UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE QUITO

CARRERA: CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Tesis previa a la obtención del título de: INGENIERO COMERCIAL CON ESPECIALIZACIÓN EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA:

LEY ORGÁNICA DE REGULACIÓN Y CONTROL DEL PODER DE MERCADO (LEY ANTIMONOPOLIO) SUS POSIBLES EFECTOS E IMPACTO EN LOS GRUPOS ECONÓMICOS MÁS REPRESENTATIVOS EN EL ECUADOR

AUTORAS:

GEOVANNA ALEXANDRA IZURIETA NOBOA PAULINA ELIZABETH VALDIVIESO VARGAS

DIRECTOR:

RICHARD RAMIRO JURADO ZURITA

Quito, octubre del 2013

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL TRABAJO DE GRADO

Nosotros autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de grado y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaramos que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

Quito, octubre del 2013

Geovanna Alexandra Izurieta Noboa

C.I: 1717712390

Paulina Elizabeth Valdivieso Vargas

C.I: 1719377390

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada con mucho cariño a mis queridos padres Rodrigo y Rosa quienes iniciaron este sueño conmigo, su esfuerzo y tenacidad han permitido que pueda culminar con esta etapa, sin duda son un ejemplo de vida para mí. Lo dedico a mis queridas hermanas Valeria y Sandra por su apoyo incondicional. Por último, va dedicado a todos quienes acumulan sueños e ideales, pues solo la constancia y la lucha diaria nos permiten alcanzarlos.

(Paulina V.)

Dedico esta tesis con todo mi corazón a Dios por darme vida y fortaleza para realizar y alcanzar esta meta, a mis queridas hijas que son el mejor regalo que Dios me ha dado Itati y Samy quienes han sido mi inspiración diaria y ejemplo de constancia, a mi esposo el amor de mi vida Juan Pablo quien creyó en mi desde el inicio de mis estudios, a mis padres Albi y Víctor quienes me apoyaron incondicionalmente y es hoy que retribuyo el esfuerzo diario de ustedes mis queridos padres, a mis hermanas y hermano Cecilia, Mónica y Dieguito por aconsejarme y fomentar en mí el anhelo de triunfo sin dejar desmayar de mi ideal, a mis sobrinos/as, mis tíos/as, mis primos/as, mis abuelitos/as, (+), mis cuñados/a, mi suegra/o. Gracias a todos quienes me han apoyado e impulsado a seguir adelante a lo largo de mi carrera y de mi vida.

(Geovanna I.)

AGRADECIMIENTO

A esta prestigiosa universidad por su permanente preocupación de la educación de todos quienes deseamos una superación tanto en el ámbito personal como profesional, mi entero agradecimiento al Economista Richard Jurado por su valioso apoyo y tiempo dedicado. A mis profesores un sincero agradecimiento, quienes durante la carrera supieron impartir sus conocimientos y enseñanzas. (Paulina V.)

Al finalizar un trabajo tan arduo, lleno de dificultades y adversidades como es el desarrollo de una tesis, solo queda tener la satisfacción de haber llegado a tan anhelada meta profesional y agradecer a quienes formaron parte de este sueño académico, es por eso que agradezco a la Universidad Politécnica Salesiana por estar siempre al servicio de quienes desean superarse profesionalmente en la vida, a nuestro director de tesis Eco. Richard Jurado quien con mucho profesionalismo, encaminó nuestras ideas hasta llevar a cabo todas las actividades propuestas, a mis profesores quienes a lo largo de este tiempo supieron guiarme en mis estudios.

(Geovanna I.)

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	6
ANTECEDENTES DE LA LEY	6
1.1. Marco teórico	6
1.1.1. Empresa	6
1.1.2. Clasificación de las empresas	6
1.1.2.1. Por su naturaleza	6
1.1.2.2. Por el sector al que pertenece	7
1.1.2.3. Por la integración del capital	7
1.1.3. Consumidor	8
1.1.4. Los mercados competitivos	8
CAPÍTULO 2	10
EL MONOPOLIO Y SUS ORÍGENES	10
2.1. El capitalismo premonopolista	10
2.1.1. La producción mercantil, punto de partida del capitalismo	10
2.1.2. El oro y el papel moneda	12
2.1.3. La Ley del valor	12
2.1.4. La acumulación originaria del capital a nivel mundial	13
2.1.5. El capital y plusvalía	14
2.1.5.1. Plusvalía absoluta	15
2.1.5.2. Plusvalía relativa	16
2.1.6. Fases de desarrollo del capitalismo en la industria	17
2.2. El capitalismo monopolista o imperialismo	17
2.2.1. Las características fundamentales del imperialismo	17
2.2.2. La concentración de la producción y los monopolios	
2.2.2.1. Los monopolios y la competencia	18
2.2.2.2. El capitalismo monopolista de estado	19

2.2.2.2.1. La acumulación en el Ecuador	. 19
2.2.2.3. La concentración y los monopolios bancarios desde sus orígenes	. 20
2.2.2.3.1. A nivel mundial	. 20
2.2.2.4. Capital financiero y oligarquía financiera	. 22
2.2.2.5. Exportación de capitales	. 22
2.2.2.6. El reparto económico del mundo entre las asociaciones capitalistas	. 24
2.2.2.6.1. Los monopolios internacionales	. 24
2.2.2.7. El fin de la división territorial del mundo entre las grandes potencias y	y la
lucha por un nuevo reparto	. 24
2.2.2.8. Bases para la concentración de capitales en el Ecuador	. 25
2.2.2.8.1. Inversiones en el Ecuador debido a la exportación de capitales de or	tros
países	. 26
2.3. EL sistema de economía de mercado	. 26
2.3.1. Definición de mercado	. 26
2.3.2. El mecanismo de mercado	. 27
2.3.2.1. Concentración empresarial y convenios especiales	. 28
2.3.2.1.1. Trust	. 28
2.3.2.1.2. Cártel	. 28
2.3.2.1.3. Holding	. 29
2.3.3. Clasificación del mercado	. 29
2.3.3.1. Competencia perfecta	. 30
2.3.3.2. Competencia imperfecta	. 33
2.3.4. Monopolio	. 34
2.3.4.1. Definición	. 34
2.3.4.2. Causas que explican el surgimiento del monopolio	. 34
2.3.4.2.1. Acceso exclusivo a ciertos recursos	. 35
2.3.4.2.2. Las patentes	. 35
2.3.4.2.3. La franquicia legal	. 35
2.3.4.2.4. La existencia de costes decrecientes continuos o economías de escala	. 35
2.3.4.3. Clases de monopolios	. 36
2.3.4.3.1. Los monopolios naturales	. 36
2.3.4.3.2. Los monopolios creados por gobiernos	. 36
2.3.5. El empresario monopolista	. 37
2.3.5.1. Los beneficios del monopolista	. 37

2.3.6. Monopolio <i>versus</i> la competencia	38
2.3.7. El aumento de la competencia a través de las Leyes Antimonopolio	38
2.3.8. El Oligopolio	39
2.3.8.1. Definición	39
2.3.8.2. Características de los oligopolios	40
2.3.8.3. Equilibrio del oligopolio	40
2.3.8.4. Ejemplo de supervivencia en un oligopolio	40
2.3.9. Competencia monopolística	40
2.3.9.1. Estructura de mercado de la competencia monopolística	41
2.4. Especificaciones de la Ley	43
2.4.1. Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado o L	ey
Antimonopolio	43
2.4.2. Reseña histórica	43
2.4.3. Creación de la Ley Antimonopolio	44
2.4.4. Características de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder	de
Mercado o Ley Antimonopolio	45
2.4.4.1. Proceso de regulación	45
2.4.4.2. Estructura de la Ley Orgánica de Regulación de Control de Poder	de
Mercado	47
CAPÍTULO 3	48
CRUPOS ECONÓMICOS DEL ECUADOR	40
GRUPOS ECONÓMICOS DEL ECUADOR	48
3.1. Definición de grupo económico	48
3.2. Los diez grupos económicos más representativos del Ecuador	49
3.2.1. Grupo Fidel Egas banco de Pichincha	49
3.2.2. Grupo Andes Petroleum	49
3.2.3. Grupo El Juri	50
3.2.4. Grupo Corporación Favorita	51
3.2.5. Grupo General Motor	51
3.2.6. Grupo Dinadec	52
3.2.7. Grupo Holcim	52
3.2.8. Grupo Corporación El Rosado	53

