

BOLETÍN

Derecho de los Mercados



NÚMERO: 0020
Marzo DE 2007

MAURICIO VELANDIA ABOGADOS
MAURICIO VELANDIA
LEONARDO ORTIZ
XIMENA TOVAR
WALTER BELTRAN

CONTENIDO	PAGINA
EDITORIAL	
LONDRES, EDGAR ALLAN POE, DESATENCIÓN Y COMPETENCIA	1
OTRAS COSAS	1
SECCIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	
LAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS, INCLUIDO EL VINO, NO PODRÁN ANUNCIARSE COMO SALUDABLES	2
SECCIÓN DE COMPETENCIA	
GAS NATURAL PRESENTA OTRA DEMANDA CONTRA E.ON POR ABUSO DE POSICIÓN DOMINANTE	3
TELEFÓNICA NO TENDRÁ QUE PAGAR LA MULTA MÁS ALTA DE SU HISTORIA	4
SAMSUNG PAGARÁ \$90 MILLONES DE DÓLARES COMO INDEMNIZACIÓN A UNA PRÁCTICA COMERCIAL RESTRICTIVA	4
LA FEDERAL TRADE COMMISSION DA A CONOCER LA LISTA ANUAL DE LAS PRINCIPALES CATEGORÍAS DE QUEJAS PRESENTADAS POR LOS CONSUMIDORES	5
LIBRO	6

EDITORIAL

LONDRES, EDGAR ALLAN POE, DESATENCIÓN Y COMPETENCIA

M Por :Mauricio Velandia



Edgar Allan Poe, en la introducción a uno de sus cuentos dice que, “la inteligencia no existe, que lo que existe es la buena atención”.

Para ello, hace un ejercicio dentro de uno de sus tantos cuentos. Y dice, palabras más palabras menos, que si a él lo dejan ver con atención por media hora las cartas de 3 jugadores de póker sin que los jugadores se den cuenta, él a la media hora podría, sin mirar las cartas de los jugadores, sino mirando a los jugadores, saber el juego que cada uno tiene, dado que prestó atención a los gestos, movimientos y posturas de cada

jugador con cada carta. Con el bueno y el mal juego.

Poe es un gran exponente de la novela negra. Oriundo de Boston. Nacido en el siglo xviii.

Me impacto la introducción, y el cuento, ya que en la historia relatada por Poe, el asesino de la novela solo se descubre hasta el final de la misma, pero su nombre aparece en escena desde la segunda hoja de la historia. Ejemplo claro de que es necesario poner atención.

Comparto en parte lo dicho por Poe. La atención es la cruda realidad. El lenguaje de lo físico.

Actualmente estoy en Londres, adelantando diferentes estudios. Perfeccionando mi inglés, cursos de competencia y de canales de distribución, entrevistas con oficinas locales y algunas clases aisladas de fotografía y pintura.

Me vine a decantar lo hecho, y lo no hecho.

Hoy con los 15 días que llevo en esta ciudad, puedo afirmar que la atención ha sido la



forma por mi utilizada para observar la realidad londinense. La buena y la mala, porque como dice Aristoteles, la equanimidad se consigue siempre estando en la mitad entre dos extremos.

Ahora, aplicando un símil de lo relatado por Poe con el derecho de la competencia, se tiene que si Poe llega a tener razón, entonces existe en cada uno una competencia entre la atención y la distracción.

Quién ganará ..., y quién tendrá posición de dominio, ... la atención, o la distracción. Es una gran competencia.

En mi sentir, no se quien gane porque rico ser atento en algunas cosas, y distraído en otras, pero de todas maneras creo que la inteligencia también existe, pues se requiere ser inteligente para decidir en la vida a que se le presta atención a que no.

Otra cosa (i): Es increíble la forma como las comunicaciones han avanzado. Es verdad que estamos en el siglo xxi. Y todo gratis...

Otra cosa (ii): Debido a la gran cantidad de noticias que reporta Europa en materia de derecho de los mercados y en materia de responsabilidad, en los próximos meses el Boletín se editará mes por mes.

Otra cosa (iii): Mauricio Velandía Abogados continua abierto en Bogotá y Medellín. Es el siglo xxi... Gracias a nuestros clientes por el voto positivo a nuestra empresa. Estamos capacitándonos para ustedes.

Otra cosa (iv): Mis amigos, y aquellos con quienes he tenido oportunidad de departir en clase, cuentan con un amigo en Londres.

SECCIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

LAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS, INCLUIDO EL VINO, NO PODRÁN ANUNCIARSE COMO SALUDABLES

A partir del próximo 1 de julio las bebidas alcohólicas "con una graduación superior en volumen al 1,2%", entre ellas también el vino, no podrán publicitarse como productos "saludables" en los medios de comunicación

o a través de sus etiquetas. Así lo recoge una norma que entró en vigor el pasado 19 de enero en toda la Unión Europea (UE) y que será "obligatoria" en todos estos países para las mismas fechas, según ha anunciado la ministra de Sanidad Elena Salgado.

