



## CASO HIPOTÉTICO

### QUINTO CONCURSO REGIONAL DE ARBITRAJE CENTRO DE CONCILIACIÓN, ARBITRAJE Y AMIGABLE COMPOSICIÓN DE LA CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA

ELABORADO POR EL COMITÉ ACADÉMICO: UNIVERSIDAD EXTERNADO DE  
COLOMBIA – DEPARTAMENTO DE DERECHO DE LA EMPRESA Y LOS MERCADOS

2026



## I. HECHOS DEL CASO

### **Relacionados con los agentes económicos y su actividad empresarial:**

1. La sociedad Mi Sazón Huilense S.A.S., constituida el 12 de abril de 2018, tiene por objeto principal la explotación de establecimientos de comercio dedicados a la preparación, comercialización y distribución de comida típica huilense, menús ejecutivos, bebidas, servicios de catering, atención de eventos empresariales y sociales, y comercialización de alimentos a través de canales físicos y digitales.
2. La sociedad Cholupa Mix Gastrobar S.A.S., constituida el 28 de agosto de 2023, tiene por objeto principal la operación de restaurantes gastrobar, la preparación y comercialización de cocina fusión huilense-latinoamericana, bebidas, coctelería, organización de eventos privados y prestación de servicios de alimentación en establecimiento abierto al público y por plataformas de domicilio.
3. Desde 2024, ambas sociedades hacen parte de la Asociación de Restaurantes del Huila – Asoreshuila, integrada por restaurantes, gastrobares y operadores de catering con presencia en Huila.
4. Durante 2025 y lo corrido del año 2026, Mi Sazón Huilense S.A.S. operó cuatro sedes abiertas al público en Neiva, una cocina central de producción, un canal de atención para hoteles y operadores turísticos, y varios convenios comerciales para atención de eventos empresariales.
5. En el mismo período, Cholupa Mix Gastrobar S.A.S. operó una sede principal en Neiva, desde la cual ofrecía servicios en salón, reservas para eventos pequeños y medianos, atención a clientes corporativos y pedidos a través de plataformas digitales.

### **Relacionados con el mercado y la participación de los competidores:**

6. En diciembre de 2025, Asoreshuila circuló entre sus afiliados un informe sectorial elaborado con base en ventas reportadas por los miembros del gremio. En dicho

documento se estimó que, dentro del segmento de restaurantes de cocina huilense y fusión regional con servicio a la mesa, eventos empresariales y atención por plataformas en la ciudad de Neiva, Mi Sazón Huilense S.A.S. concentraba 48% de las ventas, mientras que Cholupa Mix Gastrobar S.A.S. representaba 10%.

7. En el mismo informe se señaló que Mi Sazón Huilense tenía participación relevante en tres canales: (i) almuerzos ejecutivos corporativos; (ii) eventos empresariales de mediano formato; y (iii) domicilios de comida típica huilense en la zona centro y norte de Neiva.

8. Durante el segundo semestre de 2025, Cholupa Mix Gastrobar empezó a captar una porción creciente de la clientela que tradicionalmente acudía a Mi Sazón Huilense, especialmente entre consumidores jóvenes, turistas y empresas interesadas en una oferta gastronómica distinta a la cocina regional tradicional.

9. En enero de 2026, Cholupa Mix Gastrobar manifestó a varios proveedores y clientes corporativos su intención de abrir una segunda sede en el sector de Santa Lucía, en Neiva, zona en la que también operaba una de las sedes más rentables de Mi Sazón Huilense.

### **Relacionados con los acuerdos celebrados en Asoreshuila:**

10. En el marco de las reuniones recurrentes de Asoreshuila, el 14 de febrero de 2025, los representantes de los restaurantes afiliados, incluidos Mi Sazón Huilense S.A.S. y Cholupa Mix Gastrobar S.A.S., suscribieron un documento denominado “Pacto de Caballeros para la Estabilidad del Sector Gastronómico del Huila”.

En dicho documento, los asociados acordaron: (i) no abrir nuevas sedes sin autorización previa de la asamblea del gremio; (ii) someter a la asamblea del gremio la aprobación semestral de los precios de los productos de cada restaurante; (iii) no hacer publicidad comparativa respecto de los otros restaurantes asociados; (iv) no actuar de mala fe, ni contra las sanas costumbres mercantiles frente a los demás restaurantes; y (v) “Toda controversia que se suscite entre los asociados, relacionada con cualquier aspecto del desarrollo de la actividad económica principal, será resuelta por un tribunal de arbitraje

que se sujetará a las siguientes reglas: (i) el tribunal estará integrado por tres (3) árbitros nombrados por sorteo; (ii) el trámite arbitral se adelantará de conformidad con las normas contenidas en la Ley 1563 de 2012; (iii) el tribunal decidirá en derecho; y (iv) la sede del tribunal será el Centro de Conciliación, Arbitraje y Amigable Composición de la Cámara de Comercio del Huila”.

