

Resolución No. SCPM-DS-057-2014

Pedro Páez Pérez

SUPERINTENDENTE DE CONTROL DEL PODER DE MERCADO

Considerando:

- Que el numeral 5 del artículo 3 de la Constitución de la República del Ecuador, en lo referente a los deberes del Estado manifiesta: "Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir";*
- Que el artículo 11 numeral 2 de la Constitución de la República del Ecuador sostiene: "Todas las personas son iguales y gozarán de los mismos derechos, deberes y oportunidades [...] La ley sancionará toda forma de discriminación. El Estado adoptará medidas de acción afirmativa que promuevan la igualdad real en favor de los titulares de derechos que se encuentren en situación de desigualdad";*
- Que el mismo artículo 11 de la carta fundamental en su numeral 8 señala: "El contenido de los derechos se desarrollará de manera progresiva a través de las normas, la jurisprudencia y las políticas públicas. El Estado generará y garantizará las condiciones necesarias para su pleno reconocimiento y ejercicio. Será inconstitucional cualquier acción u omisión de carácter regresivo que disminuya, menoscabe o anule injustificadamente el ejercicio de los derechos";*
- Que en el último inciso del artículo 13 de la Constitución de la República se ordena que el: "Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria";*
- Que el artículo 18 de la Carta Suprema del Estado dice: "Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento";*

- Que la Constitución de la República del Ecuador en el artículo 52 indica que: "Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor";*
- Que la Constitución de la República del Ecuador ordena: "Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación. El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados";*
- Que la Constitución de la República del Ecuador especifica: "Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore. Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas";*
- Que el artículo 82 de la Norma Fundamental del Estado determina que: "El derecho a la seguridad jurídica se fundamenta en el respeto a la Constitución y en la existencia de normas jurídicas previas, claras, públicas y aplicadas por las autoridades competentes";*
- Que el numeral 6 del artículo 132 de la Constitución de la República del Ecuador establece que: "[...] Se requerirá de ley en los siguientes casos: 6. Otorgar a los organismos públicos de control y regulación la facultad de expedir normas de carácter general en las materias propias de su competencia, sin que puedan alterar o innovar las disposiciones legales";*
- Que el inciso primero del artículo 213 ibídem, estipula que: "Las superintendencias son organismos técnicos de vigilancia, auditoría, intervención y control de las actividades económicas, sociales y ambientales, y de los servicios que prestan las entidades públicas y privadas, con el propósito de que estas actividades y servicios se sujeten al ordenamiento jurídico y atiendan al interés general. Las superintendencias actuarán de oficio o por requerimiento ciudadano. Las*



facultades específicas de las superintendencias y las áreas que requieran del control, auditoría y vigilancia de cada una de ellas se determinarán de acuerdo con la ley [...]";

Que el artículo 226 de la Constitución de la República denota que: "Las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, las servidoras o servidores públicos y las personas que actúen en virtud de una potestad estatal ejercerán solamente las competencias y facultades que les sean atribuidas en la Constitución y la ley. Tendrán el deber de coordinar acciones para el cumplimiento de sus fines y hacer efectivo el goce y ejercicio de los derechos reconocidos en la Constitución";

Que el artículo 250 de la Norma Superior del Estado nos señala: "El territorio de las provincias amazónicas forma parte de un ecosistema necesario para el equilibrio ambiental del planeta. Este territorio constituirá una circunscripción territorial especial para la que existirá una planificación integral recogida en una ley que incluirá aspectos sociales, económicos, ambientales y culturales, con un ordenamiento territorial que garantice la conservación y protección de sus ecosistemas y el principio del sumak kawsay";

Que el artículo 275 de la Carta de Montecristi apunta: "El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del sumak kawsay. El Estado planificará el desarrollo del país para garantizar el ejercicio de los derechos, la consecución de los objetivos del régimen de desarrollo y los principios consagrados en la Constitución. La planificación propiciará la equidad social y territorial, promoverá la concertación, y será participativa, descentralizada, desconcentrada y transparente. El buen vivir requerirá que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades gocen efectivamente de sus derechos, y ejerzan responsabilidades en el marco de la interculturalidad, del respeto a sus diversidades, y de la convivencia armónica con la naturaleza";

Que el primer inciso del artículo 281 de la Norma Suprema subraya que: "La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados de forma permanente";

Que el artículo 283 de la Norma Suprema revela que: "El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción

de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios”;

- Que el artículo 288 de Constitución de la República del Ecuador ostenta que: “Las compras públicas cumplirán con criterios de eficiencia, transparencia, calidad, responsabilidad ambiental y social. Se priorizarán los productos y servicios nacionales, en particular los provenientes de la economía popular y solidaria, y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas”;*
- Que el artículo 304 de la Constitución de la República señala que la política comercial del Estado tendrá entre sus objetivos: “4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas”;*
- Que el artículo 311 de la Carta de Montecristi alega que: “El sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro. Las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidario, y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular económica y solidaria”;*
- Que el artículo 316 de la Constitución de la República enseña: “El Estado podrá delegar la participación en los sectores estratégicos y servicios públicos a empresas mixtas en las cuales tenga mayoría accionaria. La delegación se sujetará al interés nacional y respetará los plazos y límites fijados en la ley para cada sector estratégico. El Estado podrá, de forma excepcional, delegar a la iniciativa privada y a la economía popular y solidaria, el ejercicio de estas actividades, en los casos que establezca la ley”;*
- Que el artículo 319 de la Carta de Montecristi, señala que: Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional”;*
- Que el artículo 325 de la Constitución de la República del Ecuador puntualiza: “El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores*

de autosustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores”;

Que el artículo 334 de la Norma Suprema puntualiza que el Estado promoverá el acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual le corresponderá: “4. Desarrollar políticas de fomento a la producción nacional en todos los sectores, en especial para garantizar la soberanía alimentaria y la soberanía energética, generar empleo y valor agregado”;

Que el artículo 335 de la Constitución de la República destaca que: “El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos... [...]”;

Que el artículo 336 de la Constitución de la República decide que: “El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley”;

Que el artículo 387 de la Norma Fundamental del Estado publica que será responsabilidad del Estado: “2. Promover la generación y producción de conocimiento, fomentar la investigación científica y tecnológica, y potenciar los saberes ancestrales, para así contribuir a la realización del buen vivir, al sumak kawsay”;

Que el artículo 30 de la Convención Interamericana de Derechos Humanos, establece: “Las restricciones permitidas de acuerdo con esta Convención, el goce y ejercicio de los derechos y libertades reconocidos en la misma no pueden ser aplicados sino conforme a las leyes que se dictaren por razones de interés general y con el propósito para el cual han sido establecidos”

Que el artículo 32 de la Convención Interamericana de Derechos Humanos, manifiesta: “Correlación entre Deberes y Derechos. 1. Toda persona tiene deberes para con la familia, la comunidad y la humanidad. 2. Los derechos de cada persona están limitados por los derechos de los demás, por la seguridad de todos; y, por las justas exigencias del bien común, en una sociedad democrática”;

Que la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor divulga en el artículo uno que: “El objeto de esta Ley es normar las relaciones entre proveedores y consumidores, promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los

consumidores y procurando la equidad y la seguridad jurídica en dichas relaciones entre las partes”;

Que el artículo 4 de la Ley de Defensa del Consumidor establece: “Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes: 2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad [...] 4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar; 5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida; 6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales; 7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos; 8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios; 9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor; 10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención sanción y oportuna reparación de su lesión; 11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan”;

Que el artículo 7 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor explica que el proveedor comete infracción a la Ley cuando cualquier tipo de mensaje que induzca al error o engaño, en especial siempre que se refiera a: “1. País de origen, comercial o de otra índole del bien ofrecido o sobre el lugar de prestación del servicio pactado o la tecnología empleada; 2. Los beneficios y consecuencias del uso del bien o de la contratación del servicio, así como el precio, tarifa, forma de pago, financiamiento y costos del crédito; 3. Las características básicas del bien o servicio ofrecidos, tales como componentes, ingredientes, dimensión, cantidad, calidad, utilidad, durabilidad, garantías, contraindicaciones, eficiencia, idoneidad del bien o servicio para los fines que se pretende satisfacer y otras; 4. Los reconocimientos, aprobaciones o distinciones oficiales o privadas, nacionales o extranjeras tales como medallas, premios, trofeos o diplomas”;