3.2.9. Grupo Noboa
3.2.10. Grupo Pronaca
3.3. Posicionamiento de los diez grupos económicos de acuerdo a sus ingresos 54
3.4. Análisis de los posibles efectos e impacto de la Ley Orgánica de Regulación y
Control del Poder de Mercado o Ley Antimonopolio
3.4.1. Capítulo I: Del objeto y ámbito
3.4.1.1. Objeto y ámbito
3.4.2. Capítulo II: Régimen de regulación y control
3.4.2.1. Sección 2 Del poder de mercado
3.4.2.1.1. Artículo 7 Poder de mercado
3.4.2.1.2. Artículo 8 Determinación del poder de mercado
3.4.2.1.3. Artículo 9 Abuso del poder de mercado
3.4.2.2. Sección 3 Acuerdos y prácticas restrictivas
3.4.2.2.1. Artículo 11 Acuerdos y prácticas prohibidas
3.4.2.2.2. Artículo 13 Regla de mínimis
3.4.2.3. Sección 5 De las prácticas desleales
3.4.2.3.1. Artículo 25 Definición
3.4.3. Capítulo IV: Rectoría, política pública, y aplicación
3.4.3.1. Sección 2 Control, vigilancia y sanción
3.4.3.1.1. Artículo 36 Autoridad de aplicación
3.4.4. Capítulo VI: De las medidas correctivas y de las sanciones
3.4.4.1. Sección 2 Sanciones
3.4.4.1.1. Artículo 77 Sujetos infractores
3.4.4.1.2. Artículo 78 Infracciones
3.4.5. Disposiciones reformatorias y derogatorias
3.5. Evaluación de hipótesis
CONCLUSIONES84
DECOMENDA CIONEC 96
RECOMENDACIONES
LISTA DE REFERENCIAS
ANEXOS91

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Aspectos importantes de las fases de desarrollo	17
Tabla 2 Porcentaje del total de los depósitos realizados a nivel mundial	21
Tabla 3 Inversión extranjera total de países desarrollados	23
Tabla 4 Tipos de mercado y sus variables	30
Tabla 5 Ejemplo de ingreso marginal y costo marginal	32
Tabla 6 Participación tributaria de los 10 grupos económicos	55
Tabla 7 Empresas que han generado mayor ingreso por cada grupo económico 5	57
Tabla 8 Acuerdos de distribución Pronaca	61
Tabla 9 Posicionamiento geográfico de grupos económicos en el Ecuador	7 C
Tabla 10 Análisis de casos que están siendo tramitados por la Superintendencia	de
Control del Poder de Mercado	77
Tabla 11 Infracciones según la Ley Antimonopolio	79

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Ejemplo plusvalía absoluta 12 horas de trabajo	15
Gráfico 2. Ejemplo plusvalía absoluta 15 horas de trabajo	15
Gráfico 3. Ejemplo plusvalía relativa	16
Gráfico 4. Producción que maximiza las ganancias	33
Gráfico 5. Estructura de la Ley Orgánica de Regulación de Control del F	oder de
Mercado	47
Gráfico 6. Participación respecto al total ingresos de grupos económicos	56
Gráfico 7. Composición del mercado del cemento	65
Gráfico 8. Ejemplo Cervecería Nacional vs Ambev	67
Gráfico 9. Representación de proceso de denuncias	75

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Grupo Fidel Egas Banco de Pichincha	91
Anexo 2 Grupo Andes Petroleum	94
Anexo 3 Grupo El Juri	95
Anexo 4 Grupo Corporación Favorita	100
Anexo 5 Grupo General Motor	102
Anexo 6 Grupo Dinadec	103
Anexo 7 Grupo Holcim	104
Anexo 8 Grupo Corporación El Rosado	105
Anexo 9 Grupo Noboa	106
Anexo 10 Grupo Pronaca	110
Anexo 11 Acta designación de Superintendente de Control del Poder de Mercado	111
Anexo 12 Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado	112
Anexo 13 Fotografía	142

RESUMEN

Este trabajo de tesis se realizó con el objetivo de conocer el alcance de la Ley de Regulación y Control del Poder de Mercado (Ley Antimonopolio), para analizar los posibles efectos e impacto en los diez grupos económicos más representativos del Ecuador, de acuerdo a la lista proporcionada por el Servicio de Rentas Internas publicada al 26 de julio del 2012. Por medio del método deductivo, se aplicó las técnicas de recopilación y análisis de la información que han sido publicadas en la web, talleres, videos, revistas y libros.

En el Ecuador a través de la historia se ha evidenciado como la concentración y centralización económica ha conllevado a que una fracción monopólica de la burguesía tenga dominio sobre este capital, esto ha motivado para que el gobierno actual apruebe la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado siendo un paso importante en pro del bienestar social y del mejoramiento de la competencia, como medio de consecución de racionalidad y eficiencia económica.

Adicionalmente podemos decir que nuestro país posee un mercado imperfecto por la presencia de grupos económicos que limitan la competencia, los cuales se caracterizan por su concentración geográfica, evolución e inversión extranjera. Se han identificado según nuestro análisis varios actos que podrían ser objeto de sanción, como por ejemplo la incurrencia de abuso de poder y cuando se incide en las prácticas y acuerdos restrictivos. Actualmente existen casos registrados en la Superintendencia de Control de Poder de Mercado como infracciones que están siendo investigados.

El objetivo de obtener y proporcionar información sobre esta nueva legislación lo hemos cumplido, también aceptamos la hipótesis planteada como afirmativa ya que los grupos económicos (monopólicos) difícilmente van a ser removidos más aun eliminados pues mantienen su liderazgo.

ABSTRACT

This thesis was carried out with the aim to understand the scope of the Law for Regulation and Control of Market Power (Antitrust Law), to analyze the possible effects and impact on the ten most representative economic groups in Ecuador, according to the list provided by the Internal Revenue Service published on July 26, 2012.

By the deductive method, we applied techniques of collecting and analyzing information that have been published on the website, workshops, videos, magazines and books.

Ecuador's history through the year has shown that the concentration and economic centralization led to a fraction of monopolistic bourgeoisie rule over this capital. As a result of this situation, the present government approved the Organic Law for the Regulation and Control Market Power being an important step towards social welfare and improvement of competition as a means of achieving economic rationality and efficiency.

Additionally we can say that our country has an imperfect market by the presence of economic groups that limit competition, which are characterized by their geographic concentration, development and foreign investment. In our analysis we identified several acts that could be subject to sanctions, including the incurred of abuse of power when it impinges on restrictive agreements and practices. Currently there are cases in the Superintendence of Market Power Control as infractions under investigation.

We achieved our objective of obtaining and providing information on this new legislation. We have also concluded that the hypothesis that economic groups (monopoly) will hardly be removed is affirmative. Even more considering that they still maintain their leadership.

INTRODUCCIÓN

Planteamiento del problema

En octubre del 2011 fue aprobada la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado o Ley Antimonopolio, ésta normativa fue creada con el fin de: evitar, prevenir, corregir, eliminar y sancionar el abuso de operadores económicos con poder de mercado. A través de esta Ley se busca fortalecer el desarrollo integral del país y la entrada de nuevos actores en la actividad productiva nacional.

Para el desarrollo del presente trabajo se ha planteado como problema la carencia de información respecto a la aplicación de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, al ser una nueva disposición existen vacíos en cuanto a los efectos e impactos a los que el sistema económico deberá enfrentar y si estos serán positivos o negativos.

Para los empresarios representa grandes desafíos en el futuro, debido a que deben ser minuciosos en sus actividades, revisar los contratos suscritos con clientes y proveedores para no caer en sanciones y multas que contemplan la Ley bajo el argumento de que han abusado de su poder de mercado.

La falta de información limita a obtener los beneficios u oportunidades que pueda ofrecer la nueva Ley ya sea a consumidores, empresarios o nuevos actores que busquen formar parte del desarrollo económico del País.

En el Ecuador actualmente el Sistema de Rentas Internas ha identificado a más de cien grupos económicos en base a la suma de sus activos, pasivos, ingresos y gastos, reflejando así el crecimiento sectorizado que dan paso a un mercado monopolizado; consideremos "El desafío no es deshacerse de los monopolios, sino regularlos y controlarlos para que su poder de mercado sea orientado hacia el bien común" (ElCiudadano, 2011).

Justificación

La presente investigación tiene por objeto aportar un mayor conocimiento de la Ley de Regulación y Control del Poder de Mercado o Ley Antimonopolio, sus efectos e impactos sobre las organizaciones económicas del país ya que por ser una Ley nueva es importante investigar y analizar su aplicación e identificar los cambios a producirse en los diferentes sectores económicos.

Sí, el objetivo del gobierno es equilibrar un mercado en todos sus ámbitos, la inquietud actual es ¿en qué magnitud se verán afectados o beneficiados los grupos económicos que por mucho tiempo han liderado la economía nacional?

Sin embargo, no puede omitirse una realidad mencionada por el mandatario Eco. Rafael Correa que a continuación mencionaremos "ya tenemos Ley Antimonopolio, esa es una buena noticia para el país. Estados Unidos la tiene hace más de 100 años, Chile hace más de 50 años. Sólo faltaba Paraguay y Ecuador" (ElUniverso, 2011, pág. S/N).

