo plano de equivalencia que quien lo hace en niveles óptimos de calidad, motivo por el cual es de esperarse que la posición de Colanta y su respuesta frente a cada uno de los productores no sea la misma, ya que como lo expresa la Corte Constitucional, no se puede tratar a distintos como iguales.

Por consiguiente, no se está ubicando a un proveedor en situación desventajosa frente a otro de condiciones análogas, por cuanto las condiciones de uno y otro no son en esencia las mismas, y al no serlo justifican la aplicación de tratos particulares, acordes con sus condiciones.

Por lo anterior, encuentra esta Delegatura que los cargos que sustentaban la supuesta

discriminación ejercida por parte de Colanta, no corresponden a lo demostrado, pues según se ha dicho, las bonificaciones que concede a ciertos ganaderos están amparadas en la mejor calidad de su producto. En consecuencia, se concluye que no hay lugar a la configuración del numeral 2 del artículo 50 del Decreto 2153 de 1992, por los hechos que se ordenara investigar a través de la resolución 24956 de 2001

Numeral 3 del artículo 50 Decreto 2153 de 1992

Conforme a lo previsto en esta norma, se considera abusivo de la posición dominante el acto que tenga por objeto o tenga como efecto subordinar el suministro de un producto a la aceptación de obligaciones adicionales, que por su naturaleza no constituirían el objeto del negocio, sin perjuicio de lo establecido por otras disposiciones.

La infracción señalada debe estructurarse sobre la base que la empresa que ostenta posición dominante en el mercado respectivo:

- Tenga por objeto subordinar el suministro de un producto a la aceptación de obligaciones adicionales, que por su naturaleza no constituirían el objeto del negocio;
- Tenga por efecto subordinar el suministro de un producto a la aceptación de obligaciones adicionales, que por su naturaleza no constituirían el objeto del negocio;

Así pues, de manera global aparece lo siguiente:

- Tengo por objeto Subordinar el suministro de un producto a la aceptación de obligaciones adicionales, que por su naturaleza no constituirían el objeto del negocio.

Para esta Entidad el objeto debe ser entendido como la potencialidad de una conducta para causar daño a un mercado, sin que sea necesario que el resultado esperado se produzca. Es decir puede ser sancionada la conducta dirigida a afectar un mercado sin tener que esperar a que se produzca el daño.

En este orden y para continuar con el correspondiente análisis, es menester determinar cuál es el producto principal, como las supuestas obligaciones adicionales a las que se estaría siendo subordinado, en aras de poder establecer si concurren los supuestos configurativos del precepto normativo que está siendo analizado. Así pues, aparece:

a) El producto que se adquiere

Como lo hemos visto a lo largo de este análisis, Colanta compra leche fresca tanto a productores asociados como no asociados con el propósito de utilizarla como materia

prima para la producción y comercialización de leche pasteurizada y productos lácteos. En esta perspectiva el producto que se adquiere es la leche fresca.

b) La supuesta obligación adicional

De acuerdo con la denuncia, Colanta estaría exigiendo a los productores de leche que pretendían ingresar como asociados a la Cooperativa, la compra de los concentrados que ésta produce. Es así como en la denuncia formulada por la Cámara de la Industria de Alimentos Balanceados de la ANDI, se afirma que, *"A quien desee asociarse a la cooperativa, se le exige que utilice el alimento de su marca, como uno de los requisitos para la aceptación de dicha asociación."*

Empero, habiendo revisado los estatutos sociales de la Cooperativa, pudimos constatar que dentro de los requisitos que se exigen para adquirir la condición de asociado o para mantenerla, no aparece la obligatoriedad de adquirir productos concentrados de la marca Colanta. Lo anterior sería corroborado por los testimonios recepcionados por este Despacho, quienes manifestaron no estar obligados a adquirir concentrados de Colanta, varios de ellos incluso, señalando que alimentan su ganado con productos de otras marcas, que tal circunstancia es conocida por la empresa investigada y que no se ha producido ninguna consecuencia por ello.

es importante resaltar que de acuerdo con lo expresado por el representante legal de Colanta, la empresa no tiene como política obligar a sus asociados a la compra de concentrados que producen, por cuanto éste es un aspecto dejado a la liberalidad de cada asociado. En este sentido, manifestó que no se ha dado instrucción o la orden a los visitadores técnicos de la Cooperativa, para que obliguen o constriñan a los asociados a la compra de un concentrado en particular.