- Que el artículo 9 de la Ley de Defensa del Consumidor dice: "Todos los bienes a ser comercializados deberán exhibir sus respectivos precios, peso y medidas, de acuerdo a la naturaleza del producto. Toda información relacionada al valor de los bienes y servicios deberá incluir, además del precio total, los montos adicionales correspondientes a impuestos y otros recargos, de tal manera que el consumidor pueda conocer el valor final. Además del precio total del bien, deberá incluirse en los casos en que la naturaleza del producto lo permita, el precio unitario expresado en medidas de peso y/o volumen";*
- Que el artículo 14 de la ley arriba indicada expone que: "Sin perjuicio de lo que dispongan las normas técnicas al respecto, los proveedores de productos alimenticios de consumo humano deberán exhibir en el rotulado de los productos, obligatoriamente, la siguiente información: a) Nombre del producto; b) Marca comercial; c) Identificación del lote; d) Razón social de la empresa; e) Contenido neto; f) Número de registro sanitario; g) Valor nutricional; h) Fecha de expiración o tiempo máximo de consumo; i) Lista de ingredientes, con sus respectivas especificaciones; j) Precio de venta al público; k) País de origen; y, l) Indicación si se trata de alimento artificial, irradiado o genéticamente modificado";*
- Que el artículo 17 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor declara que: "Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable";*
- Que el artículo 18 de la Ley arriba indicada comunica que: "Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento";*
- Que el artículo 19 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor refiere que: "Los proveedores deberán dar conocimiento al público de los valores finales de los bienes que expendan o de los servicios que ofrezcan, con excepción de los que por sus características deban regularse convencionalmente. El valor final deberá indicarse de un modo claramente visible que permita al consumidor de manera efectiva, el ejercicio de su derecho a elección, antes de formalizar o perfeccionar el acto de consumo. El valor final se establecerá y su monto se difundirá en moneda de curso legal";*
- Que el artículo 28 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor comunica que: "Serán solidariamente responsables por las indemnizaciones civiles derivadas de los daños ocasionados por vicio o defecto de los bienes o servicios prestados, los productores, fabricantes, importadores, distribuidores,*

comerciantes, quien haya puesto su marca en la cosa o servicio y, en general, todos aquellos cuya participación haya influido en dicho daño. La responsabilidad es solidaria, sin perjuicio de las acciones de repetición que correspondan. Tratándose de la devolución del valor pagado, la acción no podrá intentarse sino respeto del vendedor final. El transportista solo responderá por los daños ocasionados al bien con motivo o en ocasión del servicio por él prestado”;

Que el artículo 43 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor decide que: “Son nulas de pleno derecho y no producirán efecto alguno las cláusulas o estipulaciones contractuales que: 1. Eximan, atenúen o limiten la responsabilidad de los proveedores por vicios de cualquier naturaleza de los bienes o servicios prestados; 2. Impliquen renuncia a los derechos que esta Ley reconoce a los consumidores o de alguna manera limiten su ejercicio; 3. Inviertan la carga de la prueba en perjuicio del consumidor; 4. Impongan la utilización obligatoria de un arbitraje o mediación, salvo que el consumidor manifieste de manera expresa su consentimiento; 5. Permitan al proveedor la variación unilateral del precio o de cualquier condición del contrato; 6. Autoricen exclusivamente al proveedor a resolver unilateralmente el contrato, suspender su ejecución o revocar cualquier derecho del consumidor nacido del contrato, excepto cuando tal resolución o modificación esté condicionada al incumplimiento imputable al consumidor 7. Incluyan espacios en blanco, que no hayan sido llenados o utilizados antes de que se suscriba el contrato, o sean ilegibles; 8. Impliquen renuncia por parte del consumidor, de los derechos procesales consagrados en esta Ley, sin perjuicio de los casos especiales previstos en el Código de Procedimiento Civil, Código de Comercio, Ley de Arbitraje y Mediación y demás leyes conexas; y, 9. Cualesquiera otras cláusula o estipulación que cause indefensión al consumidor o sean contrarias al orden público y a las buenas costumbres. Lo determinado en el presente artículo incluye a los servicios que prestan las Instituciones del Sistema Financiero”;

Que el artículo 46 de la ley arriba indicada señala que: “Toda promoción u oferta especial deberá señalar, además del tiempo de duración de la misma, el precio anterior del bien o servicio y el nuevo precio o, en su defecto, el beneficio que obtendría el consumidor, en caso de aceptarla. Cuando se trate de promociones en que el incentivo consista en la participación en concursos o sorteos, el anunciante deberá informar al público sobre el monto o número de premios de aquellos, el plazo y el lugar donde se podrán reclamar. El anunciante estará obligado a difundir adecuadamente el resultado de los concursos o sorteos”;

Que la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria en su artículo 8 denota que: “Para efectos de la presente Ley, integran la Economía Popular y Solidara las organizaciones conformadas en los Sectores Comunitarios, Asociativos y Cooperativistas, así como también las Unidades Económicas Populares”;

- Que la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria en su artículo 18 declara que: “Es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley”;*
- Que la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria en su artículo 129 dice: “El Estado a través de los entes correspondientes formulará medidas de acción afirmativa a favor de las personas y organizaciones a las que se refieren el ámbito de esta Ley, tendientes a reducir las desigualdades económicas, sociales, étnicas, generacionales y de género”;*
- Que el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversión en el artículo 2 dice: “Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado”;*
- Que el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversión en su artículo 4 enuncia que como principales, se rige por los siguientes fines: a. Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y ecoeficiente; b. Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidario. c. Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas; [...] f. Garantizar el ejercicio de los derechos de la población a acceder, usar y disfrutar de bienes y servicios en condiciones de equidad, óptima calidad y en armonía con la naturaleza; [...] i. Promocionar la capacitación técnica y profesional basada en competencias laborales y ciudadanas, que permita que los resultados de la transformación sean apropiados por todos. j. Fortalecer el control estatal para asegurar que las actividades productivas no sean afectadas por prácticas de abuso del poder del mercado, como prácticas monopólicas, oligopólicas y en general, las que afecten el funcionamiento de los mercados; k. Promover el desarrollo productivo del país mediante un enfoque de competitividad sistémica, con una visión integral que incluya el desarrollo territorial y que articule en forma coordinada los objetivos de carácter macroeconómico, los principios y patrones básicos del desarrollo de la sociedad; las acciones de los productores y empresas; y el entorno jurídico -institucional; [...] q. Promover las*

actividades de la economía popular, solidaria y comunitaria, así como la inserción y promoción de su oferta productiva estratégicamente en el mundo, de conformidad con la Constitución y la ley; r. Incorporar como un elemento transversal en todas las políticas productivas, el enfoque de género y de inclusión económica de las actividades productivas de pueblos y nacionalidades; s. Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente [...]”;

Que el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversión en su artículo 19 expresa que se reconocen los derechos de los inversionistas en especial los siguientes: a. La libertad de producción y comercialización de bienes y servicios lícitos, socialmente deseables y ambientalmente sustentables, así como la libre fijación de precios, a excepción de aquellos bienes y servicios cuya producción y comercialización estén regulados por la Ley; b. El acceso a los procedimientos administrativos y acciones de control que establezca el Estado para evitar cualquier práctica especulativa o de monopolio u oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal; c. La libertad de importación y exportación de bienes y servicios con excepción de aquellos límites establecidos por la normativa vigente y de acuerdo a lo que establecen los convenios internacionales de los que Ecuador forma parte; [...]e, i. Acceso a los demás beneficios generales e incentivos previstos en este Código, otras leyes y normativa aplicable”;

Que la Ley Orgánica de la Soberanía Alimentaria denuncia en el artículo 2 que: “Las disposiciones de esta Ley son de orden público, interés social y carácter integral e intersectorial. Regularán el ejercicio de los derechos del buen vivir -sumak kawsay- concernientes a la soberanía alimentaria, en sus múltiples dimensiones”; Su ámbito comprende los factores de la producción agroalimentaria; la agrobiodiversidad y semillas; la investigación y diálogo de saberes; la producción, transformación, conservación, almacenamiento, intercambio, comercialización y consumo; así como la sanidad, calidad, inocuidad y nutrición; la participación social; el ordenamiento territorial; la frontera agrícola; los recursos hídricos; el desarrollo rural y agroalimentario; la agroindustria, empleo rural y agrícola; las formas asociativas y comunitarias de los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores, las formas de financiamiento; y, aquéllas que defina el régimen de soberanía alimentaria. Las normas y políticas que emanen de esta Ley garantizarán el respeto irrestricto a los derechos de la naturaleza y el manejo de los recursos naturales, en concordancia con los principios de sostenibilidad ambiental y las buenas prácticas de producción”;

Que la Ley Orgánica de la Soberanía Alimentaria denuncia en el artículo 12 que: “Los incentivos estatales estarán dirigidos a los pequeños y medianos productores, responderán a los principios de inclusión económica, social y

territorial, solidaridad, equidad, interculturalidad, protección de los saberes ancestrales, imparcialidad, rendición de cuentas, equidad de género, no discriminación, sustentabilidad, temporalidad, justificación técnica, razonabilidad, definición de metas, evaluación periódica de sus resultados y viabilidad social, técnica y económica”;

Que la Ley Orgánica de la Soberanía Alimentaria denuncia en el artículo 13 que: “Para fomentar a los microempresarios, microempresa o micro, pequeña y mediana producción agroalimentaria, de acuerdo con los derechos de la naturaleza, el Estado: c) Regulará, apoyará y fomentará la asociatividad de los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores, de conformidad con el Art. 319 de la Constitución de la República para la producción, recolección, almacenamiento, conservación, intercambio, transformación, comercialización y consumo de sus productos. El Ministerio del ramo desarrollará programas de capacitación organizacional, técnica y de comercialización, entre otros, para fortalecer a estas organizaciones y propender a su sostenibilidad; [...] e) Fomentará las actividades artesanales de pesca, acuicultura y recolección de productos de manglar y establecerá mecanismos de subsidio adecuados; f) Establecerá mecanismos específicos de apoyo para el desarrollo de pequeñas y medianas agroindustrias rurales; g) Implementará un programa especial de reactivación del agro enfocado a las jurisdicciones territoriales con menores índices de desarrollo humano; h) Incentivará de manera progresiva la inversión en infraestructura productiva: centros de acopio y transformación de productos, caminos vecinales; e, i) Facilitará la producción y distribución de insumos orgánicos y agroquímicos de menor impacto ambiental”;

