

Resolución No. SCPM-DS-082-2015

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 establece: “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 Constitución de la República 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: “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...[...] El 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 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 dispone: "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 numeral 25 del artículo 66 de la Constitución de la República establece: "[...] El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características";*
- Que el artículo 82 de la Constitución de la República determina: "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 inciso primero del artículo 213 de la Constitución de la República establece: "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 determina: "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 275 de la Constitución de la República establece: "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 artículo 276 de la Constitución de la República establece: "El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos: [...] 2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable";

Que el artículo 278 de la Constitución de la República, numeral 2 establece que para la consecución del Buen Vivir, a las personas y colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde: "Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental";



- Que el primer inciso del artículo 281 de la Constitución de la República establece: “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 Constitución de la República determina: “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 284 de la Constitución de la República señala: “La política económica tendrá los siguientes objetivos: 1. Asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional. 2. Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémica, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional. 3. Asegurar la soberanía alimentaria y energética. [...] 6. Impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales. 7. Mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenibles en el tiempo. 8. Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes. 9. Impulsar un consumo social y ambientalmente responsable”;*
- 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 Constitución de la República establece: “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 319 de la Constitución de la República señala: “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 320 de la Constitución de la República establece: “En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente...[...] La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social”;

Que el artículo 325 de la Constitución de la República determina: “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 auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores”;

Que el artículo 334 de la Constitución de la República dispone: “El Estado promoverá el acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual le corresponderá: ...[...] 1. Evitar la concentración o acaparamiento de factores y recursos productivos, promover su redistribución y eliminar privilegios o desigualdades en el acceso a ellos. 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 prescribe: “El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura,

[Handwritten signatures and the number 5]

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...[...] El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal”;

Que el artículo 336 de la Constitución de la República establece: “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 Constitución de la República determina: 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 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 dispone en el artículo 1: “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 dispone: “...Comete infracción a esta Ley el proveedor que a través de cualquier tipo de mensaje induce al error o engaño, en especial cuando se refiere 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 Orgánica 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 Orgánica de Defensa del Consumidor dispone: “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 determina: “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 Orgánica de Defensa del Consumidor establece: “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 señala: “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 determina: “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 respecto del vendedor final...”;

Que el artículo 43 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor determina: “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 otra 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 Orgánica de Defensa del Consumidor establece: “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



9

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 12 señala: “Para ejercer el control y con fines estadísticos las personas y organizaciones registradas presentarán a la Superintendencia, información periódica relacionada con la situación económica y de gestión, de acuerdo con lo que disponga el Reglamento de la presente Ley y cualquier otra información inherente al uso de los beneficios otorgados por el Estado”;

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 eco eficiente; 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 permite 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 agro biodiversidad 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 enuncia 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 en el artículo 13 dispone: “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 asociación 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, acuacultura 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 permite 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 enuncia 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 dispone 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 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 artículo 9 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado 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 Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado 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;

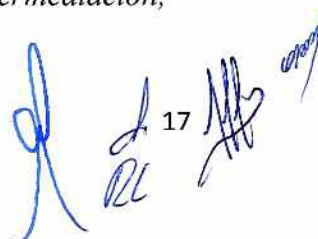
Que es necesario generar una intermediación comercial armónica entre proveedores y supermercados y/o similares, para facilitar y agilizar un ambiente de competitividad real de cara a las exigencias del comercio justo y tratados de libre comercio;

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;



17

- 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.*
- Que a través de la política pública en materia de competencia se busca fomentar la igualdad de condiciones de los operadores económicos del mercado, garantizar el bienestar de los consumidores promoviendo mecanismos de transparencia de información, y fortalecer la normativa de competencia a través de la continua evaluación de la dinámica del mercado;*
- Que es necesario determinar el procedimiento de gestión interna de la información recibida por los Supermercados u obtenida en forma directa por la Superintendencia;*
- Que es necesario monitorear en forma integral las actividades comerciales del ámbito de supermercados permanentemente a fin de que se cumplan las disposiciones establecidas; y*
- Que para beneficiar a los usuarios y consumidores del mercado y contribuir al comercio justo, la libre competencia a los mercados, la competencia legítima y mercados eficientes es imprescindible el trabajo coordinado y eficiente entre los órganos del estado relacionados con la actividad comercial de los supermercados.*

Que el Superintendente de Control del Poder de Mercado, expidió el “Manual de Buenas Prácticas Comerciales para el sector de los Supermercados y/o similares y sus Proveedores” mediante Resolución No. SCPM-DS-057-2014 de 29 de agosto de 2014, que luego se expidió una nueva versión con Resolución No. SCPM-DS-075-2014, de 01 de noviembre de 2014, que con fecha 19 de junio de 2015 se expide el “Instructivo para el monitoreo y gestión del cumplimiento del Manual de Buenas prácticas comerciales en el sector de supermercados y/o similares y sus proveedores” con Resolución SCPM-DS-034-2015 y que con fecha 01 de septiembre de 2015 con Resolución 008, la Junta de Regulación de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado expide las “Normas Regulatorias para las cadenas de Supermercados y sus Proveedores”, lo cual ha generado una gran movilización productiva nacional.

En uso de las facultades que le confiere el artículo 44 numerales 6 y 16 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, expide el siguiente:

**INSTRUCTIVO PARA EL MONITOREO DE LA PROMOCIÓN SEMESTRAL
DE LA COMPETENCIA Y BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES DEL
SECTOR SUPERMERCADOS**

**TÍTULO I
GESTIÓN GENERAL**

Artículo 1.- ÁMBITO.- Este instructivo es de aplicación obligatoria para todos los operadores económicos que realicen sus actividades de intermediación comercial en todo o en parte del territorio ecuatoriano, en el sector de bienes de consumo corriente: alimenticio (comprende la canasta de alimentos y bebidas no alcohólicas); y, no alimenticio (comprende las canastas de: bebidas alcohólicas y tabaco, bienes de consumo no duradero para el hogar y productos de higiene personal), conforme lo explicitado en el **Anexo 1**.