Son varias las interrogantes que nos obligan a obtener mayor información acerca de la aplicación de esta nueva Ley y la influencia que tendrá sobre los grupos económicos más representativos del Ecuador.

Objetivo general

Analizar los efectos e impacto de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado o Ley Antimonopolio en los diez operadores económicos más representativos del Ecuador definidos por el Sistema de Rentas Internas, a través de una investigación que permita tener mayor conocimiento sobre su aplicación.

Objetivos específicos

 Identificar la base teórica sobre la cual se sustenta la Ley de Regulación y Control del Poder de Mercado o Ley Antimonopolio.

- Realizar la investigación a través de la utilización de técnicas y métodos investigativos que permitan obtener la información necesaria para solventar las inquietudes que actualmente existen.
- 3. Analizar los posibles efectos e impactos que esta Ley causaría a los grupos económicos positiva y negativamente a través de los resultados obtenidos.
- 4. Exponer las conclusiones y recomendaciones generadas al final de la investigación que permitan tener un mayor conocimiento de la aplicación de esta Ley.

Hipótesis

La aplicación de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado o Ley Antimonopolio permitirá a los grupos económicos más representativos del Ecuador mantener su posicionamiento en el mercado.

Variables

- Variable Dependiente.- El posicionamiento de los grupos económicos en el mercado.
- Variable Independiente.- Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado o Ley Antimonopolio.

Población y muestra

La población para nuestra investigación será los cien grupos económicos establecidos por el Servicio de Rentas Internas.

Para el desarrollo de la investigación es necesario contar con un método de muestreo adecuado para el cumplimiento del objetivo propuesto, por lo cual se ha seleccionado la aplicación del muestreo no probabilístico en nuestra investigación, que consiste en no utilizar procedimientos al azar para establecer las unidades de muestreo.

El método de muestreo no probabilístico es el muestreo basado en expertos que consiste en elegir los elementos en base a la opinión de personas con autoridad y suficientemente informadas a cerca de la población bajo estudio. Para este caso nos basaremos en el listado proporcionado por el Servicio de Rentas Internas.

Metodología de la investigación

A continuación detallaremos la metodología a seguir para la respectiva investigación:

Tipo de estudio

- Investigación descriptiva.- Explica las características del fenómeno que se va a estudiar en el presente, al realizar el análisis de la Ley es importante contar con una descripción total para poder cumplir con el objetivo principal que son los efectos e impactos a los grupos económicos.
- Investigación de campo.- Son investigaciones que se realizan en el medio donde se desarrolla el problema. La ventaja principal de este tipo de estudios es que si la muestra es representativa, se pueden hacer generalizaciones acerca de la totalidad de la población con base en los resultados de la población muestreada. Los estudio de campo se dividen en participante y no participante, para la presente investigación será no participante pues no seremos parte del objeto estudiado, participaremos como observadores.

Método

- Método deductivo.-Consiste en obtener conclusiones particulares a partir de una Ley universal por lo tanto partimos de la Ley Antimonopolio para realizar el análisis, con los resultados obtenidos de la investigación podremos deducir el objetivo propuesto. Cumpliendo así con el método aplicado el mismo que consta de las siguientes etapas:
 - Determina los hechos más importantes en el fenómeno por analizar.

- Deduce las relaciones constantes de naturaleza uniforme que dan lugar al fenómeno.
- ➤ Con base en las deducciones anteriores se formula la hipótesis.
- > Se observa la realidad para comprobar la hipótesis.

Fuentes de recolección de la información

Para la recopilación de la información es necesario contar con técnicas de investigación que se detallan a continuación las mismas que deben cumplir con dos características:

- Validez.- Se refiere a que la calificación o resultado obtenido mediante la aplicación del instrumento, mida lo que realmente se desea medir.
- Confiabilidad.- Hace referencia a la estabilidad, consistencia y exactitud de los resultados, es decir que los resultados obtenidos por el instrumento sean similares si se vuelven a aplicar sobre las mismas muestras e iguales condiciones.

Fuentes secundarias.- Contienen información organizada, elaborada, producto de análisis, extracción o reorganización que refiere a documentos fruto de investigaciones ya realizadas.

- Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado.
- Noticias publicadas en medios de comunicación masivos.
- Investigación bibliográfica, a través de información obtenida de documentos, folletos, textos, informes, y más.
- Publicaciones de artículos de revistas especializadas.

CAPÍTULO 1 ANTECEDENTES DE LA LEY

1.1. Marco teórico

1.1.1. Empresa

La empresa, constituye una unidad de explotación, ya sea industrial, comercial o de servicio, bajo la dirección del empresario e independientemente de quien sea el propietario (Beas, 1993).

En el Ecuador las empresas son entidades creadas con un fin en común, que es ganar el posicionamiento en el mercado y del cual se obtenga ganancias que contribuyan a las inversiones aplicadas. Pero su lucha ha ido evolucionando es por tal razón que no se puede descartar su trabajo arduo por generar productos y servicios de la mejor calidad posible que compitan con el mercado nacional con miras a una competencia de mercado internacional.

1.1.2. Clasificación de las empresas

La clasificación publicada por Mercedes Bravo (2009) muestra los diferentes tipos de empresas, según se detalla a continuación:

1.1.2.1. Por su naturaleza

Las empresas pueden clasificarse, de acuerdo con la actividad que desarrollen:

- Empresas industriales.- Son aquellas dedicadas a la transformación de materias primas en productos nuevos.
- **Empresas comerciales.-** Dedicadas a la compra-venta de productos, así llegan a transformarse en intermediarios entre productores y consumidores.

• **Empresas de servicios.**- Son empresas que ofrecen la venta de servicios a la comunidad.

1.1.2.2. Por el sector al que pertenece

- **Empresas públicas.-** Se entiende por empresas públicas a las empresas cuyo capital pertenece al sector público, es decir al Estado.
- Empresas privadas.- Empresas cuyo capital pertenece al sector privado, es decir a las personas naturales o personas jurídicas.
- Empresas mixtas.- Empresas de las cuales su capital pertenece una parte al sector público y la otra al sector privado.

1.1.2.3. Por la integración del capital

- Empresas unipersonales.- La distinción de esta empresa es que la legitimidad del capital pertenece a una sola persona.
- Empresas pluripersonales.- Son empresas cuyo capital pertenece a dos o más personas. Existe cinco tipos de compañías de comercio:
 - ➤ Compañía en nombre colectivo
 - La compañía en comandita simple y dividida por acciones
 - La compañía de responsabilidad limitada
 - La compañía anónima
 - La compañía de economía mixta

1.1.3. Consumidor

"Sujeto económico que efectúa el acto de consumo para obtener bienes que satisfagan sus distintas necesidades" (Greco, 2003, pág. S/N).

En economía, se lo define como una persona u organización que demanda bienes o servicios de determinados organismos que lo provean, es decir, es un agente económico con diferentes necesidades y deseos el cual posee una renta disponible con la que puede satisfacer esas necesidades.

Consumidor también es definido como aquél ente económico que consume o compra productos para el consumo y es el consumidor el punto final de diversas transacciones productivas, por tal razón el más importante del mundo del mercado. El marketing dirige sus acciones y propuestas esencialmente a los consumidores para orientarlos e incitarlos a la compra.

1.1.4. Los mercados competitivos

"Es un mercado en el que hay muchos compradores y muchos vendedores por lo que cada uno tiene un impacto insignificante en el precio del mercado" (Mankiw, 2009, pág. 66).

En derecho existe una rama de esta ciencia que es el derecho a la competencia esta ciencia se encarga de regular el comercio mediante la prohibición de restricciones ilegales, la fijación de precios y los monopolios. Buscando así que exista una competencia entre las empresas pero fomentando también la calidad de bienes y servicios al menor precio posible, garantizando un mercado eficiente.

El origen del "Antitrust" fue creado en el derecho de los Estados Unidos, este se debe a que esta rama del derecho fue creada para combatir los trust de comercio. Al pasar el tiempo, otros países adoptaron el Antitrust en su ordenamiento jurídico utilizando distintos términos como "Leyes de competencia", "de libre competencia" o "antimonopolios". Hoy en día la mayor parte de países cuentan ya con la Ley Antitrust.

El derecho de la competencia se basa en promover la "competencia justa" entre las empresas sin dejar a un lado la idea principal que es el beneficiar a consumidores, empresas y la economía en general, la Ley prohíbe distintos tipos de restricciones comerciales y el abuso de monopolización.

CAPÍTULO 2 EL MONOPOLIO Y SUS ORÍGENES

2.1. El capitalismo premonopolista

2.1.1. La producción mercantil, punto de partida del capitalismo

El modo capitalista de producción surge con la producción mercantil. La producción mercantil existía desde los tiempos de la esclavitud y el feudalismo. En el periodo que el feudalismo se desvaneció la producción mercantil simple, dió origen a la producción capitalista.

