



MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015
(25 MAYO 2015)

Radicación: 13-114718

VERSIÓN PÚBLICA

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

**EL SUPERINTENDENTE DELEGADO PARA LA PROTECCIÓN DE LA
COMPETENCIA**

En ejercicio de sus facultades legales, en especial de las previstas en los numerales 2 y 3 del artículo 1, y en el numeral 4 del artículo 9 del Decreto 4886 de 2011 y,

CONSIDERANDO:

PRIMERO: Que el artículo 333 de la Constitución Política de Colombia establece que "(...) *la libre competencia económica es un derecho de todos (...)*" y que "(...) *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*".

SEGUNDO: Que el artículo 2 de la Ley 1340 de 2009 estableció que "[l]o dispuesto en las normas sobre protección de la competencia se aplicará respecto de todo aquel que desarrolle una actividad económica o afecte o pueda afectar ese desarrollo, independientemente de su forma o naturaleza jurídica y en relación con las conductas que tengan o puedan tener efectos total o parcialmente en los mercados nacionales, cualquiera que sea la actividad o sector económico". (Subrayado fuera de texto).

TERCERO: Que de conformidad con lo previsto en el numeral 3 del artículo 1 del Decreto 4886 de 2011, es función de la **SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO** (en adelante "**SIC**"), "[c]onocer en forma privativa de las reclamaciones o quejas por hechos que afecten la competencia en todos los mercados nacionales y dar trámite a aquellas que sean significativas para alcanzar en particular, los siguientes propósitos: la libre participación de las empresas en el mercado, el bienestar de los consumidores y la eficiencia económica". (Subrayado fuera de texto).

CUARTO: Que según lo dispuesto en el numeral 4 del artículo 9 del Decreto 4886 de 2011, corresponde al Superintendente Delegado para la Protección de la Competencia "[t]ramitar, de oficio o por solicitud de un tercero, averiguaciones preliminares e instruir las investigaciones tendientes a establecer infracciones a las disposiciones sobre protección de la competencia".

X

RESOLUCIÓN NÚMERO _____ DE 2015 Hoja No. 2

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

QUINTO: Que mediante comunicación radicada con el No. 13-114718-0 del 8 de mayo del 2013¹, la Delegatura para la Protección de la Competencia de la **SIC** (en adelante "la Delegatura") ordenó la práctica de una visita administrativa a las instalaciones de **DISTRIBUIDORA LOS COCHES LA SABANA S.A.** (en adelante "**LOS COCHES**") para establecer si existe evidencia que determine la necesidad de iniciar una investigación por presuntas prácticas comerciales restrictivas de la competencia en el mercado de **distribución y comercialización de vehículos automotores nuevos en Colombia.**

SEXTO: Que en desarrollo de las facultades conferidas a esta Entidad en los numerales 62, 63 y 64 del artículo 1 del Decreto 4886 de 2011², la Delegatura adelantó las actuaciones que se relacionan a continuación:

6.1. Visitas administrativas de inspección

- A las instalaciones de **LOS COCHES**, ubicadas en Avenida el Dorado No. 77-04 de Bogotá D.C, el 9 de mayo de 2013, como consta en el acta de visita administrativa radicada con el No. 13-114718-01 del 14 de mayo de 2013³.
- A las instalaciones de **GENERAL MOTORS COLMOTORES S.A.** (en adelante "**GENERAL MOTORS COLMOTORES**"), ubicadas en la Avenida Boyacá (Calle 56 A Sur) No. 33-53 Bogotá D.C., el 15 de mayo de 2013, como consta en el acta de visita administrativa radicada con el No. 13-114718-04 del 23 de mayo de 2013⁴.
- A las instalaciones de **COUNTRY MOTORS S.A.** (en adelante "**COUNTRY**"), ubicadas en la Calle 77 No. 66-07 de Barranquilla, 24 de mayo de 2013, como

¹ Folio 1 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente. Entiéndase que en el presente acto administrativo cuando se hace referencia al Expediente, el mismo corresponde al radicado con el No. 13-114718.

² Artículo 1 del Decreto 4886 de 2011: "**Funciones generales.** (...) La Superintendencia de Industria y Comercio ejercerá las siguientes funciones:

(...)

62. Realizar visitas de inspección, decretar y practicar pruebas y recaudar toda la información conducente, con el fin de verificar el cumplimiento de las disposiciones legales cuyo control le compete y adoptar las medidas que correspondan conforme a la ley.

63. Solicitar a las personas naturales y jurídicas el suministro de datos, informes, libros y papeles de comercio que se requieran para el correcto ejercicio de sus funciones.

64. Interrogar, bajo juramento y con observancia de las formalidades previstas para esta clase de pruebas en el Código de Procedimiento Civil, a cualquier persona cuyo testimonio pueda resultar útil para el esclarecimiento de los hechos durante el desarrollo de sus funciones.

(...)"

³ Folios 2 al 5 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

⁴ Folios 10 al 15 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 3

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

consta en el acta de visita administrativa radicada con el No. 13-114718-11 del 6 de junio de 2013⁵.

- A las instalaciones de **CAMPESA S.A.** (en adelante "**CAMPESA**"), ubicadas en la Calle 54 No. 23-87 de Bucaramanga, el 27 de mayo de 2013, como consta en el acta de visita administrativa radicada con el No. 13-114718-12 del 6 de junio de 2013⁶.
- A las instalaciones de **COLTOLIMA LTDA.** (en adelante "**COLTOLIMA**"), ubicadas en el Kilómetro 4 Vía Mirolindo de Ibagué, el 24 de mayo de 2013, como consta en el acta de visita administrativa radicada con el No. 13-114718-08 del 27 de mayo de 2013⁷.
- A las instalaciones de **CALIMA MOTOR S.A.** (en adelante "**CALIMA**"), ubicadas en la Carrera 1 No. 32-35 de Cali, el 29 de mayo de 2013, como consta en el acta de visita administrativa radicada con el No. 13-114718-13 del 6 de junio de 2013⁸.
- A las instalaciones de **AYURÁ MOTOR S.A.** (en adelante "**AYURÁ**"), ubicadas en la Carrera 48 No. 26 Sur -27 de Envigado, Antioquia, el 31 de mayo de 2013, como consta en el acta de visita administrativa radicada con el No. 13-114718-14 del 6 de junio de 2013⁹.

6.2. Requerimientos de información

- A **LOS COCHES**, durante la diligencia de visita administrativa de inspección adelantada en sus instalaciones ubicadas en Bogotá D.C., cuya respuesta fue allegada mediante comunicación radicada con el No. 13-114718-01 del 14 de mayo de 2013¹⁰.
- A **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, durante la diligencia de visita administrativa de inspección adelantada en sus instalaciones ubicadas en Bogotá D.C., cuya respuesta fue allegada mediante comunicaciones radicadas con los No. 13-114718-03 del 17 de mayo de 2013¹¹ y 13-114718-18 del 17 de julio del 2013¹².

⁵ Folios 41 al 43 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

⁶ Folios 94 a 96 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

⁷ Folios 34 a 35 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

⁸ Folios 126 a 129 de Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

⁹ Folios 161 a 162 del Cuaderno Público No. 2 del Expediente.

¹⁰ CD obrante a folio 08 del Cuaderno LOS COCHES Reservado No. 1 del Expediente.

¹¹ CD obrante a folio 30 del Cuaderno GENERAL MOTORS COLMOTORES Reservado No.1 del Expediente.

¹² Folios 286 a 306 del Cuaderno GENERAL MOTORS COLMOTORES Reservado No. 1 del Expediente.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 4

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

- A **CALIMA**, durante la diligencia de visita administrativa de inspección adelantada en sus instalaciones ubicadas en Cali, cuya respuesta fue allegada mediante comunicación radicada con el No. 13-114718-16 del 12 de junio de 2013¹³.
- A **COUNTRY**, durante la diligencia de visita administrativa de inspección adelantada en sus instalaciones ubicadas en Barranquilla, cuya respuesta fue allegada mediante comunicación radicada con el No. 13-114718-15 del 7 de junio de 2013¹⁴.

6.3. Testimonios

- A **NICOLÁS RENDÓN ESCOBAR**, en su calidad de Gerente Comercial de **LOS COCHES**, practicado durante la diligencia de visita administrativa de inspección adelantada en las instalaciones de Bogotá D.C. de dicha empresa, el 9 de mayo de 2013¹⁵.
- A **RICARDO SALAZAR ARIAS**, en su calidad de Gerente General de **LOS COCHES**, practicado durante la diligencia de visita administrativa de inspección adelantada en las instalaciones de Bogotá D.C. de dicha empresa, el 9 de mayo de 2013¹⁶ y en las instalaciones de la **SIC** el 20 de agosto de 2014¹⁷.
- A **JORGE ALEJANDRO MEJÍA GONZÁLEZ**, en su calidad de Gerente General de **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, practicado durante la diligencia de visita administrativa de inspección adelantada en las instalaciones de Bogotá D.C. de dicha empresa, el 15 de mayo de 2013¹⁸.
- A **HUMBERTO LEONARDO GÓMEZ CAMPUZANO**, en su calidad de Vicepresidente Comercial de **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, practicado durante la diligencia de visita administrativa de inspección adelantada en las instalaciones de Bogotá D.C. de dicha empresa, el 15 de mayo de 2013¹⁹.
- A **LIBIA ACHURY TORRES**, en su calidad de Gerente General de **COLTOLIMA**, practicado durante la diligencia de visita administrativa de inspección adelantada en las instalaciones de Ibagué de dicha empresa, el 24 de mayo de 2013²⁰.

¹³ Folios 190 a 285 del Cuaderno CALIMA MOTOR S.A. Reservado No. 1 del Expediente.

¹⁴ Folios 166 a 188 del Cuaderno COUNTRY MOTORS S.A. Reservado No. 1 del Expediente.

¹⁵ CD obrante a folio 7 del Cuaderno LOS COCHES Reservado No. 1 del Expediente.

¹⁶ CD obrante a folio 7 del Cuaderno LOS COCHES Reservado No. 1 del Expediente.

¹⁷ CD obrante a folio 652 del Cuaderno LOS COCHES Reservado No. 1 del Expediente.

¹⁸ CD obrante a folio 25 del Cuaderno GENERAL MOTORS COLMOTORES Reservado No. 1 del Expediente.

¹⁹ CD obrante a folio 26 del Cuaderno GENERAL MOTORS COLMOTORES Reservado No. 1 del Expediente.

²⁰ CD obrante a folio 39 del Cuaderno COLTOLIMA LTDA Reservado No. 1 del Expediente.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 5

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

- A **SANTIAGO RAFAEL ALCOCER VÉLEZ**, en su calidad de Gerente General y Representanta Legal de **COUNTRY**, practicado durante la diligencia de visita administrativa de inspección adelantada en las instalaciones de Barranquilla de dicha empresa, el 24 de mayo de 2013²¹.
- A **LENA PATRICIA BARRIOS CONTRERAS**, en su calidad de Directora Jurídica de **COUNTRY**, practicado durante la diligencia de visita administrativa de inspección adelantada en las instalaciones de Barranquilla de dicha empresa, el 24 de mayo de 2013²².
- A **ALBERTO ALARCÓN FRENCH**, en su calidad de Gerente General y Representante Legal de **CAMPESA**, practicado durante la diligencia de visita administrativa de inspección adelantada en las instalaciones de Bucaramanga de dicha empresa, el 27 de mayo de 2013²³.
- A **FRANCISCO JOSÉ GUERRERO OCHOA**, en su calidad de Gerente General de **CALIMA**, practicado durante la diligencia de visita administrativa de inspección adelantada en las instalaciones de Cali de dicha empresa, el 29 de mayo de 2013²⁴.
- A **WILMAR MARÍN TORRES**, en su calidad de Contralor de **AYURÁ**, practicado durante la diligencia de visita administrativa de inspección adelantada en las instalaciones de Cali de dicha empresa, el 31 de mayo de 2013²⁵.
- A **CARLOS GUSTAVO CANO SANZ**, en su calidad de accionista de **COLTOLIMA**, practicado en las instalaciones de la **SIC**, el 21 de Marzo de 2014²⁶.

SÉPTIMO: Que mediante memorando radicado con el No. 13-114718-30 del 21 de febrero de 2014²⁷, la Delegatura inició una averiguación preliminar con el fin de establecer si existe evidencia sobre la necesidad de iniciar una investigación por la realización de presuntas prácticas comerciales restrictivas de la competencia por parte de **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, en el mercado de **distribución y comercialización de vehículos automotores nuevos en Colombia**.

²¹ CD obrante a folio 93 del Cuaderno COUNTRY MOTORS S.A. Reservado No. 1 del Expediente.

²² CD obrante a folio 93 del Cuaderno COUNTRY MOTORS S.A. Reservado No. 1 del Expediente.

²³ CD obrante a folio 125 del Cuaderno CAMPESA S.A. Reservada No. 1 del Expediente.

²⁴ CD obrante a folio 160 del Cuaderno CALIMA MOTOR S.A. Reservado No. 1 del Expediente.

²⁵ CD obrante a folio 164 del Cuaderno AYURÁ Reservado No. 1 del Expediente.

²⁶ CD obrante a folio 476A del Cuaderno COLTOLIMA Reservado No. 1 del Expediente.

²⁷ Folio 456 del Cuaderno Público No. 4 del Expediente.

RESOLUCIÓN NÚMERO **26129** DE 2015 Hoja No. 6

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

OCTAVO: Que en desarrollo de las facultades conferidas a esta Entidad por los numerales 62, 63 y 64 del artículo 1 del Decreto 4886 de 2011, la Delegatura efectuó las siguientes actuaciones en el marco de la averiguación preliminar:

8.1. Testimonios

- A **MARÍA CAROLINA GÓMEZ GÓMEZ**, en su calidad de Subgerente General de **CALIMA**, practicado en las instalaciones de la **SIC**, el 24 de octubre de 2014²⁸.
- A **FRANCISCO JOSÉ GUERRERO OCHOA**, en su calidad de Gerente General de **CALIMA**, practicado en las instalaciones de la **SIC**, el 24 de octubre de 2014²⁹.
- A **CAROLINA RAMÍREZ GARZÓN**, en su calidad de empleada de **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, practicado en las instalaciones de la **SIC**, el 18 de marzo de 2014³⁰.
- A **PABLO ECHEVERRY JARAMILLO**, en su calidad de Gerente de zona de **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, practicado en las instalaciones de la **SIC**, el 18 de marzo de 2014³¹.
- A **JAIRO CANDELO GONZÁLEZ**, en su calidad de Gerente Comercial Posventa de **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, practicado en las instalaciones de la **SIC**, el 18 de marzo de 2014³².
- A **EDUARDO DE JESÚS REATIGÁ MADRID**, en su calidad de Gerente General Motor – Isuzu de **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, practicado en las instalaciones de la **SIC**, el 18 de marzo de 2014³³.
- A **CAMILO ANDRÉS MONTEJO CASTAÑEDA**, en su calidad de Gerente de Mercadeo de **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, practicado en las instalaciones de la **SIC**, el 18 de marzo de 2014³⁴.

²⁸ CD obrante a folio 483 del Cuaderno CALIMA MOTOR S.A. Reservado No. 1 del Expediente.

²⁹ CD obrante a folio 500 del Cuaderno CALIMA MOTOR S.A. Reservado No. 1 del Expediente.

³⁰ CD obrante a folio 462 del Cuaderno GENERAL MOTORS COLMOTORES Reservado No. 4 del Expediente.

³¹ CD obrante a folio 464 del Cuaderno Público GENERAL MOTORS COLMOTORES Reservado No. 1 del Expediente.

³² CD obrante a folio 468 del Cuaderno GENERAL MOTORS COLMOTORES Reservado No. 1 del Expediente.

³³ CD obrante a folio 466 del Cuaderno GENERAL MOTORS COLMOTORES Reservado No. 1 del Expediente.

³⁴ CD obrante a folio 470 del Cuaderno GENERAL MOTORS COLMOTORES Reservado No. 1 del Expediente.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 7

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

- A **JOSÉ RICARDO SARMIENTO GONZÁLEZ**, en su calidad de Gerente Regional Ventas de **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, practicado en las instalaciones de la **SIC**, el 18 de marzo de 2014³⁵.
- A **CARLOS GUSTAVO CANO SANZ**, en su calidad de Gerente General de **COLTOLIMA**, practicado en las instalaciones de la **SIC**, el 21 de Marzo de 2014³⁶.
- A **LUIS FERNANDO VILLA GIRALDO**, en su calidad de Gerente General de **CENTRO MOTORS S.A.** (en adelante "**CENTRO MOTORS**"), practicado en las instalaciones de la **SIC**, el 24 de octubre de 2014³⁷.
- A **FEDERICO ROJAS OCAMPO**, en su calidad de miembro de la Junta Directiva de **CENTRO MOTORS**, practicado en las instalaciones de la **SIC**, el 24 de octubre de 2014³⁸.

NOVENO: Que de la información recaudada en desarrollo de la averiguación preliminar, y del análisis de la misma, esta Delegatura encontró que se habrían ejecutado conductas presuntamente violatorias de las normas sobre protección de la competencia en el mercado de **distribución y comercialización de vehículos automotores nuevos en Colombia**.

9.1. Conducta presuntamente anticompetitiva desplegada por GENERAL MOTORS COLMOTORES

De la averiguación preliminar adelantada por esta Delegatura se encontró que, para la época de los hechos investigados (2011 - 2013), **GENERAL MOTORS COLMOTORES** tenía entre el 23% y 34% del mercado de vehículos automotores nuevos en el territorio Colombiano, ocupando siempre el primer lugar en ventas. Así mismo, se observó que **GENERAL MOTORS COLMOTORES** estaría presuntamente vulnerando el régimen de protección de la competencia, al impedir que las sociedades titulares de los contratos de concesión constituyan entes societarios y/o establecimientos de comercio nuevos e independientes a través de los cuales se realice la distribución y/o comercialización separada de vehículos automotores nuevos de marcas diferentes a **CHEVROLET** en el territorio Colombiano.

La presunta restricción impuesta por **GENERAL MOTORS COLMOTORES** estaría orientada a impedir que los inversionistas de los concesionarios **CHEVROLET** contemplen la posibilidad de comercializar y/o distribuir marcas diferentes a **CHEVROLET** en establecimientos comerciales independientes y/o a través de sociedades autónomas. Lo anterior, sin perjuicio de que el concesionario cumpliera a cabalidad con todas las obligaciones que emanen del contrato de concesión ya suscrito con **GENERAL MOTORS COLMOTORES**.

³⁵ CD obrante a folio 472 del Cuaderno GENERAL MOTORS COLMOTORES Reservado No. 1 del Expediente.

³⁶ CD obrante a folio 472A del Cuaderno COLTOLIMA Reservado No. 1 del Expediente.

³⁷ CD obrante a folio 648 del Cuaderno CENTRO MOTORS Reservado No. 1 del Expediente.

³⁸ CD obrante a folio 651 del Cuaderno CENTRO MOTORS Reservado No. 1 del Expediente.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 8

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

En virtud de lo expuesto, **GENERAL MOTORS COLMOTORES** presuntamente habría advertido a los concesionarios autorizados o red de concesionarios **CHEVROLET** que, de constituir nuevas sociedades y/o establecimientos de comercio para la comercialización y/o distribución de vehículos automotores nuevos diferentes a **CHEVROLET** en Colombia, procedería a la no renovación y/o finalización del contrato de concesión.

Teniendo en cuenta que para la época de los hechos investigados **GENERAL MOTORS COLMOTORES** tenía entre el 23% y 34% del mercado de vehículos automotores nuevos en Colombia, y que el competidor más cercano, cual es **SOFASA S.A.** con su marca **RENAULT**, obtuvo entre el 14% y el 17%, la conducta aquí descrita sería idónea para bloquear la entrada y/o la consolidación de otras marcas de vehículos automotores nuevos diferentes a **CHEVROLET** en el mercado colombiano.

Así las cosas, la conducta aquí reprochada se constituiría como una práctica, procedimiento o sistema tendiente a limitar la libre competencia, ya que sus efectos generarían como resultado la limitación de la participación y expansión de otras marcas de vehículos automotores nuevos diferentes a **CHEVROLET** en el mercado colombiano.

9.2. Del mercado relevante presuntamente afectado

Antes de definir el mercado relevante afectado, la Delegatura considera relevante realizar una descripción del sector industrial automotriz en Colombia.

9.2.1. Sector Industrial Automotriz

En Colombia, el sector industrial automotriz está representado por tres actividades de principales de producción, a saber: (i) ensamblaje de vehículos³⁹, (ii) producción de autopartes y (iii) ensamblaje de motocicletas⁴⁰.

En los vehículos automotores se encuentran dos grandes clasificaciones: (i) los *vehículos de turismo*, que están destinados exclusivamente para el transporte de personas; y (ii) los *vehículos de carga*, que están destinados principalmente al transporte de materiales y animales⁴¹.

Las **autopartes** son las piezas de la estructura del vehículo. Existen dos grandes conjuntos de piezas: (i) la carrocería y (ii) el chasis; la primera determina la finalidad

³⁹ "Vehículo automotor: Vehículo terrestre movido por sus propios medios que se desliza mínimo sobre cuatro ruedas dispuestas en más de una alineación y que están siempre en contacto con el suelo, y de las cuales por lo menos dos son directrices y dos de propulsión". Actividad Cultural del **BANCO DE LA REPÚBLICA** (en adelante "**BANREP**"), Gas Natural Comprimido Vehicular. Consulta: 4 de agosto de 2014. Disponible: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ciencias/sena/mecanica/gas-preconversion-vehiculos/indice.htm>.

⁴⁰ Cámara de la Industria Automotriz, Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (en adelante "**ANDI**"). Disponible en: <http://www.andi.com.co/cinau>. Consulta: 4 de agosto de 2014.

⁴¹ *Ibidem*.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 9

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

para la cual se destina el vehículo, ya sea para carga o para pasajeros; y la segunda, es la base estructural del vehículo que se compone de otras subestructuras⁴².

Las **motocicletas** presentan grandes diferencias en su ensamblaje frente a los vehículos automotores toda vez que las características técnicas de producción y las materias primas utilizadas no son comunes por la estructura del producto⁴³.

9.2.2. Cadena productiva del automotor y sus partes

La cadena de producción del automotor y de sus partes, que pertenece a la industria automotriz analizada anteriormente, está compuesta por dos actividades de producción de vehículos automotores, a saber: (i) el ensamblaje de vehículos automotores y (ii) la fabricación de partes y piezas de dichos vehículos que se utilizan como repuestos o como objeto del ensamblaje⁴⁴.

⁴² El chasis está compuesto por el bastidor el cual es columna vertebral del vehículo y el cual soporta lo órganos mecánicos del mismo. Dicho bastidor se compone del estampado, que está formado por dos largueros unidos entre sí por travesaños, y la plataforma, que es un autoportante o monocasco que forma una sola pieza con el armazón mecánico de la carrocería. a su vez la estructura del vehículo considera en su sistema mecánico, el motor de combustión interna, el cual transforma la energía calórica del combustible en energía cinética mediante combustión, lo cual permite movimiento propio al vehículo. **BANREP CULTURAL**, Gas Natural Comprimido Vehicular. Consulta: 4 de agosto de 2014. Disponible: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ciencias/sena/mecanica/gas-preconversionvehiculos/indice.htm>

⁴³ Motocicleta: "un vehículo a motor, diferente de un tractor, destinado a funcionar sobre no más de tres ruedas en contacto con el suelo y que pesa menos de 1500 libras" **CROUSE W. & ANGLIN D**, "MECÁNICA DE LA MOTOCICLETA", MARCOMBO S.A, 1992. Ver: <https://books.google.com.co/books?id=XWcbIUJUpKEC&pg=PA2&lpg=PA2&dq=CROUSE+W.+%26+ANGLIN+D,+%E2%80%99CEC%3%81NICA+DE+LA+MOTOCICLETA%E2%80%99D,&source=bl&ots=Q3FzCoPGP8&sig=N-MHkvTdJ4FDRaCZAPgDpMVJkX8&hl=es&sa=X&ei=cvLIVMXNB4iWgwSkh4CQAg&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=CROUSE%20W.%20%26%20ANGLIN%20D%2C%20%E2%80%99CEC%3%81NICA%20DE%20LA%20MOTOCICLETA%E2%80%99D%2C&f=false>. Consulta: 4 de agosto de 2014.

⁴⁴ La Revisión 4 adaptada para Colombia de la **CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME** de todas las actividades económicas (en adelante "CIU") del **DANE**, corresponde a la clasificación internacional de referencia de las actividades productivas. Tiene como propósito principal "ofrecer un conjunto de categorías de actividades económicas que se pueda utilizar para la reunión y presentación de estadísticas de acuerdo con esas actividades".

Con relación a su estructura, esta se encuentra "organizada jerárquicamente en cuatro niveles de clasificación integrados entre sí: Secciones, Divisiones, Grupos y Clases. Dicha organización jerárquica hace que cada categoría se subdivide en conjuntos de categorías del nivel inmediatamente inferior, es decir que de cada sección se desprende una o varias divisiones; de cada división, uno o varios grupos; y de cada grupo, una o varias clases".