Según ha explicado Salgado durante una rueda de prensa en la que estuvo acompañada por el presidente de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN), Félix Lobo, "a partir del próximo 1 de julio no podrán difundirse comunicaciones comerciales diciendo, por ejemplo, que la ingesta de vino es beneficiosa para el buen funcionamiento del corazón. **Sólo las bebidas sin alcohol o bajas en alcohol podrán incluir este dato** como mensaje positivo en su publicidad o en sus etiquetas".



La responsable de Sanidad ha indicado que el reglamento europeo relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos se comenzará a aplicar desde julio en el caso del alcohol. Sin embargo dará "por prudencia" **dos años de plazo a las empresas para "retirar" del mercado la publicidad** y los alimentos cuyas etiquetas aseguren que el producto contiene propiedades nutricionales, mejoran la salud o reducen el riesgo de sufrir enfermedades si antes la empresa no lo prueba "científicamente" ante los responsables de la AESAN, encargada de realizar estos controles.

Concretamente, la norma obligará a los empresarios que vendan con reclamos nutricionales tales como 'light', 'bajo en grasa o calorías, sal o azúcar' o 'rico en vitaminas, fibra o proteínas', a que **"demuestren con pruebas científicas"** que sus productos



poseen la sustancia beneficiosa prometida en cantidades suficientes para producir los efectos deseados y que efectivamente el alimento genera en el consumidor estos beneficios.

Asimismo, los productores que aseguren en publicidad y etiquetas que sus alimentos poseen "propiedades que mejoran la salud" de quienes los consumen deberán demostrar según el caso, que son realmente "buenos para las defensas del organismo, ayudan a reforzar nuestra salud o que reducen los niveles de colesterol".

La reglamentación obligará también a probar "científicamente" que un determinado producto "reduce el riesgo de sufrir enfermedades o disminuye, por ejemplo, el riesgo de padecer isquemia coronaria o accidentes cerebro-vasculares".

Esta exigencia alcanza también a los productos de consumo infantil que en su publicidad prometan beneficios que por ejemplo ayuden 'al crecimiento de los hijos'. Se prohibirán "en cualquier caso" los mensajes que aseguren que un alimento posee "**propiedades terapéuticas o curativas**".

La ministra Salgado destaca que este nuevo reglamento europeo, de cumplimiento directo como ocurrió con la norma sobre la anisakiasis, viene a **cubrir el "vacío legal" existente hasta ahora en el ámbito del etiquetado** y la publicidad de alimentos, en la que durante 2005 un 16% de los anuncios "incumplieron" la legislación vigente en España para regular la publicidad, "fortaleciendo" la protección de los derechos de los consumidores a recibir una información veraz y a su vez evitando que las empresas tengan que sufrir "la competencia desleal" de aquellas que usan publicidad.

Fuente: www.elmundo.es

SECCIÓN DE COMPETENCIA

GAS NATURAL PRESENTA OTRA DEMANDA CONTRA E.ON POR ABUSO DE POSICIÓN DOMINANTE

La empresa Gas Natural ha presentado ante un juzgado mercantil de Barcelona una

nueva demanda contra E.ON por abuso de posición dominante en la compra de empresas, en la que pide la nulidad de la opa de la germana sobre Endesa por considerar que se financia gracias a su posición de privilegio en Alemania.

Según han confirmado fuentes de Gas Natural, en la demanda, presentada el pasado 21 de noviembre ante el juzgado mercantil número 5 de Barcelona, se acusa al grupo alemán de violar el artículo 82 del Tratado de la Unión Europea que prohíbe "la explotación abusiva de una posición de dominio".



La gasista catalana pide la nulidad de la opa de E.ON sobre Endesa, ya que considera que esta operación se financia con fondos obtenidos en el mercado alemán, donde las tarifas eléctricas son muy superiores a las del resto de los países europeos, según varios diarios.

Esta denuncia es independiente de la que Gas Natural prepara en el juzgado mercantil número 1 de Barcelona por uso de información privilegiada y competencia desleal en la opa de E.ON.

En su escrito, la compañía presidida por Salvador Gabarró asegura que esta situación se remonta a la antigua condición de E.ON como monopolio eléctrico y se reforzó en 2002 con la compra de Ruhrgas -el operador dominante del gas en Alemania-, operación que fue aprobada por el Gobierno alemán, a pesar de la oposición de la autoridad germana de defensa de la competencia.