Artículo 2.- OBJETIVOS.- Son objetivos de este instructivo los siguientes:

1. Evitar la discrecionalidad y las confusiones en la aplicación de las normas para el monitoreo y promoción semestral de la competencia y buenas prácticas del sector de supermercados y sus proveedores;



19

2. *Precisar los elementos o factores intervinientes en el proceso de intermediación entre productores, productos, proveedores y supermercados que eviten sanciones innecesarias;*
3. *Determinar el proceso para el monitoreo de la información por el cumplimiento de las normas;*
4. *Mantener la armonía y el equilibrio entre los operadores económicos, evitando que se realicen prácticas comerciales que constituyan riesgos a la competencia y que ocasionen distorsiones en el mercado. De igual forma, asegurar el cumplimiento de las buenas prácticas comerciales establecidas; y,*
5. *Con la finalidad de prevenir efectos de exclusión y barreras de mercado, el presente instructivo también busca impulsar la participación de los actores de la Economía Popular y Solidaria, Artesanos, así como de la micro y pequeña empresa en las relaciones comerciales de los operadores.*

Artículo 3.- ÁMBITO Y RESPONSABILIDAD ADMINISTRATIVA.- *Este instructivo es de observancia obligatoria para el monitoreo y promoción semestral de la competencia y buenas prácticas del sector de supermercados y sus proveedores.*

El seguimiento de la aplicación, el cumplimiento y la gestión administrativa de la información obtenida conforme lo establecido en las normas, la realizarán las Intendencias Nacionales y Zonales, que presentarán la información tabulada para la validación de la Intendencia de Abogacía de la Competencia, sobre la base de la información veraz y juramentada ante notario público, proporcionada por los supermercados y afines.

Artículo 4.- INGRESO DE LA INFORMACIÓN.- *Los Supermercados entregarán la información en los formatos y los plazos determinados en las normas y en las fechas que la Intendencia de Abogacía de la Competencia y las Intendencias Zonales lo requieran y además regularmente cada seis meses conforme lo indicado en el **Anexo 2**. La Secretaría General de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado en el término de un día procederá a entregar dicha información a la Intendencia de Abogacía de la Competencia en forma completa manteniendo el carácter de reservada hasta que el Intendente General resuelva lo contrario.*

Artículo 5.- GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA INFORMACIÓN.- *La Intendencia de Abogacía de la Competencia procederá a:*

1. Realizar el monitoreo semestral de aplicación de las normas con visitas o inspecciones con una muestra de por lo menos 58 locales a nivel nacional de acuerdo al cuadro distributivo por zonal, (**Anexo 3**);
2. Ingresar en la matriz de gestión (**Anexo 4**), la información obtenida en la visita o inspección;
3. Tabular la información recibida u obtenida en forma técnica y precisa. En caso de que la información estuviere incompleta o imprecisa, la Intendencia de Abogacía de la Competencia la solicitará por escrito al operador económico para que la complete dentro del término de cinco (5) días;
4. La Intendencia de Abogacía de la Competencia, elaborará y emitirá el informe de cumplimiento respectivo con la información obtenida; y,
5. Para los casos de incumplimiento en la entrega de información, la Intendencia de Abogacía de la Competencia remitirá en el término de diez (10) días un informe técnico motivado a la Comisión de Resolución de Primera Instancia, previo conocimiento de la Intendencia General.

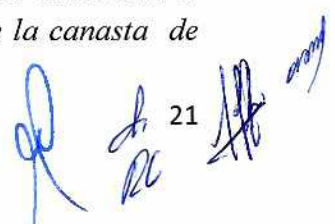
Artículo 6.- ACLARACIÓN DE LAS NORMAS.- El Superintendente de Control del Poder de Mercado podrá aclarar o determinar el alcance de las normas contenidas en este instructivo para el sector de supermercados y sus proveedores, con la finalidad de realizar el control, monitoreo y seguimiento para su eficacia y cumplimiento.

TÍTULO II DEL MONITOREO

Artículo 7.- Los operadores económicos sujetos a este instructivo son:

1. Cadenas de supermercados que posean más de un (1) establecimiento, con tres (3) o más cajas registradoras y que ofrezcan el servicio de venta minorista o expendio al detalle, bajo la modalidad de autoservicio de la canasta de bienes de consumo corriente alimenticio y alguna(s) de las canastas de bienes de consumo corriente no alimenticio.
2. Proveedores que suministran a las cadenas de supermercados bienes de consumo corriente alimenticio y/o no alimenticio.
3. Cuando un proveedor cuente con más de un (1) establecimiento, con tres (3) o más cajas registradoras y que ofrezca el servicio de venta minorista o expendio al detalle, bajo la modalidad de autoservicio de la canasta de

21



bienes de consumo corriente alimenticio y alguna(s) de las canastas de bienes de consumo corriente no alimenticio; será considerado también como cadena de supermercado;

4. *Cuando una cadena de supermercados provea a otras cadenas de supermercados bienes de consumo corriente alimenticio y/o no alimenticio; se considerará también como proveedor.*

Artículo 8.- *Los proveedores y cadenas de supermercados cumplirán las disposiciones que les corresponden de acuerdo a su condición:*

1. *Los proveedores tendrán la obligación de notificar inmediatamente a las cadenas de supermercados acerca de cualquier circunstancia que pueda ocasionar desabastecimiento, en cuyo caso informarán del tiempo en el que se estime se supere la misma, a fin de que las cadenas de supermercados estén debidamente informadas y de ser el caso, implementen las medidas necesarias para evitar desabastecimiento y afectación alguna a los consumidores;*
2. *Los proveedores tendrán la obligación de cumplir todas las medidas regulatorias y normativas vigentes, como normas de etiquetado, publicidad o requerimientos de calidad; para lo cual la Superintendencia procederá a realizar las inspecciones in situ que considere necesarias.*
3. *Todos los acuerdos entre proveedores y las cadenas de supermercados, estarán orientados al desarrollo de relaciones comerciales justas, tendientes a la consecución del bienestar social, económico y el cuidado ambiental; para lo cual se solicitará a los supermercados y proveedores una muestra de los contratos para proceder a verificar el cumplimiento de los acuerdos referidos.*
4. *En caso de tener conocimiento de cualquier comportamiento presumiblemente anticompetitivo, proveedores y supermercados adoptarán con celeridad soluciones eficaces, en aras de mejorar la relación comercial cuando ello sea procedente o acudirán a la autoridad pertinente, adoptando los procedimientos de solución alternativa de controversias o a través de la vía judicial.*

Para el control y verificación se remitirá semestralmente a la Superintendencia el listado de controversias solucionadas de manera directa y aquellas que han sido sometidas a arbitraje y mediación o a la vía judicial.