¿Qué es la producción mercantil simple?

- 1.- La división social del trabajo, bajo la cual los productores que se especializan en la elaboración de distintos productos, realizado por pequeños artesanos y campesinos.
- 2.- La propiedad privada sobre los medios de producción y los instrumentos del trabajo.

La propiedad privada inicia entre los productores de mercancías, la competencia con lleva al enriquecimiento de un grupo y por ende al empobrecimiento de otros. En un inicio es así como se desarrolla un rol económico a través de intercambio de mercancías y que permite equipararlas las unas con las otras en el acto del cambio todas son producto del trabajo. Las mercancías obtienen valor de acuerdo al tiempo de trabajo socialmente necesario. La relación que mantenía con la productividad del trabajo hacía que cambie ese valor ya que debía ser medido por la cantidad de productos obtenidos en la unidad de tiempo.

Se va avanzando con la productividad cuando se ha perfeccionado los instrumentos de producción para tener mayor rendimiento, al avance de la ciencia, al elevarse la habilidad de los trabajadores, el ordenamiento en el trabajo y otros avances en el proceso de producción. Posteriormente se define la intensidad del trabajo, lo que se

requería era producir más en el menor tiempo posible. Era indispensable tener claro que se necesitaba para darle valor a la mercancía y poder someterla al intercambio o trueque, de acuerdo al trabajo invertido.

Posteriormente, resulta insuficiente y se dificulta el intercambio de la producción mercantil ya que se generan contradicciones entre el valor del uso y el cambio de la mercancía. Era evidente este medio de intercambio pues no satisfacía las necesidades de cada persona, el valor que estaba dispuesto a intercambiar no era suficiente.

Es aquí cuando nace la forma dinero del valor. Siendo los metales preciosos incluso el oro y la plata el medio a través del cual se podía obtener los diferentes productos, al inicio era a través del peso que tenía cada metal y relacionarlo a la mercancía, posteriormente se dieron paso a las monedas, es decir ya un trozo de metal con forma y peso determinados que servirían como medio de circulación y de lo cual paso a ser un monopolio del estado.

A medida que la producción mercantil avanzaba, el dinero tomaba más espacio actuando como:

- 1.- Medida de valor: se expresa en dinero el valor de la mercancía dando lugar al precio.
- 2.- Medio de circulación: la función del dinero es servir de intermediario en el proceso de circulación de las mercancías.
- 3.- Medio de acumulación: el dinero es atesorado cuando se lo retira de circulación dando paso al ahorro para en un momento determinado ser invertido.
- 4.- Como medio de pago: el dinero sirve como medio de pago en los casos compraventa de las mercancías a crédito, de pago de impuestos, rentas del suelo, entre otros.

5.- Como dinero mundial: la limitada circulación del dinero en diversos países, las monedas y el papel moneda no tenían la plena cotización. A nivel mundial se utilizaba el dinero universal que era el oro y metales preciosos.

2.1.2. El oro y el papel moneda

Poco a poco el dinero fue evolucionando luego se originó el papel moneda el cual tuvo ventajas y desventajas en el medio económico, para todo el mundo, el oro se mantenía como principal elemento de intercambio entre las mercancías de diferentes países. El papel moneda sustituyó al oro como medio de pago, adicionalmente representa el valor de la cantidad de oro necesaria para la adquisición de las mercancías.

La emisión excesiva del papel moneda, que provoca su depreciación y que las clases dominantes aprovechan para hacer pesar los gastos del Estado sobre los hombros de las masas trabajadoras y reforzar la explotación de éstas, recibe el nombre de *inflación*. (Academia de Ciencias de la U.R.S.S, 1960, pág. 71)

En resumen, podemos decir que el valor de las mercancías eran fijadas a un precio y el poseedor hacía una relación del valor de la mercancía en oro. El dinero tenía una unidad de medida, esta unidad es una cantidad del metal-dinero expresada en peso.

2.1.3. La Ley del valor

La evolución del sistema económico en sus inicios ya evidencia una dinámica de los precios frente al valor de los productos, provocando consecuencias en los obreros. Además sobresalieron también, clases dominantes productoras.

La producción mercantil se basó en la propiedad privada de los medios de producción, pues entre productores existía una lucha de poder para tener una posición privilegiada en el mercado, respaldados por la Ley económica de la competencia y la anarquía de la producción. Era necesario una medida de regulación para la competencia por lo cual se manifiesta la Ley de valor que conduce al desarrollo a las relaciones capitalistas.

La Ley del valor es la Ley económica de la producción mercantil según la cual la producción y el cambio de mercancías se efectúan a base del trabajo socialmente necesario invertido en ellas. Eso significa que los precios de las mercancías descansan sobre la cantidad de trabajo socialmente necesario para producirlas. (Academia de Ciencias de la U.R.S.S, 1960, pág. 73)

2.1.4. La acumulación originaria del capital a nivel mundial

La producción capitalista presupone dos condiciones fundamentales, a saber: 1) la existencia de una masa de agentes desposeídas, personalmente libres y, al mismo tiempo, carentes de medio de producción y de medios de existencia, lo que las obliga a contratarse y a trabajar para un capitalista; 2) la acumulación en manos de unos cuantos de las riquezas en dinero necesarias para crear las grandes empresas capitalistas (Academia de Ciencias de la U.R.S.S, 1960, pág. 71).

De acuerdo a lo mencionado, el modo capitalista alcanzó su completo dominio gracias a la explotación de la clase obrera, los pequeños productores, artesanos y campesinos debieron perder lo poco que habían conseguido debido a la expropiación de la fuerza de trabajo del ser humano por parte de la burguesía y terratenientes, fue así que consiguieron ocupar gran espacio en los mercados, considerando la mano de obra barata, la acumulación en pocas manos de la riqueza y que era posible para los capitalistas concentrar mayores cantidades de dinero gracias a la libre circulación de sus productos.

Estos hechos se generaron a nivel de todo el mundo, países como Inglaterra, Rusia, Holanda, Francia fueron los pioneros en desarrollar este tipo de economía, sin dejar a un lado que la conquista de América fue también determinante para crear grandes empresas capitalistas.

Cabe mencionar que ya a nivel mundial existía ya un monopolio y estaba conformado por comerciantes holandeses, franceses y españoles, cuyo objetivo era de comerciar productos coloniales y de explotar sin restricciones las colonias, estaba permitido que se utilice la violencia y abuso de derechos a los trabajadores.

2.1.5. El capital y plusvalía

En la etapa del premonopolismo, se identifica al capital y plusvalía como Ley Económica Fundamental del Capitalismo. El régimen capitalista se basa en el trabajo asalariado de los obreros es decir vender su fuerza de trabajo y permitir la explotación para de esta manera obtengan la paga que permita subsistir en conjunto con sus familias.

El capital no era simplemente tener dinero, se convertía en capital cuando el dinero se empleaba en la explotación del trabajo ajeno, dicho de esta manera mencionaremos dos fórmulas que indican esa diferencia:

- Formula de circulación de mercancías: M D M venta de una mercancía para comprar otra.
- Formula del capital: D M D', en la que D' significa la suma de dinero acrecentada.

Sí se cambiasen mercancías y dinero equivalentes al mismo valor, ninguno de los poseedores de mercancías podría extraer mayor valor materializado en su mercancía. En cambio, considerando la segunda fórmula podemos identificar un valor agregado a la circulación de lo que vale originalmente la mercancía, este incremento del capital beneficia a toda la clase capitalista en su conjunto.

¿Cómo se beneficia el capitalista del valor de la fuerza del trabajo?

Al hablar de la fuerza de trabajo, que primaba y era catalogada en el capitalismo como una mercancía, el obrero vende su fuerza de trabajo y el capitalista se la compra atribuyéndose el derecho de disponer del obrero.

Cuando el obrero a través del valor de su fuerza de trabajo podría haber obtenido en una jornada normal de trabajo lo que necesitaba para satisfacer sus necesidades, el capitalista lo obligaba a extender su jornada de trabajo retribuyéndole sólo por la jornada normal. El fruto de trabajo no retribuido al obrero significa una Plusvalía de la cual se beneficia el capitalista.