Gas Natural alega en su escrito que la compañía resultante ha venido desde entonces dominando unos mercados energéticos alemanes que, a pesar de las medidas liberalizadoras adoptadas desde 1998, "no cuentan con un grado de competencia suficiente".



No se ha solicitado expresamente la medida cautelar consistente en la suspensión de la oferta puesto que, como recuerda Gas Natural, la oferta está "en la práctica,



suspendida". No obstante, Gas Natural se reserva el derecho de solicitar dicha suspensión si la situación anterior de suspensión de facto cambiara por cualquier circunstancia.

Fuente: www.elmundo.es

(Un verdadero caso de competencia este. Les estaremos informando)

TELEFÓNICA NO TENDRÁ QUE PAGAR LA MULTA MÁS ALTA DE SU HISTORIA



La Audiencia Nacional ha anulado la sentencia del Tribunal de Defensa de la Competencia (TDC) que en abril de 2004 impuso a Telefónica la sanción más alta de su historia, 57 millones de euros. La Audiencia Nacional había suspendido cautelarmente la ejecución de la sentencia en julio de ese mismo año por considerar que su pago inmediato causaría perjuicios muy graves en el funcionamiento de la compañía. La sentencia del Tribunal de Defensa de la Competencia señalaba que Telefónica había puesto trabas al proceso de preselección de llamadas, lo que suponía afectar gravemente al proceso liberalizador. Ahora, la Audiencia Nacional considera que no hay pruebas de una distorsión o daño grave de las condiciones de competencia en el mercado producida por la actividad de Telefónica.

La resolución del TDC tiene su origen en una denuncia de la Asociación de Empresas Operadoras y de Servicios de Telecomunicaciones (Astel). Esta patronal denunció a Telefónica por supuestas prácticas restrictivas de la competencia al emprender una campaña con la que, según los denunciantes, pretendía recuperar

clientes preasignados, esto es, que habían elegido a otro operador para realizar sus llamadas.

Es la segunda sentencia que anulan a Telefónica en los últimos días, ya que la pasada semana se conoció un dictamen del TDC en el que ordenaba al Ministerio de Economía y Hacienda a devolver a Telefónica 8,41 millones de euros que la operadora había abonado en diciembre de 2000 por una denuncia contra la campaña "Los planes claros.

Los anuncios no son susceptibles de ser sancionados.

De hecho, el fallo la Audiencia Nacional cita en su resolución este "antecedente, que no se puede pasar por alto, dadas sus similitudes con el presente caso". En sus fundamentos de derecho, la Audiencia concluye que los anuncios de televisión, argumentarios y "mailings" de Telefónica objetos de la denuncia "no son susceptibles de ser sancionados" según lo establecido en la Ley de Defensa de la Competencia (LDC), dado que, según indica, "sólo si los actos desleales distorsionan gravemente las condiciones de competencia en el mercado con perjuicio del interés público pueden recibir incriminación".

Según argumenta, "todos los datos abundan en la idea de la inexistencia de prueba de una distorsión o daño grave de las condiciones en el mercado, producida por efectos de actos desleales". Además, considera que "tampoco existe base suficiente para considerar probado que la campaña publicitaria de Telefónica enjuiciada haya ocasionado distorsión grave de las condiciones de competencia en el mercado", añade la sentencia.

Fuente: www.elpais.es



SAMSUNG PAGARÁ \$90 MILLONES DE DÓLARES COMO INDEMNIZACIÓN A UNA PRÁCTICA COMERCIAL RESTRICTIVA



La surcoreana Samsung Electronics, la más grande fabricante de chips en el mundo, acordó pagar \$90 millones de dólares dentro de un acuerdo al que llegó en el proceso de responsabilidad civil que se adelanta ante una Corte Federal del Distrito de San Francisco, al haber conspirado para fijar precios junto con otras seis compañías del mercado de los chips.

Samsung dijo que el acuerdo termina de forma definitiva con el proceso. En un proceso anterior Samsung había llegado a un acuerdo con fabricantes de computadores y otros compradores directos que habían pagado precios inflados como consecuencia del acuerdo de precios.

Los estados demandantes no han llegado todavía a un acuerdo de cómo distribuir el dinero; una vez lo hagan anunciarán como será distribuido el dinero entre los consumidores.

Samsung pagará \$80 millones de dólares que corresponden a los perjuicios causados con su conducta y \$10 millones de dólares que corresponden a los gastos de la investigación y del proceso.

Esta demanda civil es una de las muchas que surgieron después del caso penal que llevó a la cárcel a tres directivos de Samsung por haber inflado los precios de los chips ente abril de 1999 y junio de 2002.