5. *Las cadenas de supermercados otorgarán igual trato comercial, sin discriminación a sus proveedores, salvo aquellos casos de discriminación positiva, contemplado en esta norma, hecho que será verificado por la*

- Superintendencia de manera semestral mediante la información solicitada oportunamente y/o mediante el mecanismo de encuestas a proveedores.*
- 6. Las cadenas de supermercados no podrán establecer restricciones de acceso al mercado para nuevos proveedores así como para nuevos u otros productos de manera injustificada, lo que podrá ser constatado por parte de la Superintendencia mediante los mecanismos de supervisión adoptados por la institución de control.*
 - 7. Las cadenas de supermercados no podrán exigir "cláusulas de cliente más favorecido" a sus proveedores; es decir, la obligación de que éstos les apliquen a las cadenas de supermercados las mismas condiciones comerciales que ofrezcan a otros compradores;*
 - 8. Las cadenas de supermercados no podrán obligar a los proveedores a aceptar condiciones adicionales que por su naturaleza no constituyan el objeto de la relación comercial, de acuerdo con las disposiciones legales vigentes; para lo cual se implementarán mecanismos de encuestas aleatorias entre los proveedores con el fin de verificar su cumplimiento.*
 - 9. Las cadenas de supermercados incorporarán productos elaborados por actores de la Economía Popular y Solidaria, artesanos, así como de la micro y pequeña empresa legalmente constituidas propiciando su fortalecimiento y asociatividad como proveedores del canal de distribución, para el efecto las cadenas de supermercados informarán en forma mensual a la Superintendencia.*
 - 10. A las cadenas de supermercados les queda prohibido exigir a los proveedores la entrega de productos de forma gratuita, salvo el caso de entrega de una muestra para la codificación del producto; u otras establecidas en la presente norma;*
 - 11. Las cadenas de supermercados deberán entregar al proveedor la información sobre la rotación de sus productos sin ningún costo, al menos una vez al mes a petición de los proveedores; y,*
 - 12. Las cadenas de supermercados que implementaren nuevas tecnologías que afecten la relación con sus proveedores, incorporarán regímenes de transición que permitan a sus proveedores adaptarse a las mismas, considerando su capacidad financiera e infraestructura.*

El cumplimiento de las disposiciones antes referidas, se procederá a su verificación a través de mecanismos de supervisión en sitio, encuestas y/u otros que considere necesarios para su implementación por parte de la Intendencia de Abogacía de la Competencia de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.

[Handwritten signatures and initials] 23

Artículo 9.- CONTRATOS DE PROVISIÓN.- Los proveedores y las cadenas de supermercados deben convenir por separado e individualmente sus relaciones comerciales mediante contratos de provisión escritos que contemplen disposiciones que aseguren la aplicación de lo dispuesto en este instructivo, lo cual la Superintendencia verificará en la muestra de contratos que solicite.

Artículo 10.- TERMINACIÓN UNILATERAL DE RELACIONES COMERCIALES.- Las relaciones comerciales entre operadores económicos sujetos a esta norma, no podrán ser interrumpidas o terminadas en cualquier momento, sin haber mediado una notificación previa de cualquiera de las partes con una antelación mínima de treinta (30) días calendario a la realización de la última entrega de productos, lo cual deberá constar en los contratos de provisión.

Artículo 11.- CONTRATOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS.- Los servicios adicionales que la cadena de supermercados le ofrezca al proveedor, deberán ser acordados mediante contratos escritos o por medios electrónicos conforme a la normativa vigente, los cuales serán independientes al contrato de provisión.

Bajo ningún concepto la cadena de supermercado podrá condicionar el contrato de provisión a la contratación de los servicios adicionales que la cadena brinde al proveedor, lo que podrá ser verificado en cualquier momento por parte de la Superintendencia en base a la información que se requiera para el efecto.

Artículo 12.- CONTRATOS PARA MARCAS PROPIAS.- Para la producción o fabricación de productos con marca propia las cadenas de supermercados del sector normado celebrarán contratos independientes de producción con sus respectivos proveedores.

Artículo 13.- PRECIOS DE PRODUCTOS.- Los precios de productos se fijarán de común acuerdo entre las partes, los que se acordarán en base a la dinámica del mercado y en cumplimiento con las normas legales aplicables a nivel nacional, pudiendo la Superintendencia solicitar los medios de verificación al Supermercado y adicionalmente implementará los mecanismos de encuestas a los proveedores que permitan transparentar el cumplimiento de esta norma.

Artículo 14.- MEDIOS DE PAGO.- Los operadores económicos sujetos a esta norma, para sus transacciones comerciales, acordarán los medios de pago legales vigentes en el país, la Superintendencia adoptará los medios de verificación e

implementará los mecanismos de encuestas a los proveedores que permitan verificar el cumplimiento de esta disposición.

Artículo 15.- PLAZOS DE PAGO

Los plazos máximos de pagos por compras a proveedores de cualquier bien adquirido por la cadena de supermercados para su expendio, se regirán a la siguiente tabla:

Tipo de proveedor	Plazo máximo de pago en días
Micro empresa, Economía Popular y Solidaria y Artesanos	hasta 15
Pequeña empresa	hasta 30
Mediana empresa	de 31 a 45
Gran empresa	de 46 a 60

Determinación de proveedores: Resolución de la Superintendencia de Compañías No. SC-INPA-UA-G-10-005 de 7 de diciembre de 2010 y la Decisión 702 de la Comunidad Andina de Naciones del 10 de diciembre de 2008:

VARIABLES	MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA	MEDIANA EMPRESA	GRANDES EMPRESAS	EPS y ARTESANOS
Personal ocupado	1 a 9	10 a 49	50 a 199	>200	Se considerarán dentro de esta categoría a los proveedores que presenten la certificación de una institución pública que los acredite
Valor bruto de las ventas anuales en USD	<100.000	<100.001-1.000.000	<1.000.001-2.000.000	>5.000.000	
Montos activos	Hasta US 100.000	De USD 100.001 hasta USD 750.000	De USD 750.001 hasta USD 3.999.9999	>USD 4.000.000	

El plazo establecido se deberá contar a partir de la fecha de entrega-recepción de la mercadería, la cual deberá estar acompañada de la respectiva factura. En caso de conflicto para definir el tiempo máximo de plazo de pago según el tipo de proveedor prevalecerá lo más favorable para el proveedor.