2.1.5.1. Plusvalía absoluta

Se desarrolla cuando la jornada de trabajo era extendida por el capitalista, pero debía

tomar en cuenta, otorgar un tiempo de descanso al trabajador para reponer fuerzas

por su entrega física, ya que sí hubiera sido por el capitalista extendería la jornada

laborable las 24 horas. Para el mejor entendimiento de la plusvalía absoluto

ejemplificaremos lo siguiente:

En una empresa X se tiene una jornada de trabajo de 12 horas en las cuales 6 horas es

el tiempo necesario de trabajo y las 6 horas restantes se las considera plustrabajo,

gráficamente obtendríamos lo siguiente:

Jornada de trabajo = 12 horas

Tiempo de trabajo necesario = 6 horas

Tiempo plustrabajo = 6 horas

Gráfico 1. Ejemplo plusvalía absoluta 12 horas de trabajo

Fuente: Academia de Ciencias de la U.R.S.S, 1960

Elaborado por: Geovanna Izurieta Paulina Valdivieso

Al incrementar el tiempo de trabajo el capitalista elevaba la plusvalía, así al aumentar 3 horas de trabajo en la jornada, el tiempo de trabajo necesario seguiría siendo de 6 horas, pero el tiempo considerado como plustrabajo se incrementaría a 9 horas dando

al capitalista una ganancia segura, el gráfico anterior se modificaría así:

Jornada de trabajo = 15 horas

Tiempo de trabajo necesario = 6 horas

Tiempo adicional = 9 horas

Gráfico 2. Ejemplo plusvalía absoluta 15 horas de trabajo

Fuente: Academia de Ciencias de la U.R.S.S, 1960

Elaborado por: Geovanna Izurieta Paulina Valdivieso 2.1.5.2. Plusvalía relativa

Otra forma de aumentar la plusvalía por parte del capitalista era disminuir el tiempo

necesario de trabajo para producir un bien, sin afectar la jornada laboral, obligando al

obrero a entregar más fuerza de trabajo en el menor tiempo posible, disminuyendo a

su vez el valor de la fuerza de trabajo del obrero.

Sí al ejemplo anterior disminuimos el tiempo de trabajo necesario a 4 horas, el

tiempo adicional aumentará a 8 horas, tiempo del cual el capitalista aprovecha

ganando plusvalía. Para mayor comprensión se presenta el siguiente gráfico:

Jornada de trabajo = 12 horas

Tiempo de trabajo necesario = 4 horas

Tiempo adicional = 8 horas

Gráfico 3. Ejemplo plusvalía relativa

Fuente: Academia de Ciencias de la U.R.S.S, 1960

Elaborado por: Geovanna Izurieta Paulina Valdivieso

2.1.6. Fases de desarrollo del capitalismo en la industria

Tabla 1 Aspectos importantes de las fases de desarrollo

Cooperación capitalista simple	Período manufacturero del capitalismo	La Industrialización capitalista (La revolución industrial)	
Capitalista explota a un grupo mediano de obreros asalariados, realizan el mismo trabajo	Obreros se especializan en diferentes operaciones	Nació en Inglaterra, en el último tercio del siglo XVIII y que en el transcurso del siglo XIX se extendió en los países capitalistas más importantes Europa y EEUU.	
Se economiza trabajo y aumenta la productividad	Predominó en la Europa occidental, siglo XVI hasta el último tercio de XVIII.	Se basó en la producción a través de la máquina, es decir la evolución de la manufactura.	
Infunde una nueva fuerza productiva	La división de trabajo, produciendo una misma mercancía	Explotación de obreros asalariados.	
	Simplificó operaciones, haciendo posible sustituir las manos del obrero por la máquina.	Incremento de la productividad, disminución de recursos, abaratamiento del valor de la mercancía.	
	Perfeccionamiento de las herramientas		
	Preparación de obreros hábiles para la industria maquinizada.		
	Surgimiento de la agricultura.		

Fuente: Academia de Ciencias de la U.R.S.S, 1960

Elaborado por: Geovanna Izurieta Paulina Valdivieso

2.2. El capitalismo monopolista o imperialismo

2.2.1. Las características fundamentales del imperialismo

Después de aplicarse el capitalismo premonopolista surgió el capitalismo monopolista cuya característica principal fue el remplazo de la libre competencia por la dominación de los monopolios, creado a fines del siglo XIX e inicios del XX el cual constituyó la etapa superior y última del capitalismo.

Al llegar a desarrollarse la producción a un punto de superioridad y al crecer de enormes empresas (que malversaron el sentido de la competencia), condujeron claramente a la existencia de un monopolio, haciendo que sea más fácil ponerse de acuerdo un poco de grandes empresas y cada vez más difícil entenderse entre miles de pequeñas. Así el monopolio creo un desplazamiento de las empresas a la libre concurrencia siendo esta la esencia económica del imperialismo.

Las organizaciones monopolistas se encargaron de establecerse en el mercado capitalista truncando la posibilidad de que ciertas empresas pequeñas crezcan. Hay quienes aseveraron que el monopolio fue prácticamente una ayuda para la economía, pero según el Manual de Economía Política el efecto del monopolio era otro, expresado así:

Los economistas burgueses, en su afán de embellecer el capitalismo contemporáneo, afirman que la extensión de los monopolios evita al régimen burgués los males de la competencia, la anarquía de la producción y las crisis. Pero la realidad es que la dominación del imperialismo, lejos de suprimir la competencia, la anarquía de la producción y las crisis, viene agudizar todavía más todas las contradicciones del capitalismo. (Academia de Ciencias de la U.R.S.S, 1960, pág. 224)

2.2.2. La concentración de la producción y los monopolios

2.2.2.1. Los monopolios y la competencia

La concentración de la producción da paso de la libre competencia a la dominación de los monopolios respaldado por la Ley de la concentración y centralización del capital. En la fase monopolista de capital implicaba que a nivel mundial, en los países capitalistas se podía identificar quienes tenían el poder económico en la industria pesada, transporte ferroviario, marítimo y fluvial e imponían su yugo a la agricultura.

Era evidente la competencia entre monopolios tanto de la misma rama, como entre los de diferente rama de producción, pues su principal objetivo era obtener la mejor ventaja en el mercado y el aumento en las ventas de sus mercancías. También la

competencia entre empresas no monopolizadas y las empresas que pertenecían a un monopolio era cada vez una lucha intensa por tener un espacio en la rama industrial o de la producción, aplicando toda clase de medidas para obligar a las otras empresas a salir del mercado. Sin embargo quienes ganaban eran los monopolios ya definidos, acelerando así el crecimiento en las utilidades de los monopolios.

2.2.2.2. El capitalismo monopolista de estado

Dentro de la época del imperialismo, se operó una elevación de la concentración y centralización del capital haciendo más fuertes a los monopolios. A partir de la primera guerra mundial se impulsó al desarrollo del capitalismo monopolista del estado.

El entrelazamiento de los monopolios privados con el estado es el más alto grado de socialización capitalista, lo que le permitiría al capital monopolista tener altas ganancias y sobre todo no sólo una participación económica si no política también.

El estado tiene el control sobre empresas de diferentes ramas y funciones en la cual los grandes magnates de los monopolios forman parte de los gobiernos de los países burgueses y a su vez los políticos pasan a tener el control y dirección de los monopolios. Entre otros beneficios de los gobiernos hacia los monopolios era los aportes, préstamos, subsidios de fácil acceso con la disimulada intención de apoyar a los empresarios privados y evitar su quiebra, así el estado sólo fortalecía a quienes eran dueños de la economía.

2.2.2.1. La acumulación en el Ecuador

La acumulación originaria y la consolidación de los grupos capitalistas en nuestro país tiene varias teorías, sin embargo hay dos de las cuales se mantiene un consenso, a continuación se detalla:

• El desarrollo capitalista en países de Europa, siglo XVI.

 Nuestra formación social ha estado sujeta a las necesidades de los monopolios coloniales y neocoloniales.

El desarrollo del capitalismo en el Ecuador ha sido llamado acumulación originaria o primigenia del capital, para lo cual la concentración de una masa de riqueza y el beneficio obtenido de la explotación del recurso humano fueron un modelo a seguir de la burguesía de Europa, que nos mantuvieron a países de América bajo su yugo, sin darnos la posibilidad de que los excedentes generados se consideren como utilidad interna, sino sean transferidos a las grandes metrópolis coloniales.

2.2.2.3. La concentración y los monopolios bancarios desde sus orígenes

2.2.2.3.1. A nivel mundial

Los monopolios también llegaron hacia los bancos, los cuales formaron un papel muy importante en el desarrollo del monopolio capitalista, pues fueron sectores de concentración del capital y de dominio total sobre los otros sectores de la producción.

Al inicio los bancos servían de intermediarios para los pagos a realizarse, pero conforme el capitalismo fue desarrollándose los bancos tomaron otras actividades pues pasaron a ser comerciantes en capitales, aquí poco a poco se fueron concentrando grandes capitales provenientes de las industrias, dando como resultado el incontrolable crecimiento de los grandes bancos. Estos bancos tuvieron la capacidad de absorber y someter a los pequeños bancos pues su estrategia consistía en repartirse los sectores más importantes, reuniendo en sus cajas la mayor capacidad posible de capital depositados por innumerables empresas, las cuales quedaban a disposición de magnates bancarios.

Un claro ejemplo del poder que tenían estos bancos nos relata el libro Manual de Economía:

"En los Estados Unidos de América, los 20 bancos más poderosos absorbían en 1900 al 15 por 100, en 1929 el 19 por 100, en 1939 el 27 por 100 y en 1952 el 29 por 100

de la suma global de depósitos bancarios de todo el país" (Academia de Ciencias de la U.R.S.S, 1960, pág. 226).