La conspiración salió a la luz pública luego que Micron Technology solicitó ante el Departamento de Justicia una amnistía, para escapar de la acusación, y a cambio reveló cómo las siete compañías intercambiaron información para presionar las fuerzas del

mercado que estaban llevando los precios de los chips a niveles muy bajos.

Cinco de las compañías involucradas han pagado \$310 millones de dólares dentro de otros procesos civiles iniciados por compradores directos, como fabricantes pequeños de computadores y tiendas de reparación. Las compañías Mosel y Nanya no llegaron a un acuerdo con los estados demandantes y llevarán el caso a un juicio que comienza el 23 de abril en San Francisco.

Fuente: www.nyt.com

LA FEDERAL TRADE COMMISSION DA A CONOCER LA LISTA ANUAL DE LAS PRINCIPALES CATEGORÍAS DE QUEJAS PRESENTADAS POR LOS CONSUMIDORES

La Comisión Federal de Comercio (Federal Trade Commission, FTC) ha difundido su informe anual Consumer Fraud and Identity Theft Complaint Data en el cual se detallan las quejas de fraude y robo de identidad presentadas por los consumidores ante la agencia. Por séptimo año consecutivo, el robo de identidad encabeza la lista registrando el 36 por ciento del total de 674,354 quejas recibidas entre el 1º de enero y el 31 de diciembre de 2006. Entre las demás categorías que ocupan los primeros puestos de la lista de quejas se incluyen: compras desde el hogar/ventas por catálogo; premios, sorteos y loterías; quejas referidas a servicios de Internet y computadoras y fraude de subastas en Internet.



La Chairman de la Comisión Federal de Comercio, Deborah Platt Majoras dijo al



respecto: “La ayuda de los consumidores es crítica a la hora de detener las operaciones ilegales. Al someter sus quejas con la FTC, los consumidores le dan esa información a más de 1,600 agencias de cumplimiento de ley que tienen acceso a nuestra base de datos segura y esto ayuda en las investigaciones de los casos de fraudes”.

Este año, los datos de las quejas recibidas han sido clasificados en las siguientes 16 categorías:

Puesto	Categorías Principales	Quejas	%
1	Robo de Identidad	246,035	36%
2	Compras desde el Hogar/Ventas por Catálogo	46,995	7%
3	Premios/Sorteos y Loterías	45,587	7%
4	Quejas sobre Servicios de Internet y Computadoras	41,243	6%
5	Subastas en Internet	32,832	5%
6	Ofrecimientos de Dinero Extranjero	20,411	3%
7	Préstamos con Cargo Adelantado y Protección/Reparación de Crédito	10,857	2%
8	Clubes de Compradores y de Revistas	8,924	1%
9	Servicios Telefónicos	8,165	1%
10	Atención Médica	7,467	1%
11	Oportunidades de Negocio y Planes de Trabajo en Casa	7,460	1%
12	Viajes, Vacaciones y Tiempos Compartidos	6,712	1%
13	Artículos y Servicios para Oficinas	5,723	1%
14	Subsidios: Becas/Educativas & No-Educativas	5,310	1%
15	Agencias de Empleo/Aseores Laborales/Trabajo en el Exterior	4,485	1%
16	Inversiones	3,630	1%
	Otras quejas codificadas	12,399	2%

Otras conclusiones resultantes del informe son:

Los consumidores reportaron pérdidas por fraude por un total de \$1.1 billones; el monto de la pérdida monetaria promedio fue de \$500. El ochenta y cinco por ciento de los consumidores que reportaron haber sido víctimas del fraude también reportaron haber perdido un monto de dinero.

Continúa aumentando el porcentaje de quejas de fraude cuyo método de pago es el giro cablegráfico (wire transfer). El veintitrés por ciento de los consumidores reportaron haber utilizado el giro cablegráfico como método de pago, lo que representa un aumento de ocho puntos porcentuales con respecto al año 2005.

El fraude con tarjetas de crédito (25 por ciento) fue la forma más común reportada para la categoría de robo de identidad, seguido por el fraude de servicios telefónicos u otros servicios de utilidades (16 por ciento), fraude bancario (16 por ciento) y fraude relacionado al empleo (14 por ciento).

Fuente: www.ftc.gov

LIBRO

Manual de Derecho de los Mercados (apuntes)

En los últimos días editamos un preámbulo del libro que será publicado por la Universidad externado de Colombia.

De dicho libro apareció una reseña reciente en ambito jurídico, donde al respecto se indicó:



Esta fue una edición que fue obsequiada a personas cercanas a nuestra firma. Sin embargo, a fin de difundir el tema, hemos decidido obsequiar una (1) cartilla a las primeras 30 primeras personas que nos envíen un mensaje con la dirección a donde se enviaría la publicación.

El mensaje debe ser enviado a mauriciovelandia@mauriciovelandia.com