Acorde con lo anterior, encontramos que varios de los productores de leche fresca, quienes en los testimonios recepcionados en la etapa de averiguación preliminar manifestaron su inconformidad con la exigencia de tener que comprar concentrados de la marca Colanta para su afiliación a la Cooperativa y buena calificación de la leche; expresaron más tarde, en las diligencias para efectuar el reconocimiento de contenido y firma de las declaraciones recibidas entre el 24 y 26 de abril de 2001, que tal situación se habría presentado durante el tiempo en que el señor Benjumea se había desempeñado como veterinario de Colanta en la zona, pues cuando éste fue reemplazado cesaron las exigencias aludidas, lo que nos permite concluir que en realidad no era política de Colanta supeditar la compra del producto a la obligación adicional de adquirir el concentrado de su marca, sino que se había tratado de circunstancias aisladas, en todo caso, desprovistas de la aprobación o el conocimiento de la empresa investigada.

Luego, no es cierto que para tener la condición de productor asociado a la Cooperativa, se exija necesariamente la compra del concentrado producido por la misma Colanta, pues como se vio, existe un porcentaje significativo de productores asociados que no consumen este concentrado y sin embargo mantienen su condición de asociados.

Del análisis realizado se infiere, que el consumo o no del concentrado producido por Colanta, depende de la decisión del productor y no de imposiciones de la Cooperativa. En esa medida, tendríamos entonces que no existe la subordinación en la compra de la leche que se señala en la denuncia, pues no es cierto que Colanta compre únicamente a los ganaderos asociados, y de otra parte, existe la posibilidad para el ganadero de elegir libremente la marca del concentrado que desea utilizar en la alimentación de sus vacas. Siendo así, no se configura el precepto contenido en el numeral 3 del artículo 50 del Decreto 2153 de 1992, por los hechos que han sido investigados.

Numeral 6 del artículo 50, Decreto 2153 de 1992

Se considera abuso de posición de dominio, obstruir o impedir a terceros el acceso a los mercados o a los canales de comercialización.

Así pues, la infracción señalada debe estructurarse sobre la base que la empresa que ostenta posición dominante en el mercado respectivo:

- Obstruya o impida a terceros el acceso a los mercados
- Obstruya o impida a terceros el acceso a los canales de comercialización

Como se pudo determinar en los análisis precedentes, Colanta no le exige a sus asociados o a los productores que pretendan serlo, la compra de sus concentrados, luego sería imposible, por esta vía, que estuviera impidiendo a otros productores de concentrados, acceder libremente al mercado.

Es de resaltar que, la capacidad de producción de la planta de alimentos concentrados para ganado bovino es de 10.000 toneladas mensuales, y en la actualidad está empleando la totalidad, luego al presentarse un incremento significativo en la demanda de alimentos concentrados para ganado bovino, Colanta tendría que efectuar inversiones del orden de los \$6.000.000.000,^[33] pues no cuenta con la capacidad instalada para atender una mayor demanda. Esto es corroborado en la declaración recepcionada al representante legal de Colanta Ltda., como respuesta a la pregunta 14, "Incide la compra de alimentos concentrados para ganado, en el precio de la leche fresca que compra la Cooperativa? Si es así, explique ¿por qué?, en donde manifiesto " *No existe preferencias por la compra de concentrados y no*

podría existir porque no tenemos la capacidad de producir concentrados para los asociados que tenemos...".

Adicionalmente al tener en cuenta que, la participación de Colanta en el mercado de producción y venta de concentrados para ganado bovino en el departamento de Antioquia para el año 2001 fue del 33% aproximadamente, se observa que su participación en este mercado no es mayoritaria, lo que nos lleva a pensar que, ningún sentido tendría que Colanta obligara a sus asociados a comprar los concentrados de sus marcas, cuando no está en capacidad de abastecerlos.

De manera que, la composición del mercado de concentrados hace evidente la necesidad de que otros agentes económicos participen en él, ya que Colanta está en incapacidad de abastecer plenamente la demanda, y como ya se expusiera, el ganadero tiene libertad para decidir la marca que utilizará en el proceso de alimentación de su ganado, lo que crea un escenario favorable para el libre acceso y la participación de otros productores de concentrado.