Los pagos que se realicen fuera de los plazos estipulados generarán los correspondientes intereses legales, la Superintendencia adoptará los medios de

verificación a los supermercados e implementará mecanismos de encuestas a los proveedores que permitan verificar el cumplimiento de esta disposición.

Artículo 16.- NOTAS DE DÉBITO Y CRÉDITO COMERCIALES.- *Los proveedores y cadenas de supermercados no podrán realizar cobros ni emitir notas de débito o crédito que no se encuentren pactados en el contrato de provisión o por procedimientos ajenos a la realidad de la relación comercial, esto se verificará en la muestra de contratos solicitados y adicionalmente se realizarán encuestas a los proveedores que permitan verificar su cumplimiento.*

Artículo 17.- RETENCIONES ECONÓMICAS.- *Los operadores económicos sujetos a las disposiciones de esta regulación, no podrán realizar ninguna clase de retención económica no prevista en la legislación aplicable o en una orden judicial, verificándose igualmente con las encuestas realizadas a los proveedores.*

Artículo 18.- VERIFICACIÓN DE CONDICIONES EN OTROS COMERCIALIZADORES.- *Las cadenas de supermercados no podrán exigir a sus proveedores que se verifiquen aumentos o disminuciones de precios en otras cadenas de supermercados o demás operadores económicos, como condición previa para la aceptación de cambios en precios de productos de un proveedor o la aplicación de otras “cláusulas de cliente más favorecido”, para lo cual se desarrollarán encuestas que permitan la verificación del cumplimiento de este artículo.*

De igual forma, las cadenas de supermercados no podrán exigir a sus proveedores exclusividad en la venta de sus productos, excepto para productos de marca blanca o propia en donde al usarse la marca del supermercado sea justificada la exclusividad del producto en cuanto a la presentación, conforme a la normativa vigente, que se verificará con la muestra de contratos solicitados y adicionalmente con encuestas que se realicen al respecto.

Artículo 19.- REQUISITOS MÍNIMOS PARA SER CONSIDERADO PROVEEDOR.- *Para ser considerado proveedor, se deberá cumplir al menos con lo siguiente:*

- a. Ser persona natural legalmente capaz o persona jurídica legalmente constituida y domiciliada en el país, de conformidad con la legislación vigente.*
- b. Cumplir con la normativa tributaria aplicable, tal como contar con el Registro Único Contribuyente (RUC).*

- c. Cumplir con la legislación aplicable vigente, del producto a proveer.*
 - d. Tener la capacidad de acceso a los sistemas tecnológicos de información de las cadenas de supermercados, cuando éste lo requiera a sus proveedores.*
- Para verificar su cumplimiento se solicitará a los Supermercados un listado de operadores económicos con quienes hayan realizado algún acercamiento.*

Artículo 20.- CODIFICACIÓN DE PROVEEDORES, PRODUCTOS Y CADENAS DE SUPERMERCADOS.- *Para la codificación de proveedores, productos y cadenas de supermercados, los operadores económicos sujetos a esta norma deberán:*

- 1. De forma anticipada y previo a la celebración del contrato de provisión, las cadenas de supermercados deben poner en conocimiento de los proveedores las políticas, requisitos y demás aspectos relacionados para la codificación de proveedores y/o productos, así como tener disponibles los mismos al público en los respectivos portales web de las cadenas de supermercados, para lo cual se implementarán mecanismos de encuestas aleatorias a los proveedores con el fin de verificar su cumplimiento.*
- 2. En caso de que el proveedor posea políticas de codificación deberá poner en conocimiento de las cadenas de supermercados los requisitos y demás aspectos relacionados para la codificación;*
- 3. Cada proveedor así como cada producto provisto por éste, será debidamente codificado por las cadenas de supermercados, siguiendo las normas legales comerciales y respetando el principio de no discriminación, para lo cual se realizarán encuestas aleatorias a los proveedores con el fin de verificar su cumplimiento.*
- 4. Cada cadena de supermercado así como cada producto que se le provee a la misma, será debidamente codificada por los proveedores siguiendo las normas legales comerciales y respetando el principio de no discriminación, para lo cual se harán encuestas aleatorias a los proveedores para verificar su cumplimiento.*
- 5. Las cadenas de supermercados no podrán solicitar o exigir pagos en dinero o especie al proveedor por la codificación de sus productos, esto se determinará realizando encuestas aleatorias a los proveedores para determinar su cumplimiento.*
- 6. Para la codificación de un nuevo producto, la cadena de supermercados podrá solicitar una muestra al proveedor por una sola vez, la cual no podrá exceder el 4% de la facturación anual del proveedor a esa cadena de supermercado, para su verificación se desarrollarán aleatoriamente encuestas a proveedores.*
- 7. Una vez codificado el producto, la cadena de supermercados, por ningún motivo, requerirá producto gratis o descuentos al proveedor, esto se obtendrá realizando encuestas aleatorias a los proveedores para determinar su cumplimiento.*

8. *Para la codificación de un nuevo producto, de un proveedor que ingrese por primera vez a la cadena de supermercado, ésta podrá solicitar una muestra al proveedor, la cual no podrá exceder una remuneración básica unificada, para su verificación se desarrollarán aleatoriamente encuestas a proveedores.*
9. *En caso de productos codificados por primera vez por las cadenas de supermercados, estas podrán establecer un periodo de prueba de los mismos, el cual no podrá exceder de cuatro (4) meses, contados a partir de la fecha de codificación del producto, para su verificación se desarrollarán aleatoriamente encuestas a proveedores.*
10. *Las cadenas de supermercados implementarán sistemas ágiles de respuestas a los potenciales proveedores que deseen ingresar a suministrar sus productos; lo cual se procederá a verificar mediante encuestas a sus proveedores y adicionalmente con solicitudes de información.*