Otro ejemplo claro, es el de Alemania pues en 1907 a 1908 poseían un capital de más de 1'000.000 de marcos pero estos en el futuro ascendieron a 7.000'000.000 de marcos este ascenso fue dándose con más visibilidad en 1912 a 1913 ya que subieron a 9.800'000.000 de marcos esto sucedió en tan sólo 5 años, la distribución de estos depósitos se dio entre los bancos grandes y pequeños de la siguiente forma. (Lenin, 1977, pág. 31)

Tabla 2 Porcentaje del total de los depósitos realizados a nivel mundial

	Porcentaje	del total de lo	s depósitos	
Ejercicios	En 9 grandes bancos berlineses	En los 48 bancos restantes con un capital de más de 10 millones de marcos	En 115 bancos con un capital de 1 a 10 millones de marcos	En bancos pequeños (con un capital de menos de 1 millon de marcos)
1907/8	47	32,5	16,5	4
1912/13	49	36	12	3

Fuente: Lenin, 1977, p. 31 Elaborado por: Geovanna Izurieta Paulina Valdivieso

Pero gracias al nuevo rol que los bancos tuvieron se dieron también mejores relaciones entre las industrias y los monopolios bancarios a través de créditos de un alto volumen con capacidad a largo plazo, los bancos estimularon a la creación de nuevas empresas.

Al tener una estrecha relación por las acciones que poseen los monopolios bancarios de los industriales y que los industriales poseen de los bancos, estos se unieron y formaron una nueva forma de capital que fue el capital monopólico - financiero y este a su vez fue la época del imperialismo, dando como resultado que un solo grupo

de personas dirijan las más grandes y poderosas agrupaciones monopolistas, tanto en la banca como en la industria y en varias ramas de la economía capitalista.

2.2.2.4. Capital financiero y oligarquía financiera

Al hablar del capital financiero nos referimos al capital que está controlado por los bancos y los cuales van a ser utilizados por los industriales obteniendo el ascenso de concentración de capital conduciendo a un monopolio.

La aplicación del capital financiero fue muy exitosa pues a paso firme fue dominando el sector industrial y también el sector de la agricultura. La especulación que se apoderaba sobre los terrenos fue una operación muy lucrativa para el capital financiero y a través de la reventa de terrenos a precios de monopolio con valores superiores, enriquecían a los bancos y terratenientes. Otra estrategia que aplicaban los bancos fue el sistema del crédito hipotecario que otorgaba la autoridad de despojar de sus tierras a los granjeros, acreditando más poder a su imperio. Esto lo ratifica el libro Manual de Economía Política que dice:

"Un puñado de grandes banqueros e industriales monopolistas tiene en sus manos, en cada país capitalista, todas las ramas de importancia vital de la economía y dispone de la aplastante mayoría de la riqueza social" (Academia de Ciencias de la U.R.S.S, 1960, pág. 226).

Al dominar los monopolios capitalistas, la economía se convierte en oligarquía financiera, la cual se basa en el sistema de participación y se da cuando un grupo de ellos tiene en su poder la sociedad básica o sociedad matriz, es quien encabeza el consorcio y ésta a su vez maneja las sociedades filiales las que por su parte disponen de otras empresas con un nivel inferior a ellas. Este sistema fue muy tentador para que los magnates dispongan de grandes sumas de dinero ajeno.

2.2.2.5. Exportación de capitales

Un rasgo que caracterizó el capitalismo imperialista con dominio monopolista fue la exportación de capitales, que tuvo como principal prioridad obtener elevadas

ganancias monopolistas. Esta exportación de capital se efectuó por el dominio de los monopolios en los países desarrollados y por la acumulación de capital de algunos países ricos que formaron gran cantidad de capital sobrante, los cuales fueron enviados al extranjero con destino a países atrasados en desarrollo quienes tenían problemas de capital, bajos salarios y tierras con precios bajos.

Pero para los ojos del capitalismo monopolista esto fue una más de sus oportunidades de alcanzar ganancias extremadamente altas, además al exportar capital a estos países atrasados en desarrollo imponían sus mercaderías ingresando y posicionándose sobre los mercados de ventas de dichos países.

En el siguiente cuadro podemos observar claramente la inversión extranjera que se dió en esa época y el cual era enviada a los países atrasados en desarrollo, claro que podemos darnos cuenta también de lo tan beneficioso que significaba invertir pues conforme pasaban los años los países subdesarrollados invertían cada vez mayor cantidad de dinero.

Tabla 3 Inversión extranjera total de países desarrollados

Año	Inversión en dólares
1870	\$ 6.000.000.000,00
1914	\$ 46.000.000.000,00
1938	\$ 53.000.000.000,00
1970	\$ 285.000.000.000,00

Fuente: Los Grupos Monopólicos en el Ecuador Elaborado por: Geovanna Izurieta

Paulina Valdivieso

Con la exposición de la tabla anterior, podemos observar que la inversión extranjera total de los países desarrollados hacía los países en vías de desarrollo, iniciaron un proceso de constitución lucrativa, partiendo en 1870 con una inversión de apenas seis mil millones de dólares, en 1914 esta cantidad asciende a cuarenta y seis mil millones de dólares mientras que en 1938 esta cantidad se eleva a cincuenta y tres

mil millones de dólares y en 1970 esta inversión se calculó en doscientos ochenta y cinco mil millones de dólares. En este contexto se constituyó el desarrollo de las empresas transnacionales que eran verdaderos pulpos económicos, quienes se establecían en un país determinado y extendían sus operaciones a otros lugares, mediante acuerdos con los capitalistas locales incrementando su poder económico.

2.2.2.6. El reparto económico del mundo entre las asociaciones capitalistas

2.2.2.6.1. Los monopolios internacionales

Cuando la exportación de capitales fue creciendo y los lazos con el extranjero fueron estrechándose mucho más, se dieron las condiciones perfectas para que prosiguieran con el reparto del mercado mundial y por efecto se desarrollen los monopolios internacionales, estos trataban de convenios establecidos entre los más grandes monopolios de cada país acerca del reparto de los mercados, fijación de precios y producción en general. La mayor parte de los monopolios internacionales fueron creados con parte de ayuda de los estados y es por ello su esparcimiento económico.

2.2.2.7. El fin de la división territorial del mundo entre las grandes potencias y la lucha por un nuevo reparto

Al realizase el reparto de la economía del mundo inició también la lucha por colonias y semicolonias, los cuales eran países sin independencia política y dominadas por las metrópolis imperialistas.

El capitalismo monopolista en su afán por obtener la unificación económica de extensos territorios creó imperios coloniales los cuales se basaron en la opresión y explotación de las colonias. Así el capitalismo pasó a ser un sistema mundial de opresión colonial de las poblaciones.

Cuando las potencias imperialistas incorporaron las colonias a su imperio se dió también un reforzamiento de la opresión nacional, el cual dió como resultado que a comienzos del siglo XX se pusiera fin al reparto del mundo y como por medio de la

política colonial se apropiaron de todas las tierras, se produjo un nuevo reparto que consistía en desalojar a un propietario de cierta tierra para poderla ocupar.

Este nuevo reparto mundial constituye una característica muy importante en el capitalismo monopolista, que se basa en luchas constantes por la dominación mundial que generó guerras mundiales las cuales seguirían mientras el imperialismo exista pues estas imponían privaciones a los pueblos y esto beneficiaba al monopolio porque incrementaba sus ganancias.

2.2.2.8. Bases para la concentración de capitales en el Ecuador

En el Ecuador el banco tuvo una gran acogida por parte de los terratenientes serranos de la época pues transferían gradualmente su renta agrícola al sistema bancario en busca de inversiones.

En nuestro país el más claro hecho documentado del primer banco creado en el Ecuador fue el de la Familia Aspiazu, esta familia llego al Ecuador en el año de 1800 y valiéndose de poderes adquiridos a través de un puesto de Teniente de Gobernador y de un matrimonio de una adinerada familia terrateniente, lograron acaudalar alrededor de 15 haciendas hasta el año de 1880, las cuales dan una sólida base económica a ésta familia, convirtiéndose así en prestamistas y accionistas del principal banco de esa época "El Comercial y Agrícola". Es por tal razón que los siguientes bancos creados en nuestro país, surgen gracias a la agroexportación e importación en la costa y dieron lugar al desarrollo de una significativa masa monetaria.

En el Ecuador, la circulación y acumulación de capital comercial y con el apoyo de una masa de trabajadores libres formada en esa época, dieron lugar a la creación de un circuito interno de acumulación de capital, así se generó un rápido desarrollo de las fuerzas productivas, dando como resultado un proceso de concentración y centralización creciente del capital esto conllevo a que una fracción monopólica de la burguesía tenga dominio sobre éste capital, cuyo dominio se ha extendido en las ultimas décadas de la economía actual.