Que la Ley Orgánica de la Soberanía Alimentaria denuncia en el artículo 27 que: “Incentivo al consumo de alimentos nutritivos.- Con el fin de disminuir y erradicar la desnutrición y malnutrición, el Estado incentivará el consumo de alimentos nutritivos preferentemente de origen agroecológico y orgánico, mediante el apoyo a su comercialización, la realización de programas de promoción y educación nutricional para el consumo sano, la identificación y el etiquetado de los contenidos nutricionales de los alimentos, y la coordinación de las políticas públicas”;

Que la Ley Orgánica de la Soberanía Alimentaria denuncia en el artículo 29 que: “En caso de desastres naturales o antrópicos que pongan en riesgo el acceso a la alimentación, el Estado, mientras exista la emergencia, implementará programas de atención emergente para dotar de alimentos suficientes a las poblaciones afectadas, y para reconstruir la infraestructura y recuperar la capacidad productiva, mediante el empleo de la mano de obra de dichas poblaciones”;

- Que la Ley Orgánica de la Soberanía Alimentaria denuncia en el artículo 31.1 que: “El Sistema de Soberanía Alimentaria y Nutricional (SISAN) es el conjunto articulado de personas, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, actores sociales, institucionales y estatales involucrados en la construcción participativa de propuestas de políticas públicas relacionadas con el régimen de la soberanía alimentaria”;*
- Que la Superintendencia de Control del Poder de Mercado fue creada mediante la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, publicada en el Registro Oficial Suplemento No. 555 de octubre de 2011, como un órgano técnico de control, con capacidad sancionatoria, de administración desconcentrada, con personalidad jurídica, patrimonio propio y autonomía administrativa, presupuestaria y organizativa;*
- Que el artículo 1 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado precisa: “El objeto de la presente Ley es evitar, prevenir, corregir, eliminar y sancionar el abuso de operadores económicos con poder de mercado; la prevención, prohibición y sanción de acuerdos colusorios y otras prácticas restrictivas; el control y regulación de las operaciones de concentración económica; y la prevención, prohibición y sanción de las prácticas desleales, buscando la eficiencia en los mercados, el comercio justo y el bienestar general y de los consumidores y usuarios, para el establecimiento de un sistema económico social, solidario y sostenible;*
- Que el artículo 4 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder Mercado, estipula los lineamientos para regular la formulación de la política pública en la materia de su competencia, los mismos que se resumen en los siguientes puntos: “1. El reconocimiento del ser humano como sujeto y fin del sistema económico.- 2. La defensa del interés general de la sociedad, que prevalece sobre el interés particular.- 3. El reconocimiento de la heterogeneidad estructural de la economía ecuatoriana y de las diferentes formas de organización económica, incluyendo las organizaciones populares y solidarias.- 4. El fomento de la desconcentración económica, a efecto de evitar prácticas monopólicas y oligopólicas privadas contrarias al interés general, buscando la eficiencia en los mercados.- 5. El derecho a desarrollar actividades económicas y la libre concurrencia de los operadores económicos al mercado.- 6. El establecimiento de un marco normativo que permita el ejercicio del derecho a desarrollar actividades económicas, en un sistema de libre concurrencia.- 7. El impulso y fortalecimiento del comercio justo para reducir las distorsiones de la intermediación.- 8. El desarrollo de mecanismos que garanticen que las personas, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos a través de la redistribución de los recursos como la tierra y el agua.- 9. La distribución equitativa de los beneficios de*



desarrollo, incentivar la producción, la productividad, la competitividad, desarrollar el conocimiento científico y tecnológico; y, 10. La necesidad de contar con mercados transparentes y eficientes”;

Que el artículo 9 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, advierte que: “Constituye infracción a la presente Ley y está prohibido el abuso de poder de mercado. Se entenderá que se produce abuso de poder de mercado cuando uno o varios operadores económicos, sobre la base de su poder de mercado, por cualquier medio, impidan, restrinjan, falseen o distorsionen la competencia, o afecten negativamente a la eficiencia económica o al bienestar general”;

Que el artículo 9 numeral de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, detalla las conductas que constituyen abuso de poder de mercado, dentro de las que se señalan las siguientes: “1.- Las conductas de uno o varios operadores económicos que les permitan afectar, efectiva o potencialmente, la participación de otros competidores y la capacidad de entrada o expansión de estos últimos en un mercado relevante, a través de cualquier medio ajeno a su propia competitividad o eficiencia. 2.- Las conductas de uno o varios operadores económicos con poder de mercado que les permitan aumentar sus márgenes de ganancia mediante la extracción injustificada del excedente del consumidor. 3.- Las conductas de uno o varios operadores económicos con poder de mercado en condiciones en que debido a la concentración de los medios de producción o comercialización, dichas conductas afecten o puedan afectar, limitar o impedir la participación de sus competidores o perjudicar a los productores directos, los consumidores y/o usuarios. 4.- La fijación de precios predatorios o explotativos. [---] 6.- La discriminación injustificada de precios, condiciones o modalidades de fijación de precios. 7.- La aplicación, en las relaciones comerciales o de servicio, de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes que coloquen de manera injustificada a unos competidores en situación de desventaja frente a otros. 8.- La venta condicionada y la venta atada, injustificadas. 9.- La negativa injustificada a satisfacer las demandas de compra o adquisición, o a aceptar ofertas de venta o prestación de bienes o servicios”;

Que el mismo artículo 9 manifiesta que las siguientes conductas también constituyen abuso del poder de mercado: “10.- La incitación, persuasión o coacción a terceros a no aceptar, limitar o impedir la compra, venta, movilización o entrega de bienes o la prestación de servicios a otros. 11.- La fijación, imposición, limitación o establecimiento injustificado de condiciones para la compra, venta y distribución exclusiva de bienes o servicios. 12.- El establecimiento de subsidios cruzados, injustificados, particularmente agravado cuando estos subsidios sean de carácter regresivo. 13.- La subordinación de actos, acuerdos o contratos a la aceptación de obligaciones,

prestaciones suplementarias o condicionadas que, por su naturaleza o arreglo al uso comercial, no guarden relación con el objeto de los mismos. 14.- La negativa injustificada del acceso para otro operador económico a redes u otra infraestructura a cambio de una remuneración razonable; siempre y cuando dichas redes o infraestructura constituyan una facilidad esencial. 15.- La implementación de prácticas exclusorias o prácticas explotativas. 16.- Los descuentos condicionados, tales como aquellos conferidos a través de la venta de tarjetas de afiliación, fidelización u otro tipo de condicionamientos, que impliquen cualquier pago para acceder a los mencionados descuentos. [...] 19.- Establecer, imponer o sugerir contratos de distribución o venta exclusiva, cláusulas de no competencia o similares, que resulten injustificados. 20.- La fijación injustificada de precios de reventa. 21.- Sujetar la compra o venta a la condición de no usar, adquirir, vender o abastecer bienes o servicios producidos, procesados, distribuidos o comercializados por un tercero. 22.- Aquellas conductas que impidan o dificulten el acceso o permanencia de competidores actuales o potenciales en el mercado por razones diferentes a la eficiencia económica. 23.- La imposición de condiciones injustificadas a proveedores o compradores, como el establecimiento de plazos excesivos e injustificados de pago, devolución de productos, especialmente cuando fueren perecibles, o la exigencia de contribuciones o prestaciones suplementarias de cualquier tipo que no estén relacionados con la prestación principal o relacionadas con la efectiva prestación de un servicio al proveedor”;

- Que el inciso segundo del artículo 37 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder Mercado, estipula que: “La Superintendencia de Control del Poder de Mercado tendrá facultad para expedir normas con el carácter de generalmente obligatorias en las materias propias de su competencia, sin que puedan alterar o innovar las disposiciones legales y las regulaciones expedidas por la Junta de Regulación”;*
- Que el numeral 6, del artículo 44, de la Ley en la materia señala como atribuciones del Superintendente de Control del Poder de Mercado: “Elaborar y aprobar la normativa técnica general e instrucciones particulares en el ámbito de esta Ley”;*
- Que dentro de las atribuciones del Superintendente de Control del Poder de Mercado, determinadas en el número 16, del artículo 44, de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, se establece la de “Expedir resoluciones de carácter general, guías y normas internas para su correcto funcionamiento”;*
- Que el artículo 78 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, especifica que: “Las infracciones establecidas en la presente Ley se clasifican en leves, graves y muy graves.- [...] 3. Son infracciones graves: [...]”*



d. Incumplir o contravenir lo establecido en una resolución de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, tanto en materia de abuso de poder de mercado, conductas anticompetitivas y de control de concentraciones.- Las infracciones graves y muy graves se juzgarán independientemente de que puedan constituir conductas tipificadas y sancionadas en la Ley Penal y ser objeto de la correspondiente acción por parte de la Función Judicial”;