Siendo así, considera este Despacho que, los hechos analizados no encuadran dentro del numeral 6 del artículo 50 del Decreto 2153 de 1992, razón por la cual, no habría lugar a responsabilidad de parte de la empresa investigada.

Responsabilidad del representante legal

En el caso particular, al no existir violación a ninguno de los numerales 2º, 3º y 6º del artículo 50 del Decreto 2153 de 1992, como se indicó anteriormente, este Despacho encuentra que el representante legal de la Cooperativa Colanta Ltda., consecuentemente no contravino lo dispuesto en el numeral 16 del artículo 4º del precitado Decreto, en el entendido que, para que haya responsabilidad del representante legal es menester que se haya establecido previamente la responsabilidad de la empresa a que pertenece por la infracción a las normas sobre libre competencia.

4. Decisión de la Superintendencia

ARTÍCULO 1o. Cerrar la presente investigación sin que haya lugar a imponer sanción a la Cooperativa Colanta Ltda. o a Jenaro Sabino de Jesús Pérez Gutiérrez como persona natural, en consecuencia ordena su archivo.

ARTÍCULO 2o. Notificar personalmente el contenido de la presente resolución al doctor Enrique Aranguren Laurens, apoderado especial de la Cooperativa Colanta Ltda., entregándole copia de la misma e informándole que en su contra procede el recurso de reposición interpuesto ante el Superintendente de Industria y Comercio en el acto de

notificación o dentro de los 5 días siguientes a la misma.

5. Análisis y conclusiones

En virtud de lo previsto por el Decreto 2153 de 1992,^[1] existirá posición dominante cuando se tenga *"la posibilidad de determinar, directa o indirectamente, las condiciones de un mercado."*

Ahora bien, según lo ha entendido esta Superintendencia, un agente económico se encontrará en la situación descrita, cuando esté en capacidad de modificar significativa y unilateralmente el precio, las cantidades ofrecidas o cualquier otra variable significativa para el mercado relevante, siempre que pueda mantener la modificación perdurablemente, porque la reacción de sus competidores, efectivos y/o potenciales, o de los consumidores, no sería suficiente para disuadirlo de realizar tal conducta.

En este contexto, corresponde establecer si la Cooperativa Lechera Colanta Ltda., estaba en capacidad de alterar significativamente y en forma unilateral los precios, la oferta o la demanda, sin que se generara competencia de otras áreas o hubiera posibilidad de sustitución por otros productos, de entidad suficiente como para hacerlo disuadir de su determinación.

Bajo este enfoque, los factores que analizamos para determinar la existencia o no de posición de dominio en el mercado son:

El agente económico

Se pretende con este estudio evidenciar si la Cooperativa Lechera Colanta Ltda., ostenta posición de dominio en el mercado relevante que más adelante definiremos. Al respecto debemos empezar por señalar que, La Cooperativa Lechera Colanta Ltda., es una empresa asociativa de responsabilidad limitada, sin ánimo de lucro, con fines de interés social, y que cuenta con un número de asociados variable e ilimitado.

Dentro de su objeto social está "...la financiación, producción, industria, distribución y comercialización de la leche y sus derivados, alimentos y bebidas, así como la producción del sector agrario en general...".

El mercado relevante

El mercado relevante determina cuáles son los bienes y servicios entre los que puede plantearse una competencia efectiva, así como el ámbito geográfico dentro del cual se ofrecen y se intercambian, analizando la sustituibilidad que pueda presentarse entre los

distintos productos ofrecidos y demandados.

De esta forma, no puede perderse de vista que el mercado relevante para un análisis de presuntas violaciones al régimen de competencia, debe retrotraerse al grupo de productos más reducido y al área geográfica más pequeña con el fin de evitar posibles diluciones del efecto en el mercado y distorsiones sobre la participación o actividad del agente investigado en él.

Hecha la anterior aproximación conceptual, corresponde adentrarnos en el caso concreto, para definir el mercado del producto y la zona o ámbito geográfico que componen el mercado relevante.

Proyectado por: Diego Guarín