Según narra la historia la persona que logro tener más acceso a la burguesía monopólica fue el señor León Febres Cordero quien a través de programas económicos con niveles concentradores, antinacionales y antipopulares colaboró a que el monopolio tenga una aceleración extraordinaria en el Ecuador. Estos grupos monopólicos fueron formándose y fortaleciéndose gracias a la aguda crisis económica que se vivió en el país en la década de los años ochenta sumado a un auge petrolero y un gran endeudamiento externo que ayudaron a desequilibrar la economía del país.

2.2.2.8.1. Inversiones en el Ecuador debido a la exportación de capitales de otros países

El Ecuador fue uno de los países en donde la exportación de capitales toco suelo y sus inicios se reportan desde el funcionamiento del Banco Anglo Ecuatoriano en 1884, la creación de la English Zaruma Gold Mining Co. en 1880 y otras empresas más, quienes se interesaron por nuestro país para invertir en proyectos mineros, petroleros e inclusive éstas inversiones ayudaron a financiar la construcción del ferrocarril.

2.3. EL sistema de economía de mercado

2.3.1. Definición de mercado

Etimológicamente proviene del término latín *mercatus* que significa mercado.

• En términos de mercadotecnia:

Para Patricio Bonta y Mario Farber, autores del libro "199 preguntas sobre Marketing y Publicidad" el mercado es "donde confluyen la oferta y la demanda". En un sentido menos amplio, el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto (Thompson, 2005).

En términos de economía

"Un mercado es un mecanismo a través del cual compradores y vendedores interactúan para determinar precios e intercambiar bienes y servicios" (Samuelson, 2006, pag.25).

• En términos financieros

Entendemos por mercado el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar la transacción de bienes y servicios a un determinado precio. Comprende todas las personas, hogares empresas e instituciones que tiene necesidades a ser satisfechas con los productos de los ofertantes (Mercados.us).

Luego de mencionar varios conceptos, vistos desde las diferentes ramas podremos plantear la siguiente definición:

Mercado es el lugar o espacio en el cual se relacionan oferentes y demandantes para el intercambio de un bien o servicio determinado, en base a un precio preestablecido, con el objetivo de satisfacer mutuas necesidades.

2.3.2. El mecanismo de mercado

Podemos decir que es un conjunto de mercados que forman parte de una economía de mercado, por lo cual se convierte en un instrumento de comunicación que ayuda a interrelacionar el conocimiento y las diferentes operaciones de las personas. Este mecanismo de mercado también permite solucionar de la mejor forma las dificultades de consumo, producción y distribución en la que los precios tienen gran influencia.

Los recursos en una economía de mercado se asignan por las decisiones descentralizadas de varias empresas y consumidores según la interactuación que desarrollan en los mercados de bienes y servicios (Mochón, 2006).

2.3.2.1. Concentración empresarial y convenios especiales

2.3.2.1.1. Trust

"Es el monopolio en que se aglutina la propiedad de todas las empresas, y sus coparticipes se convierten en accionistas de una gran empresa común, disfrutando de las ganancias en proporción a las acciones que poseen" (Academia de Ciencias de la U.R.S.S, 1960, pág. 223).

Considerando el concepto del trust podemos decir que Supermaxi es la organización que en el Ecuador posee la capacidad económica para incorporar hoy en día una surtida gama de productos para ofertar al consumidor, además su capacidad económica ha permitido que esta organización pueda producir varios de los productos que expende en sus perchas y así dejar a un lado a proveedores que hoy en día se ven amenazados en el ámbito comercial ya que no pueden competir contra un gigante que ha ganado espacio en el mercado. Otro ejemplo es Fybeca que es una empresa ecuatoriana que ha ido evolucionando conforme el tiempo ha pasado, no sólo ofrece medicina sino también prendas de vestir, artículos de diferente uso y productos de consumo masivo, ofreciendo a sus clientes variedad, calidad y servicio.

2.3.2.1.2. Cártel

Se llama cartel la agrupación monopolística cuyos integrantes, manteniendo sus empresas respectivas como unidades independientes, se ponen de acuerdo acerca de las condiciones de venta y plazos de pago, se reparten los mercados de venta, determinan la cantidad de mercancías que han de producirse y fijan los precios. (Academia de Ciencias de la U.R.S.S, 1960, pág. 223)

Radica en la asociación de empresas del mismo sector que establecen acuerdos para reducir o eliminar la competencia en el mercado de un determinado producto, de esta manera percibir mayores réditos. Por ejemplo, podemos citar empresas de telefonía celular, cartel de drogas.

En el Ecuador las empresas como por ejemplo las productoras de azúcar, arroz, sal, camaroneras, bananeras, harineras, cartoneras, telefonía celular, se las considera como organizaciones de cárteles pues ofrecen a sus clientes uno o dos productos y ven ellos la fuente de inversión para mantener a sus empresas dentro del mercado. Debemos tomar en cuenta que estas agrupaciones consideraran el ponerse de acuerdo entre el precio y cantidad de producción para acaparar el mercado ecuatoriano.

2.3.2.1.3. Holding

Conglomerado conformado por una compañía controlante de otra u otras, usualmente mediante la adquisición de sus acciones. Como ejemplo podemos citar los bancos (Eumed.net).

2.3.3. Clasificación del mercado

Los mercados en el cual las empresas operan son diferentes entre sí. Algunos son altamente competitivos generando fácilmente beneficios, otros están libres de competencia, obteniendo grandes beneficios y otros obtienen un posicionamiento en el mercado de acuerdo a creativas campañas publicitarias a través de lo cual hay una persuasión hacia los compradores.

Tabla 4 Tipos de mercado y sus variables

Mes or cado		Competencia imperfecta		
Variables Tipo de mercado	Competencia perfecta	Monopolio	Competencia monopolistica	Oligopolio
Número de oferentes	Muchos	Uno	Muchos	Pocos
Control del precio por la empresa	Inexistente	Total	Alguno	Alguno
Tipo de bien	Homogéneo	Único bien, sin sustitutivos	Diferenciado	Homogéneo o no
Barreras de entrada	Ninguna	Puede haberlas	Ninguna	Puede haberlas
Ejemplos	Mercado de valores, de refrescos, de aperitivos	Agua, ferrocarril	Grandes marcas de ropa, vinos	Distribución de gas, electricidad, telecomunic aciones

Fuente.- IEDGE, 2012

Elaborado por: Geovanna Izurieta

Paulina Valdivieso

2.3.3.1. Competencia perfecta

Un mercado competitivo debe cumplir con las siguientes características:

- Existencia de un elevado número de compradores y vendedores.
- Tanto compradores como vendedores, siendo indiferentes en la decisión de a quién comprar o vender.
- Todos los compradores y vendedores tengan el suficiente conocimiento de las condiciones generales del mercado.
- La libre movilidad de los recursos productivos de tal manera que puedan entrar o salir libremente al mercado (Mochón Morcillo, 2002).

- Producción homogénea.
- Economía de escala.
- Precio está definido por el mercado.

El mercado de competencia perfecta está en equilibrio cuando cumple con las siguientes condiciones:

- El precio del mercado es único.
- La oferta se iguala a la demanda.
- Los consumidores del mercado maximizan la utilidad.
- Las empresas de la industria maximizan los beneficios.

Las empresas en competencia perfecta no pueden influir en el precio de mercado, debido a que su producción es una parte mínima del mercado total, se evidencia una igualdad entre oferentes. La empresa tiene como objetivo maximizar sus ganancias económicas, obteniéndolas luego de calcular su ingreso total menos el costo total.

A continuación, definiremos conceptos necesarios para una mejor comprensión del funcionamiento del mercado perfecto:

Ingreso total.- Es igual al precio multiplicado por la cantidad vendida.

Ingreso marginal.- Es la variación del ingreso total como resultado de la venta adicional de una unidad.

Costo marginal.- Es el costo adicional en que se incurre para generar una unidad más de producción.

En competencia perfecta, el ingreso marginal obtenido por la venta del bien es igual al precio de mercado, de tal manera que se incrementará la producción hasta el punto que se igualen el costo marginal de producir el bien con su precio de mercado (ingreso marginal), de esta manera se minimizan sus costos de producción y maximiza sus ingresos.

Por ejemplo, el costo total de producir 100 carteras son \$200.00 y el costo total de producir 201 carteras son \$217, entonces son 17 unidades monetarias. Podemos decir que la empresa maximiza las ganancias al generar la producción a la que el ingreso marginal es igual al costo marginal.