Así, la cadena de automotores y autopartes se encuentra clasificada según la **CIU** dentro de la "División" denominada "Fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques" identificada con el código 29. El "Grupo" tiene la misma denominación que la división, pero sus códigos de clasificación son el 291, 292 y 293 de acuerdo a las actividades relacionadas con la cadena productiva. Finalmente se clasifican en tres clases:

- 2910: fabricación de vehículos automotores y sus motores
- 2920: fabricación de carrocerías para vehículos automotores; fabricación de remolques y semirremolques
- 2930: fabricación de partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 10

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

El ensamblaje principal se opera mediante tres formas, a saber: (i) armado, el cual consiste en unir partes que ya fueron estampadas de acuerdo al modelo, es decir, las puertas, pisos, carrocería y cubiertas; (ii) montaje, que implica el ensamblaje de las partes mecánicas como el motor, los ejes, sistemas de frenos, tapetes y otros accesorios, y; (iii) pintura, la cual resalta el aspecto del vehículo y se logra luego de realizar el desengrase, la aplicación de laca y cubrimiento fosfato para lograr una mayor absorción de la pintura, anticorrosivo y varias capas de acrílico brillante⁴⁵.

El insumo principal de la cadena de producción del automotor y sus partes es el material desarmado que se utiliza para el ensamblaje y que se importa directamente de las casas matrices. Dicho insumo se denomina CKD⁴⁶ y representa cerca del 60% de los costos de producción de un vehículo.

Una vez presentada la cadena productiva y las actividades económicas del sector industrial, esta Delegatura considera pertinente -en el marco de los hechos que dieron origen a la presente actuación-, enfocar el análisis al subsector de **distribución y comercialización de vehículos automotores nuevos en Colombia**, mercado en el que **GENERAL MOTORS COLMOTORES** habría ejecutado una práctica, procedimiento o sistema tendiente a limitar la libre competencia.

9.2.3. Distribución y comercialización de vehículos automotores nuevos en Colombia

A continuación, la Delegatura presenta la descripción del mercado que presuntamente se habría visto afectado por los hechos aquí investigados⁴⁷. El estudio del mercado se enfocará en la **distribución y comercialización de vehículos automotores nuevos**, por ser éste en el que se habría ejecutado la práctica restrictiva de la competencia por parte de **GENERAL MOTORS COLMOTORES**. Posteriormente, y bajo la misma línea, se delimitará el ámbito geográfico dentro del cual dicha empresa desarrolla su actividad.

La Delegatura define el mercado presuntamente afectado como el de **distribución y comercialización de vehículos automotores nuevos**, en la medida en que la prohibición impuesta por **GENERAL MOTORS COLMOTORES** a sus concesionarios estaría encaminada a impedir que dichos agentes realizaran inversiones en otras

⁴⁵ DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN (en adelante "DNP"). Estudios sectoriales. Véase: <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Empresarial/Automotor.pdf>. Consultado el 8 de agosto de 2014.

⁴⁶ Completely Know Down. Categoría donde se agrupan todas las partes y piezas para ensamblaje de vehículos. Fuente: **DNP**. Estudios sectoriales. Véase: <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Empresarial/Automotor.pdf>. Consultado el 8 de agosto de 2014.

⁴⁷ El mercado relevante, tal como lo establece la legislación europea, es una herramienta que permite, mediante la correcta definición del producto y su dimensión geográfica, establecer los límites dentro de los cuales las empresas relacionadas compiten. En este sentido, según el documento "*Notice on the Definition of the Relevant Market for the Purposes of [EU] Competition Law*", con el mercado relevante, se definen todas las posibles restricciones que pueden tener los agentes económicos identificados, para actuar de formas no competitivas. COMMISSION NOTICE on the definition of relevant market for the purposes of Community Competition Law (97/C 372/03)

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 11

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

sociedades o establecimientos de comercio para la **distribución y comercialización de vehículos automotores nuevos en Colombia**, lo cual impediría o limitaría la entrada y expansión de los competidores de **GENERAL MOTORS COLMOTORES** en el mercado colombiano.

9.2.3.1. Mercado de producto

Al realizar el análisis del mercado producto de los vehículos automotores nuevos en Colombia, se pueden determinar las alternativas de consumo que existen respecto de dicho producto y la medida en que dichas alternativas sustituyen el uso del mismo.

9.2.3.1.1. Tipología, clases y usos de los vehículos automotores nuevos

Los vehículos automotores se clasifican en principio por el tipo de uso al que se destina su fabricación. Por un lado, los *vehículos de turismo* o “turismos” comprenden los vehículos de carretera de motor a excepción de las motos, destinados al transporte de pasajeros y diseñados para que se sienten no más de nueve personas, incluido el conductor; mientras que los *vehículos comerciales*, comprenden los vehículos de carga ligera y pesada tales como los camiones, camionetas, tracto-camiones, autobuses, etc.⁴⁸

A su vez, los vehículos automotores se pueden clasificar de acuerdo con el servicio prestado, es decir, por la manera en que el consumidor dispone su uso. El *vehículo de servicio particular*⁴⁹ está destinado a satisfacer las necesidades privadas de los individuos de movilizar personas, animales o cosas. Por su parte, el *vehículo de servicio público*⁵⁰ debe estar homologado, es decir, registrado y autorizado por la autoridad de transporte competente⁵¹ para el transporte de pasajeros, carga o de ambos por las vías de uso público mediante el cobro de una tarifa, porte, flete o pasaje⁵².

Ahora bien, para determinar la clasificación específica de los vehículos automotores que circulan en el territorio colombiano se tendrá en cuenta la clasificación

⁴⁸ Vehículos en uso, **ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE CONSTRUCTORES DE AUTOMÓVILES**, (en adelante “OICA”). Ver: <http://www.oica.net/wp-content/uploads//DEFINITIONS-VEHICLE-IN-USE1.pdf>. Consulta: 2 de marzo de 2015.

⁴⁹ Artículo 2 del Código Nacional de Tránsito Ley 769 del 6 de agosto de 2002. Ver: <https://www.mintransporte.gov.co/loader.php?IServicio=Glosario&letra=&offset=3>. Consulta 2 de marzo de 2015.

⁵⁰ *Ibidem*.

⁵¹ Todo vehículo de servicio público para transporte de pasajeros debe tener una tarjeta de operación que tiene vigencia por dos (2) años, excepto en el caso del servicio individual que es de un año (1) año. Dicha tarjeta la debe gestionar la empresa a la cual se encuentra vinculado el vehículo ante la autoridad de transporte competente con dos (2) meses de anticipación a su vencimiento. Artículo 12, 55, 56 y 57 del Decreto 170 del 5 de febrero de 2001. **MINISTERIO DE TRANSPORTE** (en adelante “**MINTRANSPORTE**”). Ver: <https://www.mintransporte.gov.co/descargar.php?idFile=128>. Consulta: 26 de marzo de 2015.

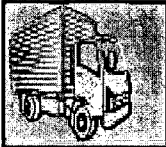
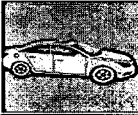
⁵² Parque automotor de carga en Colombia, definiciones, **MINTRANSPORTE**. Ver: <https://www.mintransporte.gov.co/descargar.php?idFile=4311>. Consulta: 2 de marzo de 2015.

RESOLUCIÓN NÚMERO **26129** DE 2015 Hoja No. 12

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

establecida en el **SEGURO OBLIGATORIO DE ACCIDENTES DE TRÁNSITO**⁵³ (en adelante “**SOAT**”). A continuación, se enumeran los diferentes vehículos automotores en la Tabla No. 1.

Tabla No. 1. Clases de vehículos automotores

CLASE	DEFINICIÓN	CARACTERÍSTICAS
Camperos	Vehículos a motor con transmisión doble (incluida la versión 4x2), sin incluir los camperos de servicio público para el transporte de pasajeros.	 Camperos y Camionetas 0-9 años 21 Menos de 1.500 C.C 22 De 1.500 a 2.500 C.C 23 Más de 2.500 C.C
Camionetas	Vehículos a motor de cuatro o más ruedas dotados con carrocería abierta o cerrada para carga con capacidad máxima de una (1) tonelada.	 Camperos y Camionetas 10 años o más 21 Menos de 1.500 C.C 22 De 1.500 a 2.500 C.C 23 Más de 2.500 C.C
Carga	Comprende los vehículos dotados con carrocería abierta o cerrada, destinados al transporte de carga o equipos fijos (equipos eléctricos, carros de basura, grúas, montacargas, volquetas, etc.) con capacidad de carga superior a una (1) tonelada.	 Carga o Mixto 31 Menos 5 Toneladas 32 De 5 a 15 Toneladas 33 Más de 15 Toneladas
Mixtos	Maquinaria amarilla, industrial y agrícola, cuando circule por una vía pública o privada con acceso al público y vehículos de carga a los cuales se les ha dotado de compartimiento para transportar hasta seis (6) personas.	
Vehículos oficiales especiales y ambulancias	Vehículos oficiales cuyas características no permitan ser clasificados en otras categorías, tales como los vehículos al servicio de las fuerzas militares, policía y organismos estatales de seguridad. Incluye las ambulancias de toda clase, los vehículos al servicio del cuerpo de bomberos, los vehículos acondicionados para el transporte de valores y los vehículos destinados al servicio de funcionarios diplomáticos o consulares, entre otros.	 Oficiales Especiales 41 Menos de 1.500 C.C 42 De 1.500 a 2.500 C.C 43 Más de 2.500 C.C
Autos familiares	Son los vehículos no alquilables, con capacidad máxima para cinco (5) pasajeros y por los cuales no se cobra pasaje. Incluye los vehículos Station Wagon y Break.	 Autos Familiares 0-9 años 51 Menos de 1.500 C.C 52 De 1.500 a 2.500 C.C 53 Más de 2.500 C.C Autos Familiares 10 años o más 51 Menos de 1.500 C.C 52 De 1.500 a 2.500 C.C 53 Más de 2.500 C.C
Vehículos particulares para seis (6) o más pasajeros	Vehículos de cuatro (4) o más ruedas, no alquilables, con capacidad para seis (6) o más pasajeros y por los cuales no se cobra pasaje.	 Vehículo 6 o + Pasajeros 0-9 años 61 Menos de 2.500 C.C 62 2.500 C.C ó más Vehículo 6 o + Pasajeros 10 años o más 61 Menos de 2.500 C.C 62 2.500 C.C ó más
Autos de negocios, taxis y microbuses urbanos	Taxis, camperos, camionetas y mixtos destinados al servicio público urbano para el transporte de pasajeros, con capacidad máxima para cinco (5) pasajeros y los microbuses de servicio público urbano con capacidad máxima para doce (12) pasajeros. Incluidos los destinados al alquiler, enseñanza automotriz y los carros fúnebres.	 Autos Negocio 0-9 años 71 Menos de 1.500 C.C 72 De 1.500 a 2.500 C.C 73 Más de 2.500 C.C Autos Negocio 10 años o más 71 Menos de 1.500 C.C 72 De 1.500 a 2.500 C.C 73 Más de 2.500 C.C
Vehículos de servicio público urbano, buses y busetas	Vehículos de servicio público urbano, incluidos los vehículos de transporte masivo y microbuses con capacidad superior a doce (12) pasajeros.	 Bus-Buseta Servicio Público Urbano 81 Bus-Buseta Urbano
Vehículos de servicio público intermunicipal	Cualquier categoría de vehículo de servicio público autorizado para operar a nivel nacional y los vehículos destinados al transporte escolar.	 Servicio Público Intermunicipal 91 Menos de 10 Pasajeros 92 10 o más Pasajeros

Fuente: Elaboración **SIC** tomando en cuenta la clasificación de Tarifas **SOAT 2015**⁵⁴.

⁵³ El **SOAT**, es el seguro obligatorio de accidentes de tránsito que todo vehículo debe tener, el cual ampara los gastos médicos, de transporte, muerte, incapacidad permanente, en caso de un accidente de tránsito. Los Artículos 115 y 116 de la Ley 33 de 1986, por la cual se creó el seguro obligatorio de daños corporales causados a las personas en accidentes de tránsito, establecen la obligatoriedad de contratar dicho seguro. “El ABC sobre el Seguro Obligatorio de Daños Corporales causados a las Personas en Accidentes de Tránsito (SOAT)”. 27 de febrero de 2009. Ver: http://www.serviciosdetransito.com:8080/serviciosExternos/noticias/abc_soat.pdf. Consulta: 26 de marzo de 2015.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 13

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

9.2.3.1.2. Sustituibilidad de la demanda

De acuerdo a las tipologías y caracterizaciones del producto, se considerará el grado de sustitución que este tenga en el mercado, con el fin de establecer qué tan fácil le resulta a un consumidor cambiar de un producto a otro.

De acuerdo con la definición del mercado en estudio, es preciso aclarar que en el país no existen bienes sustitutos perfectos para los vehículos automotores nuevos, toda vez que el uso del producto está determinado por la necesidad de transporte del individuo que lo adquiere, ya sea para movilizarse, movilizar a otras personas, o para movilizar bienes. Si bien es cierto que existen alternativas de movilización dentro del territorio nacional tales como, el transporte aéreo, fluvial, o férreo, las diferencias de precios y de utilización no permiten considerarlas sustitutos.

Por otro lado, existen otros productos o medios de transporte terrestre como las motocicletas, las bicicletas o vehículos de tracción animal, que no cuentan con espacios amplios que permitan la comodidad para el consumidor, es decir, no cuentan con la capacidad de espacio, motor, velocidad y la fuerza que se emplea para su movimiento, ni cuentan con disponibilidad y seguridad, en cuanto al acceso a vías de circulación complicadas, como las pendientes y las vías en mal estado o rústicas.

Por esta razón, se estudiará la sustituibilidad de la demanda intra-producto de acuerdo a las categorizaciones o tipos del mismo.

De acuerdo a la clasificación de los vehículos automotores en general, las preferencias del consumidor variarán dependiendo de las necesidades de movilización y/o transporte, y de acuerdo al ingreso disponible destinado a la compra y mantenimiento de vehículos automotores nuevos.

Según las características y definiciones descritas en la Tabla No. 1, las preferencias del consumidor están sujetas al uso que requiera darle al vehículo automotor nuevo, esto es, la demanda dependerá directamente del uso al que esté destinado, el cual se determina de acuerdo a tres factores de apreciación del producto por parte del individuo, a saber:

- Destino de uso: si el vehículo automotor está destinado al transporte de personas (pasajeros) o si está destinado al transporte de carga, esto es, bienes o animales, especialmente.
- Disposición del servicio: si el vehículo automotor prestará un servicio particular, es decir, si representa una utilidad privada, o si el vehículo automotor prestará un servicio público, es decir, transportará personas o bienes a cambio de una contraprestación.
- Capacidad: si el vehículo automotor tiene la capacidad adecuada para el uso que se desea, es decir, si de acuerdo a su uso, sea carga o turismo, puede transportar la cantidad de personas o el peso de carga al cual se destinará sin

⁵⁴ **FEDERACIÓN DE ASEGURADORES COLOMBIANOS** (en adelante "FASECOLDA"), Cámara de SOAT, Tarifas Comerciales 2015. Ver: <http://www.fasecolda.com/index.php/ramos/soat/tarifas-y-coberturas/tarifas-comerciales/>. Consulta: 2 de marzo de 2015.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 14

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

recurrir al sobrecupo⁵⁵.

Teniendo en cuenta lo anterior, la sustituibilidad entre vehículos automotores nuevos en Colombia no se presentará generalmente entre los segmentos del producto⁵⁶ (atendiendo a las diferencias en características, usos, etc.), por lo cual el mercado relevante en el presente caso es el de vehículos automotores nuevos en Colombia, sin que existan productos sustitutos que permitan ampliar dicho mercado.

9.2.3.1.3. Características de la oferta

En Colombia operan ocho ensambladoras de vehículos de las cuales, hasta el año 2012, el 99% de la producción bruta se concentró en las primeras cuatro ensambladoras mencionadas en la Tabla No. 2⁵⁷.

Tabla No. 2. Ensambladoras de vehículos automotores nuevos en Colombia

ENSAMBLADORAS DE VEHÍCULOS	MARCAS	OBSERVACIONES DE ACTIVIDAD
1. COMPAÑÍA COLOMBIANA AUTOMOTRIZ S.A. C.C.A	MAZDA	Hasta el 8 de mayo de 2014, fecha en la cual se disolvió y la empresa enfocó su negocio en las importaciones
2. GENERAL MOTORS COLMOTORES	ISUZU, VOLVO Y CHEVROLET	Fabricación de vehículos automotores y sus motores y el comercio de vehículos automotores nuevos
3. SOFASA S.A.	RENAULT	Fabricación de vehículos automotores y sus motores y el comercio de vehículos automotores nuevos
4. HINO MOTORS MANUFACTURING S.A.	HINO	La marca pertenece al GRUPO TOYOTA
5. CARROCERÍAS NON PLUS ULTRA	MARCA PROPIA, CKD VOLKSWAGEN	Primera ensambladora de buses en Colombia
6. COMPAÑÍA DE AUTOENSAMBLE LTDA.	NISSAN	Fabricación de vehículos automotores y sus motores
7. COMERCIAL INTERNACIONAL DE EQUIPOS Y MAQUINARIA - NAVITRANS S.A.	AGRALE, INTERNATIONAL E IVECO	Marcas de tractores y camiones
8. DAIMLER COLOMBIA S.A.	MERCEDEZ BENZ	Buses

Fuente: Elaboración SIC tomando cifras de la ANDI⁵⁸.

⁵⁵ Ibídem.

⁵⁶ “En todas partes del mundo el mercado de vehículos se caracteriza por ser un mercado en el que los fabricantes compiten con bienes que son sustitutos imperfectos. Ante los consumidores los productos se diferencian no sólo por el precio, sino también por características como la marca, el cilindraje, el modelo, el tamaño y los accesorios. Los consumidores, cuando entran al mercado de vehículos, no consideran todas las opciones de vehículos antes de hacer su compra, pero rara vez miran sólo un vehículo. Según su restricción presupuestal y ciertas características como la edad, el tamaño del hogar, necesidades y preferencias, tienden a mirar un segmento de vehículos y a escoger entre ellos el que más se ajuste a su gusto. Dentro de cada segmento, los modelos de vehículos de las diferentes marcas compiten por el mercado, pero no compiten con modelos de diferentes segmentos. Esto tiende a cumplirse más para el vehículo promedio de un subgrupo, y se cumple poco para los vehículos cuyas características están en los extremos de la definición del segmento”. Impacto de una tarifa de IVA única para vehículos automotores, Informe Final. FUNDACIÓN PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR Y EL DESARROLLO (en adelante “FEDESARROLLO”). Marzo de 2008. Ver: <http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2011/08/Impacto-de-una-tarifa-de-IVA-%C3%BAnica-para-veh%C3%ADculos-automotores-MARZO-de-2008.pdf>. Consulta: 26 de marzo de 2015.

⁵⁷ Cámara de la Industria Automotriz, ANDI. Disponible en: <http://www.andi.com.co/cinau>. Consulta: 4 de agosto de 2014.

⁵⁸ Ibídem.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 15

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

Teniendo en cuenta la tabla anterior, es preciso indicar que en Colombia compiten otras marcas en el mercado que no tienen ensambladoras instaladas, sino que para incursionar en la **distribución y comercialización de vehículos automotores nuevos en Colombia** establecen relaciones comerciales con importadoras internas que se encargan de la distribución del producto para su posterior comercialización, como se muestra en la Tabla No. 3.

Tabla No. 3. Principales Importadoras de vehículos automotores nuevos en Colombia

IMPORTADORA DE VEHÍCULOS	MARCAS	OBSERVACIONES DE ACTIVIDAD
1. METROKIA S.A.	KIA	Importador de vehículos automotores nuevos de la marca en Colombia desde 2001
2. FORD MOTOR DE COLOMBIA SUCURSAL	FORD	Importador de la marca para Colombia y hace parte de la operación mundial de FORD MOTOR COMPANY que llegó a Colombia desde 1932 a 1971 y desde 1992 hasta la fecha
3. HYUNDAI COLOMBIA AUTOMOTRIZ S.A.	HYUNDAI	Importador de la marca para Colombia que nace en 1992 proveniente de HYUNDAI MOTOR COMPANY
4. AUTOGERMANA S.A.	BMW	Importador del BMW GROUP en Colombia desde 1982
5. PORSCHE COLOMBIA S.A.S.	VOLKSWAGEN	Desde el 2012 filial de PORSCHE HOLDING SALZBURG (Austria), es importador de automóviles, camiones y buses Volkswagen para Colombia. PORSCHE HOLDING SALZBURG , una empresa del GRUPO VOLKSWAGEN
6. VAS COLOMBIA S.A.	VOLKSWAGEN COMERCIALES LIVIANOS, AUDI Y SEAT, ŠKODA	Importador aliado de vehículos automotores nuevos de diferentes marcas del GRUPO VOLKSWAGEN

Fuente: Elaboración **SIC** tomando cifras de la **DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES DE COLOMBIA** (en adelante “**DIAN**”)⁵⁹.

Así, dentro del territorio nacional existe un parque automotor de aproximadamente cuatro millones de vehículos de los cuales cerca del 59,5% son importados a diciembre de 2014⁶⁰.

9.2.3.2. Mercado geográfico

De acuerdo al mercado producto descrito previamente, desde el punto de vista de sus tipos, características, clasificaciones y usos, se debe señalar que el mercado se encuentra desarrollado en todo el país, así, la mayor parte de la inversión del sector automotriz está concentrada en Bogotá, Barranquilla, Cali y en los departamentos de Risaralda, Quindío y Caldas⁶¹. Por esta razón, para efectos del presente estudio el mercado geográfico comprende la totalidad del territorio nacional de Colombia.

⁵⁹ Directorio de importadores y exportadores de Colombia, **DIAN**. Disponible: <http://www.dian.gov.co/dian/14cifrasgestion.nsf/pages/Estadisticas%20comercio%20exterior?opendocument>. Consulta: 27 de marzo de 2015.

⁶⁰ **PROCOLOMBIA** Sector Automotriz – Colombia. Disponible: <http://www.inviertaencolombia.com.co/sectores/manufacturas/automotriz.html>. Consulta: 13 de agosto de 2014.

⁶¹ *Ibidem*.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 16

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

9.2.3.3. Competencia en el mercado de los vehículos automotores nuevos

El mercado de vehículos automotores nuevos en Colombia presenta dos modalidades de competencia entre los agentes que participan en la distribución y la comercialización de los productos, a saber: i) inter-marca, e; ii) intra-marca. En este sentido, la determinación de dichas modalidades de competencia permite deducir la capacidad que tiene un determinado agente de aplicar restricciones anticompetitivas, ya sea a nivel inter-marca, intra-marca o en ambas modalidades.

9.2.3.3.1. Competencia intra-marca

La competencia intra-marca está definida como aquella que se presenta en un mercado donde existen distribuidores y/o comercializadores mayoristas o minoristas⁶², que para el caso objeto de la presente actuación hacen referencia a los establecimientos comerciales que obtienen la concesión para distribuir y comercializar una marca de vehículos determinada. Es decir, la competencia intra-marca es aquella que se presenta al interior de una misma red de distribución, cuando varios agentes se encargan de la comercialización de una misma marca de vehículos.

De acuerdo con lo anterior, la ensambladora o la importadora de la marca preferiría que los concesionarios compitan con concesionarios de otras marcas y no que compitan entre sí, lo cual podría responder a una racionalidad económica que consiste en crear una red de ventas de los vehículos automotores nuevos de la marca que representa, con el fin de posicionarla en el mercado y obtener un mayor beneficio. Lo anterior con el objetivo de crear ventajas competitivas en su red de concesionarios frente a concesionarios que vendan vehículos automotores nuevos de otras marcas, lo que tendría como resultado un mayor margen de ventas de la marca que produce o importa en todo el mercado.

Así, para garantizar que la eventual competencia entre los concesionarios que hacen parte de su red no genere ineficiencias, o afecte su posición en el mercado, la empresa ensambladora o importadora podría estar incentivada a establecer ciertas limitaciones al comportamiento que pueden adelantar los concesionarios de su red, tales como la delimitación de las zonas en las cuales sus concesionarios pueden comercializar el producto, o el compromiso adquirido por la ensambladora o importadora misma en el sentido de no proveer sus productos dentro de un determinado territorio a concesionarios distintos de los asignados a dicha zona.

9.2.3.3.2. Competencia inter-marca

La competencia inter-marca está definida como aquella que se presenta entre los fabricantes y/o proveedores de distintas marcas de un mismo producto⁶³, que en el caso objeto de la investigación, como ya se dijo, hace referencia a los fabricantes y/o proveedores de vehículos automotores nuevos en Colombia.

⁶² Stern, El Ansary, Coughlan, Cruz, "Canales de Comercialización", Capítulo 8: "Las políticas de dirección del canal de comercialización". Quinta edición. Ver: https://books.google.com.co/books?id=Tzw1JBz0slQC&pg=PA315&lpg=PA315&dq=competencia+intramarca&source=bl&ots=0bYLodwOjW&sig=J7Kdf6O-RwJMWtJC7lqcQ7_xntQ&hl=es&sa=X&ei=8rf5VLoghK6CBPOXgdAH&ved=0CCgQ6AEwAg#v=onepage&q=competencia%20intramarca&f=false. Consulta: 6 de marzo de 2015.

⁶³ Ibídem.