- Que la libre y leal competencia, al igual que el respeto de los derechos de los consumidores, son presupuestos indispensables para el desarrollo de la actividad comercial;*
- Que es necesario generar una intermediación comercial armónica entre proveedores y supermercados y/o similares, para facilitar y agilizar un ambiente de competitividad real de cara a las exigencias del comercio justo y tratados de libre comercio;*
- Que las reglas claras entre proveedores y los supermercados y/o similares son fundamentales ante las exigencias de una creciente competitividad lo cual, también evita la discrecionalidad en la intermediación comercial;*
- Que dentro de una economía de libre mercado justo, el esfuerzo de auto vigilancia y la solución de controversias por los propios agentes económicos son esenciales;*
- Que la sofisticación y crecimiento de la cadena de abastecimiento permite nuevas opciones de productos para el consumidor y un mejoramiento en la productividad y competitividad del país;*
- Que el desarrollo de mecanismos que garanticen a los supermercados y/o similares, y a los proveedores una eficiencia administrativa y una logística previamente establecida es indispensable para alcanzar la eficacia en la intermediación;*
- Que la intermediación comercial justa, armónica, transparente, sin discriminación, proporcional y con procesos claros, entre los supermercados y/o similares y los proveedores de productos alimenticios, constituye uno de los ejes fundamentales de la SOBERANÍA ALIMENTARIA garantizada constitucionalmente en el Ecuador;*
- Que por sus características las PYMES y MIPYMES, las organizaciones sociales de economía popular y solidaria, legalmente existentes y los proveedores y productores individuales tienen efectos positivos en la competencia y en la generación de empleo;*

Que es necesario desarrollar y permitir una competencia legítima entre los operadores del mercado como mecanismo para mantener mercados transparentes y eficientes; y,

Que en vista de que los supermercados y/o similares y los proveedores y productores regularán individualmente sus relaciones comerciales, es necesario regular el contenido mínimo de los contratos de provisión.

Por todo lo expuesto, el Superintendente de Control del Poder de Mercado, amparado en lo dispuesto en los Art. 37, 44 numeral 6 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, resuelve expedir el siguiente:

MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES PARA EL SECTOR DE LOS SUPERMERCADOS Y/O SIMILARES Y SUS PROVEEDORES

CAPÍTULO I ÁMBITO, OBJETIVOS Y OBLIGACIONES

*Art. 1.- **ÁMBITO DE COBERTURA.**- Este Manual es de aplicación obligatoria para todos los operadores económicos, según el Art. 2 de la LORCPM del sector de los supermercados y/o similares, que realicen sus actividades de intermediación comercial en todo o en parte del territorio ecuatoriano; y, para todos los proveedores de los supermercados y/o similares que mantienen o mantengan relaciones comerciales contractuales de intermediación en el sector de bienes de consumo alimenticio y no alimenticio de consumo corriente.*

El sector de bienes de consumo alimenticio y no alimenticio de consumo corriente, entre otras, comprende las siguientes canastas:

- 1. Alimentos;*
- 2. Bebidas;*
- 3. Higiene y cuidado personal;*
- 4. Limpieza de hogar;*
- 5. Confitería;*
- 6. Frutas;*
- 7. Legumbres;*
- 8. Carnes/pollos; y,*
- 9. Mariscos/congelados;*

Art. 2.- CLASIFICACIÓN DE LOS OPERADORES ECONÓMICOS.- Para los fines de este Manual los operadores económicos de este mercado sectorial, comprenden entre otros, los siguientes:

1. Supermercados;
2. Comisariatos;
3. Mega mercados;
4. Hipermercados;
5. Tiendas grandes
6. Tiendas de conveniencia;
7. Bodegas;
8. Distribuidores;
9. Fabricantes;
10. Importadores; y,
11. Proveedores, en forma general.

Para la aplicación de este Manual a las primeras diez categorías se los denominará simplemente: "supermercados y/o similares.

Los supermercados y/o similares deben dedicarse exclusivamente a comercializar las líneas o giros de productos legalmente permitidos, la violación a esta norma será sancionada conforme a la Ley.

Art. 3.- REFERENCIAS BÁSICAS.- Para fines de este Manual se tendrán en cuenta las siguientes referencias básicas:

1. Los supermercados y/o similares, se consideran comercializadores o expendedores;
2. Cuando los supermercados y/o similares importen productos para este sector son también proveedores;
3. Los que venden los productos para la comercialización son proveedores;
4. Los que elaboran los productos, con o sin tecnología, son productores;
5. Los productores y comercializadores cuyos productos tengan marcas propias, también son proveedores;
6. Las bodegas son parte del sistema de proveedores y comercializadores; y,
7. Los distribuidores también se consideran proveedores.

Art. 4.- OBJETIVOS.- El presente Manual, tiene por objetivos los siguientes:

- a. Contribuir a que la calidad y el justo precio de los productos beneficie al consumidor;
- b. Establecer los mecanismos operativos para mantener a este mercado sectorial en forma armónica y equilibrada;

- c. *Mantener en forma preventiva el control de las relaciones contractuales a fin de evitar prácticas abusivas en este mercado;*
- d. *Vigilar en coordinación con las entidades correspondientes el cumplimiento de los estándares técnicos de calidad establecidos por el INEN tales como el etiquetado, semaforización, peso y medida en base al sistema métrico decimal, de tal suerte que el consumidor esté en condiciones de tomar su mejor decisión;*
- e. *Colaborar con el control para que los productos que están en exhibición no contengan publicidad engañosa;*
- f. *Controlar las actividades del giro del negocio de intermediación de productos con el fin de alcanzar una competencia libre de distorsiones;*
- g. *Dar apertura e impulso a los proveedores, sean estos personas naturales, organizaciones sociales jurídicamente establecidas, MIPYMES, economía popular y solidaria, pequeñas y medianas empresas para que participen en este mercado sectorial como productores y proveedores;*
- h. *Coordinar con las demás entidades públicas pertinentes la vigilancia y cumplimiento de los fines de la seguridad alimentaria y el bienestar general;*
- i. *Armonizar las prácticas comerciales competitivas y eficientes entre los distintos operadores de los canales de provisión;*
- j. *Asegurar el cumplimiento de las buenas prácticas comerciales acordadas; así como la resolución de sus discrepancias mediante el diálogo y mutuo acuerdo;*
- l. *Propender al impulso y fortalecimiento del comercio justo, para reducir las distorsiones de la intermediación.*

Art. 5.- OBLIGACIONES DE PROVEEDORES, PRODUCTORES Y SUPERMERCADOS Y/O SIMILARES.-

- 1- *Proveedores y expendedores observarán especial cuidado en el cumplimiento de las disposiciones que les corresponden de acuerdo con su condición, y en caso de consumidores sin escolaridad o con capacidades especiales (no videntes, etc), se les ofrecerá la información y las facilidades adecuadas;*
- 2- *Los supermercados y/o similares deben garantizar a las personas con capacidades especiales contar accesos fáciles a los locales de expendio;*
- 3- *Proveedores y expendedores deben obrar con lealtad, transparencia y buena fe en las relaciones comerciales; evitar actos o conductas de competencia desleal; y, velar por el mantenimiento de un sistema de libre competencia legítima para evitar prácticas restrictivas de comercio;*
- 4- *La adopción de nuevas tecnologías incorporará regímenes de transición que permitan contar con un plazo prudencial para realizar la correspondiente adaptación, atendiendo igualmente la capacidad financiera e infraestructura de cada proveedor, especialmente en el caso de las MIPYMES, las de economía popular y solidaria y las organizaciones sociales legalmente constituidas, las cuales, de ser pertinente, podrán cumplir tales exigencias individualmente o de manera asociativa;*



- 5- *Los Supermercados y/o similares, deben conceder flexibilidad a los productores y/o proveedores para responder a las estrategias de mercadeo propias de la creciente competencia económica, dando estricto cumplimiento a las normas de promoción de la misma, de forma que se eviten acuerdos que tengan por objeto o tengan como efecto subordinar el suministro de un producto a la aceptación de obligaciones adicionales que por su naturaleza no constituyan el objeto de la relación comercial, de acuerdo con las disposiciones legales;*
- 6- *Tanto proveedores como supermercados y/o similares, deben abstenerse de disminuir los precios por debajo de los costos cuando tal conducta tenga por objeto eliminar uno o varios competidores o prevenir la entrada o expansión de éstos, salvo acuerdo entre los operadores económicos dentro de los límites de la ley;*
- 7- *Los supermercados y/o similares posibilitarán el ingreso de productos elaborados por micro, pequeñas y medianas empresas, MIPYMES, unidades de la economía popular y solidaria y organizaciones sociales legalmente aprobadas propiciando su fortalecimiento como proveedores del canal;*
- 8- *Proveedores y supermercados y/o similares deben actuar con un compromiso ético y buena fe en sus relaciones. En el caso que tengan conocimiento de cualquier comportamiento contrario a la ética, buenas costumbres comerciales y la buena fe, adoptarán con celeridad soluciones eficaces, en aras de preservar la relación comercial cuando ello sea procedente, o acudir a la autoridad pertinente;*
- 9- *Todos los acuerdos entre proveedores y los supermercados y/o similares, deben contemplar un compromiso con el comercio justo que permita el bienestar social, económico y ambiental de los pequeños productores; y,*
- 10- *En la promoción publicitaria de los productos, se dará preferencia a aquellos productos nacionales que sin ser muy conocidos, contengan altas cualidades nutritivas.*

CAPÍTULO II
CONTRATOS DE PROVISIÓN, PRECIOS Y MEDIOS DE PAGO, PRECIOS PREDATORIOS, PLAZOS PARA EL PAGO, RECEPCIÓN DE PRODUCTOS, VIGENCIA Y SOBRE DÉBITOS, DESCUENTOS, CRÉDITOS Y DEVOLUCIONES

*Art. 6.- **CONTRATOS DE PROVISIÓN.**- Los proveedores y los supermercados y/o similares convendrán por separado e individualmente sus relaciones comerciales o de negocios, mediante contratos escritos de provisión, que regulen la actividad comercial, que contendrán las condiciones legales básicas.*

Respecto a los acuerdos individuales, los proveedores se comprometerán a que los despachos de mercadería sean completos o parciales, en la cantidad y calidad

acordada, en las sucursales o centros de distribución pertenecientes a los supermercados y/o similares y, según el caso, ajustarse a las fechas señaladas especialmente cuando se traten de ofertas publicitadas, así como entregar los productos cuya fechas de vencimiento no sean próximas para que facilite su comercialización.