Artículo 21.- DESCODIFICACIÓN DE PROVEEDORES, PRODUCTOS, CADENA DE SUPERMERCADOS.- *Para la descodificación de proveedores, productos y cadenas de supermercados, los operadores económicos sujetos a esta norma deberán observar lo siguiente:*

1. *Las políticas y demás aspectos relacionados a la descodificación de productos y/o proveedores por parte de cadenas de supermercados y viceversa, deben darse a conocer anticipadamente y de forma expresa a cada proveedor previo a la celebración del contrato de provisión, así como tener disponibles los mismos al público en los respectivos portales web de las cadenas de supermercados; para lo cual se revisará su publicación dentro de la página web al menos de manera mensual y se realizarán aleatoriamente encuestas para verificar su cumplimiento.*
2. *En el caso de que proceda la descodificación de un operador económico y/o de su producto, según lo acordado entre las partes en el contrato, la decisión de descodificación debe ser comunicada a la otra parte con una antelación mínima de treinta (30) días calendario;*
3. *En toda circunstancia y antes de que concluya el plazo referido, el operador económico a ser sujeto de descodificación planteará sus argumentos, los cuales deberán ser considerados por la otra parte antes de proceder a la descodificación. De dicha deliberación se dejará constancia escrita, en los términos que determinen las partes;*
4. *La descodificación no debe implicar desconocimiento alguno de las obligaciones recíprocas pendientes entre los operadores económicos y establecidas en el contrato de provisión; y,*

5. Las descodificaciones deberán ser informada de forma mensual a la Superintendencia de Control del Poder de Mercado y se efectuará únicamente por motivos debidamente justificados.

Para el cumplimiento de los numerales 2, 3, 4 y 5 se solicitarán de manera mensual a los supermercados un listado de estos proveedores a quienes se les realizarán encuestas y entrevistas.

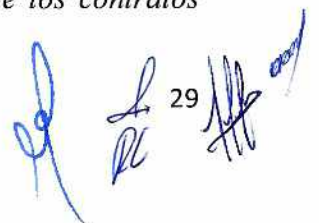
El proceso de descodificación de productos y/o proveedores referido en el artículo precedente puede ser inmediato en los siguientes casos:

- a. Cuando la provisión de un producto comprometa de manera inminente la salud pública;
- b. Cuando deje de existir el producto provisto por el proveedor;
- c. Cuando el producto incumpla con algún requerimiento para su comercialización;
- d. Cuando sea requerido por una autoridad competente; o,
- e. Por acuerdo mutuo entre las partes, de lo cual deberá existir su respectiva constancia.

Artículo 22.- EFICIENCIA LOGÍSTICA Y ADMINISTRATIVA.- Las cadenas de supermercados deben desarrollar capacitaciones, ya sea por medios presenciales, semipresenciales virtuales o a distancia, a criterio de las cadenas de supermercados sin costo para los proveedores, que incluyan cursos, seminarios y otros, orientados a mejorar los conocimientos y las habilidades de los proveedores en materia de entrega eficiente de mercadería. En especial se realizarán capacitaciones a los proveedores cada vez que existan cambios importantes en procedimientos logísticos en la entrega-recepción de mercadería, para lo cual los supermercados entregarán sus planes de capacitación a sus proveedores e informarán a la Superintendencia.

Artículo 23.- RECEPCIÓN DE PRODUCTOS.- Los operadores económicos sujetos a las disposiciones de esta regulación deben establecer sus políticas de entrega-recepción de productos tomando en consideración los siguientes lineamientos de prácticas que promueven la competencia, por lo que procurarán:

1. Que los aspectos relacionados con la logística de entrega-recepción en los puntos de venta o de entrega sean acordados previamente con los proveedores y se establezcan en el contrato de provisión; se solicitará aleatoriamente los contratos para la verificación de su cumplimiento.



29

2. *Que las causas que provocan la devolución de productos así como, las que provocan retrasos en la entrega de mercadería deberán ser publicadas en la página web para conocimiento de los proveedores.*
3. *Que los cambios en procedimientos de entrega-recepción sean comunicados por las partes con una anticipación mínima de quince (15) días plazo, por escrito o por medios electrónicos, para lo cual se realizarán encuesta que permitan verificar su cumplimiento.*
4. *Que se firme un acta de entrega-recepción cada vez que el proveedor entregue la mercadería, misma que incluya el lote de mercadería entregada así como la fecha de elaboración y caducidad de la misma; salvo que por las características propias del producto no se disponga de dicha información, lo cual debe estar justificado e indicado en el acta de entrega-recepción, de lo cual se solicitará una muestra para su verificación.*

Artículo 24.- DEVOLUCIONES DE PRODUCTOS.- *Las cadenas de supermercados no podrán realizar devoluciones y/o cambios de productos, luego de haberse firmado el acta de entrega-recepción y emitida su respectiva factura; salvo por las siguientes circunstancias:*

1. *Defectos de fabricación o producción y rotulado;*
2. *Suspensión o inhabilitación del registro sanitario;*
3. *Detección de incumplimiento de la normativa aplicable;*
4. *Fallas o inconsistencias en la presentación del producto;*
5. *Cuando la mercadería no ha cumplido con lo acordado o pactado en el contrato de provisión;*
6. *Cuando el producto no cumple con lo establecido en el acta de entrega-recepción, referente a la vida útil del mismo;*
- 7 *En los casos que se comprometa de manera inminente la salud pública; y,*
- 8 *En los casos que se apliquen reformas o cambios normativos u orden de autoridad competente.*

Las devoluciones y/o cambios de productos por razones ajenas a las citadas, podrán realizarse en mercadería que se encuentre en período de prueba, previo acuerdo entre las partes.

Además podrán pactarse otras causales de devolución diferentes a las estipuladas en el presente artículo únicamente cuando el proveedor sea un Gran Contribuyente.

Para las devoluciones que se realicen al amparo de este artículo la cadena de supermercados deberá entregar al proveedor el producto materia de devolución en el que se pueda constatar la causal de la devolución, por la cual el proveedor extenderá la nota de crédito correspondiente.