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

En el caso de la **distribución y comercialización de vehículos automotores nuevos en Colombia**, dicha competencia estaría representada por los distribuidores y comercializadores de las distintas marcas que operan en el país. A diferencia del escenario intra-marca, en el escenario de competencia inter-marca los concesionarios de vehículos automotores no compiten con concesionarios que venden la misma marca de vehículos, sino con concesionarios que venden otras marcas.

9.2.3.4. Canales de distribución y comercialización de vehículos automotores en Colombia

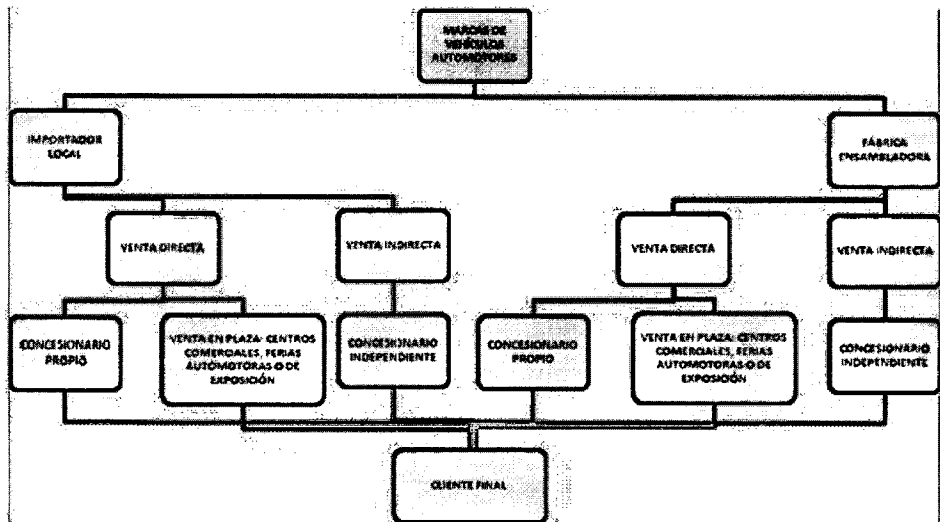
La **distribución y comercialización de vehículos automotores nuevos en Colombia** está definida de acuerdo al origen del producto, esto es, que el mismo se ensamble en el país o que se importe en su totalidad para ser comercializado.

En el primer caso, las ensambladoras ubicadas en el territorio colombiano son aquellas empresas autorizadas por marcas extranjeras para producir el vehículo automotor nuevo acabado, y para distribuirlo a los diferentes puntos de comercialización que cumplan con los requisitos para obtener la concesión de vender la marca registrada en el producto.

En el segundo caso, la marca contacta y autoriza a uno o varios distribuidores que se encarguen de la importación del producto, y lo pongan a disposición del mercado mediante establecimientos de comercio que también actúan como concesionarios de venta de la marca registrada del producto importado.

Con base en lo anterior, **la distribución y la comercialización de los vehículos automotores en Colombia** mantiene la misma dinámica en sus dos canales, ya sea por importación o por ensamblaje, diferenciándose tan solo en el origen del producto, como lo ilustra la Figura No. 1.

Figura No 1. Canales de distribución y comercialización de los vehículos automotores en Colombia.



Fuente: Elaboración SIC con base en información del Expediente⁶⁴.

⁶⁴ CD obrante a folio 30 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente. Archivo en medio magnético denominado "Listado Concesionarios – Ranking histórico 2010-2013 17-05-2013.xlsx"

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 18

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

Finalmente, es pertinente mencionar que en el mercado de **distribución y comercialización de los vehículos automotores** pueden existir estructuras empresariales que pueden constituir a través de una misma sociedad diferentes tipos de concesionarios que se encaminen en un modelo de negocio de una o varias marcas. Por su parte, los concesionarios pueden tener uno o varios establecimientos de comercio, los cuales son ubicados en una o varias zonas específicas para actuar como punto de venta de la marca o las marcas que la sociedad comercialice.

9.2.3.4.1. Red de concesionarios

En el mercado nacional, **la distribución y comercialización de vehículos automotores** se realiza principalmente mediante una red de concesionarios, es decir, mediante establecimientos comerciales que son autorizados por los fabricantes y/o proveedores de marcas internacionales para la reventa de sus productos. Las grandes marcas que se distribuyen en el país generan una red a través de contratos de concesión para la comercialización de los vehículos automotores nuevos en diferentes zonas del país.

Con el objetivo de comprender el modelo de negocio de red de concesionarios, se definirá brevemente en qué consiste dicho modelo, la influencia que tienen las marcas para su desarrollo y la clasificación de los concesionarios teniendo en cuenta los incentivos dentro de su actividad de comercialización, ya sea con una marca o mono-marca, y con varias marcas o multi-marca presentes en el mercado.

El modelo de negocio definido por contratos de concesión tiene como objetivo el brindarle la posibilidad al distribuidor de posicionarse en el canal de comercialización, es decir, de brindarle al distribuidor a partir del uso de una marca reconocida, la creación de una imagen y reputación en el mercado, lo cual genera incentivos para la reventa por parte de distribuidores y/o comercializadores mayoristas o minoristas. De igual forma, este modelo de negocio genera incentivos estratégicos para los fabricantes y/o proveedores para el mantenimiento de su reputación en el mercado, así como del incremento de su participación, asegurando así el esfuerzo promocional o la calidad del servicio mediante exigencias mínimas a los concesionarios en los servicios de postventa.

A su vez, los fabricantes y/o proveedores tienen como incentivo el poder hacer de su marca un objetivo de mejora y de posicionamiento por parte de los distribuidores y/o comercializadores, quienes como representantes suyos ante el consumidor final, le permiten aumentar y/o mantener su presencia en el mercado, en los diferentes puntos del territorio nacional, sin la necesidad de invertir en infraestructura⁶⁵.

De acuerdo a las cifras reportadas por la **FEDERACIÓN NACIONAL DE COMERCIANTES** (en adelante "**FENALCO**") en el informe del sector automotor a marzo de 2015, las ventas al por mayor hacen referencia a vehículos nuevos que

⁶⁵ Stern, El Ansary, Coughlan, Cruz, "Canales de Comercialización", Capítulo 8: "Las políticas de dirección del canal de comercialización". Quinta edición. Ver: https://books.google.com.co/books?id=Tzw1JBz0slQC&pg=PA315&lpg=PA315&dq=competencia+intramarca&source=bl&ots=0bYLodwOjW&sig=J7KDF6O-RwJMWtJC7lqcQ7_xntQ&hl=es&sa=X&ei=8rf5VLoghK6CBPOXgdAH&ved=0CCgQ6AEwAg#v=onepage&q=competencia%20intramarca&f=false. Consulta: 6 de marzo de 2015.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 19

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

ingresan a las redes de concesionarios y que son reportados al Comité Automotor Colombiano administrado por la firma **ECONOMETRÍA S.A.** (en adelante “**ECONOMETRÍA**”), junto con la **ANDI** y **FENALCO**. La Tabla No. 4, indica el flujo de mercado de vehículos automotores nuevos teniendo en cuenta la entrega a las redes de concesionarios, la venta al consumidor final o al detal y las matrículas registradas según el **REGISTRO ÚNICO NACIONAL DE TRÁNSITO** (en adelante “**RUNT**”).

Cabe aclarar que en la Tabla No. 4, se muestra el acumulado de ventas al por mayor de vehículos automotores nuevos, lo que quiere decir que las cifras hacen referencia a aquellos vehículos automotores nuevos que ingresan a las redes de concesionarios del país. Por otro lado, se muestra el acumulado de ventas al detal, que se refieren a las unidades de vehículos automotores nuevos vendidos directamente al cliente final. Dichas ventas pueden ser realizadas a través de un concesionario, de importaciones directas o ventas directas por parte de los distribuidores, variable que incluye un agregado de ventas adicional al realizado por intermedio de concesionarios.

Tabla No. 4. Flujo de mercado de unidades de vehículos automotores nuevos (2013-2015*)

PERIODO	VENTAS AL POR MAYOR		VENTAS AL DETAL		MATRÍCULAS REGISTRADAS	
	ACUMULADO DEL AÑO	MES	ACUMULADO DEL AÑO	MES	ACUMULADO DEL AÑO	MES
dic-13	294.622	26.822	293.846	25.957	294.362	40.393
dic-14	327.131	29.927	328.526	32.355	326.023	31.690
mar-15	73.591	27.596	68.568	24.538	68.783	24.671

Fuente: Elaboración **SIC** con base en información del **FENALCO**⁶⁶.
*Cifras provisionales.

De acuerdo a la tabla anterior, se observa que entre el acumulado de 2013 y 2014 se incrementaron las ventas tanto en la entrega de vehículos automotores nuevos a las redes de concesionarios como al cliente final, y como consecuencia el número de matrículas registradas ante el **RUNT** también registró un incremento. Las tres variables registraron entre 2013 y 2014 un incremento cercano al 11% y el acumulado del año hasta marzo de 2015 ha tenido una variación positiva de más del 1,2% con respecto al acumulado alcanzado de vehículos automotores nuevos en 2014.

9.2.3.4.1.1. Marcas presentes en el mercado colombiano a través de concesionarios

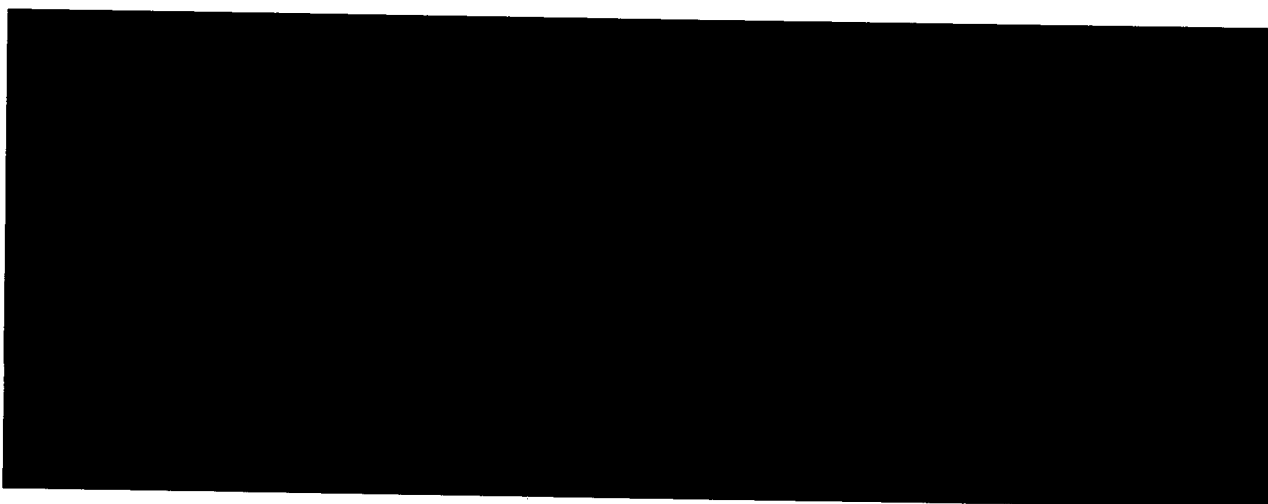
En los últimos años el mercado se ha ampliado en términos del número de marcas presentes en el mercado en un 80,6%, llegando a 65 marcas en 2013, y en el

⁶⁶ **FENALCO**, Informe del Sector Automotor, a diciembre 2013, a diciembre de 2014 y a marzo de 2015. Ver: <http://www.fenalco.com.co/subsites/vehiculos>. Consulta: 22 de mayo de 2015.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 20

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos número de modelos de vehículos automotores nuevos⁶⁷, como lo indica la Gráfica No. 1.

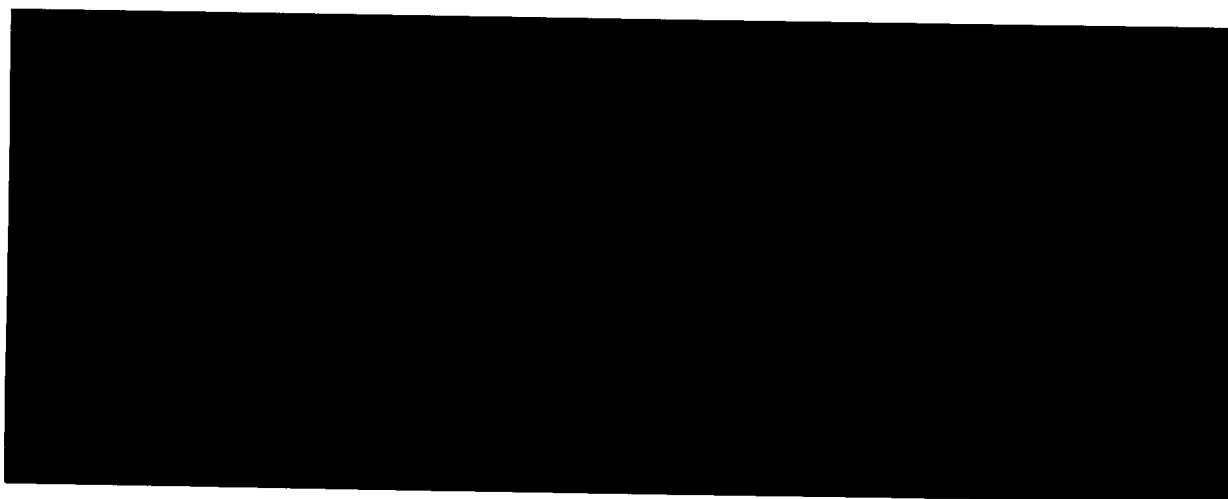
Gráfica No. 1. Cantidad de marcas (2003-2013)



Fuente: Elaboración SIC con base en información del Expediente⁶⁸.

Adicional a esto dichas marcas presentan diferentes modelos que varían dependiendo precisamente de las compañías ensambladoras o importadoras. Por lo tanto, se puede observar un mayor número de modelos de marcas que ingresan al mercado, llegando a 1281 modelos en el año 2012, lo cual representa un incremento de 110% respecto al año 2003⁶⁹ como se observa en la Gráfica No. 2.

Gráfica No. 2. Cantidad de modelos (2003-2012)



Fuente: Elaboración SIC con base en información del Expediente⁷⁰.

⁶⁷ Folio 289 del Cuaderno GENERAL MOTORS COLMOTORES Reservado No. 1 del Expediente.

⁶⁸ Ibidem.

⁶⁹ Ibidem.

⁷⁰ Ibidem.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 21

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

De acuerdo con las Gráficas No. 1 y No. 2, se deduce que en el mercado **de distribución y comercialización de vehículos automotores nuevos en Colombia** existe una gran diversidad de modelos dentro de las marcas existentes que compiten en el mismo.

9.2.3.4.1.2. Concesionarios mono-marca

Los concesionarios mono-marca son aquellos que venden una sola marca de vehículos automotores nuevos.

Un fabricante tiene incentivos para evitar que su concesionario venda, dentro de un mismo establecimiento de comercio, marcas de otros fabricantes competidores, no solo porque al aumentar la oferta para el consumidor el fabricante podría perder mercado, sino porque la marca podría identidad frente al consumidor, entre otras.

9.2.3.4.1.3. Concesionarios multi-marca

Los concesionarios considerados multi-marca son aquellos que, dentro de sus mismos locales comerciales, ofrecen productos de diferentes fabricantes y/o proveedores. La inversión de los distribuidores y/o comercializadores de vehículos automotores nuevos en varias marcas, podría mejorar la eficiencia del mercado, especialmente en la competencia inter-marca, toda vez que el consumidor dispone de una canasta de posibilidades de consumo mucho mayor en el mismo establecimiento de comercio al momento de realizar su compra.

Un fabricante y/o proveedor puede tener incentivos para establecer relaciones comerciales con un concesionario multi-marca, cuando dicho distribuidor y/o comercializador comercializa marcas posicionadas en el mercado, por lo que se puede generar una demanda potencial mayor.

Así mismo, el fabricante podría obtener externalidades positivas mediante el uso indirecto de la publicidad, capacitación e instalación del concesionario.

9.2.3.4.2. Red de concesionarios de GENERAL MOTORS COLMOTORES

Teniendo en cuenta la participación en el mercado **de distribución y comercialización de vehículos automotores nuevos en Colombia** por parte de **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, la marca **CHEVROLET** ostenta una gran actualización de modelos en el sector con diferentes tipos de vehículos automotores que son distribuidos y comercializados a través de su red de concesionarios.

Lo anterior puede observarse en la Figura No. 2., en donde se muestra que **GENERAL MOTORS COLMOTORES** distribuye y comercializa en sus concesionarios, carros, camionetas, vanes, buses, camiones y taxis, así:

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 22

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

Figura No. 2. Tipos de vehículos automotores distribuidos y comercializados por GENERAL MOTORS COLMOTORES



Fuente: Elaboración **SIC** con base en información de **CHEVROLET**⁷¹.

Los vehículos fabricados y/o proveídos en Colombia, se distribuyen en un grupo específico de concesionarios mono-marca con los cuales **GENERAL MOTORS COLMOTORES** mantiene relaciones comerciales⁷², esto con el fin de posicionar su producto final en el mercado.

GENERAL MOTORS COLMOTORES, mediante su red de concesionarios mono-marca **CHEVROLET**, tuvo entre 2010 y 2013 entre 35 y 30 distribuidores y/o comercializadores respectivamente⁷³, ubicados en 23 departamentos del país, distribuidos en zonas de influencia territorial a lo largo del mismo. Cabe aclarar que para sostener una relación comercial con **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, los concesionarios interesados en la distribución y/o comercialización de la marca deben acatar ciertos estándares que se encuentran definidos en el contrato de concesión y que se dirigen al posicionamiento de la marca, el respeto por la trayectoria de la misma y de sus clientes.

Dentro del ranking de concesionarios con mayor número de ventas en el mercado, existen diferentes comportamientos de ventas, tal como se muestra en la Tabla No. 5. Para el análisis de la conducta investigada, se tendrán en cuenta las posiciones ocupadas por los concesionarios, en términos de ventas de vehículos marca **CHEVROLET**.

⁷¹ **GENERAL MOTORS CORP.** Tecnología **CHEVROLET**. Disponible: <http://www.chevrolet.com.co/modelos.html>. Consulta: 22 de mayo de 2015.

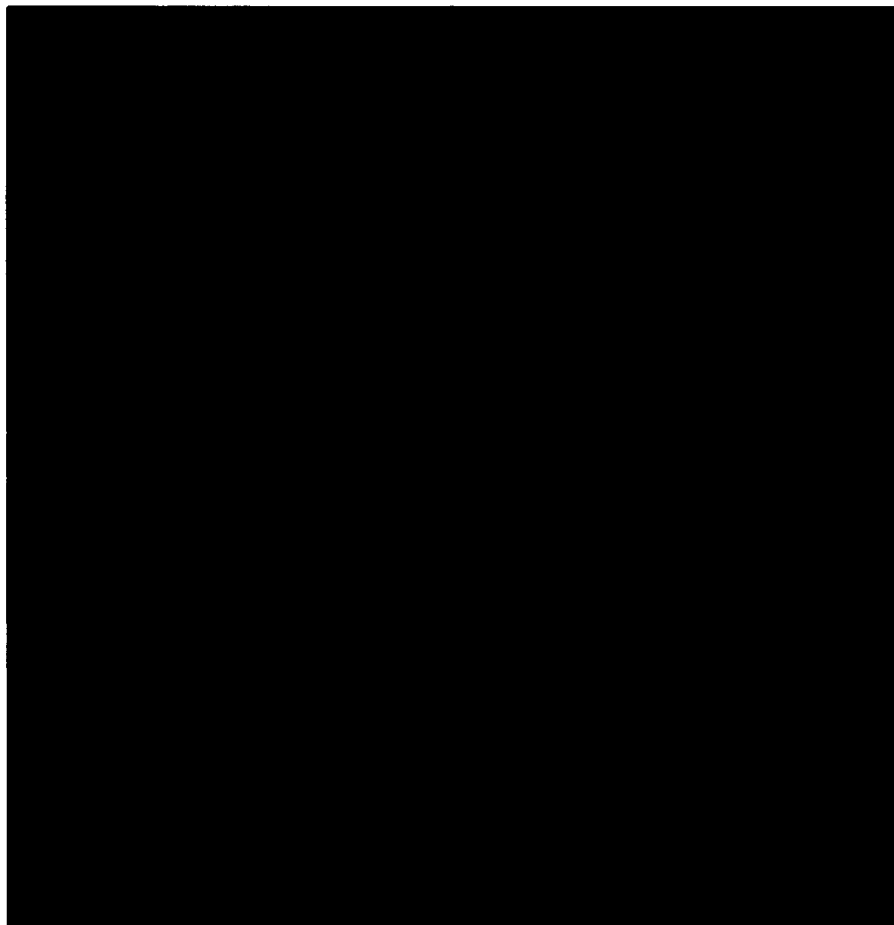
⁷² Excepto con **AUTOMAYOR S.A** dado que no entra en la clasificación por ser un concesionario propio y con exclusividad de atención a clientes gubernamentales. CD obrante a folio 30 del Cuaderno **GENERAL MOTORS COLMOTORES** Reservado No. 1 del Expediente. Archivo en medio magnético denominado "Listado Concesionarios – Ranking histórico 2010-2013 17-05-2013.xlsx"

⁷³ CD obrante a folio 30 del Cuaderno **GENERAL MOTORS COLMOTORES** Reservado No. 1 del Expediente. Archivo en medio magnético denominado "Listado Concesionarios – Ranking histórico 2010-2013 17-05-2013.xlsx"

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 23

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

Tabla No. 5. Ranking de concesionarios según número de ventas de la marca CHEVROLET en Colombia (2010-2013)



Fuente: Elaboración SIC tomando información del Expediente⁷⁴.

De igual forma, en la Tabla No. 5 pueden observarse las variaciones que ha tenido la competencia entre los concesionarios durante los años 2011 y 2012. De dicha tabla se puede evidenciar la permanencia dentro del ranking de cuatro concesionarios, lo que a su vez, indica que han mantenido su relación comercial con **GENERAL MOTORS COLMOTORES** durante el periodo investigado.

De otro lado, de la tabla anterior se observa que **LOS COCHES** finalizó su relación comercial con **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, quien redujo su posición en el *ranking* de ventas tres lugares, permaneciendo en las últimas posiciones hasta que finalmente **GENERAL MOTORS COLMOTORES** no renueva su contrato de concesión.

Por su lado, **AYURÁ** ha sido bastante estable y no ha modificado abruptamente su participación en ventas conforme a lo dispuesto en el *ranking* durante los últimos cuatro años, mientras que **COUNTRY** subió su nivel de ventas entre 2011 y 2012. Finalmente, **COLTOLIMA** ha permanecido estable en el *ranking* del distribuidor y **CALIMA**, que hasta el 2013 había mantenido sus relaciones comerciales con **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, permaneció en los últimos lugares del *ranking* de ventas a nivel nacional.

⁷⁴ Ibidem.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 24

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

Actualmente, **GENERAL MOTORS COLMOTORES** tiene distintos concesionarios posicionados en las diferentes zonas del país, de los cuales pueden existir múltiples establecimientos de comercio que se encuentran ubicados en distintas zonas como puntos de venta de la marca **CHEVROLET** en 23 departamentos de Colombia⁷⁵.

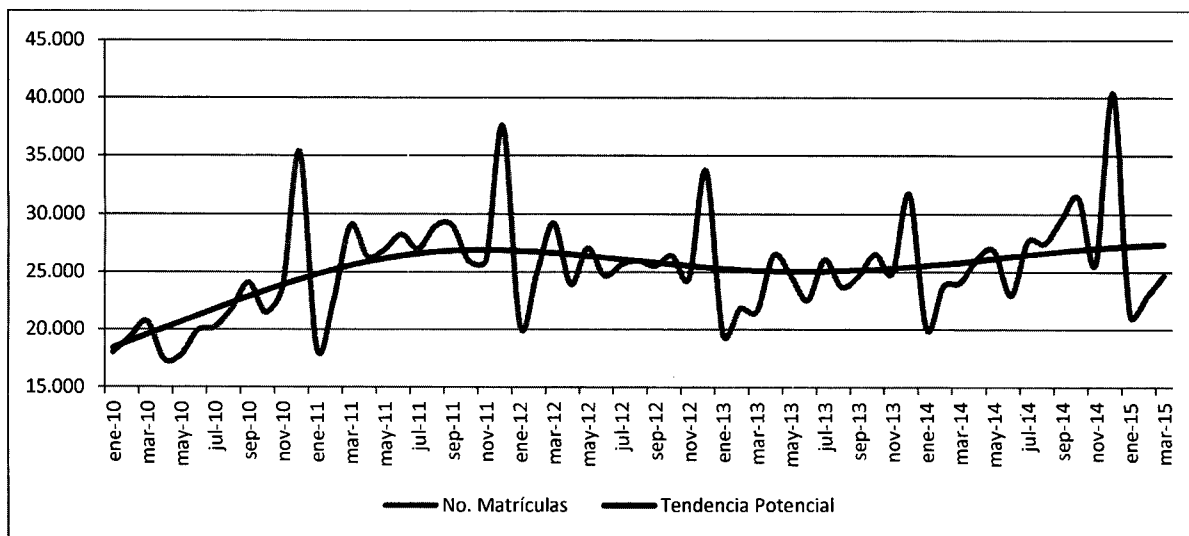
9.2.3.5. Participaciones y competencia en el mercado relevante

Para determinar el nivel de concentración del mercado relevante y la participación de los agentes que interactúan en él se tendrán en cuenta, en principio, el número de matrículas de vehículos automotores nuevos registrados entre enero de 2010 y marzo de 2015, con el fin de determinar el valor del mercado presuntamente afectado en términos de unidades. A continuación, se tendrán en cuenta los datos disponibles por marcas de vehículos automotores nuevos que tengan ensamblaje de origen nacional o importado.