Se aceptarán y propiciarán formas asociativas que permitan las economías de escala y de red que faciliten la calificación como proveedores de unidades de la economía popular y solidaria.

Art. 7.- PRECIOS Y MEDIOS DE PAGO.- *Los precios serán fijados de acuerdo a la dinámica legítima del mercado cumpliendo con las normas legales aplicables a nivel nacional. Todos los productos serán entregados o comprados haciendo constar su valor real y además, cada producto será exhibido con su respectivo precio final al consumidor. Para los pagos se aceptarán todos los medios legales vigentes en el país, de modo que los supermercados y/o similares no podrán excluir ni discriminar a ninguno de ellos.*

Para cumplir con lo arriba indicado se deberán observar las siguientes reglas:

- 1. No están permitidos los convenios tendientes a concretar acuerdos de adelantos de pagos u otras formas de pago mediante las cuales se sacrifiquen los legítimos derechos del proveedor;*
- 2. En todo contrato se incorporará una cláusula que estipule que en el caso de que los supermercados y/o similares no acepten cambios de precios de las mercaderías en el plazo de cinco (5) días, cuando la variabilidad de los precios sea justificada, los proveedores tendrán la facultad de suspender la entrega de estas. Igual facultad tendrán los supermercados y/o similares sobre este tema, cuando la variabilidad de los precios no se justifique; y,*
- 3. Está prohibido la incorporación de cualquier cláusula o condición que implique pacto de retroventa o retro compra de los productos entregados por el proveedor al supermercado y/o similares.*

Art. 8.- PRECIOS PREDATORIOS.- *De acuerdo con lo establecido en el artículo 9 número 4) de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, constituye abuso de poder de mercado la fijación de precios predatorios o explotativos.*

Para fines del comercio justo, los supermercados y/o similares y los proveedores, por regla general deberán vender por encima del precio de su respectivo costo y fijarán el precio final, salvo casos puntuales y temporales, estacionales, introductorios, promocionales, discontinuos, de fin de temporada, de caducidad inminente y productos averiados, etc.

Art. 9.- PLAZOS PARA EL PAGO.- En cuanto a los plazos máximos para que se realicen los pagos, éstos se los hará tomando en cuenta el monto de la facturación anual del año inmediato anterior de acuerdo con lo siguiente:

1. Hasta cincuenta mil Dólares (\$50.000,00), se pagará dentro del plazo de quince (15) días;
2. Desde cincuenta mil Dólares un centavo (\$50.000,01) hasta doscientos cincuenta mil Dólares (\$250.000,00), se pagará dentro del plazo de treinta (30) días;
3. Desde doscientos cincuenta mil Dólares un centavo (\$250.000,01) hasta tres millones de Dólares (\$3'000.000,00), se pagará dentro de los cuarenta y cinco días (45); y,
4. Desde tres millones de Dólares un centavo (\$3'000.000,01), en adelante se pagará dentro de los sesenta días (60).

La participación de los proveedores contenidos en el numeral uno y dos arriba indicados, en las compras totales que realice el supermercado y/o similares, será siempre un valor no menor al quince por ciento (15%) en cada uno de las compras realizadas por estos últimos en el mes inmediato anterior. La verificación del cumplimiento de este acápite se realizará sobre la base del promedio anual del ejercicio económico vencido. Los supermercados y/o similares deberán reportar a la SCPM bajo juramento del cumplimiento de esta disposición dos (2) veces al año dentro de los cinco (5) primeros días de los meses de agosto y febrero.

Los pagos que se realicen fuera de los plazos estipulados en los contratos de provisión generarán los correspondientes intereses legales.

Para beneficiar a los pequeños proveedores se pueden reducir los plazos arriba señalados y los pagos en plazos menores que se hayan venido realizando hasta la entrada en vigencia de este manual permanecerán siendo los mismos salvo acuerdo entre las partes.

En caso de no poder aplicar el plazo en base a la relación de facturación anual, se aplicará como principio el monto de la transacción.

Art. 10.- RECEPCIÓN DE PRODUCTOS EN LOS SUPERMERCADOS Y/O SIMILARES.- A fin de concretar la transparencia de la intermediación comercial, los operadores económicos cumplirán los siguientes lineamientos:

- a. Los cambios en procedimientos de entrega-recepción se anticiparán a los proveedores con un plazo de 15 días, por escrito y se publicarán en los portales web;

- b. *Las causas que provocan la devolución de productos; así como, las que provocan retrasos en la entrega de mercadería deberán ser publicadas para conocimiento de los proveedores;*
- c. *Los aspectos relacionados con la logística de entrega-recepción en los puntos de venta o de entrega será fijado y acordado previamente con los proveedores;*
- d. *El desarrollo de tecnologías accesibles de información que agilicen y den mayor eficiencia a la administración de los inventarios y entrega de productos, deberá ser conocida con la debida antelación y utilizada por los operadores económicos;*
- e. *Los operadores económicos acordarán los mecanismos precisos para que las entregas que se realizan de manera centralizada sean eficaces y que permita una reducción en costos y tiempos;*
- f. *Los operadores económicos acordarán los horarios de entregas, implementando métodos y procedimientos que permitan eliminar o reducir los tiempos de espera en la entrega y recepción del producto;*
- g. *Los horarios de entrega-recepción se aplicarán de manera precisa y su incumplimiento en caso fortuito o de fuerza mayor, no generará ninguna clase de gravamen en contra de los proveedores; asimismo, los retrasos de hasta dos (2) horas tampoco generarán cualquier tipo de multa.*

Art. 11.- VIGENCIA DE LOS CONTRATOS DE PROVISIÓN O ABASTECIMIENTO.- *Todos los contratos de provisión deberán necesariamente tener un plazo de vigencia. La duración de los contratos de provisión tendrá el plazo que los operadores económicos legalmente hayan pactado tomando en cuenta la Canasta de Productos.*

En caso de nuevos productos no contemplados en el contrato de provisión, o en el caso de que el contrato se encuentre vencido, bastará con suscribir un convenio modificatorio; para el primer caso, el pago del producto deberá necesariamente acordarse en este nuevo convenio.

Se podrá suscribir contratos marco de provisión con una duración concreta, con entregas parciales mediante órdenes de compra.

Cuando existan productos que de mutuo acuerdo los operadores económicos decidan no comercializarlos, se deberá firmar un convenio modificatorio, en el que se establezcan, las condiciones de conclusión, liquidación, pagos y retiro del producto.

Art. 12.- SOBRE LOS DÉBITOS, DESCUENTOS, CRÉDITOS, Y DEVOLUCIONES DE PRODUCTOS.- *Los mecanismos de débito, descuento, crédito y devoluciones se regirán por las siguientes reglas:*



1. Los proveedores y supermercados y/o similares no podrán realizar cobros unilaterales ni notas de débito por productos que no se encuentren pactados en el contrato de provisión o por procedimientos ajenos a la realidad de la relación comercial;
2. Los supermercados y/o similares se abstendrán de emitir unilateralmente y sin motivo real y legítimo notas de débito o de crédito y descuentos a las personas o empresas proveedoras por motivos que no sean los relacionados con la transacción comercial;
3. Las notas de débito o las notas de crédito deberán ser emitidas con el acuerdo de las partes;
4. Los supermercados o similares no podrán devolver los productos luego de haberse firmado el acta de entrega-recepción, de modo que en el momento de entrega se hará la debida verificación. También se incorporará en el acta de devolución todo aquello entregado-no recibido, haciendo constar las razones para devolver las mercancías. Las actas de entrega recepción podrán ser realizadas utilizando medios computarizados o electrónicos cuando sea posible. Las firmas siempre deberán ser originales o electrónicas de acuerdo a la Ley;
5. El costo del transporte cualquiera que sea el medio utilizado, debe constar por separado respecto del precio del producto entregado;
6. Al supermercado y/o similares le queda prohibida la devolución arbitraria de los productos;
7. Para evitar desabastecimientos de cualquier producto los supermercados y/o similares y los proveedores o productores incorporarán obligatoriamente en sus contratos cláusulas de abastecimiento periódico y permanente, ordinario y extraordinario, a fin de mantener siempre un stock suficiente incorporando para el efecto, sistemas informáticos de alerta y comunicación;
8. El supermercado y/o similares no podrán exigir al proveedor que le entregue los productos con la propia marca de los supermercados y/o similares; la marca propia tiene que ser realizada bajo contrato de producción independiente del contrato de provisión; y,
9. Es ilegal cualquier clase de retención económica por parte de los supermercados y/o similares, salvo con orden judicial.