11. El pacto no fue incorporado a los estatutos de Asoreshuila, pero sí fue suscrito por los representantes legales de los establecimientos afiliados y anexo al acta correspondiente de la reunión gremial.

12. A partir de la firma del pacto, la asociación empezó a circular entre sus miembros cuadros de precios y recomendaciones sobre expansión territorial, estrategias publicitarias y manejo comercial en temporadas altas.

#### **Operaciones realizadas por las sociedades y surgimiento de la controversia:**

14. En febrero de 2026, Cholupa Mix Gastrobar S.A.S. solicitó a la asamblea de Asoreshuila autorización para abrir una segunda sede en el sector de Santa Lucía, en la ciudad de Neiva.

15. Durante la reunión en la que se discutió dicha solicitud, el representante legal de Mi Sazón Huilense S.A.S. manifestó que la apertura de una nueva sede por parte de Cholupa Mix Gastrobar “fragmentaría innecesariamente el mercado” y “alteraría el equilibrio alcanzado por los asociados en la zona”.

16. La asamblea negó la autorización solicitada por Cholupa Mix Gastrobar para abrir la nueva sede.

17. Tres semanas después de esa decisión, Mi Sazón Huilense S.A.S. puso en funcionamiento un nuevo punto denominado “Mi Sazón Express Santa Lucía”, ubicado a pocas cuadras del establecimiento principal de Cholupa Mix Gastrobar. Mi Sazón Huilense comunicó por escrito al gremio que dicho punto no constituía una nueva sede, sino un centro de alistamiento y entrega de pedidos.

18. A partir del 10 de marzo de 2026, Mi Sazón Huilense lanzó una campaña comercial denominada “Tradición sin sobreprecio”, aplicable únicamente en el sector de Santa Lucía, en zonas aledañas al establecimiento de Cholupa Mix Gastrobar y en campañas segmentadas dirigidas a clientes corporativos de la zona norte de Neiva.

19. Dentro de esa campaña, Mi Sazón Huilense ofreció los siguientes precios: (i) menú ejecutivo huilense con bebida por \$17.900; (ii) plato especial de la casa por \$21.500; y (iii) combo empresarial para grupos de veinte personas por un valor unitario inferior al que venía manejando el resto de los establecimientos del mismo segmento.

20. En abril de 2026, Cholupa Mix Gastrobar obtuvo, por conducto de una excoordinadora administrativa de Mi Sazón Huilense, copia de órdenes de compra, hojas de costos y reportes internos de producción que Mi Sazón Huilense mantenía reservados en el computador del representante legal, sin acceso a nadie más. Con fundamento en esos documentos, encargó un análisis privado en el que se concluyó que el costo total del menú ejecutivo promocionado era \$22.300, mientras que el del plato especial promocionado \$28.100.

21. En el marco de las reuniones gremiales, Mi Sazón Huilense negó esa estimación y manifestó que sus precios obedecían a eficiencias derivadas de economías de escala, centralización de cocina, compras por volumen y mejores condiciones de negociación con proveedores.

22. Cholupa Mix Gastrobar también allegó copias de mensajes internos atribuidos a directivos de Mi Sazón Huilense, en los que se leía: “mantengan la promo de Santa Lucía hasta que Cholupa suelte la plaza” y “se pierde margen tres meses y luego se recupera cuando el competidor se desgaste”.

23. Durante la vigencia de la campaña, Mi Sazón Huilense mantuvo precios ordinarios en sus otras sedes de Neiva y concentró sus descuentos extraordinarios únicamente en la zona donde Cholupa Mix Gastrobar pretendía expandirse y donde ambas sociedades competían de manera más directa.

24. Entre marzo y julio de 2026, Cholupa Mix Gastrobar reportó una disminución del 35% en sus ventas de almuerzos, la cancelación de varios eventos corporativos y la suspensión del proyecto de apertura de su segunda sede.

### **Relacionados con las comunicaciones al mercado y la captación de clientela:**

25. De manera paralela a la campaña de precios, personal comercial de Mi Sazón Huilense S.A.S. habría difundido, entre clientes empresariales, operadores turísticos y organizadores de eventos afirmaciones según las cuales Cholupa Mix Gastrobar S.A.S.: (i) tenía problemas sanitarios; (ii) había sido objeto de visitas por presuntas irregularidades en manipulación de alimentos; (iii) no contaba con estabilidad operativa; y (iv) no garantizaba la calidad ni la autenticidad de la cocina regional.

26. El 22 de abril de 2026, Cholupa Mix Gastrobar solicitó certificación a la autoridad sanitaria competente y obtuvo constancia de que, para esa fecha, no existía investigación sancionatoria sanitaria abierta en su contra, sin perjuicio de las visitas rutinarias de inspección.