9.2.3.5.1. Valor del mercado relevante

Como se mencionó previamente, se analizarán las cifras disponibles del número de matrículas de vehículos automotores nuevos registrados en Colombia. La Gráfica No. 3 indica el número de matrículas generadas para vehículos automotores nuevos en Colombia con periodicidad mensual en el periodo comprendido entre enero de 2010 y marzo de 2015.

Gráfica No. 3. Matrículas de vehículos automotores nuevos en Colombia. Enero de 2010 a Marzo de 2015



Fuente: Elaboración SIC con base en información de FENALCO⁷⁶.

⁷⁵ Presencia en Antioquia, Atlántico, Bolívar, Boyacá, Caldas, Caquetá, Casanare, Cauca, Cesar, Córdoba, Cundinamarca, Guajira, Huila, Magdalena, Meta, Nariño, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander, Sucre, Tolima y Valle del Cauca. **GENERAL MOTORS CORP. Tecnología CHEVROLET**. Disponible: <https://www.chevrolet.com.co/tools/dealer-locator.extapp.html>. Consulta: 22 de mayo de 2015.

⁷⁶ **FENALCO**, Informe del Sector Automotor, a julio de 2013, a diciembre 2013, a diciembre de 2014 y a marzo de 2015. Ver: <http://www.fenalco.com.co/subsites/vehiculos>. Consulta: 22 de mayo de 2015.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 25

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

Considerando el periodo de tiempo analizado en la gráfica anterior, el número de vehículos automotores nuevos matriculados, según los datos proporcionados a **FENALCO** por parte del **RUNT**, mensualmente, fue de un dato mínimo de más de 17 mil matrículas en abril de 2010, y un máximo de más de 40 mil matrículas en diciembre de 2014. De igual forma, entre 2010 y 2011 se registró un crecimiento interanual de 25%, pasando de más de 259 mil a más de 325 mil matrículas de vehículos automotores nuevos. Por el contrario, entre 2011 y 2012 se registró un decrecimiento de 4%, con cerca de 312 mil matrículas al cierre de 2012. En 2013, se registraron más de 294 mil registros con un decrecimiento de 6% con respecto al año inmediatamente anterior. Pero finalmente, en 2014 se presentó un crecimiento del 11% con un poco más de 326 mil matrículas registradas.

Sin embargo, como la gráfica no permite establecer tendencias claras debido a la presencia de los ciclos estacionales de corto plazo, se presenta la serie de tendencia potencial en la Gráfica No. 3, calculada aplicando el filtro de *Hodrick Prescott*⁷⁷. De esta tendencia, se muestra con claridad cómo el número de matrículas de vehículos automotores nuevos mantuvieron una clara tendencia positiva desde el inicio del periodo hasta comienzos de 2012, cuando se vuelve decreciente, continuando así hasta finales de 2013. Posterior a esto, hasta marzo de 2015, a pesar de que se observa alta variabilidad en la serie, el comportamiento del registro de matrículas de vehículos automotores nuevos es estable.

9.2.3.5.2. Distribución de participaciones en el mercado e importancia de GENERAL MOTORS COLMOTORES

Según **FENALCO** las compañías fabricantes y/o proveedores de vehículos automotores presentaron entre 2013, 2014 y a marzo de 2015 una participación de ventas considerable en términos de unidades entregadas a redes de concesionarios, es decir al mayor. La Gráfica No. 4, muestra la distribución en la participación en ventas de las marcas vendidas a través de concesionarios en Colombia.

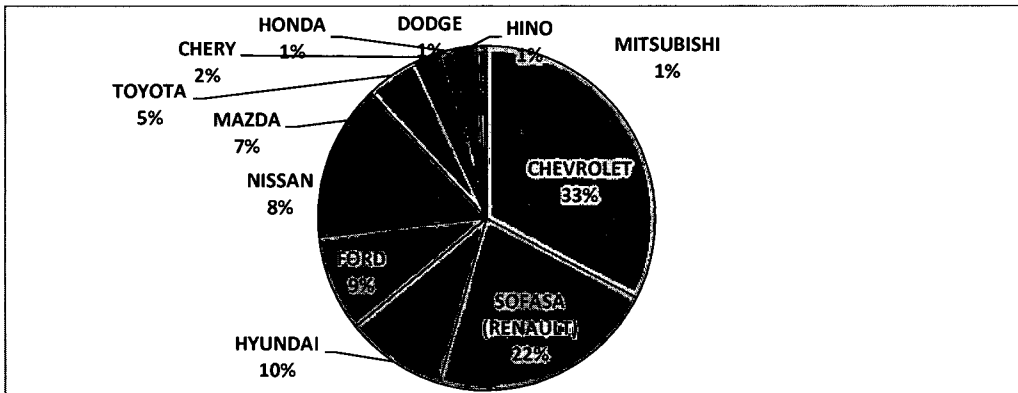
⁷⁷ El filtro de Hodrick Prescott (filtro de HP), fue introducido por Hodrick y Prescott (1980), es un método flexible para capturar la tendencia y es ampliamente utilizado en investigaciones macroeconómicas empíricas. Si suponemos que la serie original es x_t la cual está compuesta de un componente tendencial (g_t) y un componente cíclico (c_t) de tal manera que $x_t = g_t + c_t$. Entonces el filtro HP aísla el componente cíclico resolviendo el siguiente problema de minimización:

$$\sum_{t=1}^T (x_t - g_t)^2 + \lambda \sum_{t=2}^{T-1} [(g_{t+1} - g_t) - (g_t - g_{t-1})]^2$$

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 26

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

Gráfica No. 4. Participación por marcas de ventas al mayor de unidades a marzo de 2015

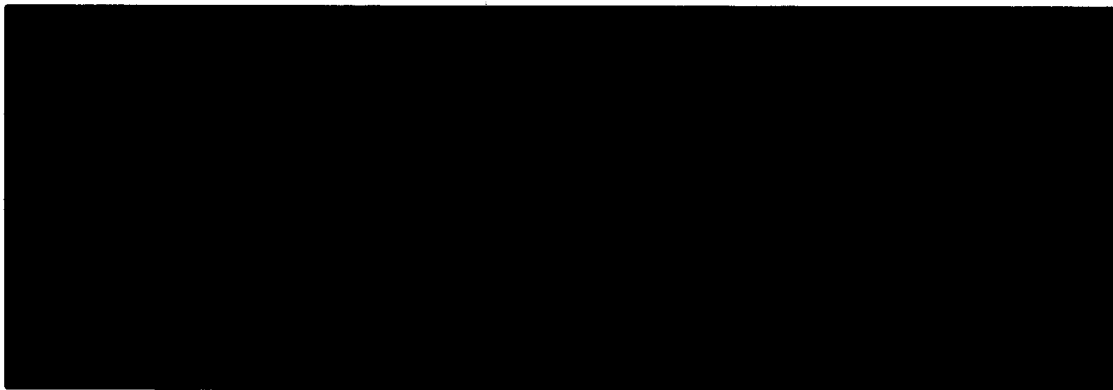


Fuente: Elaboración SIC con base en información de FENALCO⁷⁸.

Como se puede observar en la Gráfica No. 4, la marca **CHEVROLET**, ensamblada por **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, es líder en ventas en lo que va corrido del año 2015 con 16.054 unidades vendidas y ostentando el 33% de participación en el mercado. Le sigue **RENAULT** con 10.854 unidades vendidas y 11% de participación por debajo de **CHEVROLET**. En el tercer lugar aparece **HYUNDAI** con 10% de participación y 4.736 unidades de vehículos automotores nuevos vendidos a su red de concesionarios.

De conformidad con lo anterior, la Gráfica No. 5, muestra el cambio en la participación entre el año 2010 y marzo de 2015 de las tres principales marcas en ventas al detal o al cliente final en el mercado nacional, con el fin de especificar el incremento y disminución de la cuota de mercado de los principales competidores.

Gráfica No. 5. Participación de las principales marcas en ventas al detal por unidades a marzo de 2015



Fuente: Elaboración SIC con base en información de FENALCO y del Expediente⁷⁹. *Cifras provisionales.

⁷⁸ FENALCO, Informe del Sector Automotor, a marzo de 2015. Ver: <http://www.fenalco.com.co/subsites/vehiculos>. Consulta: 22 de mayo de 2015.

⁷⁹ FENALCO, Informe del Sector Automotor, a julio de 2013, a diciembre 2013, a diciembre de 2014 y a marzo de 2015. Ver: <http://www.fenalco.com.co/subsites/vehiculos>. Consulta: 22 de mayo de 2015. Folio 292 del Cuaderno Público No. 3 del Expediente.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 27

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

Como se señaló previamente, la marca **CHEVROLET** ha mantenido su cuota de mercado y su participación de ventas en los últimos años.

De lo anterior se deduce que la participación de **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, es superior a las de otras marcas distribuidas y comercializadas en el país, con un rango entre el 23 % y el 34% de participación en ventas a lo largo de los últimos cinco años, en los cuales alcanzó un máximo de ventas anuales de cerca de 106 mil vehículos automotores nuevos y un mínimo de un poco más de 74 mil unidades vendidas. En sumatoria, en este periodo de tiempo superó en más del 13% a **RENAULT** quien es su competidor más cercano, y a quien dobla en términos de participación en el mercado. Esto resalta la importancia que tiene **GENERAL MOTORS COLMOTORES** en el mercado.

De acuerdo con las consideraciones anteriores, se pudo evidenciar que **GENERAL MOTORS COLMOTORES** tiene una participación importante en el mercado de **distribución y comercialización de vehículos automotores nuevos en Colombia**, toda vez que ha ostentado el primer lugar en ventas durante el periodo de tiempo investigado (2011-2013), teniendo como competidor más cercano a **SOFASA S.A.**, con la marca **RENAULT**. **GENERAL MOTORS COLMOTORES** ha ejercido su actividad económica mediante su red de concesionarios con una amplia cobertura zonal a nivel nacional y con este modelo de negocio.

Por otro lado, en Colombia las redes de concesionarios exponen distintas modalidades comerciales y organizacionales, las cuales se presentan a través de sociedades comerciales que son conformadas con el objeto social de comercializar, entre otros productos, vehículos automotores nuevos a través de concesionarios que pueden ostentar uno o más establecimientos comerciales. Así las cosas, la venta del producto podría llevarse a cabo a través de la comercialización de más de una marca por parte de una sociedad comercial que podría ampliar su nicho de mercado con la entrada de otras marcas de vehículos automotores nuevos, y de esta manera generar mayores eficiencias económicas en términos de competitividad y disponibilidad de la oferta, mediante sus concesionarios o incluso mediante sus establecimientos de comercio.

En el caso específico, **GENERAL MOTORS COLMOTORES** bajo su amplia red de concesionarios, estableció relaciones comerciales con 33 sociedades durante el año 2011, 32 sociedades en 2012 y 33 sociedades en 2013, y ha orientado su modelo de negocio con el objetivo de ejecutar su actividad económica con concesionarios mono-marca.

Finalmente, el mercado relevante objeto de la presente investigación es el de **distribución y comercialización de vehículos automotores nuevos en Colombia**, el cual incluye carros, camionetas, vanes, buses y camiones, y taxis.

DÉCIMO: Que previo el análisis del caso concreto, la Delegatura procede a efectuar algunas consideraciones generales respecto de la disposición contenida en el artículo 1 de la ley 155 de 1959, para posteriormente abordar los hechos relacionados con el caso en concreto.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 28

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

10.1. De la prohibición general

El artículo 1 de la Ley 155 de 1959 consagra una "*prohibición general*", cuya finalidad no es otra que acoger a todas aquellas conductas o prácticas que no están tipificadas de forma expresa en el régimen general de protección de la libre competencia, pero que por su naturaleza, características, contexto en que se realizan y otras particularidades, tienden a limitar o ciertamente afectan la libre competencia.

Esta disposición, por su lenguaje, se considera una norma de textura abierta, en la medida en que prohíbe conductas que tienden a restringir la libre competencia, sin que las mismas sean descritas de forma específica, como sí se hace en la lista no taxativa de conductas anticompetitivas previstas en el artículo 47 del Decreto 2153 de 1992, por lo cual la adecuación entre los hechos y la norma dependerá de cada caso en concreto.

Así, el artículo 1 de la Ley 155 de 1959, modificado por el artículo 1 del Decreto 3307 de 1963, establece:

"Artículo 1. Quedan prohibidos los acuerdos o convenios que directa o indirectamente tengan por objeto limitar la producción, abastecimiento, distribución o consumo de materias primas, productos, mercancías o servicios nacionales o extranjeros, y en general, toda clase de prácticas, procedimientos o sistemas tendientes a limitar la libre competencia y a mantener o determinar precios inequitativos.

(...)" (Negrilla fuera de texto)

La norma citada reprocha tres tipos de actos, a saber⁸⁰:

- i) "Los acuerdos o convenios que directa o indirectamente tengan por objeto limitar la producción, abastecimiento, distribución o consumo de materias primas, productos, mercancías o servicios nacionales o extranjeros".
- ii) "Las prácticas, procedimientos o sistemas tendientes a limitar la libre competencia".
- iii) "Las prácticas y procedimientos o sistemas tendientes a "(...) mantener o determinar precios inequitativos."

En este sentido, la segunda fracción del artículo, que se refiere a "(...) las prácticas, procedimientos o sistemas tendientes a limitar la libre competencia (...)", es la que contiene la prohibición general relevante para este caso.

Sobre el particular, esta Delegatura considera necesario, en pro de la seguridad jurídica, desarrollar de forma escueta el significado que tiene el término "tendientes"

⁸⁰ Superintendencia de Industria y Comercio. Concepto No. 11-130722 de 2 de diciembre de 2011. Resolución 7897 de 27 de febrero de 2015.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 29

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

dentro del tipo normativo en comento. La expresión “tendientes” implica que son sancionables aquellas conductas que tengan por objeto, fin o propósito, o sean idóneas –por su naturaleza y características–, para limitar la libre competencia en los mercados.

Así las cosas, para verificar la transgresión de la prohibición general, por un lado, se hace necesario demostrar que la conducta tiene por objeto o es idónea para restringir la libre competencia en un mercado determinado.

Todo lo anteriormente descrito no quiere decir que no existe una violación de la cláusula general de competencia cuando alguna de las conductas expresamente descritas en las normas de competencia como ilegales (e.j. Decreto 2153 de 1992) se presenta. Efectivamente, cualquier infracción constitutiva de acuerdo, abuso o acto anticompetitivo tiende o afecta la libre competencia, y por consiguiente, cae en la órbita de la cláusula general. Sin embargo, no toda infracción al artículo 1 de la Ley 155 de 1959 necesariamente debe estar representada en alguno de los tipos previstos en el Decreto 2153 de 1992, al ser esta una cláusula general que reprime cualquier práctica anticompetitiva, independientemente de su forma o vehículo.

De esta manera, y analizado el material probatorio obrante en el Expediente, esta Delegatura concluye que la conducta desplegada por **GENERAL MOTORS COLMOTORES** encaja en los supuestos de hecho del artículo 1 de la Ley 155 de 1959, en tanto la misma constituiría una práctica, procedimiento y/o sistema tendiente a limitar la libre competencia económica.

DÉCIMO PRIMERO: Que esta Delegatura tendrá en cuenta para la evaluación de los hechos objeto de la presente apertura de investigación y formulación de pliego de cargos, todos los medios de prueba que obran en el Expediente radicado con el No. 13-114718.

11.1. De los contratos de concesión mercantil en el sector automotriz en Colombia

El contrato de concesión mercantil es un contrato atípico mediante el cual se otorga a una persona (natural o jurídica) denominada concesionario, la prestación, operación, explotación y/u organización total o parcial de un producto y/o servicio de otra personas denominada concedente. Esto es, el concedente otorga la distribución de sus productos y/o servicios al concesionario, en una zona y tiempo determinados.

Mediante el contrato de concesión el fabricante del producto, regula de manera detallada las condiciones de venta permanente a los consumidores y la forma en que deberán ser prestados los servicios postventa de mantenimiento, reparación, promoción, entre otros, por intermedio de su contraparte (concesionario), quien actúa a nombre, cuenta y riesgo propio, asumiendo para sí los costos que le genera la explotación de la actividad concedida.

La concesión es, entonces, un sistema de distribución que ofrece beneficios a las partes en tanto le permite al concedente crear redes de distribución bajo su control pero sin riesgo alguno pues es finalmente el concesionario quien debe realizar las inversiones correspondientes para el acondicionamiento de los concesionarios de conformidad a los estándares fijados por casa matriz en cuanto a fachada, interiores

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 30

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

muebles, distribución del espacio, así como la presentación de la vitrina al público, entre otros. Lo anterior con el fin de que la marca se identifique de manera homogénea en el sector automotriz a nivel mundial. Se resalta que además el concedente conserva los derechos de titularidad respecto de la garantía de la imagen, calidad la prestación de los servicios de venta y posventa del producto y/o servicio concedido.

Es preciso señalar que la particularidad de este contrato radica en el control y vigilancia que el concedente tiene sobre la prestación del servicio, ya que la actividad generalmente concesionada no solo debe satisfacer las necesidades y expectativas del concedente sino además de los terceros a quien está dirigido. Es por esto que la facultad de control y supervisión que ostenta el concedente resulta indispensable ya que al final será la que determine la calidad del servicio o producto ofrecido. Por ello, en este tipo de contratos, es factible que se incluyan cláusulas de exclusividad que otorguen la distribución exclusiva a un concesionario determinado, o en una zona geográfica; o en otros casos que se pacte la exclusividad respecto de la venta de los productos o servicios de una marca determinada en un mismo establecimiento de comercio.

Ahora bien, como se mencionó anteriormente, en el mercado colombiano la comercialización y distribución de los vehículos automotores se realiza principalmente mediante redes de concesionarios, es decir, a través de la suscripción de contratos de concesión en los que se autoriza a establecimientos comerciales para la reventa de los vehículos automotores nuevos.

Parte del objetivo de este modelo de negocio, radica en la posibilidad que se ofrece a los fabricantes y proveedores de grandes marcas de consolidar redes de distribución, que permitan que sus vehículos automotores lleguen a las diferentes zonas del país. Por el lado del distribuidor, el objetivo de este modelo de negocio, radica en la posibilidad que se le ofrece al distribuidor de consolidarse en el mercado, a partir de la comercialización de productos y/o servicios identificados con marcas posicionadas.

11.1.1. De los contratos de concesión mercantil que mantiene GENERAL MOTORS COLMOTORES

Así las cosas, del material recaudado en el Expediente se verificó que el tipo de vinculación existente entre **GENERAL MOTORS COLMOTORES** y **CALIMA**, **AUTOMARCALI**, **AUTOPACÍFICO**, **YANACONAS**, **AUTOSUPERIOR** y **CENTRO MOTOR**, corresponde a una relación de concesión que mantiene aquel con estos. En efecto, los contratos suscritos entre **GENERAL MOTORS COLMOTORES** y los agentes del mercado (concesionarios), son contratos que autorizan la distribución de los productos y/o servicios de **GENERAL MOTORS COLMOTORES** así como del uso de los signos distintivos respecto de los vehículos automotores, repuestos y accesorios identificados con la marca **CHEVROLET**. Lo anterior se evidencia a partir del texto de la siguiente cláusula:

***“SEGUNDA- OBJETO:** Mediante el presente Contrato las partes acuerdan que: (1) **LA FÁBRICA**, obrando como concedente: (a) Autoriza a **EL CONCESIONARIO para utilizar en su propio beneficio el conjunto de bienes intangibles relacionados en la Cláusula Primera** de este Contrato respecto a los Vehículos Automotores, Repuestos, Accesorios y*

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 31

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

*Servicios de las marcas **CHEVROLET** y/o de otras marcas utilizadas y aprobadas por **LA FÁBRICA** en adelante **LOS PRODUCTOS**-, (...) (b) Autoriza sin exclusividad a **EL CONCESIONARIO** para vender y dar servicio a **LOS PRODUCTOS** de **LA FÁBRICA** y para presentarse como Concesionario Chevrolet (2) Las partes establecen las condiciones que convienen **EL CONCESIONARIO** y **LA FÁBRICA** para operar en conjunto (...)"⁸¹.*

La cláusula anteriormente citada, debe entenderse dentro del contexto de que **GENERAL MOTORS COLMOTORES** cuenta con una trayectoria reconocida en el mercado de **distribución y comercialización de los vehículos automotores nuevos en Colombia**, de forma tal que a partir de la autorización de sus signos distintivos, está confiando su imagen y su reputación a un tercero, quien debe velar por el mantenimiento de la misma a partir del ofrecimiento de productos y/o servicios de calidad.

Lo anterior, debe entenderse de conformidad con el modelo de negocio implementado por **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, el cual parte de un sistema de distribución que impone ciertas condiciones y requerimientos comerciales para todo aquel que pretenda distribuir y comercializar los productos y/o servicios identificados con la marca **CHEVROLET** en el territorio colombiano. Así las cosas, el concesionario que pretenda distribuir los productos y/o servicios ofrecidos por **GENERAL MOTORS COLMOTORES** debe cumplir con los estándares, condiciones y características exigidas por esta empresa, y estipuladas en los contratos de concesión, así:

*"4.1 Concesionario autorizado. **EL CONCESIONARIO** ha presentado a **LA FÁBRICA** información sobre sus cualidades, de acuerdo a los estándares de **LA FÁBRICA**, para ser nombrado concesionario Chevrolet. **EL CONCESIONARIO**, su Gerente General y sus accionistas han sido evaluados y se ha estimado que cumplen con los criterios de **LA FÁBRICA**"⁸².*

De igual forma, y en aras de mantener la reputación e imagen en el mercado de la marca, **GENERAL MOTORS COLMOTORES** se compromete a colocar a disposición del concesionario materiales de publicidad y promoción de venta, y el concesionario se compromete a utilizarlos, de forma tal que se resalte siempre la marca **CHEVROLET** para el beneficio de las partes así:

"QUINTA.- RESPONSABILIDADES, PRODUCTO Y DESEMPEÑO DE ESTÁNDARES:

*(...) **LA FÁBRICA** ejecutará programas de publicidad general con el fin de promover la venta de **LOS PRODUCTOS** de **LA FÁBRICA** y resaltar la marca Chevrolet para el beneficio mutuo de **EL CONCESIONARIO** y **LA FÁBRICA**. **LA FÁBRICA** pondrá a disposición de **EL CONCESIONARIO** materiales de publicidad y promoción de ventas y **EL CONCESIONARIO***

⁸¹ CD que obra en el folio 8 del Cuaderno LOS COCHES Reservado No. 1 del Expediente.

⁸² Ibídem.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 32

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

*acuerda en utilizar dichos materiales y reembolsar a LA FÁBRICA cualquier caro aplicable*⁸³.

La marca, como signo distintivo que identifica los bienes puestos en el mercado, se convierte en un factor determinante de elección para el consumidor, por lo que las compañías, en este caso **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, realizan grandes esfuerzos económicos para mantener su marca y su imagen frente a los consumidores, adquiriendo valor agregado por la experiencia y tradición de la misma, la calidad, variedad de productos, e incluso por los diseños de los vehículos automotores, lo que implica establecer políticas de comercialización y manejar estándares mínimos de calidad que aseguren que dicha imagen y reputación se mantendrá en el mercado.

A partir de las cláusulas citadas, se hace notoria para esta Delegatura la importancia que tiene la marca y la imagen para los concedentes, en este caso, **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, quien velará por mantener siempre su reputación y posicionamiento en el mercado. Es precisamente a partir de esto que los concedentes, al momento de otorgar la comercialización y distribución de sus productos y/o servicios además de seleccionar con cuidado a sus concesionarios, estarían incentivados a exigir exclusividad para la venta de sus productos y/o servicios en un mismo establecimiento de comercio, tal y como se explicará en el acápite siguiente.

11.2. De la exclusividad en los contratos de concesión

Esta Delegatura considera conveniente analizar la figura de las cláusulas de exclusividad en el mercado de **distribución y comercialización de vehículos automotores nuevos en Colombia**, para así establecer si de acuerdo con el régimen de la libre competencia en Colombia las cláusulas de exclusividad pueden generar efectos anticompetitivos en ciertas ocasiones, que merezcan el reproche de la Autoridad Nacional de Protección de la Competencia.

Existen algunas estrategias de mercado en las cuales la exclusividad puede ser idónea para cerrar o limitar la entrada de un tercero al mercado. En efecto, la exclusividad puede ser anticompetitiva si la misma sólo tiene sentido para limitar la entrada de un competidor, y no para alcanzar ciertas eficiencias legítimas en el mercado. En estos eventos la exclusividad, de no tener como objetivo excluir del mercado a terceros, no tendría sentido económico por parte de quien la emplea.