CAPÍTULO III
SISTEMA DE PROMOCIÓN, REQUISITOS DEL PROVEEDOR,
CODIFICACIÓN DE PROVEEDORES Y PRODUCTOS, DESCODIFICACION,
CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO, SUMINISTRO DE INFORMACIÓN Y
APERTURA DE NUEVOS PUNTOS DE VENTA

Art. 13.- SISTEMA DE PROMOCIÓN DE PRODUCTOS Y EXCEPCIONES.- Los Supermercados y/o similares no promocionarán ni exhibirán los productos, cuando el precio de los productos a ser publicados en distintos medios o exhibidos en las góndolas sea inferior al precio de compra constante en la factura o contrato de provisión, salvo las siguientes excepciones:

1. Ventas destinadas a la eliminación del stock por salida del producto del mercado;
2. Ventas por fin de temporada;
3. Productos estacionales;
4. Productos con caducidad inminente;
5. Productos con pequeñas fallas posteriores de presentación; y,
6. Productos bajo el sistema de promoción.

Para proceder a la publicación o exhibición de estas ofertas, los supermercados y/o similares deberán advertir a los consumidores, de modo escrito y en lugares o espacios destacados que se trata de algunos de las causales enumerados en este artículo, con un tamaño de caracteres que sean equivalentes al anuncio del descuento ofrecido.

El costo de las campañas promocionales propias de los supermercados y/o similares será siempre asumido por estos.

El incumplimiento de las condiciones de entrega en relación con productos que sean objeto de promociones anunciadas al público o de la exhibición, salvo fuerza mayor comprobada o en caso fortuito, la parte incumplidora deberá responder legalmente. El supermercado y/o similares no podrá exigir bajo ningún concepto la realización de promociones con cargo al proveedor.

Una vez concluido el plazo de la promoción la publicidad deberá ser retirada inmediatamente. Mientras el anuncio de la promoción esté expuesto el consumidor exigirá en caja su cumplimiento.

Art. 14.- REQUISITOS MINIMOS PARA SER CONSIDERADO PROVEEDOR.- Para ser considerado proveedor, se tomará en cuenta lo siguiente:

- a. Ser persona natural legalmente capaz o persona jurídica legalmente constituida o domiciliada en el país, de conformidad con la legislación vigente;
- b. Tener Registro Único Contribuyentes;
- c. Cuando el proveedor sea extranjero se cumplirá los requisitos legales pertinentes, que permitan establecer las responsabilidades administrativas, civiles o penales adecuadas de ser el caso;



- d. Cuando el proveedor o producto ingrese por primera vez al mercado: documentos de producción que contengan información que le permita al supermercado y/o similares verificar capacidad comercial, financiera, operativa, de producción y suministro, a fin de evitar delitos como el lavado de activos, etc.;
- e. Estar vinculado a los sistemas tecnológicos de información que se emplean por el supermercado y/o similares, en los eventos en que su registro o inscripción sea requerido;

Art.- 15.- CODIFICACION DE PROVEEDORES, PRODUCTORES Y PRODUCTOS.- Con el fin de asegurar el conocimiento de los parámetros requeridos por los supermercados y/o similares para la codificación de los productos ofrecidos por los proveedores, los requisitos que se exijan para el efecto deberán ser dados a conocer al proveedor previamente a la celebración del contrato de provisión y estar disponibles al público en los respectivos portales web de los supermercados y/o similares.

Debido al proceso dinámico de codificación y descodificación de proveedores y productos, y con el objeto de que se propicie la competencia y el consumidor tenga alternativas, deberán existir al menos dos proveedores por cada ítem exceptuando el escenario en el que solo exista un proveedor en el país para este ítem en particular.

Cada nuevo proveedor así como cada producto será debidamente codificado siguiendo las normas legales comerciales y respetando el principio de no discriminación.

Los listados de proveedores debidamente codificados serán de naturaleza confidencial y no serán asequibles o de libre acceso a la ciudadanía ni a ningún otro operador económico, salvo para la Superintendencia de Control del Poder de Mercado y de los organismos públicos de control y acción judicial.

Art. 16.- DESCODIFICACIÓN.- Se consideran como requisitos mínimos generales para la descodificación los siguientes:

1. Los supermercados y/o similares deberán publicar en sus portales web las políticas de descodificación de proveedores, a fin de que éstos las conozcan con antelación;
2. Cuando el supermercado y/o similares encuentren una razón para descodificar a un proveedor o por las condiciones constantes en el contrato de provisión, deberá comunicarse con él, en un plazo de 30 días, con el fin de exponer dichas razones y llegar a conclusiones que favorezcan dentro de lo posible continuar la relación comercial;
3. Bajo toda circunstancia, se le permitirá al proveedor plantear sus argumentos, los cuales deberán ser considerados por el supermercado y/o similares antes

de tomar su decisión. De dicha deliberación se dejará constancia escrita en acta en los términos que determinen los operadores económicos.

4. *La resolución de descodificación no implicará desconocimiento alguno de las obligaciones recíprocas pendientes entre los operadores económicos, las cuales deberán finiquitarse en la respectiva acta;*
5. *La misma facultad y con el mismo procedimiento tendrá el proveedor para descodificar al supermercado y/o similares cuando tenga razones legítimas o por las condiciones constantes en el contrato de provisión;*
6. *Una vez descodificado, el proveedor podrá pedir la reconsideración de la descodificación presentando los argumentos que le den sustento a dicha petición en un plazo que no podrá exceder de 30 días;*
7. *Se exceptuará de este procedimiento a los supermercados y/o similares y a los proveedores, en los casos en los que se comprometa de manera inminente la salud pública, exista gravedad manifiesta u orden de autoridad competente;*
8. *La descodificación procederá también cuando deje de existir el producto; y,*
9. *Está prohibida la descodificación por motivos de retaliación.*

Art. 17.- CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO.- *Para la codificación de los productos se tomará en cuenta los siguientes aspectos:*

a. En relación con su contenido nutricional:

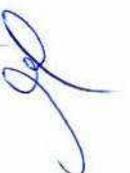
Todos los productos, sin excepción alguna, deberán contener información clara y precisa en sus tablas nutricionales que permitan conocer sus contenidos, efectos y excepciones para el consumo, de acuerdo a las normas legales pertinentes.

b.- En relación con su comercialización:

1. *Que su comercialización ofrezca el nivel mínimo de rentabilidad determinado por el supermercado y/o similares para la respectiva categoría;*
2. *Que el producto ofrezca las cualidades alimenticias legalmente permitidas para los consumidores;*
3. *Que pertenezca al portafolio de productos que el supermercado y/o similares tiene definido dentro de su surtido y giro;*
4. *Que se acredite una estructura de producción adecuada y/o importación que le permita cumplir con los niveles mínimos de entrega o abastecimiento del producto.*

c.- En relación con exigencias legales y técnicas:

- a. *Cumplir con las condiciones higiénico-sanitarias establecidas en la legislación vigente, incluyendo Registro Sanitario, por cada producto elaborado, que deberá encontrarse vigente durante toda la relación de suministro;*



- b. Todos los productos exhibidos deberán contener en forma clara, precisa y perfectamente legible, el precio final, la fecha de expiración y otras indicaciones relevantes a la calidad del producto;
- c. En cuanto a marcas, patentes y otros derechos constituidos en propiedad intelectual, los proveedores y los supermercados y/o similares deberán cumplir la normativa legal nacional e internacional aplicable;
- d. En todo caso, los proveedores deberán responder por la garantía de consumo establecida en la ley;
- e. Cumplir con los requisitos legales sobre embalaje y empaque de los productos;
- f. Los efectos dañinos de los productos por una indebida conservación posterior a la entrega es responsabilidad de los supermercados y/o similares.

d.- En relación con exigencias de identificación:

Identificación de la mercancía con un solo código de barras por EAN (European Article Number), más actualizadas o su equivalente, tanto en la unidad de venta como en la de empaque. Los requisitos para la codificación serán aplicables de manera general a todos los productores, proveedores y productos.

e.- Caso fortuito:

En casos excepcionales y con la finalidad de atender la proveeduría social o la naturaleza del producto, en casos de fuerza mayor, conmoción social o nacional, los supermercados y/o similares podrán variar y/o abstenerse de solicitar algunos requisitos exigidos para su codificación salvo los sanitarios mínimos exigibles para el consumo.

Art. 18.- OBLIGACIÓN DE EXHIBICIÓN EN GÓNDOLAS.- El contrato de provisión lleva implícita obligatoriamente la exhibición, sin costo adicional al proveedor, de los productos en las góndolas o estanterías de los supermercados y/o similares.