En caso de utilizar la retroventa de productos como mecanismo de compensación para la devolución de mercadería a proveedores, las causales de las mismas deberán registrarse a lo estipulado en el presente artículo.

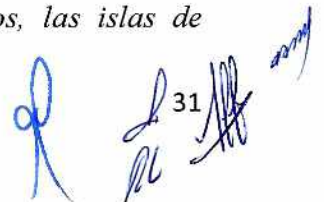
Artículo 25.- COSTOS DE PROMOCIONES.- *Las cadenas de supermercados no podrán imponer a sus proveedores que asuman el costo de las campañas promocionales propias de la cadena, ni viceversa, por lo que deberán siempre acordar libre y voluntariamente las condiciones respectivas y celebrar un acuerdo de entendimiento entre las partes involucradas. Las cadenas de supermercados por ningún concepto realizarán promociones con cargo al proveedor, salvo solicitud expresa de éste, de lo cual deberá existir su respectiva constancia. La salvedad anterior no será aplicable para el caso de apertura de locales comerciales.*

Del mismo modo, las cadenas de supermercados no podrán solicitar, sugerir, o imponer a sus proveedores contribuciones en dinero o especie por concepto de apertura de locales; así mismo la cadena de supermercados no aplicará descuentos al pago de las facturas a sus proveedores por este concepto, todo esto se procederá a verificar mediante encuestas que se realizarán a los proveedores.

Artículo 26.- DIVERSIFICACIÓN DE EXHIBICIÓN EN GÓNDOLA.- *Las cadenas de supermercados deberán exhibir en sus góndolas productos competidores de diferentes proveedores, a menos que se justifique técnica o económicamente su imposibilidad para cumplir la presente disposición; debiendo observar las cláusulas de discriminación positiva. (DISCRIMINACIÓN POSITIVA: Ventajas favorables para operadores económicos, en particular actores de la Economía Popular y Solidaria, Artesanos, así como de la micro y pequeña empresa contemplados en esta norma.), para lo cual la Superintendencia procederá a realizar las inspecciones en sitio que considere necesarias.*

Artículo 27.- EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS.-

El contrato de provisión lleva implícita y obligatoriamente la exhibición, sin costo adicional al proveedor, de los productos en las góndolas o estanterías de las cadenas de supermercados. No serán consideradas como parte de las góndolas o estanterías, los exhibidores contiguos a las cajas, los congeladores exclusivos, las islas de


31

exhibición y las islas de venta personalizada, lo cual se verificará dentro de los contratos que se solicitarán aleatoriamente a los operadores económicos.

No se permitirá que una categoría de productos por proveedor ocupe exclusivamente una sola góndola o estantería, 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 deberán tener especial cuidado con el cumplimiento de la discriminación positiva, para lo cual la Superintendencia procederá a realizar las inspecciones en sitio que considere necesarias.

Artículo 28.- PRINCIPIO DE COMPETENCIA EN GÓNDOLA.- *La forma en que los productos sean exhibidos y colocados en las repisas, estantes o bandejas según las zonas de las góndolas por parte de las cadenas de supermercados, bajo ningún concepto, deben tener por efecto el impedir, restringir, falsear o distorsionar la competencia dentro de cada categoría, para lo cual la Superintendencia procederá a realizar las inspecciones en sitio que considere necesarias.*

El cuidado y responsabilidad de la forma en que los productos sean exhibidos y ubicados en las perchas corresponde exclusivamente a las cadenas de supermercados, los mercaderistas pagados por los proveedores se regirán a las políticas de exhibición de la mercadería establecida por la cadena de supermercados, para lo cual la Superintendencia procederá a realizar las inspecciones en sitio que considere necesarias.

Artículo 29.- FOMENTO DE PROVEEDORES.- *Las cadenas de supermercados, propenderán la codificación de bienes cuyos proveedores pertenezcan a la Economía Popular y Solidaria, Artesanos, así como a la micro y pequeña empresa.*

Las cadenas de supermercados que tengan codificados hasta 10.000 items en las canastas normadas, deben mantener anualmente al menos el 10% del total de facturación de sus compras a proveedores de la economía popular y solidaria, artesanos, así como de la micro y pequeña empresa. De igual forma las cadenas de supermercados que tengan codificados desde 10.001 items en las canastas normadas, deben mantener anualmente al menos el 14% del total de facturación de sus compras a proveedores de la economía popular y solidaria, artesanos, así como de la micro y pequeña empresa, según el siguiente cronograma:

Cadena de Supermercados que codifican desde 10.001 ítems	Porcentaje de compra a actores de la Economía Popular y Solidaria, artesanos, así como de la micro y pequeña empresa
Al primer semestre	8%
Al segundo semestre	10%
Al tercero semestre	12%
Al cuarto semestre	14%

Cadena de Supermercados que codifican hasta 10.000 ítems	Porcentaje de compra a actores de la Economía Popular y Solidaria, artesanos, así como de la micro y pequeña empresa
Al primer semestre	4%
Al segundo semestre	6%
Al tercero semestre	8%
Al cuarto semestre	10%

Artículo 30.- PROMOCIÓN PARA OPERADORES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA, ARTESANOS, ASÍ COMO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA.- Por lo menos el 20% del total de islas, cabeceras y finales de góndolas o estanterías, deberán estar ocupadas por los proveedores de la Economía Popular y Solidaria, Artesanos, así como de la micro y pequeña empresa. Las islas propenderán la exhibición de productos orgánicos, agroecológicos, o de la diversidad cultural ecuatoriana.

Del mismo modo las cadenas de supermercados, con la finalidad de promover los productos pertenecientes a los actores de la Economía Popular y Solidaria, Artesanos, así como de la micro y pequeña empresa, implementarán sistemas de señalización ("habladores" u otros) para facilitar la visualización de estos productos en la percha, para lo cual la Superintendencia procederá a realizar las inspecciones en sitio que considere necesarias.

DISPOSICIONES GENERALES

PRIMERA.- La Intendencia de Abogacía de la Competencia elaborará los formatos para la recolección o entrega de la información requerida, los que serán publicados en la página web de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.