El análisis se concentra en determinar si la conducta puede exitosamente limitar o restringir el acceso al mercado de entrantes potenciales, y/o limitar la posibilidad de crecimiento de un competidor ya presente. De confirmarse lo anterior, se deberá analizar si dicha limitación encuentra justificación en alguna eficiencia de mercado para quien la realiza⁸⁴, y si tal eficiencia es suficiente para contrarrestar el efecto anticompetitivo producido por la cláusula. Si no existen eficiencias o éstas no son

⁸³ Ibidem.

⁸⁴ Superintendencia de Industria y Comercio. Resolución No. 3143 de 7 de junio de 2011.

RESOLUCIÓN NÚMERO **26129** DE 2015 Hoja No. 33

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

suficientes para contrarrestar la limitación o restricción a la competencia producto de la restricción vertical, se estará frente a una cláusula anticompetitiva.

Aunque los contratos de exclusividad pueden llegar a tener efectos anticompetitivos, también pueden producir eficiencias para la empresa que las implemente, como por ejemplo la reducción de los costos de inventario y de los costos provenientes de la prevención de riesgos provocados por la incertidumbre sobre ventas futuras. De igual forma, los contratos de exclusividad pueden ser necesarios para evitar el parasitismo de otros competidores que pretendan tomar ventaja de las grandes inversiones realizadas tanto por los fabricantes como los distribuidores para el mantenimiento y posicionamiento del producto en el mercado⁸⁵.

El alcance jurídico de las cláusulas de exclusividad en las relaciones comerciales, ha sido objeto de algunos pronunciamientos judiciales. En efecto, la Sentencia C-535 de 1997, mediante la cual la Corte Constitucional se refirió al alcance de las cláusulas de exclusividad en términos de la libertad de empresa consagrada en el artículo 333 de la Constitución Política, y señaló lo siguiente:

"En verdad, carece de razonabilidad y proporcionalidad, asumir que la cláusula de exclusividad per se viola la Constitución Política, sin tomar en consideración su efecto real en la restricción de la competencia, para lo cual, resulta forzoso analizar entre otros factores el tipo de mercado, su tamaño, la posibilidad de que el bien pueda ser remplazado por otros, la participación de los competidores en el mercado, la existencia de poderes monopólicos u oligopólicos, el efecto de la cláusula sobre la eficiencia, la generación de poder de mercado a raíz del pacto, el efecto en los precios producidos por la estipulación, el grado de competencia existente en el mercado relevante etc. (...). Sin embargo, si la disposición acusada se interpreta correctamente, el problema constitucional se desvanece, puesto que el tipo de pacto que se proscribe es únicamente el que tiene el efecto real de restringir el acceso de los competidores en el mercado, vale decir, el que es capaz de producir de conformidad con los criterios anotados un efecto sustancial en la disminución de la competencia existente"⁸⁶. (Subrayado y negrilla fuera de texto).

Como puede observarse del análisis jurídico de la Corte Constitucional, las cláusulas de exclusividad por sí mismas no son anticompetitivas, pues para determinar la ilegalidad de estas cláusulas debe examinarse un conjunto más amplio de factores de naturaleza económica, entre ellos la posición en el mercado de quien las ejecuta y si la cláusula tiene alguna explicación en términos de eficiencia.

Analizados los contratos de concesión suscritos por **GENERAL MOTORS COLMOTORES** con **CALIMA**, **AUTOMARCALI**, **AUTOPACÍFICO**, **YANACONAS**, **AUTOSUPERIOR** y **CENTRO MOTOR**, en los cuales se incluye la autorización para la distribución y comercialización de los vehículos marca **CHEVROLET**, se verificó que los mencionados contratos, además de ser casi que idénticos en su forma, esto es, de manejar un formato determinado, incluyen cláusulas de exclusividad que

⁸⁵ Ibídem.

⁸⁶ Corte Constitucional. Sentencia C-535 de 1997. M.P. Eduardo Cifuentes Muñoz.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 34

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

imponen la obligación al concesionario de solicitar el consentimiento previo y por escrito de **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, para la comercialización y distribución de productos y/o servicios diferentes a los convenidos en el contrato, esto es, aquellos diferentes de los identificados con la marca **CHEVROLET**, así:

"4.6 Uso Exclusivo. EL CONCESIONARIO conviene en respetar la función y la ubicación aprobadas de sus instalaciones para realizar las operaciones contempladas en virtud del presente Contrato, con el fin de atender el espíritu de este Contratos y cumplir con los compromisos adquiridos. Además, EL CONCESIONARIO conviene en obtener consentimiento previo por escrito de LA FÁBRICA para realizar operaciones con productos y/o servicios no especificados en el presente Contrato o en sus Anexos"⁸⁷. (Subrayado y negrilla por fuera del texto original).

De lo anterior, es posible colegir que **GENERAL MOTORS COLMOTORES** exige a sus concesionarios la exclusividad en cuanto a la comercialización y distribución de la marca **CHEVROLET**, tanto en los establecimientos comerciales en los que se comercializa esta marca, como en cualquier otra operación económica. Con ello, el concesionario que comercialice **CHEVROLET**, no solo tendría prohibido comercializar otras marcas de automóviles en los establecimientos de comercio **CHEVROLET**, sino que además no podría constituir otras sociedades separadas o establecimientos de comercio separados para comercializar vehículos de otras marcas.

Para esta Delegatura es válido que **GENERAL MOTORS COLMOTORES** implemente un sistema de distribución en el que establezca políticas y condiciones para mantener la calidad de sus productos, el prestigio y reconocimiento de su marca, la comunicación adecuada con los consumidores, etc., de manera que pueda controlar que la comercialización a través de los concesionarios y no se altere la percepción que el consumidor tiene de la misma. Estos objetivos justifican el mantenimiento de una política la exclusividad de la marca **CHEVROLET** en los establecimientos comerciales en los que se comercializan vehículos con dicha marca, ya que tal política promueve la competencia inter-marca y evita el aprovechamiento por parte de otros competidores de las inversiones promovidas por **GENERAL MOTORS COLMOTORES**.

Lo que encuentra reprochable la Delegatura es que la exclusividad exigida por **GENERAL MOTORS COLMOTORES** en los contratos de concesión abarque la proscripción para sus concesionarios de crear empresas, sociedades o establecimientos de comercio separados de aquellos en los que se comercializa **CHEVROLET**, para vender, distribuir o comercializar vehículos automotores nuevos de otras marcas diferentes a **CHEVROLET**. En efecto, la Delegatura observa que la exclusividad exigida por **GENERAL MOTORS COLMOTORES** no se predica únicamente respecto de la venta de otras marcas en el establecimiento comercial, sino que la misma es exigida respecto de toda operación comercial o económicas que el concesionario pretenda realizar con una marca diferente a **CHEVROLET**, prohibición que para esta Delegatura, en principio, no tiene sentido económico diferente del de excluir o limitar la entrada o expansión de competidores.

⁸⁷ Ibídem.

RESOLUCIÓN NÚMERO **26129** DE 2015 Hoja No. 35

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

La conducta presuntamente restrictiva, que impediría o restringiría la entrada de nuevas marcas y la expansión de las mismas en sus niveles económicamente óptimos, adquiere relevancia para el mercado y el interés público teniendo en cuenta la alta participación de **GENERAL MOTORS COLMOTORES** en el mercado nacional (33% de participación) en comparación con sus demás competidores.

Así las cosas, se observa que la exclusividad exigida por **GENERAL MOTORS COLMOTORES** en los contratos de concesión sería idónea para impedir, limitar o retrasar el ingreso y/o consolidación de otras marcas distintas a **CHEVROLET** en el **mercado de distribución y comercialización de vehículos nuevos en Colombia**, toda vez que la misma impide a los concesionarios distribuir y comercializar marcas de automóviles diferentes a **CHEVROLET** en establecimientos de comercio y/o con sociedades diferentes a las que distribuyen su marca, a menos que tengan autorización de **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, que sería el competidor del entrante. Los efectos de esta conducta estarían exacerbados, adicionalmente, por el hecho de que quienes ya son distribuidores y comercializadores de vehículos en Colombia son los agentes con mayor incentivo y oportunidad para comercializar otro tipo de marcas de vehículos en el mercado, teniendo en cuenta el conocimiento técnico que tienen sobre el mismo.

En el presente caso, y de las pruebas recaudadas en la etapa de averiguación preliminar, esta Delegatura encontró que **GENERAL MOTORS COLMOTORES** ejerció presión sobre sus concesionarios para evitar que comercializaran otras marcas de vehículos así fuera mediante otras sociedades o establecimientos de comercio, con el objeto de mantener la exclusividad de **CHEVROLET** respecto de toda "operación". Como retaliación **GENERAL MOTORS COLMOTORES** habría amenazado a sus concesionarios con la finalización de las relaciones contractuales, en caso de que constituyeran sociedades y/o establecimientos de comercio nuevos para comercializar y distribuir marcas diferentes a **CHEVROLET**.

De hecho esta Delegatura pudo determinar que **GENERAL MOTORS COLMOTORES** terminó las relaciones contractuales mantenidas con dos concesionarios, por el hecho de iniciar negociaciones con marcas diferentes a **CHEVROLET**, aun cuando para la comercialización de otras marcas constituyeran establecimientos de comercio o sociedades autónomas e independientes, y se comprometieran a mantener los niveles de inversión y calidad exigidos por **GENERAL MOTORS COLMOTORES**.

Con ello, la conducta de **GENERAL MOTORS COLMOTORES** sería idónea para impedir la entrada o expansión de otros competidores en el mercado Colombiano, sin que se identifiquen eficiencias que justifiquen el mantenimiento de dicha restricción – lo que sí se predicaría, en principio, de las exclusividades en los establecimientos de comercio en que se comercializa **CHEVROLET**.

Lo anterior permite inferir a esta Delegatura que **GENERAL MOTORS COLMOTORES** habría desplegado una conducta, procedimiento o sistema tendiente a limitar competencia proveniente de otras marcas de vehículos que quisieran ingresar o expandirse en Colombia, cuestión que adquiere relevancia teniendo en cuenta la participación y reconocimiento que la marca **CHEVROLET** tiene en el

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 36

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

mercado. Esto incentivaría a los concesionarios a abstenerse a comercializar otras marcas de vehículos con tal de mantener las relaciones contractuales con esta compañía, ya que con ello pondrían en riesgo sus concesiones con **GENERAL MOTORS COLMOTORES**.

La exigencia de impedir a los concesionarios, e incluso a los inversionistas de los concesionarios, realizar operaciones con marcas diferentes a **CHEVROLET**, tiene la potencialidad para limitar las posibilidades de acceso al mercado por parte de otros competidores (proveedores y/o fabricantes), o la consolidación de los que ya se encuentran presentes, al constituir un bloqueo o limitación para que marcas diferentes participen en el mercado.

DÉCIMO SEGUNDO: De conformidad con las pruebas obrantes en el Expediente, esta Delegatura logró identificar la presunta existencia de una conducta, práctica, procedimiento o sistema tendiente a limitar la libre competencia, toda vez que la misma como se ha señalado, es idónea para limitar la participación y la expansión de marcas de vehículos distintas de **CHEVROLET** en el mercado de **distribución y comercialización de vehículos automotores nuevos en Colombia**.

12.1. De la presunta conducta tendiente a obstruir la entrada o expansión de terceras marcas de vehículos.

12.1.2. De la finalización del contrato de concesión de LOS COCHES por parte de GENERAL MOTORS COLMOTORES

Esta Delegatura evidenció que **GENERAL MOTORS COLMOTORES** habría desplegado una conducta anticompetitiva en el mercado de **distribución y comercialización de vehículos automotores nuevos**, al realizar conductas tendientes a impedir la entrada de marcas diferentes a **CHEVROLET** al mercado colombiano. En efecto, derivado de las negociaciones iniciadas por inversionistas de **LOS COCHES** para la comercialización de la marca **MORRIS GARAGE** (en adelante "**MG**"), a través de una nueva sociedad llamada **DISTRIBUIDORA LOS AUTOS DE COLOMBIA S.A.S.** (en adelante "**LOS AUTOS**"), **GENERAL MOTORS COLMOTORES** habría decidido no renovar el contrato de concesión con **LOS COCHES** bajo el cual esta sociedad distribuía la marca de vehículos **CHEVROLET** en Colombia.

LOS COCHES es una sociedad dedicada a la distribución y comercialización de productos y servicios de vehículos automotores nuevos en Colombia, que hace parte del Grupo Ardila Lülle. Actualmente dicha sociedad comercializa y distribuye las marcas **VOLKSWAGEN, FORD, RENAULT, VOLVO, JEEP**, entre otras. Para el año 2011, el Grupo Ardila Lülle, con inversión extranjera, constituyó la sociedad **LOS AUTOS**⁸⁸, con la finalidad de que distribuyera y comercializara la marca **MG** en Colombia.

Antes de conformar su concesionario multi-marca, y antes de comercializar y distribuir la marca **MG**, los inversionistas de **LOS COCHES** distribuían y comercializaban de forma exclusiva los vehículos automotores identificados con la marca **CHEVROLET**

⁸⁸ Ibídem.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 37

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

de **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, con quien mantuvieron una relación de más de 30 años⁸⁹.

Del análisis de las pruebas recaudadas, esta Delegatura encontró que para finales de febrero de 2012, **GENERAL MOTORS COLMOTORES** manifestó su intención a **LOS COCHES** de renovar el contrato de concesión, el cual había existido por más de 30 años. Así, mediante correo electrónico del 2 de febrero de 2012⁹⁰, con asunto denominado "*Renovación del contrato de concesión*" remitido por **ANA CRISTINA ANAYA SANTRICH (GENERAL MOTORS COLMOTORES)** y dirigido a la gerencia de **LOS COCHES** con copia a **CARLOS FELIPE GÓMEZ (GENERAL MOTORS COLMOTORES)** se mostró:

"Buenas Tardes

Se encuentra próxima la fecha de vencimiento del contrato de concesión, por lo cual les solicitamos su ayuda con la siguiente información para realizar la renovación.

**Quién firma por parte del concesionario (Representante Legal).*

**Certificado de Cámara de Comercio con vigencia no mayor a 45 días*

**Certificado de la Composición Accionaria con vigencia no mayor a 45 días, el cuál debe tener la siguiente información: nombre del socio, doc. identidad, No. de acciones, capital y porcentaje de participación.*

Por favor hacemos llegar los documentos antes del 9 de febrero para realizar el proceso dentro de los tiempos pertinentes.

Cordialmente".

El mencionado correo fue reenviado por **ÁNGELA MARÍA RUÍZ FLÓREZ (LOS COCHES)** a **RICARDO SALAZAR ARIAS (LOS COCHES)** solicitando sus instrucciones respecto de la renovación. Mediante correo electrónico de 2 de febrero de 2012⁹¹, con asunto denominado "*Re: Renovación del contrato de concesión*" remitido por **RICARDO SALAZAR ARIAS (LOS COCHES)** y dirigido a **ÁNGELA MARÍA RUÍZ FLÓREZ (LOS COCHES)** se dio la instrucción de enviar los documentos necesarios para la renovación del contrato de concesión con **GENERAL MOTORS COLMOTORES**.

La intención de **GENERAL MOTORS COLMOTORES** y **LOS COCHES** de renovar el contrato se evidenció en los correos electrónicos cruzados entre ellos desde esta fecha y hasta aproximadamente el 22 de febrero de 2012⁹², los cuales obran en el Expediente como parte del acervo probatorio analizado por esta Delegatura. En efecto, **GENERAL MOTORS COLMOTORES** envió el contrato de concesión a **LOS**

⁸⁹ Testimonio de RICARDO SALAZAR ARIAS que reposa en el CD que obra en el folio 652 del Cuaderno **LOS COCHES** Reservado No. 1 del Expediente.

⁹⁰ CD que obra en el folio 8 del Cuaderno **LOS COCHES** Reservado No. 1 del Expediente.

⁹¹ Ibídem.

⁹² Ibídem.

RESOLUCIÓN NÚMERO **26129** DE 2015 Hoja No. 38

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

COCHES y programó fecha para su firma⁹³, cambiando a última hora su decisión de renovación por un periodo determinado. Se resalta, que la intención de las partes en continuar sus relaciones contractuales se evidencia por la manifestación expresa que realizaron las mismas de renovar el contrato, el envío de los documentos requeridos e incluso la programación de fecha y lugar para la firma del mismo.

Luego de manifestar su intención de renovar el contrato de concesión suscrito entre **LOS COCHES** y **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, el cual venía prorrogándose desde hace más de treinta (30) años cada tres (3) años⁹⁴, y sin que para la fecha se manifestara intención alguna de modificar el tiempo de duración del contrato, **GENERAL MOTORS COLMOTORES** decidió renovar dicho contrato únicamente por un año⁹⁵ un día antes de programada la firma del contrato de concesión. Lo anterior se presentó de manera posterior al recibo de comunicaciones por parte de **LOS COCHES** en las que se manifestaba la intención del Grupo Ardila Lülle de comercializar una marca diferente a **CHEVROLET**, como lo era la marca extranjera **MG**, a través de una sociedad totalmente autónoma e independiente a **LOS COCHES**.

En efecto, en comunicaciones del 30 de junio de 2012 y del 1 de agosto de 2012⁹⁶ **LOS COCHES** informó a **GENERAL MOTORS COLMOTORES** la intención de crear una sociedad diferente, **LOS AUTOS**, con el fin de realizar inversiones en la marca **MG**, manifestando lo siguiente:

“La organización Ardila Lülle ha manifestado su interés concreto de seguir invirtiendo en la marca, participando con ofertas cercanas a los \$42 millones de Dólares para adquirir el 100% de Andar de Medellín y el 50% de Campesa en Bucaramanga, situación que ratifica una vez el compromiso de mas (sic) de 35 años adquirido con GM Colmotores y su confianza en la marca Chevrolet.

Inversionistas participantes en la denominada Organización Ardila Lülle, han tomado la decisión de importar la Marca de vehículos MG. Esta decisión como cualquier otra decisión empresarial, no debería tener mayor trascendencia si no fuera por las manifestaciones de rechazo expresadas por GM Colmotores a esta decisión, argumentando puntos de vista respetables pero no compartidos.

A este respecto, queremos nuevamente ratificar que esta es una inversión totalmente independiente a Distribuidora Los Coches La Sabana S.A., Y que proviene de otro País y otra sociedad diferente a las que participan en Los Coches.

Hemos argumentado que el modelo de negocio mono marca que GM Colmotores ha querido defender y que es su principal argumento de

⁹³ CD que obra en el folio 8 del Cuaderno LOS COCHES Reservado No. 1 del Expediente.

⁹⁴ Testimonio de RICARDO SALAZAR ARIAS que reposa en CD que obra en el folio 652 del Cuaderno LOS COCHES Reservado No. 1 del Expediente.

⁹⁵ CD que obra en el folio 8 del Cuaderno LOS COCHES Reservado No. 1 del Expediente.

⁹⁶ Ibídem.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 39

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

decisión, no es un modelo vigente en Colombia, toda vez que varios concesionarios de la marca ya son multi marca (...) (Subrayado y negrilla fuera del texto).

De lo anterior se evidencia la intención de **LOS COCHES** de comercializar una nueva marca, **MG**, a través de una sociedad diferente creada por sus mismos inversionistas, esto es, a través de **LOS AUTOS**, manifestando en todo caso que dicha negociación y ampliación del negocio no conllevaría a la disminución de inversiones en la marca **CHEVROLET** y que de ninguna manera implicaría el descuido de las obligaciones contractuales adquiridas con **GENERAL MOTORS COLMOTORES**. En efecto, **LOS COCHES** le comunicó abiertamente a **GENERAL MOTORS COLMOTORES** su intención de continuar invirtiendo en los concesionarios **CHEVROLET** y de mantener su compromiso con la marca, con su posicionamiento e imagen.

Ahora bien, en respuesta a las comunicaciones anteriormente mencionadas, el correo electrónico del 10 de septiembre de 2012⁹⁷ con asunto denominado “*Respuesta a su comunicación de fecha 1 de agosto de 2012*” remitido por **JORGE ALEJANDRO MEJÍA GONZÁLEZ (GENERAL MOTORS COLMOTORES)** y dirigido a **RICARDO SALAZAR ARIAS (LOS COCHES)** señaló:

“Estimado Ricardo:

En respuesta a su comunicación de la referencia, con la lealtad, franqueza y buenos términos que siempre han caracterizado nuestras relaciones comerciales, y teniendo en cuenta que tenemos concepciones muy diferentes en cuanto al modelo de negocios, le informo que General Motors Colmotores S.A., ha optado por no renovar el contrato de concesión para la venta y posventa de vehículos automotores y sus partes, que actualmente está vigente con Distribuidora Los Coches La Sabana S.A.

Esto es una decisión interna de la Compañía que se ejercerá dentro del marco contractual que nos vincula y que se les estará notificando oportunamente.

En esta forma, cada compañía podrá seguir con el modelo de negocios que considera el mejor para sus intereses.

Reitero nuestra firme convicción de finalizar nuestras relaciones con la misma cordialidad que siempre nos ha caracterizado.

Atentamente”. (Subrayado y negrilla fuera del texto)

De las anteriores comunicaciones, esta Delegatura puede inferir que **GENERAL MOTORS COLMOTORES** pretendía, a través de la implementación de un modelo de negocio, mantener la exclusividad de la marca **CHEVROLET** en sus concesionarios, de forma tal que, sus distribuidores no pudieran comercializar marcas de otros proveedores, ni prestar servicios posventa de marcas diferentes, incluso si esto se haría a través de una sociedad totalmente independiente, con funcionamiento en

⁹⁷ Ibídem.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 40

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

establecimientos comerciales completamente separados e individuales, aun cuando el concesionario mantuviera los estándares y las inversiones en la marca **CHEVROLET** y cumpliera las condiciones contractuales estipuladas por **GENERAL MOTORS COLMOTORES**.

Dicha conducta estaría encaminada a evitar la entrada o consolidación de competidores de la marca **CHEVROLET** en el mercado colombiano, cuestión que no solo se predicaría de **LOS COCHES** sino de todos los concesionarios de la marca **CHEVROLET**. Para esta Delegatura es claro que la conducta desplegada por **GENERAL MOTORS COLMOTORES** tendría la potencialidad para limitar la libre competencia, más cuando se tiene en cuenta el nivel de participación y reconocimiento de dicha marca en el mercado colombiano. Esto en la medida en que con la conducta se restringiría el incentivo para los concesionarios de incursionar en el negocio de distribución y comercialización de otras marcas distintas a **CHEVROLET**, limitando sus opciones comerciales, en la medida en que los concesionarios –en la mayoría de los casos- no tendrían incentivos para finalizar sus relaciones contractuales con **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, cuando este ya cuenta con una participación importante en el mercado. Así las cosas, la restricción impuesta por **GENERAL MOTORS COLMOTORES** a los concesionarios **CHEVROLET** sería idónea para limitar o restringir la entrada o consolidación de otros competidores de vehículos automotores en el mercado colombiano.

Se reitera que el ingreso al mercado de distribución y comercialización de vehículos automotores nuevos implica no solo altas inversiones de dinero que incluso pueden considerarse como costos hundidos, sino también altos conocimientos del mercado, por lo cual es más probable que sea quien ya opera en el mercado de distribución y comercialización de vehículos en Colombia quien tenga mayores incentivos para distribuir y comercializar otras marcas en el territorio nacional. El que **GENERAL MOTORS COLMOTORES** limite las posibilidades a sus concesionarios de comercializar otras marcas diferentes a **CHEVROLET** a través de sociedades y/o establecimientos de comercio distintos de aquellos en los que se ofertan los productos contractuales, limita y obstruye la entrada y expansión de competidores diferentes a **CHEVROLET**, a quienes se les cierra toda la posibilidad de distribuir vehículos con inversionistas conocedores del mercado en Colombia, y que están dispuestos a hacer las inversiones requeridas para ello. Esto limita las posibilidades de concurrencia e ingreso de nuevos competidores.

Se resalta que la restricción impuesta por parte de **GENERAL MOTORS COLMOTORES** se acompañó de la terminación de las relaciones contractuales por no desistir de la intención de comercializar una marca diferente a **CHEVROLET**, así esto se hiciera a partir de una sociedad comercial autónoma e independiente, tal y como se observa en la comunicación del 10 de septiembre de 2012⁹⁸, remitida por **JORGE ALEJANDRO MEJÍA GONZÁLEZ (GENERAL MOTORS COLMOTORES)** y dirigida a **RICARDO SALAZAR ARIAS (LOS COCHES)** con asunto denominado *“Respuesta a su comunicación de fecha 1 de agosto de 2012”* citada en líneas anteriores.

⁹⁸ CD que obra en el folio 8 del Cuaderno LOS COCHES Reservado No. 1 del Expediente.

