

**RECOMENDACIÓN No. SCPM-DS-008-2014**

**EL SUPERINTENDENTE  
DE CONTROL DEL PODER DE MERCADO**

**CONSIDERANDO:**

- Que el artículo 52 de la Constitución de la República consagra: “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 característica. 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 el artículo 54 la Constitución de la República consagra: “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 se incorpore”;*
- Que el numeral 6 del artículo 304 de la Constitución de la República señala que la política comercial del Estado tendrá el objetivo de: “Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados”;*
- Que el artículo 314 de la Constitución de la República consagra: “(...) El Estado garantizará que los servicios públicos y su provisión respondan a los principios de obligatoriedad, generalidad, uniformidad, eficiencia, responsabilidad, universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad y calidad. El Estado dispondrá que los precios y tarifas de los servicios públicos sean equitativos, y establecerá su control y regulación;*
- Que el artículo 335 de la Constitución de la República consagra: “(...) 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 1 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado tiene por objeto: “(...)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 2 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado señala que están sometidos a las disposiciones de la Ley: “todos los operadores económicos, sean personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, nacionales y extranjeras, con o sin fines de lucro, que actual o potencialmente realicen actividades económicas en todo o en parte del territorio nacional, así como los gremios que las agrupen, y las que realicen actividades económicas fuera del país, en la medida en que sus actos, actividades o acuerdos produzcan o puedan producir efectos perjudiciales en el mercado nacional”;*
- Que el artículo 26 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado señala: “Quedan prohibidos y serán sancionados en los términos de la presente Ley, los hechos, actos o prácticas desleales, cualquiera sea la forma que adopten y cualquiera sea la actividad económica en que se manifiesten, cuando impidan, restrinjan, falseen o distorsionen la competencia, atenten contra la eficiencia económica, o el bienestar general o los derechos de los consumidores o usuarios”;*
- Que el numeral 10 del artículo 4 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado establece como lineamiento para la formulación de políticas públicas: “La necesidad de contar con mercados transparentes y eficientes”;*
- Que el numeral 2 del artículo 27 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado define como una práctica desleal a los actos de engaño, que son: “Actos de engaño.- Se considera desleal toda conducta que tenga por objeto o como efecto, real potencial, inducir a error al público, inclusive por omisión, sobre la naturaleza, modo de fabricación distribución, características, aptitud para el uso, calidad y cantidad, precio, condiciones de venta procedencia geográfica y en general, las ventajas, los atributos, beneficios o condiciones que corresponden a los productos, servicios, establecimientos o transacciones que el operador económico que desarrolla tales actos pone a disposición en el mercado; o, inducir a error sobre los atributos que posee dicho operador, incluido todo aquello que representa su actividad empresarial”;*
- Que el segundo inciso del artículo Ídem señala que “el acto de engaño en la difusión en la publicidad de afirmaciones sobre productos o servicios que no fuesen veraces y exactos, corresponderá acreditar la veracidad y exactitud de las*

*afirmaciones en la publicidad corresponde a quien las haya comunicado en su calidad de anunciante (...)*”;

- Que el numeral 9 del artículo 27 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado define como una práctica desleal a la violación de normas señalando que: “Violación de normas.- Se considera desleal el prevalecer en el mercado mediante una ventaja significativa adquirida como resultado del abuso de procesos judiciales o administrativos o del incumplimiento de una norma jurídica, como sería una infracción de normas ambientales, publicitarias, tributarias, laborales, de seguridad social o de consumidores u otras; sin perjuicio de las disposiciones y sanciones que fuesen aplicables conforme a la norma infringida”;*
- Que el artículo 37 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado dispone que: “Corresponde a la Superintendencia de Control del Poder de Mercado (SCPM) asegurar la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentar la competencia; la prevención, investigación, conocimiento, corrección, sanción y eliminación del abuso de poder de mercado, de los acuerdos y prácticas restrictivas, de las conductas desleales contrarias al régimen previsto en esta Ley; y el control, la autorización, y de ser el caso la sanción de la concentración económica”;*
- Que el numeral 11 del artículo 38 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado dispone que la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, a través de sus órganos, ejercerá la siguiente atribución: “Emitir recomendaciones de carácter general o sectorial respecto a las modalidades de la competencia en los mercados”;*
- Que el numeral 13 del artículo 38 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado dispone que la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, a través de sus órganos, ejercerá la siguiente atribución: “Requerir a las instituciones públicas que considere necesario, la implementación de acciones adecuadas para garantizar la plena y efectiva aplicación de la presente Ley”;*
- Que los numerales 4 y 5 del artículo 4 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor consagran, entre otros, los derechos fundamentales del consumidor, entre los que se destaca: “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 prestar”; y, “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”;*
- Que el artículo 9 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, dispone que “Todos los bienes a ser comercializados deberán exhibir sus respectivos precios, peso y medidas, de acuerdo a la naturaleza del producto; así como toda la información relacionada con el valor de los bienes y servicios en los que se*