SEGUNDA.- Para las visitas o inspecciones de control y monitoreo para el cumplimiento del Instructivo para el monitoreo de la promoción semestral de la competencia y buenas prácticas comerciales del sector supermercados, la Intendencia de Abogacía de la Competencia y las Intendencias Zonales podrán coordinar la participación de los Comités de Usuarios, Observatorios, Universidades y otras organizaciones de la Sociedad Civil, para lo que se utilizará los formatos de recolección de información elaborados por la Intendencia de Abogacía de la Competencia.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

PRIMERA- Deróguese toda resolución o disposición de igual o inferior jerarquía que se oponga con lo dispuesto en la presente Resolución.

DISPOSICIÓN FINAL.- Este instructivo entrará en vigencia a partir de la fecha de su suscripción, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

Dado en Quito, DM, el 31 de diciembre de 2015



Pedro Páez Pérez

SUPERINTENDENTE DE CONTROL DEL PODER DE MERCADO



ANEXOS

Anexo 1

Desglose de productos por canasta

1. Alimentos y Bebidas No Alcohólicas: esta división comprende las siguientes categorías.

1.1. Alimentos:

1.1.1. Pan y cereales.- Arroz de todas clases, maíz, trigo, cebada, avena, centeno, harinas (finas y gruesas), pan y otros productos de panadería (galletas, pan tostado, bizcochos, barquillos, gofres, panecillos de levadura, bollos, medialunas, pasteles, tartas, tortas, quiches, pizzas, etcétera), mezclas y pastas de toda clase para la preparación de productos de panadería; preparados de cereal y otros productos de cereal (malta, harina de malta y otros almidones). Incluye: productos farináceos preparados con carne, pescado, alimentos marinos, queso, verduras o con fruta.

1.1.2. Carne.- Carne (fresca, refrigerada o congelada), ganado (vacuno, porcino, ovino y caprino), caballo, burro y similares, aves de corral (pollo, pato, ganso, pavo, pintada), liebre, conejo y animales de caza, desperdicios comestibles (frescos, refrigerados o congelados - salchichas, embutidos, salame, tocino, jamón, paté, etcétera), otras carnes (otras carnes conservadas o procesadas y preparados de carne (carne envasada, extractos de carne, jugos de carne, tartas de carne, etcétera).

Incluye: carne y desperdicios comestibles de mamíferos marinos (focas, morsas, ballenas, etcétera) y animales exóticos (canguro, avestruz, caimán, etcétera), animales y aves de corral comprados vivos para su consumo como alimentos.

1.1.3. Pescado.- pescado (fresco, refrigerado o congelado), alimentos marinos frescos (refrigerados o congelados, como crustáceos, moluscos y otros mariscos, caracoles de mar), pescado y alimentos marinos (secos, ahumados o salados), otros pescados y alimentos marinos (conservados o procesados), preparados de pescado o de alimentos marinos (pescado y alimentos marinos envasados, caviar, tartas de pescado, etcétera).

Incluye: cangrejos de tierra, caracoles de tierra y ranas; pescado y alimentos marinos comprados vivos para su consumo como alimentos.

1.1.4. Leche, queso y huevos.- leche (cruda, pasteurizada o esterilizada), leche (condensada, evaporada o en polvo), yogur, crema, postres lácteos, bebidas lácteas y otros productos lácteos análogos; queso y cuajada; huevos y productos derivados preparados íntegramente con huevos; Incluye: leche, crema y yogur con, cacao, frutas o sabores; productos lácteos que no contengan leche de vaca, como la leche de soja.

1.1.5. Aceites y grasas.- mantequilla y productos derivados (aceite de mantequilla, ghee, etcétera); margarina (incluida la margarina dietética) y otras grasas vegetales (incluida la mantequilla de maní); aceites comestibles (aceite de oliva, aceite de maíz, aceite de girasol, aceite de semilla de algodón, aceite de soja, aceite de maní, aceite de nuez, etcétera); grasas animales comestibles (manteca, etcétera) 1.1.6. *Frutas.- Frutas (frescas, refrigeradas o congeladas); frutas secas, cáscaras de frutas, almendras de frutas, nueces y semillas comestibles; frutas en conserva y productos a base de frutas.*

Incluye: melones y sandías.

1.1.6.. Legumbres y hortalizas.- productos de huerta (frescos, refrigerados o congelados que se cultiven por sus hojas y tallos, como: espárrago, brécol, coliflor, endivia, hinojo, espinaca, etcétera; por su fruto, como: berenjena, pepino, calabacín, pimiento verde, calabaza, tomate, etcétera y por su raíz, como: remolacha, zanahoria, cebolla, chirivía, rábano, nabo, etcétera); patatas y otros tubérculos frescos o refrigerados (yuca, arrurruz, mandioca, batata, etcétera); legumbres y productos a base de legumbres (conservados o procesados) y productos de tubérculos (harinas finas y harinas gruesas, copos, purés, escamas y hojuelas). *Incluye: aceitunas, ajo, leguminosas, maíz dulce, hinojo marino y otras algas comestibles; setas y otros hongos comestibles.*

1.1.7.. Mermelada, miel, chocolate y dulces de azúcar.- azúcar de caña o remolacha (sin refinar o refinada, en polvo, cristalizada o en terrones); mermeladas, compotas, jaleas, purés y pastas de frutas, miel natural y artificial; jarabe de arce, melaza y partes de plantas conservadas en azúcar; chocolate en barras o tabletas, goma de mascar, caramelos, toffees, grageas y otros dulces de azúcar; alimentos y preparados para postres a base de cacao; hielo comestible, helados y sorbetes.

Incluye: sucedáneos artificiales del azúcar.

1.1.8.. Productos alimenticios.- sal, especias (pimienta, pimiento, jengibre, etcétera), hierbas culinarias (perejil, romero, tomillo, etcétera), salsas, condimentos, aderezos (mostaza, mayonesa, salsa de tomate, salsa de soja), vinagre, preparados de polvos de hornear, levadura, postres, sopas, caldos, consomés, ingredientes culinarios, etcétera; alimentos para lactantes homogeneizados y preparados dietéticos independientemente de su composición

1.2. Bebidas no alcohólicas: *Dentro de esta categoría se encuentran:*

1.2.1. Café, té y cacao.- café (descafeinado o no, torrefacto o molido, incluido el café instantáneo); té, mate y otros productos vegetales para infusiones; cacao, edulcorado o no, y polvos a base de chocolate.