RESOLUCIÓN NÚMERO **26129** DE 2015 Hoja No. 41

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

En el mismo sentido, mediante comunicación del 13 de septiembre de 2012⁹⁹ con asunto denominado “Notificación de no renovación del contrato de concesión para la venta y posventa de vehículos automotores y sus partes” remitida por **JORGE ALEJANDRO MEJÍA GONZÁLEZ (GENERAL MOTORS COLMOTORES)** y dirigida a **RICARDO SALAZAR ARIAS (LOS COCHES)**, se manifiesta la intención de no renovación del contrato de concesión luego del periodo estipulado en el numeral 4.4., con lo cual el contrato entre **GENERAL MOTORS COLMOTORES** y **LOS COCHES** culminaría el 27 de febrero de 2013:

“Estimado Ricardo:

Por medio de la presente, me permito informarle que **GENERAL MOTORS COLMOTORES S.A.**, atendiendo al plazo pactado de común acuerdo con la cláusula CUARTA, numeral 4.4., no renovará ni prorrogará con posterioridad al día 27 de febrero de 2013 el **CONTRATO DE CONCESIÓN PARA LA VENTA Y POSVENTA DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y SUS PARTES**, suscrito con **DISTRIBUIDORA LOS COCHES DE LA SABANA S.A.**, mediante Escritura Pública No. 0851 de 24 de febrero de 2012, otorgada ante la Notaría Cincuenta y Tres (53) del Círculo de Bogotá, D.C.

De conformidad con lo pactado por las partes en la cláusula 4.4., el plazo del para la duración del **CONTRATO DE CONCESIÓN PARA LA VENTA Y POSVENTA DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y SUS PARTES** se cumple el 27 de febrero de 2013 y en consecuencia el mencionado contrato terminará al finalizar ese día.

(...)”.

La terminación del contrato como retaliación a la comercialización de una nueva marca de vehículos por parte de **LOS COCHES** también se evidenciaría con la declaración rendida el 20 de agosto de 2014¹⁰⁰ de **RICARDO SALAZAR ARIAS (LOS COCHES)** cuando señala:

“RICARDO SALAZAR ARIAS: (...) y llega el 24 de febrero del año 2012, donde se vencía la concesión nuestra por tres años, y sistemáticamente, durante treinta y algo de años nos la habían renovado, en ese momento, estábamos en las discusiones, y ellos deciden renovar solamente por un año, cuando ya teníamos el contrato por tres años, era solo firmar, y faltando un día para la firma, nos llaman y nos dicen no, ese contrato ya no va, se lo vamos a renovar por solo un año, porque nosotros no sabemos si ustedes van a seguir con sus proyectos de otras marcas o no, entonces ellos solamente nos renuevan por un año de manera arbitraria, cuando durante toda la vida habían renovado tres años sistemáticamente, además que no fue consecuente con las inversiones que había hecho

(...)

⁹⁹ Ibidem.

¹⁰⁰ Ibidem.

RESOLUCIÓN NÚMERO **26129** DE 2015 Hoja No. 42

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

y el 13 de septiembre del año 2012, nosotros les escribimos una carta explicándoles todos los argumentos y ellos contestan que no nos renuevan ni nos prorrogan el contrato debido a la decisión de la organización de abrir esa otra compañía, entonces se termina, y dos días después mandan una carta diciendo que a partir del primero de marzo de 2013, no se renovaba ni se prorrogaba la concesión; entonces esa es la historia de porque General Motors decide no renovar ni prorrogar la concesión de Los Coches, que durante 37 años funcionó sin problema (...) (Subrayado y negrilla fuera del texto).

Como se observa, **GENERAL MOTORS COLMOTORES** habría reducido en principio el término de duración del contrato de concesión suscrito con **LOS COCHES** a un año, para posteriormente, en el 2013, finalizar totalmente las relaciones contractuales sostenidas con esta compañía. Lo anterior, luego de recibir sendas comunicaciones por parte de **LOS COCHES** en las que se manifestaba la intención del Grupo Ardila Lülle de realizar inversiones económicas en una marca diferente a **CHEVROLET**.

Así las cosas, **GENERAL MOTORS COLMOTORES** luego de haber manifestado su intención de permanencia en la relación contractual sostenida con **LOS COCHES**, aprobando y autorizando la realización de inversiones en el mantenimiento de los concesionarios, por un tiempo inicial de tres (3) años, decidió reducir el tiempo del contrato de concesión para darle posterior finalización luego de evidenciadas las intenciones la Organización Ardila Lülle de negociar y distribuir la marca **MG**.

En efecto, la exigencia por parte de **GENERAL MOTORS COLMOTORES** a sus concesionarios de mantener la exclusividad, era acompañada de la presión y amenaza de finalizar las relaciones contractuales. Ello se vislumbra a partir de lo señalado en la declaración rendida el 20 de agosto de 2014¹⁰¹ por **RICARDO SALAZAR ARIAS (LOS COCHES)** cuando señala:

*“RICARDO SALAZAR ARIAS: (...) Entonces, después de toda esa situación tensa, nosotros tomamos la decisión de ir a contarles a **COLMOTORES** cuáles eran los planes que la organización tenía, que son los mismos que les he contado a través de esta conversación, que es pensar que el negocio está cambiando, no íbamos a dejar la inversión, ni el ánimo, ni el entusiasmo que tuvimos toda la vida por **LOS COCHES**, que estábamos pensando en otras inversiones y que la organización tenía los recursos y los medios para crecer el negocio, para pensar en otras ciudades, en ese momento **COLMOTORES y GENERAL MOTORS**, dan una respuesta tajante a decirnos que nosotros no podíamos que nosotros teníamos que ser “Pura sangre”, que si nosotros hacíamos eso, el castigo era que no nos renovaban ni nos prorrogaban el contrato de concesión, entonces empiezan reuniones, discusiones alrededor del tema, la organización explicando porque efectivamente no era una cosa excluyente de la otra, que era otra inversión, que eran otras vitrinas, que eran otros talleres, que no se iban a afectar los recursos de la compañía para estos nuevos proyectos; que era interesante, y ellos mantienen su posición amenazante, de si ustedes siguen con su proyecto yo le cancelo la concesión, yo no le renuevo la concesión (...).”* (Subrayado y negrilla fuera del texto)

¹⁰¹ Ibidem.

RESOLUCIÓN NÚMERO **26129** DE 2015 Hoja No. 43

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

De todo lo anterior esta Delegatura puede deducir que **GENERAL MOTORS COLMOTORES** habría desplegado una conducta tendiente a limitar la libre competencia en el mercado de **distribución y comercialización de vehículos automotores nuevos en Colombia**, al obstruir la entrada de una nueva marca en el mercado como lo era **MG**. Esto por cuanto normalmente un concesionario de **CHEVROLET** no arriesgaría sus relaciones contractuales con **GENERAL MOTORS COLMOTORES** para la comercialización y distribución de otra marca, probablemente nueva, o menos posicionada que **CHEVROLET** que ya cuenta con posicionamiento y reputación en Colombia.

Así las cosas, **GENERAL MOTORS COLMOTORES** habría desplegado una práctica, procedimiento o sistema tendiente a limitar la libre competencia infringiendo de este modo el artículo 1 de la Ley 155 de 1959.

12.1.2. De la finalización del contrato de concesión de CALIMA por parte de GENERAL MOTORS COLMOTORES

La presunta conducta anticompetitiva de **GENERAL MOTORS COLMOTORES** que excluiría a otras marcas diferentes a **CHEVROLET** también se habría derivado de (i) la negociación de **CALIMA** con **METROKIA S.A.** (en adelante "**METROKIA**"), y **AUTOMOTRIZ INTERAMERICANA S.A.** (en adelante "**INTERAMERICANA**") para la comercialización de las marcas (**KIA** y **VOLSKWAGEN**) y (ii) la no renovación del contrato de concesión por parte de **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, que implicó la terminación de las relaciones contractuales sostenidas con **CALIMA**.

CALIMA es una sociedad dedicada a la distribución y comercialización de productos y servicios de vehículos automotores en Colombia. Actualmente, dicha sociedad cuenta con un concesionario multi-marca en el cual comercializa y distribuye las marcas **KIA** y **VOLKSWAGEN**¹⁰². Antes de conformar su concesionario multi-marca, **CALIMA** distribuía y comercializaba de forma exclusiva los vehículos automotores identificados con la marca **CHEVROLET** de **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, con quien mantuvo una relación de más de 40 años¹⁰³.

El 13 de julio de 2013¹⁰⁴ **CALIMA** solicitó la autorización por escrito a **GENERAL MOTORS COLMOTORES** para dar inicio de manera formal a acercamientos con otras marcas de vehículos diferentes a **CHEVROLET**, todo de conformidad con la cláusula de exclusividad contenida en el contrato de concesión. El objetivo de **CALIMA** era comercializar marcas diferentes a **CHEVROLET** en el mercado Colombiano.

Esto se confirma a partir de correo electrónico de 13 de julio de 2012¹⁰⁵ con asunto denominado "**RV: REUNION (sic) GM COLMOTORES**" remitido por **MARÍA**

¹⁰² Disponible en: <http://www.calimamotor.com.co/>. Consulta: 26 de marzo de 2015.

¹⁰³ Testimonio de FRANCISCO JOSÉ GUERRERO OCHOA que reposa en el CD obrante en el folio 500 del Cuaderno CALIMA MOTOR S.A. Reservado No. 1 del Expediente.

¹⁰⁴ Folio 215 del Cuaderno CALIMA MOTOR S.A. Reservado No. 1 del Expediente.

¹⁰⁵ Ibidem.

RESOLUCIÓN NÚMERO **26129** DE 2015 Hoja No. 44

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

CAROLINA GÓMEZ GÓMEZ (CALIMA) y dirigido a **HUMBERTO LEONARDO GÓMEZ CAMPUSANO (GENERAL MOTORS COLMOTORES)** en el que se evidenció:

"Apreciado Humberto,

Entiendo que esta semana usted ha tenido una agenda muy cargada, pero le quería recordar la confirmación escrita de la conformidad de GM Colmotores y de su parte para que podamos iniciar conversaciones con representantes de otras marcas, como mecanismo de mitigación del impacto que ha tenido para Calima Motor la decisión unilateral de GM Colmotores de cerrar el concesionario, como consecuencia de la decisión comercial y estratégica de reducir los concesionarios de la Zona Pacífico de 6 a 4.

Tal como se lo manifestamos en nuestra reunión del pasado lunes 9 de julio, cuando le expusimos personalmente los planteamientos contenidos en nuestra comunicación del pasado 5 de julio, no queremos adelantar ningún acercamiento con terceros sin el beneplácito de ustedes. Por eso mismo le solicitamos y entendimos que usted así lo había aceptado, confirmarnos por escrito el beneplácito verbal que nos dio para acometer ese proceso explotatorio con terceros. Por ello, le insistimos en la necesidad de esa confirmación por escrito, así sea en respuesta a este mismo correo.

Cordial saludo". (Subrayado y negrilla fuera del texto)

Ante la falta de respuesta por parte de **GENERAL MOTORS COLMOTORES, CALIMA** procedió a iniciar negociaciones con dos marcas, hecho que fue informado a **GENERAL MOTORS COLMOTORES** mediante comunicación de 23 de julio de 2012¹⁰⁶ en la que se manifestó:

*"(...) nos permitimos informarle que, como primer paso dentro del proceso de mitigación, esta sociedad ha alcanzado, en principio un acuerdo con **METROKIA S.A.**, representantes de la marca **KIA** para Colombia, con respecto del establecimiento de comercio de la ciudad de Buenaventura.*

El anterior acuerdo implicaría iniciar el proceso de desmonte de la operación de la marca Chevrolet en Buenaventura el 1 de agosto y tenerlo finalizado el 31 de agosto de 2012.

(...)

A partir del 31 de agosto y mientras se logra definir qué alternativas existen para la Calima Motor, esta sociedad seguirá operando como concesionario de la marca Chevrolet en los dos establecimientos de la ciudad de Cali".

Como puede observarse en la anterior comunicación, **CALIMA** llegó a un acuerdo inicial con **METROKIA**, sociedad representante de la marca **KIA** en Colombia,

¹⁰⁶ Folio 219 del Cuaderno CALIMA MOTOR S.A. Reservado No. 1 del Expediente.

RESOLUCIÓN NÚMERO _____ DE 2015 Hoja No. 45

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

respecto del concesionario de la ciudad de Buenaventura. En aras de ejecutar el acuerdo, se manifestó la necesidad de desmontar el concesionario para poder iniciar actividades a partir del 31 de agosto de 2012¹⁰⁷, para lo cual se solicitó acordar una reunión con **GENERAL MOTORS COLMOTORES** en la que se definiera el procedimiento de desmonte de la marca **CHEVROLET**, teniendo en cuenta la decisión de **GENERAL MOTORS COLMOTORES** de reducir su red de distribución en la zona en que operaba **CALIMA**.

En efecto, tal y como se desprende de la comunicación del 29 de marzo de 2012 remitida por **FRANCISCO JOSÉ GUERRERO OCHOA (CALIMA)** y dirigida a **SANTIAGO CHAMORRO MICOLTA (GENERAL MOTORS COLMOTORES)** con copia a **CAROLINA RAMÍREZ GARZÓN (GENERAL MOTORS COLMOTORES)** y **HUMBERTO LEONARDO GÓMEZ CAMPUSANO (GENERAL MOTORS COLMOTORES)** con asunto denominado “Propuesta de restructuración de los concesionarios de la Zona de Cali” se puede observar la intención de **GENERAL MOTORS COLMOTORES** de reducir el número de concesionarios operantes en la zona, así:

“(...) En dicha reunión ustedes plantearon la imperiosa necesidad de reducir el número de concesionarios de la Zona de Cali de 6 a 4, como único mecanismo para el mejoramiento de la rentabilidad de las sociedades que actualmente son concesionarios en la Zona de Cali, ya fuera por vía de venta, de compra o de fusión. Igualmente, nos fue solicitado que en un plazo de 30 días les manifestáramos nuestras intenciones respecto las (sic) tres opciones sugeridas.

(...)”.

Ahora bien, como respuesta a las comunicaciones enviadas el 5, 23 y 30 de julio de 2012¹⁰⁸, **GENERAL MOTORS COLMOTORES** mediante correo electrónico de 1 de agosto de 2012¹⁰⁹, con asunto denominado “COMUNICACION (sic) AGOSTO 1 2012” en el que se presenta el archivo adjunto denominado “COMUNICACION (sic) CALIMA MOTOR AGOSTO 1 2012.pdf” remitido por **CAROLINA RAMÍREZ GARZÓN (GENERAL MOTORS COLMOTORES)** y dirigido a **CAROLINA GÓMEZ GÓMEZ (CALIMA)**, **FRANCISCO GUERRERO OCHOA (CALIMA)** con copia a **JORGE ALEJANDRO MEJÍA GONZÁLEZ (GENERAL MOTORS COLMOTORES)**, **MARCO AURELIO PACHECO (GENERAL MOTORS COLMOTORES)** se manifestó que **CALIMA** goza de la libertad y autonomía para reestructurar su actividad comercial, siempre que la misma se encuentre bajo el lineamiento del contrato de concesión previamente suscrito. Estas manifestaciones se reiteran en correos electrónicos posteriores y de fechas 10 de agosto de 2012¹¹⁰ y 17 de agosto de 2012¹¹¹, como se muestra a continuación.

¹⁰⁷ Ibidem.

¹⁰⁸ Folios 209, 219 y 227 al 231 del Cuaderno CALIMA MOTOR S.A. Reservado No. 1 del Expediente.

¹⁰⁹ Folio 234 del Cuaderno CALIMA MOTOR S.A. Reservado No. 1 del Expediente.

¹¹⁰ Folio 242 del Cuaderno CALIMA MOTOR S.A. Reservado No. 1 del Expediente.

¹¹¹ Folio 244 del Cuaderno CALIMA MOTOR S.A. Reservado No. 1 del Expediente.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 46

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

"(...)

Sobre el particular les manifestamos que las decisiones gerenciales que ustedes tomen son de su exclusiva responsabilidad, pero le recordamos que las mismas deben hacerse dentro de los términos del contrato que tenemos suscrito que tiene además de establecer una relación con ustedes proteger y darle un servicio adecuado a nuestros clientes

(...)"

Pese a la reiteración por parte de **GENERAL MOTORS COLMOTORES** de la posibilidad para **CALIMA** y los concesionarios de tomar sus propias decisiones gerenciales, esta Delegatura evidenció a partir del análisis de las pruebas recaudadas, que **GENERAL MOTORS COLMOTORES** insistía de forma enfática en el seguimiento de los lineamientos y políticas establecidas en el contrato de concesión, al momento de tomar decisiones que afectarían a la compañía. Así, esta Delegatura constató que **GENERAL MOTORS COLMOTORES** hacía especial énfasis en sus comunicaciones, señalando que de manejar operaciones con otras marcas diferentes a **CHEVROLET** se estaría infringiendo lo estipulado en numeral 4.6 de la cláusula cuarta del contrato de concesión, denominada "Uso Exclusivo"¹¹² vigente para la fecha.

En efecto, la Delegatura encuentra que **GENERAL MOTORS COLMOTORES** habría advertido que el hecho de realizar acercamientos y negociaciones con marcas diferentes a **CHEVROLET** conllevaría al incumplimiento del contrato, en virtud de la cláusula de exclusividad ya mencionada, que exige la solicitud de autorización a **GENERAL MOTORS COLMOTORES** por parte de los concesionarios cuando quisieran comercializar o realizar operaciones con productos y/o servicios distintos a los establecidos en el contrato. Este actuar tendría por objeto restringir o limitar la entrada de marcas distintas a **CHEVROLET** al mercado de **distribución y comercialización de vehículos automotores nuevos en Colombia**, y además de ello habría constituido una limitación para los concesionarios que quisieran comercializar y/o realizar operaciones comerciales con otras marcas.

De hecho, esta Delegatura pudo constatar que **GENERAL MOTORS COLMOTORES** presionó a **CALIMA** inicialmente para vendiera su concesionario a **AUTOMARCALI**, obligándolo a cambiar su estrategia de negocio, y posteriormente lo presionó para que no iniciara negociaciones con otras marcas distintas a **CHEVROLET**, dejando claro que de hacerlo daría por terminado el contrato, hecho que efectivamente se materializó.

¹¹² CD que obra en el folio 8 del Cuaderno LOS COCHES Reservado No. 1 del Expediente

"4.6 Uso Exclusivo. EL CONCESIONARIO conviene en respetar la función y la ubicación aprobadas de sus instalaciones para realizar las operaciones contempladas en virtud del presente Contrato, con el fin de atender el espíritu de este Contratos y cumplir con los compromisos adquiridos. Además, EL CONCESIONARIO conviene en obtener consentimiento previo por escrito de LA FÁBRICA para realizar operaciones con productos y/o servicios no especificados en el presente Contrato o en sus Anexos". Subrayado y negrita fuera del texto.

RESOLUCIÓN NÚMERO **26129** DE 2015 Hoja No. 47

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

Lo anterior se confirmaría a partir de la comunicación del 20 de marzo de 2013¹¹³ con asunto denominado “Su comunicación del 21 de noviembre de 2012” remitida por **JORGE ALEJANDRO MEJÍA GONZÁLEZ (GENERAL MOTORS COLMOTORES)** y dirigida a **HERNÁN GÓMEZ (CALIMA)**, **FRANCISCO JOSÉ GUERRERO OCHOA (CALIMA)**, **MARÍA CAROLINA GÓMEZ GÓMEZ (CALIMA)** en la que se expresó:

“Estimados señores y amigos:

(...)

En efecto, el entendimiento de GM Colmotores el desmonte gradual de los puntos de venta y de la concesión, empezando por los puntos de Buenaventura y Cali Sur, se adelantó de común acuerdo. Es claro que sin dicho acuerdo, con base en el cual Calima Motor decidió manejar esas operaciones con marcas diferentes a Chevrolet, esa apreciable firma estaría infringiendo lo estipulado en el numeral 4.6 de la cláusula cuarta del Contrato de Concesión¹¹⁴ vigente, suscrito por escritura pública No. 8459 del 23 de diciembre de 2010 otorgada en la Notaría 53 de Bogotá.

(...)”. (Subrayado y negrilla fuera del texto)

Respecto a la manifestación realizada por **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, en relación con el mutuo acuerdo en que se realizó el desmonte gradual de los concesionarios de Buenaventura y Cali Sur, **CALIMA** mediante comunicación del 15 de abril de 2013¹¹⁵ manifestó:

(...)

...fue una medida que GM COLMOTORES aceptó para permitir levantar la obligación de exclusividad de manera parcial, como mecanismo mitigatorio de los perjuicios que nos estaba causando la decisión de GM Colmotores de excluir a Calima Motor de la red de la Zona Pacífico”.

¹¹³ Folio 265 del Cuaderno CALIMA MOTOR S.A. Reservado No. 1 del Expediente.

¹¹⁴ Folios 131 al 152 del Cuaderno CALIMA MOTOR S.A. Reservado No. 1 del Expediente.

(...)

4.6. Uso Exclusivo.

*El concesionario conviene en respetar la función y la ubicación aprobadas de sus instalaciones para realizar las operaciones contempladas en virtud del presente Contrato, con el fin de atender el espíritu de este contrato y cumplir con los compromisos adquiridos. Además, **EL CONCESIONARIO** conviene en obtener el consentimiento previo por escrito de **LA FABRICA** para realizar operaciones con productos y/o servicios no especificados en el presente Contrato o e sus anexos”.*

¹¹⁵ Folio 268 del Cuaderno CALIMA MOTOR S.A. Reservado No. 1 del Expediente.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 48

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

Se puede observar como **GENERAL MOTORS COLMOTORES** a partir de la imposición y ejecución de la cláusula de exclusividad incluida en sus contratos de concesión, habría pretendido limitar a los distribuidores y comercializadores en su estrategia económica, al restringirles la posibilidad de realizar operaciones y/o inversiones en marcas diferentes a **CHEVROLET**, lo cual adquiere un carácter anticompetitivo si se suma a la advertencia de terminación del contrato, al limitar la entrada o expansión de otras marcas de vehículos al mercado colombiano.

Bajo la misma línea, la limitación por parte de **GENERAL MOTORS COLMOTORES** y la exigencia de venta exclusiva de su marca **CHEVROLET** y sus marcas autorizadas, se confirma a partir de la declaración rendida el 24 de octubre de 2014¹¹⁶ por **FRANCISCO JOSÉ GUERRERO OCHOA (CALIMA)** cuando señaló:

*“**DESPACHO:** ¿Existía alguna razón por la cual fueran únicos, representaran solamente la marca Chevrolet durante ese periodo de tiempo que ya había mencionado?*

FRANCISCO JOSÉ GUERRERO OCHOA: Yo entré en la marca en el año 2007, yo había trabajado en un concesionario **CHEVROLET** en Pereira entre el año 1999 y el año 2000, había un principio, o una ley o una norma, donde ningún concesionario **CHEVROLET**, hasta cierto momento, lo que ya tuvieran, no sé eso fue hace 10 o 12 años, los que ya tuvieran de mucho tiempo atrás otras marcas, se les permitía tener otras marcas, pero de ahí en adelante los que quisieran tener otras marcas, eso era totalmente prohibido. Uno no podía pensar en tener otra marca, ninguno de los accionistas de CALIMA MOTORS, podía representar otra marca, eso casi que tenía una norma, que en el primer grado o casi hasta en el segundo grado de consanguinidad, ninguno de los accionistas podían invertir o representar otras marcas, y eso era una ley de GENERAL MOTORS COLMOTORES, y digamos en ese proceso desde el 2007, que yo estoy en **CALIMA MOTORS**, nunca se pensó por parte de **CALIMA MOTORS** o alguno de sus accionistas en hacer inversiones en otras marcas

(...)

pues nunca se intentó, sabemos que casos de concesionarios colegas que algunos de sus inversionistas intentaron o estaban adelantando conversaciones con otras marcas, y que fueron amenazados por CHEVROLET, que si llegaba esa situación pues, procedían a hacer la cancelación del contrato, y la cancelación se podía dar con una cancelación unilateral o simplemente como los contratos de concesión generalmente estaban a plazos de uno a tres años, pues llegaba el momento de vencimiento del plazo y no se renovaba. Entonces ellos discrecionalmente podían decidir que cuando se vencía un contrato, si venía a tres años, el próximo lo firmamos a un año, porque eso era un tema que ellos definían unilateral, entonces digamos que en la red existía esa amenaza y digamos la existencia de contratos entre uno a tres años, por lo general **CHEVROLET** presionaba mucho a su red para que invirtiera, para que invirtiera en muchos procesos, en abrir concesionarios, en ampliar la capacidad de talleres, en temas de imagen, entonces las sumas que invertían los concesionarios de **CHEVROLET** eran muy

¹¹⁶ CD que obra en el folio 500 del Cuaderno CALIMA MOTOR S.A. Reservado No. 1 del Expediente.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 49

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

elevadas, entonces frente a un riesgo de una suma muy elevada, en CHEVROLET, frente a la amenaza de que si usted hacia negocios con otras marcas, de que le cancelaban estos, teniendo siempre inversiones tan altas en CHEVROLET, pues todo el mundo se abstenía de hacerlas, nosotros nunca lo intentamos, nunca lo pensamos, nunca tuvimos conversaciones con ninguna marca, por el contrario decidimos fue mejorar e invertir en la marca, para apostarle a un mayor crecimiento de la zona, a tener un mercado más grande, a tener una posventa más grande". (Subrayado y negrilla fuera del texto)

A partir del testimonio anteriormente citado, se evidenciaría la materialización e imposición de restricciones por parte de **GENERAL MOTORS COLMOTORES** al existir una restricción que impedía que las empresas comercializaran y o pensarán al menos en distribuir marcas diferentes a **CHEVROLET**, así fuera a través de una nueva sociedad y/o establecimiento de comercio totalmente autónomo e independiente de aquel en donde se ofertaran los productos contractuales. Tal situación se vio reflejada en el comportamiento de **CALIMA**, quien por mucho tiempo mantuvo su fidelidad y exclusividad con la marca **CHEVROLET**, sin pensar en la posibilidad de invertir y/o comercializar una marca diferente.