*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 de dichos productos o servicios”;*

*Que el artículo 19 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, además dispone el deber de los proveedores de: “(...) dar conocimiento al público de los valores finales de los bienes que expendan o 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”;*

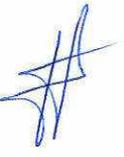
*Que el inciso 5 del artículo 76 de la Ley de Régimen Tributario Interno, referente a la base imponible para la determinación del impuesto a los consumos especiales, señala que: “(...) el precio de venta al público será el que el consumidor final pague por la adquisición al detal en el mercado de cualquiera de los bienes gravados con dicho impuesto, y que, los precios de venta al público deberán ser exhibidos en un lugar visible de los sitios de venta de dichos productos”;*

*Que el artículo 50 de la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos señala que en la prestación de servicios electrónicos en nuestro país: “(...) el consumidor deberá estar suficientemente informado de sus derechos y obligaciones; así como en adquisición de bienes en los que se deberá informar sobre todos los requisitos, condiciones y restricciones para que el consumidor pueda adquirir y hacer uso de los bienes o servicios promocionados”;*

*Que el artículo 1 de la Ley Orgánica del Sistema Ecuatoriano de la Calidad señala como uno de sus objetivos: “el de garantizar el cumplimiento de los derechos ciudadanos relacionados con (...) la protección del consumidor contra prácticas engañosas y la corrección y sanción de estas prácticas”;*

*Que el artículo 9 del Reglamento a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, señala que: “Cuando hubiere la obligación legal de recargar montos adicionales al precio de venta al público de un producto, el valor final de dicho producto se hará conocer al consumidor por cualquier medio escrito, visible y legible, en el establecimiento de venta al público”;*

*Que la consecución de un mercado transparente y justo, depende en gran medida de la eliminación de posibles prácticas desleales de engaño y confusión de la información a la que acceden los consumidores y usuarios, principalmente por la exhibición y publicidad de precios en bienes y servicios, distintos a los finales que el consumidor termina pagando; y,*

*esp*  
*16/2*  




*Que la Superintendencia de Control del Poder de Mercado ha emprendido en acciones coordinadas con las entidades competentes al tema en cuestión, en atención al principio constitucional contenido en el artículo 226 de la norma suprema de coordinar acciones para el efectivo goce y ejercicio de los Derechos contenidos en la Constitución.*

*En ejercicio de las atribuciones conferidas en el numeral 11 del artículo 38 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado,*

### **RECOMIENDA:**

**Primera.-** *A fin de prevenir y evitar posibles distorsiones a la libre competencia se recomienda a los operadores económicos, publicar el precio final en todos los productos, bienes y servicios que comercialicen en el mercado, incluidos todos los montos como impuestos y recargos adicionales al precio de venta al público y abstenerse de continuar anunciando valores que no son los finales en etiquetas o publicidades, por cualquier medio, con excepción de los productos que por sus características y naturaleza deban determinarse convencionalmente o por una norma especial;*

**Segunda.-** *Con la finalidad de informar y capacitar a la población sobre los derechos que les asiste respecto a la información de los precios finales de los productos y servicios se recomienda a la Defensoría del Pueblo elaborar planes de promoción y defensa de los consumidores respecto a los productos y servicios ofrecidos por los operadores económicos, para que en su etiquetado y publicidad emitida por cualquier medio, se anuncien los precios finales de dichos productos de tal manera que los consumidores puedan conocer con real determinación, el valor que pagan por bien o servicio adquirido;*

**Tercera.-** *Con el objeto de fortalecer la organización social y popular se invita a la ciudadanía en general, para que participe activamente en las campañas de información y capacitación que las entidades estatales, coordinadamente implementen;*

**Cuarta.-** *Para que ejecute una revisión minuciosa de los contratos de concesión otorgados a los operadores económicos de telecomunicaciones, principalmente en las cláusulas referentes a la determinación, fijación y socialización de precios finales de comercialización de sus productos o servicios, se recomienda a la Superintendencia de Telecomunicaciones, para que en el caso de ser necesario, se modifiquen dichas cláusulas en atención a los principios invocados en la presente recomendación y leyes que la motivan;*

**Quinta.-** *A fin de consultar, conocer y reportar cualquier práctica anticompetitiva a que se refiere esta recomendación, se pide a las instituciones públicas difundir e informar a la ciudadanía en general la utilización del número telefónico 159 de “la Función de Transparencia y Control Social”; y,*

*Sexta.- Se invita a los medios de comunicación social, a las instituciones públicas y privadas, a las universidades, a las asociaciones de consumidores, a los movimientos populares de base, para que se contacten con esta Superintendencia en caso de tener inquietudes referentes a la presente recomendación.*

*Dada en la ciudad de San Francisco de Quito, Distrito Metropolitano, el 11 de agosto de 2014.*



Pedro Páez Pérez

**SUPERINTENDENTE DE CONTROL DEL PODER DE MERCADO**