27. Entre mayo y junio de 2026, Mi Sazón Huilense remitió ofertas comerciales a varias empresas de la ciudad, ofreciendo descuentos especiales para eventos siempre que el cliente acreditara haber desistido previamente de una reserva o cotización emitida por Cholupa Mix Gastrobar.

28. Dos clientes corporativos informaron por escrito a Cholupa Mix Gastrobar que asesores comerciales de Mi Sazón Huilense les habían recomendado “no arriesgarse con un restaurante inestable” y les ofrecieron mejores condiciones económicas si trasladaban sus eventos a Mi Sazón Huilense.

29. Mi Sazón Huilense contrató pauta digital que se activaba cuando los usuarios buscaban expresiones como “Cholupa”, “gastrobar huilense” o términos semejantes, redireccionándolos hacia promociones de Mi Sazón Huilense. Parte de esa pauta incluía mensajes como “cambie de restaurante hoy”, “aquí sí come tradición de verdad” y “no pague de más por experimentos gastronómicos”.

30. El 25 de julio de 2026, Cholupa Mix Gastrobar remitió a Mi Sazón Huilense una comunicación formal exigiendo el cese de la campaña de precios, la retractación de las afirmaciones difundidas en el mercado, la suspensión de la pauta dirigida a captar clientela asociada con su nombre comercial y la abstención de continuar interfiriendo en sus relaciones con clientes corporativos.

31. Mi Sazón Huilense respondió negando la configuración de conducta desleal alguna, sostuvo que su estrategia correspondía al ejercicio legítimo de la libre iniciativa privada y manifestó que cualquier controversia debía ser tramitada de conformidad con la cláusula arbitral suscrita por los miembros de Asoreshuila.

32. El 30 de agosto de 2025 se adelantó una reunión de arreglo directo entre representantes de ambas sociedades, en el marco de Asoreshuila. La diligencia terminó sin acuerdo.

33. Como consecuencia de los hechos antes descritos, Cholupa Mix Gastrobar S.A.S. decidió promover demanda arbitral contra Mi Sazón Huilense S.A.S.

## II. CONFORMACIÓN DEL LITIGIO

La legitimación por activa estará integrada por Cholupa Mix Gastrobar S.A.S., y la legitimación por pasiva por Mi Sazón Huilense S.A.S.

## III. TEMAS JURÍDICOS RELEVANTES

Los concursantes deben identificar los problemas jurídicos que surgen de los hechos del caso, en relación con los siguientes temas:

- Destinatarios, alcance y oponibilidad de la cláusula compromisoria contenida en el pacto suscrito entre asociados de Asoreshuila.

- Validez, eficacia y separabilidad del pacto arbitral, en caso de discutirse la licitud o eficacia de otras estipulaciones del “pacto de caballeros”.
- Alcance jurídico de las estipulaciones del pacto relativas a apertura de sedes, aprobación colectiva de precios, publicidad comparativa y deberes de comportamiento entre asociados.
- Arbitrabilidad de controversias sobre competencia desleal cuando una de las conductas alegadas se apoya en la presunta infracción de normas del régimen de libre competencia económica.
- Tipo de acción de competencia desleal adelantada.
- Definición del mercado relevante en el sector de restaurantes y gastrobares en la ciudad de Neiva.
- Determinación de la posición dominante de Mi Sazón Huilense S.A.S. en el mercado pertinente.
- Elementos del abuso de posición dominante por disminución de precios por debajo de costos, en particular: (i) parámetro de costos relevante; (ii) duración de la campaña; (iii) focalización geográfica y comercial; y (iv) finalidad exclusoria o de obstaculización de la expansión del competidor.
- Elementos del abuso de posición dominante por discriminación regional por zonas, de acuerdo con la definición del mercado relevante.
- Configuración del acto de competencia desleal de violación de normas, incluyendo: (i) existencia de una norma infringida; (ii) obtención de una ventaja competitiva; (iii) realización efectiva en el mercado; y (iv) carácter significativo de la ventaja.
- Configuración del acto de descrédito, a partir de afirmaciones sobre condiciones sanitarias, estabilidad operativa y calidad del servicio del competidor.
- Configuración del acto de desviación de clientela, a partir de campañas dirigidas a captar clientes ajenos mediante descuentos condicionados, interferencia sobre reservas y pauta asociada al nombre comercial del competidor.

- Relación entre los actos tipificados y la cláusula general de prohibición de actos contrarios a la buena fe comercial, las sanas costumbres mercantiles o los usos honestos en materia mercantil. También, su relación con el Pacto de Caballeros celebrado en el gremio.
  - Carga de la prueba y valoración probatoria de estudios de costos, mensajes internos, comunicaciones comerciales, certificaciones sanitarias, registros de ventas, reservas canceladas y pauta digital.
  - Nexo causal y perjuicios indemnizables, incluidos lucro cesante, daño emergente, pérdida de oportunidad comercial, afectación reputacional y remoción de efectos.
-