En efecto, del testimonio de **FRANCISCO JOSÉ GUERRERO OCHOA (CALIMA)** se vislumbró la intención de **GENERAL MOTORS COLMOTORES** de mantener la exclusividad de su marca respecto de los concesionarios con los cuales mantenía relaciones contractuales, situación que pretendía mantener con amenazas y presiones para evitar que se negociara con marcas diferentes a **CHEVROLET**. Así, **GENERAL MOTORS COLMOTORES** habría realizado una conducta tendiente a limitar la libre competencia, en la medida en que frente a su amenaza de terminación y cancelación del contrato de concesión, estos preferirían abstenerse de negociar con otras marcas para reducir los riesgos en la pérdida de ventas y disminución de su participación en el mercado y/o la exclusión del mismo.

Siendo entonces clara la manifestación por parte de **CALIMA** de negociar con otras marcas para mitigar los perjuicios económicos causados por el posible desmonte de su concesionario, **GENERAL MOTORS COLMOTORES** decidió finalizar el contrato de concesión con esta compañía. Así las cosas, en comunicación del 20 de marzo de 2013¹¹⁷, **GENERAL MOTORS COLMOTORES** hace oficial la terminación del contrato de concesión suscrito con **CALIMA** señalando lo siguiente:

"(...) nos permitimos confirmarle que el contrato de concesión mencionado en el segundo aparte de esta comunicación terminará el 3 de octubre del 2013 con base en lo establecido en el numeral 9 del literal A de la cláusula novena del mismo".

Vale resaltar que la conducta presuntamente anticompetitiva por parte de **GENERAL MOTORS COLMOTORES** al bloquear el acceso al mercado e impedir la consolidación de otras marcas se vería reflejada no sólo por la terminación intempestiva e inesperada del contrato de concesión, sino que también se reflejaría en la negativa por parte de **GENERAL MOTORS COLMOTORES** de permitir la negociación por parte de **CALIMA** con otras marcas diferentes a **CHEVROLET**,

¹¹⁷ Folio 266 del Cuaderno CALIMA MOTOR S.A. Reservado No. 1 del Expediente.

RESOLUCIÓN NÚMERO _____ DE 2015 Hoja No. 50

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

haciendo especial énfasis en el incumplimiento en que incurriría de realizar acercamientos con las mismas.

Así las cosas, **GENERAL MOTORS COLMOTORES** no solamente guardó silencio ante la solicitud de **CALIMA** de iniciar conversaciones con otras marcas, sino que además en caso de que se optara por la comercialización de una marca diferente, ejercería presión o amenazaría con la terminación del contrato, de forma tal que aprovechando su posicionamiento y reputación en el mercado, que como hemos mencionado es significativa en relación con las otras marcas ofertadas, restringiría a sus concesionarios la posibilidad de comercializar otras marcas competidoras de **CHEVROLET**, configurándose de esta manera los elementos de una conducta restrictiva de la competencia, al limitar o restringir la entrada expansión de dichas marcas en el mercado colombiano.

De las consideraciones anteriormente expuestas, esta Delegatura concluye que **GENERAL MOTORS COLMOTORES** en efecto habría ejecutado una práctica, procedimiento o sistema tendiente a limitar la libre competencia, al impedir que sus concesionarios o los inversionistas de los mismos constituyeran otras sociedades o establecimientos de comercio para comercializar marcas diferentes a **CHEVROLET** en el mercado colombiano.

Esto se constató con la terminación de los contratos de concesión de **LOS COCHES** y **CALIMA**, conducta idónea y con potencial suficiente para limitar o restringir la competencia, al constituirse en un bloqueo para la entrada de nuevos competidores de la marca **CHEVROLET** y para la expansión de aquellos competidores que ya presentes en el mercado. Esta conducta se habría desplegado sin que existiera eficiencia alguna que la justificara, y muy a pesar de que los concesionarios que deseaban distribuir otras marcas diferentes en distintos establecimientos de comercio se comprometían a mantener todos los estándares de inversión y calidad que impusiera **GENERAL MOTORS COLMOTORES**.

DÉCIMO TERCERA: A continuación, la Delegatura procederá a establecer la responsabilidad en la que podrían haber incurrido los representantes legales, miembros de junta directiva, otros funcionarios, ex funcionarios o personas relacionadas con **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, las cuales habrían infringido lo dispuesto en el numeral 16 del artículo 4 del Decreto 2153 de 1992, modificado por el artículo 26 de la Ley 1340 de 2009.

13.1. Responsabilidad de los representantes legales, miembros de juntas directivas, otros funcionarios, ex funcionarios o personas relacionadas con GENERAL MOTORS COLMOTORES

La **SIC** tiene como función imponer a cualquier persona natural que colabore, facilite, autorice, ejecute o tolere conductas violatorias de las normas sobre protección de la competencia y competencia desleal administrativa, multas hasta por un equivalente a dos mil (2.000) SMLMV al momento de la imposición de la sanción.

El numeral 12 del artículo 3 del Decreto 4886 de 2011 establece lo siguiente:

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 51

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

“Artículo 3. Funciones del Despacho del Superintendente de Industria y Comercio. Son funciones del Despacho del Superintendente de Industria y Comercio:

(...)

12. Imponer a cualquier persona natural que colabore, facilite, autorice, ejecute o tolere conductas violatorias de las normas sobre protección de la competencia y competencia desleal las multas que procedan de acuerdo con la ley”.

De igual manera, el numeral 16 del artículo 4 del Decreto 2153 de 1992 modificado por el artículo 26 de la Ley 1340 de 2009, señala que:

“Artículo 4. Funciones del Superintendente de Industria y Comercio. Al Superintendente de Industria y Comercio, como jefe del organismo, le corresponde el ejercicio de las siguientes funciones:

(...)

16. Modificado por el artículo 26 de la Ley 1340 de 2009

“Artículo 26. Monto de las Multas a Personas Naturales. Imponer a cualquier persona que colabore, facilite, autorice, ejecute o tolere conductas violatorias de las normas sobre protección de la competencia a que se refiere la Ley 155 de 1959, el Decreto 2153 de 1992 y normas que la complementen o modifiquen, multas hasta por el equivalente de dos mil (2.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes al momento de la imposición de la sanción, a favor de la Superintendencia de Industria y Comercio.

(...)”.

Como se puede apreciar, las normas anteriormente transcritas permiten afirmar que la responsabilidad personal que se encuentra legalmente en cabeza de las personas naturales, puede originarse tanto por un hecho positivo, como por un hecho negativo (se sanciona tanto el ejecutar como el tolerar).

Al respecto, esta Superintendencia ya se ha manifestado en los siguientes términos:

“Es claro, entonces, la posición doctrinaria de esta Entidad cuando reconoce que la conducta endilgada a las personas naturales en su calidad de representantes legales, puede basarse en la omisión, entendida como el no intervenir para evitar, prevenir o corregir la conducta principal, conociendo de su realización”¹¹⁸.

Ahora bien, al analizar el tipo objetivo contemplado en las normas anteriormente citadas, se encuentra que lo que es susceptible de generar una posible sanción es la colaboración, facilitación, autorización, ejecución o tolerancia de una conducta violatoria de las normas sobre protección de la competencia. Así, se puede concluir que la responsabilidad de las personas naturales puede derivarse de la comisión de cualquiera de los comportamientos expresados en los citados verbos rectores.

¹¹⁸ Resolución SIC No. 46111 del 30 de agosto de 2011, “Por la cual se imponen unas sanciones”, en contra de ALIANSALUD ENTIDAD PROMOTORA DE SALUD S.A., COOMEVA ENTIDAD PROMOTORA DE SALUD S.A., FAMISANAR ENTIDAD PROMOTORA DE SALUD S.A., entre otras.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 52

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

De esta forma, la Delegatura considera procedente explicar de manera sucinta en qué consiste cada uno de los verbos rectores que conforman el tipo objetivo previamente citado, de acuerdo con el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española:

Colaborar significa *“trabajar con otra u otras personas en la realización de una obra.”* De la anterior definición es posible deducir que una conducta colaborativa implica un trabajo conjunto de varios sujetos con una misma finalidad en un determinado proyecto o una determinada labor.

Facilitar significa *“hacer fácil o posible la ejecución de algo o la consecución de un fin”*. Lo anterior significa que el sujeto facilitador proporciona un cierto tipo de ayuda que, por su naturaleza, hace más cómoda o posible la realización de una determinada conducta o acción.

Autorizar significa *“dar o reconocer a alguien facultad o derecho para hacer algo”*. Esta definición conlleva el otorgamiento de una potestad o permiso para la realización de una determinada acción.

Ejecutar significa *“poner por obra algo”*. La anterior definición consiste en que quien ejecuta es el sujeto activo de una acción que transforma la realidad material de un contexto específico. Así, la ejecución de la conducta se puede traducir en la realización o puesta en práctica de una determinada actividad o tarea.

Tolerar significa *“permitir algo que no se tiene por lícito, sin aprobarlo expresamente”*. Así, el sujeto que tolera está incurso en una conducta omisiva al condescender en el acaecimiento de un comportamiento calificado como ilegal, lo cual implica la aquiescencia o el beneplácito, por vía pasiva, respecto de tal comportamiento.

Teniendo en cuenta la redacción del artículo, es claro para esta Delegatura que son responsables en virtud del mencionado artículo, todos aquellos sujetos de derecho que hayan colaborado, facilitado, autorizado, ejecutado o tolerado las conductas anticompetitivas, con independencia de si se trata o no de aquellos que son descritos como administradores en el artículo 22 de la Ley 222 de 1995, o si se trata de funcionarios o ex funcionarios, o empleados o ex empleados, o si su vinculación con el agente del mercado obedece a otro tipo de relación jurídica o comercial.

13.2. Responsabilidad de las personas naturales relacionadas con GENERAL MOTORS COLMOTORES

13.2.1. Persona natural investigada MARCO AURELIO PACHECO (Vicepresidente Posventa Andina y Miembro de la Junta Directiva)

Esta Delegatura llega a la conclusión que **MARCO AURELIO PACHECO** incurriría en la responsabilidad prevista en el numeral 16 del artículo 4 de Decreto 2153 de 1992, modificado por el artículo 26 de la Ley 1340 de 2009, por haber realizado presuntamente conductas encaminadas a infringir el régimen de la libre competencia, como consecuencia del cargo que desempeña en **GENERAL MOTORS**

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 53

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

COLMOTORES y por haber adoptado una actitud pasiva habiendo estado en posición de evitarla.

En lo que se refiere al comportamiento desplegado por **MARCO AURELIO PACHECO**, encuentra la Delegatura que con su conducta colaboró, facilitó, autorizó, ejecutó y también toleró la conducta restrictiva de la competencia desplegada por **GENERAL MOTORS COLMOTORES**.

De lo anterior da cuenta el correo electrónico del 1 de agosto de 2012¹¹⁹, con asunto denominado “*COMUNICACIÓN (sic) AGOSTO 1 DE 2012*” remitido por **CAROLINA RAMÍREZ GARZÓN (GENERAL MOTORS COLMOTORES)** y dirigido a **CAROLINA GÓMEZ GÓMEZ (CALIMA)**, **FRANCISCO GUERRERO OCHOA (CALIMA)** con copia a **JORGE ALEJANDRO MEJÍA GONZÁLEZ (GENERAL MOTORS COLMOTORES)**, **MARCO AURELIO PACHECO (GENERAL MOTORS COLMOTORES)**, en el que se anexa la comunicación llamada “*COMUNICACION (sic) CALIMA MOTOR AGOSTO 1 2012.pdf*” en la que se indica:

“ (...)

la decisión de cómo valorar su empresa; qué operación jurídica o económica realizar con la misma; atender o no otras marcas diferentes a CHEVROLET, entre otras, son decisiones que solo competen a Ustedes y GM COLMOTORES solamente ha velado y velará porque Ustedes cumplan el Contrato de Concesión

(...)”.

Como se observa, si bien **GENERAL MOTORS COLMOTORES** señala que las decisiones relacionadas con las operaciones jurídicas y negociaciones con otras marcas corresponden a **CALIMA**, la Delegatura evidenció a partir del análisis del material probatorio obrante en el Expediente, y previamente citado en este acto administrativo, que **GENERAL MOTORS COLMOTORES** insistía de forma enfática en el seguimiento de los lineamientos y políticas establecidas en el contrato de concesión. En efecto, como se desprende de la comunicación citada **GENERAL MOTORS COLMOTORES** recalca que ha velado y velará por el cumplimiento del contrato, el mismo dentro del cual se incluye la cláusula de exclusividad que tendría la posibilidad de limitar a los concesionarios en su interés por realizar operaciones con marcas diferentes a **CHEVROLET**.

De lo anterior, tuvo conocimiento **MARCO AURELIO PACHECO**, tal y como se evidencia del correo electrónico previamente citado. Lo mismo se constataría a partir del correo electrónico del 10 de agosto de 2012, con asunto denominado “Comunicación”, remitido por **CAROLINA RAMÍREZ GARZÓN (GENERAL MOTORS COLMOTORES)** y dirigido a **FRANCISCO GUERRERO OCHOA (CALIMA)** con copia a **JORGE ALEJANDRO MEJÍA GONZÁLEZ (GENERAL MOTORS COLMOTORES)**, **MARCO AURELIO PACHECO (GENERAL MOTORS COLMOTORES)**, en el que se anexa la comunicación llamada “*Comunicación Calima Motor Ago 10.pdf*” en la que se indica:

¹¹⁹ Folios 233 a 235 del Cuaderno CALIMA Reservado No. 1 del Expediente.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 54

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

"(...)

Sobre el particular les manifestamos que las decisiones gerenciales que ustedes tomen son de su exclusiva responsabilidad, pero le recordamos que las mismas deben hacerse dentro de los términos del contrato que tenemos suscrito que tiene además de establecer una relación con ustedes proteger y darle un servicio adecuado a nuestros clientes

(...)"

A partir de lo anterior, esta Delegatura ha podido constatar la participación de **MARCO AURELIO PACHECO**, quien toleró la conducta anticompetitiva desplegada por **GENERAL MOTORS COLMOTORES** mediante la cual exigía la exclusividad de su marca a los concesionarios, restringiéndoles incluso la posibilidad de realizar operaciones con marcas diferentes a través de sociedades y/o establecimientos de comercio autónomos e independientes a aquellos en donde se comercializa la marca **CHEVROLET**.

Por lo anterior para esta Delegatura, **MARCO AURELIO PACHECO** infringió el numeral 16 del artículo 4 del Decreto 2153 de 1992, modificado por el artículo 26 de la Ley 1340 de 2009, ya que colaboró, facilitó, autorizó, ejecutó y toleró la realización de una práctica restrictiva de la competencia de naturaleza obstructiva del mercado y tendiente a limitar la libre competencia enmarcada dentro del artículo 1 de la Ley 155 de 1959 (prohibición general), realizada por **GENERAL MOTORS COLMOTORES**.

13.2.2. Persona natural investigada CAROLINA RAMÍREZ GARZÓN (Gerente de Desarrollo de Concesionarios 2011-octubre de 2013)

En lo que se refiere al comportamiento desplegado por **CAROLINA RAMÍREZ GARZÓN**, encuentra la Delegatura que con su conducta colaboró, facilitó, autorizó, ejecutó y también toleró la conducta anticompetitiva desarrollada por **GENERAL MOTORS COLMOTORES**. Esto por cuanto en ejercicio de las funciones del cargo de Gerente de Concesionario que ostentaba para los años 2011, 2012 y octubre de 2013, facilitaría que **GENERAL MOTORS COLMOTORES** a través de prácticas, procedimientos o sistemas limitara el acceso y posicionamiento de marcas de vehículos diferentes a la marca **CHEVROLET** en el mercado de **distribución y comercialización de vehículos automotores nuevos en Colombia**.

En efecto **CAROLINA RAMÍREZ GARZÓN** no sólo tenía conocimiento de la conducta desplegada por **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, sino que adicionalmente fungía como conducto para implementar la misma, toda vez que ella era quien enviaba las comunicaciones a **CALIMA** advirtiéndole acerca de la posición de **GENERAL MOTORS COLMOTORES** de velar por el cumplimiento de las condiciones del contrato, dentro de las que se incluye el mantenimiento de la exclusividad de la marca, entendiendo esta como la limitación para los concesionarios de realizar operaciones con marcas distintas a **CHEVROLET**. Esto se evidenciaría a partir de los correos electrónicos y comunicaciones del 17 de julio de 2012, 23 de julio de 2012, 1 de agosto de 2012 y 10 de agosto de 2012, citados anteriormente en el presente acto administrativo.



RESOLUCIÓN NÚMERO ~~26129~~ DE 2015 Hoja No. 55

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

Por lo anterior, para la Delegatura **CAROLINA RAMÍREZ GARZÓN** infringió el numeral 16 del artículo 4 del Decreto 2153 de 1992, modificado por el artículo 26 de la Ley 1340 de 2009, ya que colaboró, facilitó, autorizó, ejecutó y toleró la realización de una práctica restrictiva de la competencia de naturaleza obstructiva del mercado, tendiente a limitar la libre competencia por parte **GENERAL MOTORS COLMOTORES**.

13.2.3. Persona natural investigada SANTIAGO CHAMORRO MICOLTA (Gerente)

En lo que se refiere al comportamiento desplegado por **SANTIAGO CHAMORRO MICOLTA**, se observa que con su conducta colaboró, facilitó, autorizó, ejecutó y también toleró la conducta restrictiva de la competencia desplegada por **GENERAL MOTORS COLMOTORES**.

De lo anterior da cuenta, el correo electrónico del 24 de febrero de 2012¹²⁰ con asunto "INVITACION (sic) CENA CONCESIONARIOS ZONA CALI" remitido por **CAROLINA RAMÍREZ GARZÓN (GENERAL MOTORS COLMOTORES)** y dirigido a cgordillo@automarcali.com, mateo.mejia@autopacifico.com.com, gerencia@yanaconasmotor.com.co, francisco.guerero@calimamotor.com.co, aherrera@autosuperior.com.co, asonac@cable.net.co con copia a juandavid.rosero@gm.com, Felipe.fajardo@gm.com muestra:

*"Apreciados concesionarios zona Cali y Asonac
Queremos que nos acompañen a una cena que haremos en Cali el próximo martes 28 de febrero.
Por favor confirmar su participación.*

*Hora: 7.00 pm
Lugar: Restaurante Macarroni's Calle 17 Norte #9-58 Granada*

*Anfitrión: Santiago Chamorro
Participantes: Gerentes Generales Concesionarios Zona Cali
Tema: Visión estratégica zona Cali
Saludos".*

En efecto, en el mencionado correo se cita a los Gerentes Generales de los concesionarios de la Zona Cali y **ASONAC** para llevar a cabo una reunión, cuyo tema principal sería la revisión de la visión estratégica de esta zona, citación en la que se incluye a **FRANCISCO JOSÉ GUERRERO OCHOA (CALIMA)**.

Dicha reunión fue presidida por **SANTIAGO CHAMORRO MICOLTA (GENERAL MOTORS COLMOTORES)**, entonces presidente de la distribuidora, lo que permite inferir que el mismo tiene el suficiente conocimiento acerca de las políticas, lineamientos y estrategias de **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, así como poder de decisión en la misma, en la medida en que además de presidir las reuniones, él mismo era quien indicaba los parámetros que debían seguir los concesionarios en un discurso inicial que realizaba en todas las reuniones. Esto se evidenciaría a partir de

¹²⁰ Folio 197 del Cuaderno Público No. 2 del Expediente.

RESOLUCIÓN NÚMERO

DE 2015 Hoja No. 56

la declaración rendida por **MARÍA CAROLINA GÓMEZ GÓMEZ**, en su calidad de Subgerente General de **CALIMA**, el 24 de octubre de 2014¹²¹, así:

"DESPACHO: Respecto a las relaciones comerciales con General Motors, ¿Podría usted indicarnos si se realizaban constantemente o periódicamente algún tipo de reuniones para hablar del tema de comercialización de automóviles en la zona en que usted trabajaba?

MARÍA CAROLINA GOMÉZ GOMÉZ: Si, se hacían reuniones. Existía un gerente de zona que visitaba los diferentes concesionarios que hacía digamos el debido seguimiento a las ventas, a la participación del concesionario en la zona y a ese tipo de cosas.

DESPACHO: Usted nos comentaba previamente que habían unos acuerdos verbales para la exclusividad por parte de General Motors. ¿En qué situaciones se prestaban esos acuerdos verbales?

MARÍA CAROLINA GOMÉZ GOMÉZ: Esos acuerdos verbales, esa manifestación, que siempre se nos hizo a los diferentes concesionarios de todo el país, era por parte del presidente en ese momento que era Santiago Chamorro, en los cuales en todas las reuniones de las convenciones, reuniones de fin de año, etc., pues el daba un discurso, decía unas palabras y dentro de eso siempre estaba muy reiterativo que las concesiones actuales no podían tener participación en ninguna otra marca".

Según lo anterior, la Delegatura encuentra que **SANTIAGO CHAMORRO MICOLTA** tuvo un papel principal en el despliegue de la conducta anticompetitiva aquí investigada, al haber colaborado en la ejecución e implementación de la misma.

Es por lo anterior que para la Delegatura **SANTIAGO CHAMORRO MICOLTO** infringió el numeral 16 del artículo 4 del Decreto 2153 de 1992, modificado por el artículo 26 de la Ley 1340 de 2009, ya que colaboró, facilitó, autorizó, ejecutó y toleró la realización de una práctica restrictiva de la competencia por parte de **GENERAL MOTORS COLMOTORES**.

13.2.4. Persona natural investigada HUMBERTO LEONARDO GÓMEZ CAMPUSANO (Vicepresidente Comercial y Miembro de la Junta Directiva)

HUMBERTO LEONARDO GÓMEZ CAMPUSANO, para la época de los hechos investigados era el vicepresidente comercial de **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, cargo en razón del cual tuvo conocimiento de la conducta presuntamente anticompetitiva aquí investigada. En efecto, esta Delegatura evidenció su participación en la mencionada conducta toda vez que él fue quien dio por terminado el contrato de concesión de **CALIMA** de forma verbal.

Lo anterior fue constatado a partir de lo señalado en declaración rendida el 24 de octubre de 2014, por **FRANCISCO JOSÉ GUERRERO OCHOA (CALIMA)** quien manifestó:

“FRANCISCO JOSÉ GUERRERO: (...)El viernes 23 de Marzo de 2012, (...) el señor Humberto Gómez, vicepresidente comercial de General

¹²¹ CD obrante a folio 483 del Cuaderno CALIMA MOTOR S.A. Reservado No. 1 del Expediente.

RESOLUCIÓN NÚMERO **26129** DE 2015 Hoja No. 57

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

Motors, nos cancela de manera verbal la concesión, él nos dijo que General Motors había tomado la decisión de que Calima Motors ya no iba a ser más concesionario Chevrolet, le pedimos explicaciones, le llevamos un informe donde le decimos, somos un concesionario que ha duplicado su participación en ventas, cuadruplicado su participación en posventa, que es uno de los más importante de la zona, que cumple con sus indicadores de servicio, técnicos, está dentro de los primero cinco o diez primeros en todos los rankings que ellos tienen, porque nos deciden cancelar a nosotros, ellos dicen que la decisión, es una decisión estratégica de la corporación (...).

(Subrayado y negrilla fuera del texto)

Ahora bien, aunado a lo anterior, se resalta que si bien **HUMBERTO LEONARDO GÓMEZ CAMPUSANO** no envió la carta de terminación formal del contrato de concesión de **CALIMA**, él mismo estaba copiado en todas las comunicaciones cruzadas entre dicho concesionario y **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, lo que evidencia su conocimiento respecto del manejo de la empresa con **CALIMA**, así como de la forma en como terminaron las relaciones contractuales con esta empresa.

Además de lo anterior, **HUMBERTO LEONARDO GÓMEZ CAMPUSANO** también habría tenido conocimiento de las políticas y lineamientos de **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, así como de su intención por mantener la exclusividad de su marca **CHEVROLET** con los concesionarios, que se veía materializada en las constantes reiteraciones sobre el cumplimiento de las obligaciones del contrato. En efecto, **HUMBERTO LEONARDO GÓMEZ CAMPUSANO** estaba copiado en las comunicaciones¹²² enviadas por **JORGE ALEJANDRO MEJÍA GONZÁLEZ**, Director-Gerente de **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, en ese entonces, en donde se le hacía especial énfasis a **CALIMA** de su obligación de cumplir con las condiciones del contrato y del incumplimiento de las mismas si se iniciaban operaciones con marcas diferentes.

Lo mismo pudo evidenciarse respecto de la terminación de la relación contractual con **LOS COCHES**, en la medida en que **HUMBERTO LEONARDO GÓMEZ CAMPUSANO** también fue copiado en la carta de notificación de no renovación del contrato de concesión de esta empresa, lo cual se dio como consecuencia de las negociaciones iniciadas por este concesionario con marcas diferentes a **CHEVROLET**. Lo anterior muestra la participación **HUMBERTO LEONARDO GÓMEZ CAMPUSANO** en la presunta conducta anticompetitiva, al haber ejecutado, colaborado y tolerado el actuar de **GENERAL MOTORS COLMOTORES**.