No se permitirá que una categoría de productos por su marca ocupe exclusivamente una sola góndola o estantería, sino que ésta deberá estar ocupada también por otros productos similares o competidores, cuyo espacio de ocupación no será inferior al 15% de la percha. La forma en que los productos sean exhibidos y colocados en las repisas, estantes o bandejas según las zonas de las góndolas, no podrán bajo ningún concepto, responder a discriminación de ningún tipo. Los supermercados y/o similares deberán reportar a la SCPM bajo juramento del cumplimiento de esta disposición dos (2) veces al año dentro de los cinco (5) primeros días de los meses de agosto y febrero.

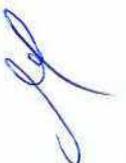
Art. 19.- SOLICITUD DE APLICACIÓN DE CONDICIONES IGUALITARIAS A OTROS SUPERMERCADOS Y/O SIMILARES.- *Los supermercados y/o similares no podrán exigir que se verifiquen aumentos o disminución de precios en otros comercializadores o expendedores, como condición previa para la aceptación de aumentos o disminución de precios de productos o de algún proveedor.*

Art. 20.- APERTURA DE NUEVOS PUNTOS DE VENTA.- *Las aperturas de nuevos puntos de venta ya sea en el ámbito nacional o internacional serán exclusivamente de cuenta y riesgo de los supermercados y/o similares.*

CAPÍTULO IV
LOGÍSTICA, EFICIENCIA ADMINISTRATIVA, POLÍTICAS DE RECEPCIÓN, INFORMACIÓN ENGAÑOSA, PROCEDIMIENTO DE SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS, RETALIACIÓN Y CONDUCTAS SUBYACENTES

Art. 21.- LOGÍSTICA, EFICIENCIA Y EFICACIA ADMINISTRATIVA.- *A fin de alcanzar la eficiencia y eficacia se observará lo siguiente:*

1. *Los operadores económicos deben tener en cuenta el potencial beneficio que tiene la generación de buenas prácticas orientadas a mejorar los procesos de entrega y recepción de mercadería, cuyo objetivo es mantener un comportamiento adecuado de los procesos de distribución y entrega de los productos en óptimas condiciones para los consumidores;*
2. *Los operadores económicos se comprometen a desarrollar y actualizar un formato de revisión al detalle, en la que se señale todos los elementos que provocan retrasos en la entrega de mercaderías;*
3. *Los operadores económicos deben desarrollar y actualizar un formato de herramientas de revisión al detalle, en el que se señale todos los elementos de los procesos internos de los supermercados, identificados por los proveedores, cuya mejora incide positivamente en la entrega-recepción de productos por parte de los proveedores y que depende de la ejecución de los supermercados y/o similares;*
4. *Los supermercados y/o similares con sus proveedores generarán un documento interno de trabajo, cuyos puntos serán discutidos en reuniones, que se convocarán y realizarán por lo menos una vez al año;*
5. *Para alcanzar la eficacia y eficiencia administrativa los operadores económicos utilizarán las herramientas informáticas que permitan concretar una mejora continua; y,*
6. *Los supermercados y/o similares deben desarrollar períodos de capacitación sin costo para el proveedor, que incluyan cursos, seminarios, etc., orientados a mejorar los conocimientos y las habilidades de los proveedores en materia de entrega eficiente de mercadería, al menos una vez al año y las veces que el supermercado y/o similares considere necesarias.*



Art. 22.- PUBLICIDAD ENGAÑOSA.- Por mandato legal, tanto proveedores como supermercados y/o similares se abstendrán de difundir publicidad engañosa que tenga como efecto la desviación de clientela; así como, la inducción a error o engaño en el mercado en perjuicio del consumidor.

Art. 23.- PROCEDIMIENTO Y MECANISMOS DE SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS.- Cuando surjan conflictos entre los operadores económicos en la intermediación comercial y que se refiera al incumplimiento de esta normativa reglamentaria, el procedimiento básico debe contar con dos (2) etapas: Uno: Arreglo directo y Dos: Mediación y/o procedimiento arbitral o judicial.

1.- Etapa Uno: ARREGLO DIRECTO.- En caso de incumplimiento del contrato de provisión, sin perjuicio de las acciones legales, los operadores económicos procurarán un arreglo directo, para lo cual se tendrá en cuenta lo siguiente:

1. **Presentación de la queja o reclamo:** Las quejas y/o reclamos se presentarán y tramitarán por escrito, en el domicilio del supermercado y/o similares y/o proveedor o productor de ser el caso, dentro del plazo de tres (3) días contados desde cuando se conoció la infracción o desacuerdo;
2. **Atención de las quejas o reclamos:** Los supermercados y/o similares deberán resolver las quejas y/o reclamos dentro del plazo de quince (15) días posteriores a la recepción de la queja; y,
3. **Duración de la etapa de arreglo directo:** La etapa de arreglo directo no excederá del plazo de dieciocho (18) días.

2.- Etapa Dos: MEDIACION, PROCEDIMIENTO ARBITRAL O JUDICIAL: Si no se ha llegado a un acuerdo dentro del plazo establecido en la etapa uno, la parte que se creyere afectada podrá ejercer las acciones que considere pertinentes ante el organismo legal competente, y se informará por escrito a la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.

Art. 24.- DE LAS RETALIACIONES.- El supermercado y/o similares no podrán ejercer retaliaciones como consecuencia de las acciones emprendidas por el proveedor o productor de conformidad a la ley.

Con el fin de garantizar este derecho el supermercado o similares informará mensualmente al proveedor o productor sobre la rotación de su producto con relación a productos iguales o similares sin mencionar la marca.

CAPÍTULO V
INTERMEDIACIÓN FORMAL, FORMATOS, CONTENIDO MÍNIMO DE LOS CONTRATOS, DIFUSIÓN EN LOS PORTALES WEB, ACCESO A LISTADOS DE PROVEEDORES Y DIFUSIÓN PÚBLICA DE PRECIOS

*Art. 25.- **INTERMEDIACIÓN FORMAL.**- La intermediación comercial siempre se hará en forma escrita a fin de eliminar las distorsiones en la ejecución contractual comercial y evitar perjuicios económicos al proveedor.*

*Art. 26.- **FORMATOS.**- Los supermercados y/o similares en general deben mantener los formatos de contratos de provisión en sus portales web, siguiendo la estructura formal determinada en este Manual.*

*Art. 27.- **CONTENIDO MÍNIMO DE LOS CONTRATOS DE PROVISIÓN.**- Los contratos de provisión que se suscriban entre los proveedores y los supermercados y/o similares, deben realizarse siguiendo esta estructura:*

1. Lugar y fecha;
2. Comparecientes: generales de ley;
3. Cláusula de aplicación de este Manual de Buenas Prácticas Comerciales;
4. Objeto del contrato;
5. Plazos; y,
6. Precios de cada producto, incluido impuestos y formas de pago.

El proveedor y el supermercado y/o similares suscribirán por lo menos dos (2) originales de igual valor y tenor; uno para cada parte.

*Art. 28.- **COMERCIO ELECTRÓNICO.**- Para el objeto y cumplimiento de las transacciones comerciales los operadores económicos podrán establecer uno de los medios legales de comunicación digital o conectividad para otorgar, cumplir, pagar, modificar y terminar los contratos de provisión cumpliendo estrictamente las normas de la Ley de Comercio Electrónico.*

*Art. 29.- **CONDICIONES PARA TERMINACIÓN DE LAS RELACIONES COMERCIALES.**- Las relaciones comerciales entre supermercados y/o similares y proveedores no deberán ser interrumpidas o terminadas abruptamente sin haber mediado una notificación escrita previa de cualquiera de los operadores económicos con al menos treinta (30) días de anticipación.*

*Art. 30.- **ACCESO A LISTADOS DE PROVEEDORES.**- Los listados de proveedores son restringidos y no son de libre acceso a la ciudadanía en general, salvo para la Superintendencia de Control del Poder de Mercado y de los organismos públicos de control y acción judicial. Los listados se ejecutarán en base de las siguientes reglas:*

- a. Es obligación de los supermercados y/o similares mantener la información en forma reservada así como los proveedores mantener el sigilo de los contratos;
- b. Los supermercados y/o similares deberán mantener en archivo a los proveedores clasificados por artículos o por sectores de productos;





- c. Hasta el quince (15) del mes de abril de cada año, en forma obligatoria y sin requerimiento previo alguno, los supermercados y/o similares, sin excepción alguna, remitirán a la Superintendencia de Control del Poder de Mercado en formato digital accesible el listado actualizado de todos sus proveedores debidamente clasificados. El formato de información mínimo será el siguiente:

No.	Nombres o razón social y No. de RUC	Fecha de inicio de actividades	Sector productivo	Producto	Codificado desde:

- d. De igual forma, remitirán en forma obligatoria el listado a fecha de los proveedores y productos descodificados en el siguiente formato:

No.	Nombres o razón social y No. de RUC	Fecha de constitución o inicio de actividades	Sector productivo	Producto	Descodificado desde:	Razones precisas de descodificación

- e. La no entrega de la información será sancionada de acuerdo a la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado.

Art. 31.- DIFUSIÓN PÚBLICA DE PRECIOS AL CONSUMIDOR.- A fin de fomentar la competencia y el comercio justo, los supermercados y/o similares, sin excepción alguna, deberán publicar mensualmente, en sus respectivos portales web, el listado de todos los productos que ofrecen con sus respectivos precios finales a fin de que el consumidor esté informado y pueda elegir el artículo y dónde comprarlo. Con este fin se invita a la sociedad civil a autorganizarse en observatorios ciudadanos y comités de usuarios para monitorear permanentemente los precios y la calidad de los productos. La Superintendencia proveerá bajo pedido y sin costo la capacitación que se requiera.