Incluye: preparados para bebidas a base de cacao, sucedáneos del café y del té, extractos y esencias de café y té.

1.2.2. *Aguas minerales, refrescos, jugos de frutas y de legumbres: aguas minerales o de manantial, cualquier agua potable que se venda envasada; refrescos como bebidas carbonatadas, limonadas y colas; jugos de frutas y de legumbres-hortalizas; jarabes y concentrados para la preparación de bebidas. (Excluye: bebidas no alcohólicas que generalmente sean alcohólicas, como la cerveza.)*

2. Bebidas alcohólicas y tabaco: esta división comprende las siguientes categorías:

2.1. Bebidas alcohólicas.- dentro de la categoría, se encuentran los siguientes productos:

2.1.1. *Bebidas destiladas.- Aguardientes, licores y otros destilados.*

Incluye: hidromiel y los aperitivos que no sean a base de vino.

2.1.2. *Vino.- vino, sidra y perada, incluido el saké; aperitivos a base de vino, vino fortificado, champán y otros vinos espumosos.*

2.1.3. *Cerveza.- cerveza de todas clases (como ale, cerveza rubia -lager- y cerveza oscura fuerte -porter-)*

Incluye: cerveza de bajo contenido alcohólico y cerveza sin alcohol, cerveza con limonada.

2.2. Tabaco: esta categoría, incluye:

2.2.1. *Tabaco.- cigarrillos, tabaco de liar y papel de fumar; cigarros, tabaco de pipa, tabaco de masticar o rapé. (Excluye: otros artículos de fumador).*

3. Bienes no duraderos del hogar: que comprende:

3.1. *Productos de limpieza y conservación.- como jabones, polvos de lavar, jabones en polvo, jabones líquidos, polvos de limpieza, detergentes, lejías desinfectantes, suavizantes, acondicionadores, productos para la limpieza de ventanas, ceras, lustradores, anilinas, destapadores, desinfectantes, insecticidas, fungicidas y agua destilada;*

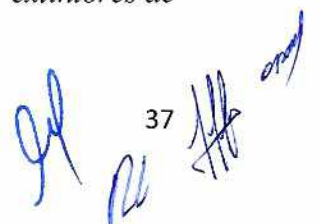
3.2. *Artículos de limpieza.- como escobas, estregaderas, cogedores para la basura y cepillos de limpieza, plumeros, paños de cocina, trapos de piso, esponjas para el hogar, polvos de limpieza, lanas de acero y gamuzas;*

3.3. *Productos de papel.- como filtros, manteles y servilletas; toallas de papel, bolsas para aspiradoras y vajilla descartable de cartón, incluidos el papel de aluminio y revestimientos plásticos para recipientes;*

3.4. *Otros artículos para el hogar no duraderos.- como fósforos, mechas para lámparas, alcoholes desnaturalizados, colgadores, perchas, alfileres, imperdibles, agujas de coser, agujas de tejer, dedales, clavos, tornillos, tuercas y pernos, tachuelas, arandelas, adhesivos y cintas adhesivas de uso doméstico, cuerdas, cordeles y guantes de goma.*

Incluye: pomadas, cremas y otros artículos para la limpieza de calzado; extintores de incendios para los hogares.

37





39

Anexo 3

Zonales	Número de locales a inspeccionar	
1	Esmeraldas, Imbabura, Carchi, Sucumbíos	4
2	Pichincha (Excepto cantón Quito), Napo, Orellana	3
3	Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Pastaza	5
4	Manabí, Santo Domingo	7
5	Santa Elena, Guayas, Bolívar, Los Ríos y Galápagos	8
6	Cañar, Azuay, Morona Santiago	4
7	El Oro, Loja, Zamora Chinchipe	5
8	Guayaquil, Samborondón y Durán	12
9	Distrito Metropolitano de Quito	10
TOTAL		58

Anexo 4

No.	ACTIVIDAD A CUMPLIR	OPERADOR ECONÓMICO	PLAZOS Se determinará cuando se realice la verificación	RESULTADOS		RECOMENDACIÓN		OBSERVACIONES
				Cumplió	No cumplió	Si cumplió ninguna	Si no cumplió: Emitir informe	
1	CONTRATOS DE PROVISIÓN.- Los proveedores y las cadenas de supermercados deben convenir por separado e individualmente sus relaciones comerciales mediante contratos de provisión escritos o por medios electrónicos conforme a la normativa vigente, que contemplen disposiciones que aseguren la aplicación de lo dispuesto en esta regulación.	Corporación Favorita C.A.						
		Corporación El Rosado S.A.						
		TIA S.A.						
		Santamaría S.A.						
		Coral Hypermercados						
		Otros						
2	EXHIBICIÓN EN GÓNDOLAS.- No se permitirá que una categoría de productos por proveedor ocupe exclusivamente una sola góndola o estantería; al contrario 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 deberán tener especial cuidado con el cumplimiento de la discriminación positiva.	Corporación Favorita C.A.						
		Corporación El Rosado S.A.						
		TIA S.A.						
		Santamaría S.A.						
		Coral Hypermercados						
		Otros						
3	PLAZOS DE PAGO.- Los plazos máximos de pagos por compras a proveedores de cualquier bien adquirido por la cadena de supermercados, se regirán según la tasa establecida en la Normativa.	Corporación Favorita C.A.						
		Corporación El Rosado S.A.						
		TIA S.A.						
		Santamaría S.A.						
		Coral Hypermercados						
		Otros						
4	PORCENTAJE DE COMPRAS.- Las cadenas de supermercados propenderán la codificación de bienes cuyos proveedores pertenezcan a la Economía Popular y Solidaria, Artesanos, así como a la micro y pequeña empresa. Los supermercados que tengan hasta 10000 ítems en las canastas, deberán mantener anualmente el 10% del total de facturación de sus compras a estos. De igual forma los supermercados que tengan codificados desde 10001 ítems en las canastas, deben mantener anualmente el 14% del total de facturación de sus compras a estos mismos proveedores.	Corporación Favorita C.A.						
		Corporación El Rosado S.A.						
		TIA S.A.						
		Santamaría S.A.						
		Coral Hypermercados						
		Otros						