Por lo anterior, para la Delegatura **HUMBERTO LEONARDO GÓMEZ CAMPUSANO** habría infringido el numeral 16 del artículo 4 del Decreto 2153 de 1992, modificado por el artículo 26 de la Ley 1340 de 2009, en el entendido que colaboró, facilitó, autorizó, ejecutó y toleró la conducta violatoria de las normas sobre protección a la competencia consagrada en el artículo 1 de la ley 155 de 1959.

¹²² Folio 265 del Cuaderno CALIMA MOTOR S.A. Reservado No. 1 del Expediente.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 58

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

13.2.5. Persona natural investigada JORGE ALEJANDRO MEJÍA GONZÁLEZ (Director Gerente GENERAL MOTORS COLMOTORES)

Para la época de los hechos investigados, **JORGE ALEJANDRO MEJÍA GONZÁLEZ** era el Director-Gerente de **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, razón por la cual además de ostentar la calidad de administrador, tenía el suficiente conocimiento de las decisiones que tomaba **GENERAL MOTORS COLMOTORES** respecto de sus concesionarios.

En efecto, dicho conocimiento se puede evidenciar a partir del correo electrónico del 10 de agosto de 2012, con asunto denominado "Comunicación", remitido por **CAROLINA RAMÍREZ GARZÓN (GENERAL MOTORS COLMOTORES)** y dirigido a **FRANCISCO GUERRERO OCHOA (CALIMA)** con copia a **JORGE ALEJANDRO MEJÍA GONZÁLEZ (GENERAL MOTORS COLMOTORES)**, **MARCO AURELIO PACHECO (GENERAL MOTORS COLMOTORES)**, en el que se anexa la comunicación llamada "Comunicación Calima Motor Ago 10.pdf" en la que se indica:

"(...)

Sobre el particular les manifestamos que las decisiones gerenciales que ustedes tomen son de su exclusiva responsabilidad, pero le recordamos que las mismas deben hacerse dentro de los términos del contrato que tenemos suscrito que tiene además de establecer una relación con ustedes proteger y darle un servicio adecuado a nuestros clientes

(...)"

Para la Delegatura **JORGE ALEJANDRO MEJÍA GONZÁLEZ** tenía conocimiento de las políticas y lineamientos establecidos por **GENERAL MOTORS COLMOTORES** en cuanto a las prohibiciones de que los concesionarios negociaran con otras marcas de vehículos su entrada o expansión en el mercado. Esto aunado al hecho de que como Director-Gerente de **GENERAL MOTORS COLMOTORES** ejecutó e instó a **CALIMA** para que cumpliera con dichos lineamientos, resaltándole a este concesionario que si iniciaba conversaciones con otras marcas, estaría infringiendo lo estipulado en el contrato de concesión, respecto de la exclusividad exigida por **GENERAL MOTORS COLMOTORES**.

Esto se evidencia a partir de la comunicación del 20 de marzo de 2013¹²³ con asunto denominado "Su comunicación del 21 de noviembre de 2012" remitida por **JORGE ALEJANDRO MEJÍA GONZÁLEZ (GENERAL MOTORS COLMOTORES)** y dirigida a **HERNÁN GÓMEZ (CALIMA)**, **FRANCISCO JOSÉ GUERRERO OCHOA (CALIMA)**, **MARÍA CAROLINA GÓMEZ GÓMEZ (CALIMA)** en la que se expresó:

"Estimados señores y amigos:

(...)

En efecto, el entendimiento de GM Colmotores el desmonte gradual de los puntos de venta y de la concesión, empezando por los puntos de Buenaventura y Cali Sur, se adelantó de común acuerdo. Es claro que sin dicho acuerdo, con base en el cual Calima Motor decidió manejar esas operaciones con marcas diferentes a Chevrolet, esa apreciable firma

¹²³ Folio 265 del Cuaderno CALIMA MOTOR S.A. Reservado No. 1 del Expediente.

RESOLUCIÓN NÚMERO **26129** DE 2015 Hoja No. 59

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

estaría infringiendo lo estipulado en el numeral 4.6 de la cláusula cuarta del Contrato de Concesión¹²⁴ vigente, suscrito por escritura pública No. 8459 del 23 de diciembre de 2010 otorgada en la Notaría 53 de Bogotá. (...). (Subrayado y negrilla fuera del texto)

Así las cosas, **JORGE ALEJANDRO MEJÍA GONZÁLEZ** además de tolerar la conducta anticompetitiva de **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, colaboró y facilitó en la materialización de la misma, sirviendo como canal para restringir no solamente a **CALIMA**, sino también a **LOS COCHES**, todo con el objetivo de lograr que mantuvieran la exclusividad con la marca **CHEVROLET**. De esto también da cuenta el correo electrónico del 10 de septiembre de 2012¹²⁵ con asunto denominado "Respuesta a su comunicación de fecha 1 de agosto de 2012" remitido por **JORGE ALEJANDRO MEJÍA GONZÁLEZ (GENERAL MOTORS COLMOTORES)** y dirigido a **RICARDO SALAZAR ARIAS (LOS COCHES)** que muestra:

"Estimado Ricardo:

En respuesta a su comunicación de la referencia, con la lealtad, franqueza y buenos términos que siempre han caracterizado nuestras relaciones comerciales, y teniendo en cuenta que tenemos concepciones muy diferentes en cuanto al modelo de negocios, le informo que General Motors Colmotores S.A., ha optado por no renovar el contrato de concesión para la venta y posventa de vehículos automotores y sus partes, que actualmente está vigente con Distribuidora Los Coches La Sabana S.A.

Esto es una decisión interna de la Compañía que se ejercerá dentro del marco contractual que nos vincula y que se les estará notificando oportunamente.

En esta forma, cada compañía podrá seguir con el modelo de negocios que considera el mejor para sus intereses.

Reitero nuestra firme convicción de finalizar nuestras relaciones con la misma cordialidad que siempre nos ha caracterizado.

Atentamente". (Subrayado y negrilla fuera del texto)

Como se observa, el mismo **JORGE ALEJANDRO MEJÍA GONZÁLEZ** reconoce que en este caso **LOS COCHES** maneja un modelo de negocio diferente al

¹²⁴Folios 131 al 152 del Cuaderno CALIMA MOTOR S.A. Reservado No. 1 del Expediente.

(...)

4.6. Uso Exclusivo.

*El concesionario conviene en respetar la función y la ubicación aprobadas de sus instalaciones para realizar las operaciones contempladas en virtud del presente Contrato, con el fin de atender el espíritu de este contrato y cumplir con los compromisos adquiridos. Además, **EL CONCESIONARIO** conviene en obtener el consentimiento previo por escrito de **LA FABRICA** para realizar operaciones con productos y/o servicios no especificados en el presente Contrato o e sus anexos".*

¹²⁵ Ibídem.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 60

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

implementado por **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, esto luego de haberse enterado del interés de este concesionario de iniciar negociaciones con otros proveedores para la comercialización y/o distribución de marcas distintas a **CHEVROLET**.

Lo anterior indica a esta Delegatura que **JORGE ALEJANDRO MEJÍA GONZÁLEZ** no sólo tenía pleno conocimiento de las políticas y modelo de negocio implementado por **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, sino que adicionalmente se constató que era la persona encargada de velar por dicho cumplimiento, al punto de ser él quien comunicaba a los concesionarios la decisión de terminación o no renovación de los contratos, tal y como se puede apreciar en la comunicación del 13 de septiembre de 2012¹²⁶ con asunto denominado “*Notificación de no renovación del contrato de concesión para la venta y posventa de vehículos automotores y sus partes*” remitida por **JORGE ALEJANDRO MEJÍA GONZÁLEZ (GENERAL MOTORS COLMOTORES)** y dirigida a **RICARDO SALAZAR ARIAS (LOS COCHES)**..

“Estimado Ricardo:

*Por medio de la presente, me permito informarle que **GENERAL MOTORS COLMOTORES S.A.**, atendiendo al plazo pactado de común acuerdo con la cláusula CUARTA, numeral 4.4., no renovará ni prorrogará con posterioridad al día 27 de febrero de 2013 el **CONTRATO DE CONCESIÓN PARA LA VENTA Y POSVENTA DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y SUS PARTES**, suscrito con **DISTRIBUIDORA LOS COCHES DE LA SABANA S.A.**, mediante Escritura Pública No. 0851 de 24 de febrero de 2012, otorgada ante la Notaria Cincuenta y Tres (53) del Círculo de Bogotá, D.C.*

*De conformidad con lo pactado por las partes en la cláusula 4.4., el plazo del para la duración del **CONTRATO DE CONCESIÓN PARA LA VENTA Y POSVENTA DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y SUS PARTES** se cumple el 27 de febrero de 2013 y en consecuencia el mencionado contrato terminará al finalizar ese día.*

(...)”.

Teniendo en cuenta lo anterior, la Delegatura encuentra que el investigado **JORGE ALEJANDRO MEJÍA GONZÁLEZ** tuvo un papel principal en el despliegue de la conducta anticompetitiva, al haber colaborado y facilitado la ejecución de la misma.

Es por lo anterior que para la Delegatura **JORGE ALEJANDRO MEJÍA GONZALEZ** infringió el numeral 16 del artículo 4 del Decreto 2153 de 1992, modificado por el artículo 26 de la Ley 1340 de 2009, en el entendido que colaboró, facilitó, autorizó, ejecutó y toleró la conducta violatoria de las normas sobre protección a la competencia consagrada en el artículo 1 de la ley 155 de 1959.

13.2.6. Persona natural investigada JAIME ARDILA GÓMEZ (Presidente para Suramérica)

Esta Delegatura concluye que **JAIME ARDILA GÓMEZ** habría participado en la presunta conducta anticompetitiva desplegada por **GENERAL MOTORS COLMOTORES** durante el ejercicio del cargo de Vicepresidente de Latinoamérica,

¹²⁶ Ibidem

RESOLUCIÓN NÚMERO _____ DE 2015 Hoja No. 61

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

toda vez que como se pudo constatar a partir de la declaración de **RICARDO SALAZAR ARIAS**, tenía conocimiento de la intención de **LOS COCHES** de incursionar al mercado colombiano la marca de vehículos automotores **MG** a través de una sociedad independiente y autónoma a **LOS COCHES**, así como de las políticas decisorias de **GENERAL MOTORS COLMOTORES**.

Lo anterior se evidenciaría a partir de lo señalada en declaración rendida por el señor **RICARDO SALAZAR ARIAS** el día 20 de agosto de 2014 cuando indicó:

*“**RICARDO SALAZAR ARIAS:** (...) viene el presidente de **GENERAL MOTORS** de Latinoamérica que se llama Jaime Ardila a una reunión en Cartagena, donde también le explicamos la situación, tratando de argumentar que **LOS COCHES** iba a ser **CHEVROLET** toda la vida y que no había ningún problema con abrir otras compañías, que eso eran otras inversiones, y el señor dice que ellos tenían que tomar una decisión, al preguntarle cual era la decisión, no quiso contestar cual era, nosotros seguimos con la idea de abrir la operación de **MG** y se crea una compañía aparte que se llama **LOS AUTOS**, con un capital extranjero, también de la propiedad de la organización para seguir con el proyecto de **MG**, en ese momento se hace una reunión en Brasil con el señor Jaime Ardila y con el señor Jorge Mejía actual presidente de **Colmotores**, y ellos nos hacen una propuesta, nos dicen, ustedes quieren seguir con **LOS COCHES**, entonces para que yo lo pueda dejar seguir con **LOS COCHES**, usted me cede la importación de **MG** para Colombia, ellos querían que nosotros le cediéramos la importación de **MG** para Colombia, por los vínculos que ellos tienen en China con **SAIC**, **SAIC** como anteriormente decía era una compañía que fabricaba **GENERAL MOTORS** y **VOLKSWAGEN** para el mercado chino, entonces ellos por supuesto, comenzaron a presionar para que nosotros no tuviéramos esa concesión de **MG**, nos ofrecieron que nos dejaban **LOS COCHES**, de alguna manera nos chantajearon, le dejo **LOS COCHES** pero usted me da la importación **MG**, a lo cual no había forma de acceder a eso, y el 13 de septiembre del año 2012, nosotros les escribimos una carta explicándoles todos los argumentos y ellos contestan que no nos renuevan ni nos prorrogan el contrato debido a la decisión de la organización de abrir esa otra compañía, entonces se termina, y dos días después mandan una carta diciendo que a partir del primero de marzo de 2013, no se renovaba ni se prorrogaba la concesión; entonces esa es la historia de porque General Motors decide no renovar ni prorrogar la concesión de Los Coches, que durante 37 años funcionó sin problema (...) (Subrayado y negrilla fuera del texto).*

Así las cosas, **JAIME ARDILA GOMEZ**, a pesar de haber sido informado por **LOS COCHES** de la posible negociación con **MG** y de la intención de seguir realizando inversiones y mantener los estándares de calidad de la marca **CHEVROLET** no tomó decisión alguna frente a este asunto, tolerando con ello la finalización de contrato de concesión, lo que no encuentra justificación alguna desde el punto de vista de la libre competencia.

Es por lo anterior que para esta Delegatura, **JAIME ARDILA GÓMEZ** infringió el numeral 16 del artículo 4 del Decreto 2153 de 1992, modificado por el artículo 26 de la Ley 1340 de 2009, en el entendido que colaboró, facilitó, autorizó, ejecutó y toleró la conducta violatoria de las normas sobre protección a la competencia consagrada en el artículo 1 de la ley 155 de 1959.

RESOLUCIÓN NÚMERO **26129** DE 2015 Hoja No. 62

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

DÉCIMO CUARTO: Que de conformidad con lo previsto en el artículo 47 de la Ley 1437 de 2011 (Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo), se procede a indicar las posibles sanciones y medidas a que podría verse sometida la investigada, así:

14.1. Posibles sanciones para los agentes del mercado

Que de acuerdo con lo previsto en el artículo 25 de la Ley 1340 de 2009¹²⁷, el agente del mercado, en este caso, **GENERAL MOTORS COLMOTORES**, de comprobarse la realización de la presunta práctica tendiente a limitar la libre competencia, podrá ser sancionado con multas hasta de **CIENT MIL SALARIOS MÍNIMOS LEGALES MENSUALES VIGENTES (100.000 SMLMV)** o, si resulta ser mayor, hasta del 150% de la utilidad derivada de la conducta.

14.1.2. Posibles sanciones para las personas naturales ex funcionarios o funcionarios, ex empleados o empleados, y relacionados con los agentes del mercado:

MARCO AURELIO PACHECO, SANTIAGO CHAMORRO MICOLTA, CAROLINA RAMÍREZ GARZÓN, HUMBERTO LEONARDO GÓMEZ CAMPUSANO, JORGE ALEJANDRO MEJÍA GONZÁLEZ y JAIME ARDILA GÓMEZ como personas naturales podrán ser sancionadas con multas hasta por el equivalente a **DOS MIL SALARIOS MÍNIMOS LEGALES MENSUALES VIGENTES (2.000 SMLMV)**, en caso de demostrarse que colaboraron, facilitaron, autorizaron, ejecutaron o toleraron los hechos o actuaciones constitutivas de las presuntas infracciones objeto de investigación.

14.1.3. Medidas que puede adoptar la Superintendencia

Además de lo anterior, la Superintendencia de Industria y Comercio puede ordenar la cesación de la conducta sancionada, orden cuyo incumplimiento es a su vez sancionable con las mismas multas arriba descritas. En efecto, según el numeral 61 del artículo 1 del Decreto 4886 de 2011, esta Entidad podrá *"Impartir instrucciones en materia de protección al consumidor, protección de la competencia, propiedad industrial, administración de datos personales y en las demás áreas propias de sus funciones, fijar criterios que faciliten su cumplimiento y señalar los procedimientos para su cabal aplicación."*

En mérito de lo anterior, esta Delegatura,

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: ABRIR INVESTIGACIÓN y FORMULAR PLIEGO DE CARGOS contra **GENERAL MOTORS COLMOTORES S.A.**, identificada con NIT. 860002304-3, por la presunta contravención de lo dispuesto en el artículo 1 de la Ley

¹²⁷ Artículos 25 y 26 de la Ley 1340 de 2009.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 63

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

155 de 1959, en los términos establecidos en la parte considerativa de la presente Resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: ABRIR INVESTIGACIÓN y FORMULAR PLIEGO DE CARGOS contra **MARCO AURELIO PACHECO, SANTIAGO CHAMORRO MICOLTA, CAROLINA RAMÍREZ GARZÓN, HUMBERTO LEONARDO GÓMEZ CAMPUSANO, JORGE ALEJANDRO MEJÍA GONZÁLEZ y JAIME ARDILA GÓMEZ** en su condición de funcionarios y ex funcionarios, empleados y ex empleados o personas vinculada a **GENERAL MOTORS COLMOTORES S.A.**, por la presunta contravención de lo dispuesto en el numeral 16 del artículo 4 del Decreto 2153 de 1992, modificado por el artículo 26 de la Ley 1340 de 2009, al presuntamente haber colaborado, facilitado, autorizado, ejecutado o tolerado la conducta contemplada en el artículo 1 de la Ley 155 de 1959.

ARTÍCULO TERCERO: NOTIFICAR personalmente el contenido de la presente resolución a **GENERAL MOTORS COLMOTORES S.A.**, identificada con NIT. 860002304-3, para que dentro de los veinte (20) días hábiles siguientes a la notificación del presente acto administrativo lleven a cabo los actos procesales previstos en el artículo 52 del Decreto 2153 de 1992, modificado por el artículo 155 del Decreto 19 de 2012, en cuanto a la solicitud o aporte de las pruebas que pretendan hacer valer dentro del trámite radicado con el No. 13-114718, ofrecer las garantías suficientes de que se suspenderá o modificará la conducta por la cual se les investiga y presentar descargos frente a la apertura de investigación.

PARÁGRAFO: En caso de no ser posible la notificación personal al cabo de los cinco (5) días del envío de la comunicación, esta se hará por medio de aviso que se remitirá a la dirección, al número de fax o al correo electrónico que figuren en el expediente o puedan obtenerse del registro mercantil, acompañado de copia íntegra del acto administrativo, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 23 de la Ley 1340 de 2009, modificado por el artículo 158 del Decreto 19 de 2012.

ARTÍCULO CUARTO: NOTIFICAR personalmente el contenido de la presente resolución a **MARCO AURELIO PACHECO, SANTIAGO CHAMORRO MICOLTA, CAROLINA RAMÍREZ GARZÓN, HUMBERTO LEONARDO GÓMEZ CAMPUSANO, JORGE ALEJANDRO MEJÍA GONZÁLEZ y JAIME ARDILA GÓMEZ** para que dentro de los veinte (20) días hábiles siguientes a la notificación del presente acto administrativo lleven a cabo los actos procesales previstos en el artículo 52 del Decreto 2153 de 1992, modificado por el artículo 155 del Decreto 19 de 2012, en cuanto a la solicitud o aporte de las pruebas que pretendan hacer valer dentro del trámite radicado con el No. 13-114718 y presentar descargos frente a la apertura de investigación.

PARÁGRAFO: En caso de no ser posible la notificación personal al cabo de los cinco (5) días del envío de la comunicación, esta se hará por medio de aviso que se remitirá a la dirección, al número de fax o al correo electrónico que figuren en el expediente acompañado de copia íntegra del acto administrativo, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 23 de la Ley 1340 de 2009, modificado por el artículo 158 del Decreto 19 de 2012.

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

ARTÍCULO QUINTO: ORDENAR la publicación de la presente resolución de apertura de investigación y pliego de cargos, en la Página Web de la Superintendencia de Industria y Comercio, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 156 del Decreto 19 de 2012, el cual modificó el artículo 17 de la Ley 1340 de 2009 en concordancia con lo dispuesto en el artículo 157 del Decreto 19 de 2012, el cual modificó el inciso primero del artículo 19 de Ley 1340 de 2009, con el fin que dentro de los quince (15) días hábiles posteriores a la fecha de publicación intervengan los competidores, consumidores o en general, aquel que acredite un interés directo e individual en la investigación, aportando las consideraciones y pruebas que pretenda hacer valer.

ARTÍCULO SEXTO: ORDENAR a la persona jurídica y personas naturales investigadas que, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la notificación de la presente decisión, en cumplimiento del artículo 156 del Decreto 019 de 2012, el cual modificó el artículo 17 de la Ley 1340 de 2009, realicen la publicación del siguiente texto en un diario de amplia circulación nacional:

*"Por instrucciones de la Superintendencia de Industria y Comercio, **GENERAL MOTORS COLMOTORES S.A., MARCO AURELIO PACHECO, SANTIAGO CHAMORRO MICOLTA, CAROLINA RAMÍREZ GARZÓN, HUMBERTO LEONARDO GÓMEZ CAMPUSANO, JORGE ALEJANDRO MEJÍA GONZÁLEZ y JAIME ARDILA GÓMEZ**, informan que:*

*Mediante Resolución No. _____ expedida por la Superintendencia de Industria y Comercio, se abrió investigación y se formuló pliego de cargos contra **GENERAL MOTORS COLMOTORES S.A., MARCO AURELIO PACHECO, SANTIAGO CHAMORRO MICOLTA, CAROLINA RAMÍREZ GARZÓN, HUMBERTO LEONARDO GÓMEZ CAMPUSANO, JORGE ALEJANDRO MEJÍA GONZÁLEZ y JAIME ARDILA GÓMEZ**. Según la decisión de la autoridad, se investiga la presunta violación del artículo 1 de la Ley 155 de 1959 por presuntas prácticas restrictivas de la competencia en el sector de producción, distribución y comercialización de vehículos automotores.*

Asimismo, se investiga a las personas naturales involucradas por presuntamente colaborar, facilitar, autorizar, ejecutar o tolerar los hechos o actuaciones constitutivas de las infracciones objeto de investigación, de conformidad con lo dispuesto en el numeral 16 del artículo 4 del Decreto 2153 de 1992, modificado por el artículo 26 de la Ley 1340 de 2009.

Por lo tanto, en los términos previstos en el artículo 157 del Decreto 019 de 2012 el cual modificó el artículo 19 de la Ley 1340 de 2009, los competidores, consumidores o, en general, aquél que acredite un interés directo e individual en la presente investigación, dentro de los quince (15) días hábiles posteriores a la publicación de la apertura de la investigación en la página web de la Superintendencia de Industria y Comercio, podrá intervenir aportando las consideraciones y pruebas que pretendan hacer valer, al expediente radicado con el número 13-114718, el cual reposa en la Superintendencia de Industria y Comercio".

ARTÍCULO SÉPTIMO: Contra la decisión contenida en el presente acto administrativo no procede recurso alguno, en los términos del artículo 20 de la Ley 1340 de 2009, artículo 75 de la Ley 1437 de 2011, concordante con el artículo 52 del

RESOLUCIÓN NÚMERO **26129 DE 2015 Hoja No. 65**

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

Decreto 2153 de 1992, modificado por el artículo 155 del Decreto 019 de 2012, el artículo 54 del Decreto 2153 de 1992.

En mérito de lo expuesto,

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá a los

25 MAYO 2015

El Superintendente Delegado para la Protección de la Competencia

GERMÁN ENRIQUE BACCA MEDINA

Elaboró: María Elisa Bohorquez Castilla
Carolina Polanco García
Andrés Tamayo Rivera
Colaboró: Lucas Mejía Ríos
Revisó: Juliana Chinchilla Guerrero
Aprobó: Germán Enrique Bacca Medina

NOTIFICAR

PERSONA JURÍDICA

GENERAL MOTORS COLMOTORES S.A.

NIT: 860002304-3

Representante Legal: **PABLO MARIO ROSS NEUHAUS**, o quien haga sus veces

Teléfono: (1) 7400111

Correo electrónico: german.ramirez@gm.com

Dirección: Av Boyacá (Calle 56 A Sur) No. 33-53 Bogotá D.C.

PERSONAS NATURALES

MARCO AURELIO PACHECO

Correo electrónico: german.ramirez@gm.com

Dirección: Av Boyacá (Calle 56 A Sur) No. 33-53 Bogotá D.C.

SANTIAGO CHAMORRO MICOLTA

Correo electrónico: german.ramirez@gm.com

Dirección: Av Boyacá (Calle 56 A Sur) No. 33-53 Bogotá D.C.

CAROLINA RAMÍREZ GARZÓN

Correo electrónico: german.ramirez@gm.com

Dirección: Av Boyacá (Calle 56 A Sur) No. 33-53 Bogotá D.C.

HUMBERTO LEONARDO GÓMEZ CAMPUSANO

Correo electrónico: german.ramirez@gm.com

Dirección: Av Boyacá (Calle 56 A Sur) No. 33-53 Bogotá D.C.

JORGE ALEJANDRO MEJÍA GONZÁLEZ

Correo electrónico: german.ramirez@gm.com

Dirección: Av Boyacá (Calle 56 A Sur) No. 33-53 Bogotá D.C.

RESOLUCIÓN NÚMERO 26129 DE 2015 Hoja No. 66

Por la cual se abre una investigación y se formula pliego de cargos

JAIME ARDILA GÓMEZ

Correo electrónico: german.ramirez@gm.com

Dirección: Av Boyacá (Calle 56 A Sur) No. 33-53 Bogotá D.C.