Art. 32.- CONSERVACIÓN DE LA INFORMACIÓN.- Los supermercados y/o similares mantendrán una base de datos de naturaleza reservada con la información de las transacciones realizadas con sus proveedores la que deberán guardarla bajo su responsabilidad por siete (7) años. La SCPM solicitará que le sea enviada esta información cuando lo considere necesario dentro del cumplimiento de sus deberes y atribuciones.

DISPOSICIONES GENERALES:

PRIMERA.- Queda derogada toda norma de igual o menor jerarquía que se oponga a esta resolución.

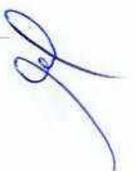
SEGUNDA.- El seguimiento de aplicación y cumplimiento lo realizará la Intendencia de Investigación de Prácticas Desleales y la Intendencia de Investigación de Abuso de Poder de Mercado, Acuerdos y Prácticas Restrictivas, quienes presentarán los respectivos informes a la Intendencia General.

TERCERA.- En lo no previsto en este Manual, se estará sujeto a lo dispuesto en la LORCPM y su reglamento, así como, en lo que sea pertinente a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, la Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria y la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversión y sus respectivos reglamentos.

CUARTA.- La Superintendencia de Control del Poder de Mercado así como las instituciones públicas dentro de sus competencias, podrán otorgar sin costo su apoyo para la realización de un sistema de capacitación dirigido a proveedores, comercializadores, comités de usuarios y observatorios ciudadanos.

QUINTA.- GLOSARIO.- Para la aplicación, ejecución y comprensión eficiente de este manual, se establecen entre otras las siguientes definiciones:

1. **ABUSO DE PODER:** Extralimitar los lineamientos normativos en función de un beneficio propio o de terceros en un ámbito determinado. (Art. 9 LORCPM);
2. **AUTOGESTIÓN:** Ejecutar y administrar actividades económicas con recursos propios;
3. **AUTO VIGILANCIA:** Mecanismo de fiscalización por las propias partes que lo crean;
4. **BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES:** Aquellas realizadas observando las normas legales de calidad, ética, buena fe y buenas costumbres comerciales;
5. **BODEGAS:** Operador económico encargado de la recepción o almacenamiento siendo punto de partida para la distribución de productos;
6. **CADUCIDAD INMINENTE:** Tiempo relativamente corto previo a la fecha de vencimiento de un producto;
7. **CANALES DE PROVISIÓN:** Todas las formas lícitas de entregar productos a los supermercados y/o similares;
8. **CODIFICACIÓN DE PROVEEDORES Y DE PRODUCTOS:** Se entenderá por codificación el ingreso o reingreso de productos y/o proveedores que no se encuentren registrados en los supermercados y/o similares;
9. **COMERCIALIZADORES:** Todos los agentes económicos que se dedican al comercio o intermediación de productos entre el proveedor y el consumidor final;
10. **COMERCIO JUSTO:** El realizado sin ninguna distorsión en el mercado en un nivel de competencia óptimo, equitativo y sustentable para todas las partes;





11. **COMPORTEAMIENTO ÉTICO:** Realizar el comercio de buena fe, ética y buenas costumbres mercantiles tendiendo al bien general;
12. **CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS:** Actos antijurídicos que se encuentran tipificados y descritos como infracción en la LORCPM;
13. **CONTRATO DE PROVISIÓN:** Instrumento jurídico que detalla los derechos y obligaciones contractuales, que tienen que suscribir entre el proveedor o productor con los supermercados y/o similares;
14. **DESCODIFICACIÓN:** Sistema operativo para que un proveedor se desvincule de la relación contractual con un supermercado y/o similares, o se deje de proveer uno o más productos de los señalados en el contrato de distribución o viceversa;
15. **DISTORSIONES DE LA INTERMEDIACIÓN:** Toda forma de comercialización alterada por los supermercados y/o similares respecto de los precios, información, entrega, manejo, calidad y cantidad de los productos;
16. **DISTRIBUIDORES:** Empresas grandes cuyo objeto social es recibir los bienes elaborados por los productores y entregarlos a los comerciantes;
17. **EQUIDAD Y JUSTICIA COMERCIAL:** Equilibrio en las relaciones de las partes;
18. **EXPENDEDORES:** Los supermercados y/o similares dedicados a la venta de los productos a los consumidores finales;
19. **GÓNDOLAS:** Es la estantería o conjunto de estanterías situadas ordenadamente para exhibir los productos en los supermercados y/o similares, las cuales permiten un fácil acceso al comprador o consumidor;
20. **JUSTO PRECIO:** Precio razonable de las cosas según criterios de justicia y equidad y adecuación entre los intereses del comprador y el vendedor
21. **LORCPM:** Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado;
22. **MERCADO SECTORIAL:** Es un segmento del mercado para un grupo de productos, similares y/o sustitutos;
23. **OPTIMA CALIDAD:** Es el atributo de un producto cuando está elaborado con los mejores o más altos estándares exigidos por la normas de un determinado lugar;
24. **PEQUEÑAS FALLAS:** Daños que tienen los productos, los cuales no afectan a la calidad sustancial;
25. **PRÁCTICAS ABUSIVAS:** Actos o conductas realizadas por dos o más operadores económicos, cuyo objeto o efecto sea el impedir, restringir, falsear o distorsionar la competencia;
26. **PRÁCTICAS DESLEALES:** Todo hecho, acto o práctica contrarios a los usos o costumbres honestas en el desarrollo de actividades económicas, incluyendo aquellas conductas realizadas en o a través de la actividad comercial o publicitaria (publicidad engañosa, denigrante, etc.)
27. **PRÁCTICAS RESTRICTIVAS:** Todo acuerdo, decisión o recomendación colectiva, o práctica concertada o conscientemente paralela, y en general todos los actos o conductas realizadas por dos o más operadores económicos,

de cualquier forma manifestadas, con la producción o intercambio de bienes y servicios, cuyo objeto o efecto sea o pueda ser impedir, restringir, falsear o distorsionar la competencia, o afectar negativamente a la eficiencia económica o el bienestar general;

- 28. PRECIOS LEGÍTIMOS:** *Son los precios a los cuales se deberían vender los productos sin que exista una ganancia abusiva por parte del comercializador;*
- 29. PRECIOS PREDATORIOS:** *Son los precios que se venden bajo el costo de un producto con el fin de eliminar a ciertos competidores del mercado;*
- 30. PRODUCTORES:** *Son los operadores económicos que elaboran el bien o producto que se va a comercializar en el mercado;*
- 31. PROVEEDORES:** *Son los operadores económicos que venden sus productos a los supermercados o comercializadoras;*
- 32. SEGURIDAD ALIMENTARIA:** *Regulación de los entes de control para que los alimentos puedan ser expendidos sin riesgo para la salud;*
- 33. SISTEMA DE CODIFICACIÓN:** *Es el mecanismo técnico comercial mediante el cual se asigna un registro o clave numérica o similar reducida y única a un proveedor o a los productos a ser expendidos en los supermercados y/o similares, el cual permite la individualización y singularización y evita la confusión. Esta codificación dentro de la administración permite un fácil acceso a la información registrada. El acceso a la codificación de proveedores y productos es confidencial conforme a la Ley;*
- 34. SUPERMERCADOS, COMISARIATOS, MEGAMERCADOS e HIPERMERCADOS:** *Son establecimientos comerciales de autoservicio con superficies grandes de más de un mil (1000) metros cuadrados de superficie destinadas a la distribución minorista, en los cuales se venden productos alimenticios, bebidas, confitería, artículos del hogar, limpieza personal y productos no alimenticios de consumo corriente;*
- 35. TIENDAS DE CONVENIENCIA:** *Son establecimientos comerciales cuya superficie vaya desde cien (100) metros cuadrados hasta menos de quinientos (500) metros cuadrados, destinadas a la distribución minorista en los cuales se venden productos alimenticios, bebidas, confitería, artículos del hogar, limpieza personal y productos no alimenticios de consumo corriente, con un horario de atención de más de doce horas continuas por día y trescientos sesenta y cinco días al año; y,*
- 36. TIENDAS GRANDES:** *Son establecimientos comerciales de autoservicio cuya superficie total tenga desde quinientos (500) metros cuadrados hasta mil (1000) metros cuadrados, destinados al expendio de productos alimenticios, bebidas, confitería, artículos del hogar, limpieza personal y productos no alimenticios de consumo corriente.*

DISPOSICIÓN TRANSITORIA

Los supermercados y/o similares cumplirán con el porcentaje establecido en el tercer inciso del artículo 9 de este manual en un año plazo contado a partir de la vigencia del presente manual, teniendo la obligación de cumplir un porcentaje mínimo del 10% en 6 meses plazo.

DISPOSICIÓN FINAL

El presente manual entrará en vigencia a partir del primero de noviembre de dos mil catorce, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

Dado en el Distrito Metropolitano de Quito, el 29 de agosto del 2014.



Pedro Páez Pérez

SUPERINTENDENTE DE CONTROL DEL PODER DE MERCADO