Tabla 5 Ejemplo de ingreso marginal y costo marginal

Cantidad (camisas por día)	Ingreso total (IT) (dólares)	Ingreso marginal (Mg)(dólares por camisa adicional)	Costo total (CT) (dólares)	Costo marginal (CM) (dólares por camisa adicional)	Ganancia económica (IT-CT) (dólares)
7	175		141		34
		25		19	
8	200		160		40
		25		23	
9	225		183		42
		25		27	
10	250		210		40
		25		35	
11	275		245		30

Fuente: Parkin & Coria, 2010, p.277 Elaborado por: Geovanna Izurieta Paulina Valdivieso

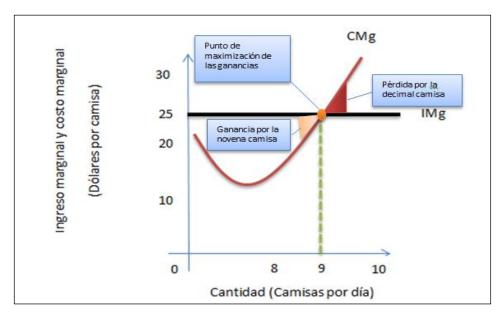


Gráfico 4. Producción que maximiza las ganancias

Fuente: Parkin & Coria, 2010, p.277 Elaborado por: Geovanna Izurieta Paulina Valdivieso

2.3.3.2. Competencia imperfecta

"La competencia imperfecta prevalece en una industria siempre que los vendedores individuales tengan algún control sobre el precio de su producción" (Samuelson, 2006, pag.164).

Este concepto identifica a él o los oferentes que tengan control del mercado, por ejemplo a través de una marca y de esto puedan establecer el precio final de adquisición del bien o servicio, en relación a sus competidores tendrán ventaja. Un competidor imperfecto tendrá poca, pero no total discrecionalidad frente a los precios.

La competencia imperfecta se divide de la siguiente manera:

- Monopolio- Competencia monopolística- Oligopolio

2.3.4. Monopolio

2.3.4.1. Definición

"Una empresa es un Monopolio si es la única que vende un producto y si éste producto no tiene sustitutos cercanos" (Mankiw, Principios de Economia, 2009, pág. 312).

Al hablar de un monopolio nos referimos a un mercado en el cual una empresa posee un producto, bien o servicio único, el cual no posee sustituto alguno que lo remplace. Es así que el productor tiene una gran influencia y poder sobre el precio del producto pues controla la cantidad total que se ofrece en el mercado, convirtiéndose en un acaparador de un mercado específico donde el consumidor no tiene más remedio que adquirir o consumir dicho producto.

Así el monopolista tiene toda la fuerza concentrada en un sector determinado de un grupo de consumidores que se ven en definitiva obligados a consumir su producto sin importar cuál es la condición que se establezca para comercializar con este.

Al existir un monopolio podemos asegurar que este no posee competencia cercana, puesto que existen limitaciones a la entrada de otras empresas que elaboran el mismo producto, bien o servicio convirtiéndose en obstáculos que los productores no pueden atravesar e imposibilitan que estos tengan la misma tenencia en el mercado.

2.3.4.2. Causas que explican el surgimiento del monopolio

Dentro de las causas para el desarrollo del monopolio podemos identificar cuatro factores que serían los que generarían imperfecciones en el mercado y los cuales podrían dar surgimiento al monopolio y estos son:

- Acceso exclusivo a ciertos recursos.
- Las patentes.

- La franquicia legal.
- La existencia de costes decrecientes o economías de escala.

2.3.4.2.1. Acceso exclusivo a ciertos recursos

El control exclusivo de un factor productivo expendido por una empresa determinada colabora con el surgimiento del monopolio, pues llegan a ser recursos indispensables para la producción y al poseer una exclusividad, otros productores no pueden adquirir dichos recursos y estos deben trabajar con materias primas mucho más bajas en calidad.

2.3.4.2.2. Las patentes

El patentar ciertas técnicas o productos por un comerciante, permite la utilización exclusiva de estos y posteriormente explotarlos de manera comercial dando como resultado el monopolio. Sin embargo, no es un impedimento como detallamos a continuación "Una patente provee al monopolio de una invención concreta, pero no impide que los competidores produzcan sustitutivos de aquélla" (Mochón Morcillo, Principios de Economía, 2001, pág. 128).

2.3.4.2.3. La franquicia legal

El conceder exclusividad en determinados servicios por parte de autoridades gubernamentales o locales a ciertas empresas da lugar a los monopolios legales.

2.3.4.2.4. La existencia de costes decrecientes continuos o economías de escala

Se determina cuando una sola empresa posee una curva de costo total promedio decreciente, con un costo total bajo. Es decir existe un monopolio natural.

2.3.4.3. Clases de monopolios

2.3.4.3.1. Los monopolios naturales

"Una industria es un monopolio natural cuando una única empresa puede ofrecer un producto, o un servicio, a todo un mercado a un menor costo que dos o más empresas" (Mankiw, 2009, pág. 314).

Por lo tanto, el monopolio natural surge porque existen economías de escala, dicha economía se desarrolla cuando el coste medio de una empresa disminuye a medida que aumenta el volumen de su producción, haciendo que una única empresa produzca cualquier cantidad de productos al menor costo posible.

Un ejemplo muy claro de monopolio natural es la distribución de agua, puesto que para suministrar agua a una ciudad determinada una empresa debe construir una red de distribución de tuberías, las cuales deben ser construidas en toda la ciudad con un costo total promedio bajo, pero si dos empresas brindarían el mismo servicio, cada una debería pagar los costos fijos de la construcción de la red de tuberías siendo este, el punto crítico de la producción para las dos empresas.

2.3.4.3.2. Los monopolios creados por gobiernos

"En muchos casos, los monopolios surgen porque el gobierno ha concedido a una persona o a una empresa el derecho exclusivo a vender un bien o un servicio" (Mankiw, 2009, pág. 313).

La existencia de los monopolios creados por los gobiernos son generados por los derechos o exclusividad que se da a una empresa o persona por un producto determinado para su venta, a través de patentes y derechos de propiedad intelectual como es el caso de los laboratorios farmacéuticos los cuales al crear un nuevo fármaco solicita a las autoridades competentes la extensión de una patente quienes al verificar que su creación es verdadera aprueban la emisión de la patente dando al laboratorio farmacéutico el derecho exclusivo para fabricar y vender el producto. Y la misma condición surge con los autores de libros los cuales al terminar de escribir

su libro puede solicitar al estado los derechos de propiedad intelectual para que este libro no pueda ser copiado ni comercializado sin autorización del autor.

Pero al emitir patentes y derechos de propiedad intelectual, el gobierno desea fomentar la investigación entre los laboratorios farmacéuticos o de la sociedad en sí y al mismo tiempo ayudar a los autores de libros que sigan con su iniciativa de escribir nuevos obras que fomenten el desarrollo intelectual de quienes los lean.

Ahora es fácil entender porque los gobiernos a través de Leyes conceden monopolios a una sola empresa o persona, permitiendo que dichos precios sean más altos de lo que serían en condiciones competitivas.

2.3.5. El empresario monopolista

Un empresario monopolista desarrolla un papel muy importante en el proceso de establecer el precio de su mercado, pues posee capacidad para plantear y aplicar su precio. Así el monopolista analiza los deseos de compra de los consumidores que son los distintos niveles de precio existentes y al tener una disminución de ventas en un periodo, refleja el hecho de que la cantidad que el consumidor está dispuesto a adquirir aumenta al disminuir su precio en un producto.

Las decisiones que el monopolista está dispuesto aplicar deberán ser tomadas a partir del precio que desea aplicar en el mercado, teniendo muy en cuenta que a mayor precio de venta aplique en el producto, bien o servicio, menor será el porcentaje de ventas.

2.3.5.1. Los beneficios del monopolista

Como hemos detallado anteriormente el monopolio se da por una imperfección en el mercado y por esta razón toma el nombre de competencia imperfecta. Sí consideramos en el mercado el precio como punto más crítico, podemos decir que una empresa competitiva que posee una competencia perfecta es tomadora de precios, mientras que la competencia imperfecta es formadora de precios.

Al decir que el monopolista es formador de precios nos referimos a que él primero debe observar la curva de demanda para encontrar el precio que inducirá a los consumidores a adquirir la cantidad producida y con esto maximiza sus beneficios produciendo sólo el nivel donde el ingreso marginal es igual al costo marginal.

En este punto podemos retomar las palabras del libro de economía que dice "un monopolista solo puede obtener beneficios monopolísticos si, al nivel de producción de equilibrio, la curva de demanda de su producto se encuentra por encima de su curva de coste total medio" (Mochón Morcillo, 2000, pág. 208).

2.3.6. Monopolio *versus* la competencia

La capacidad de influir en el precio de un producto, es la diferencia principal entre una empresa monopolista y una empresa competitiva, esto se lo puede determinar analizando el tamaño del mercado en el que opera determinada empresa.

En el caso de la empresa competitiva la cual es pequeña en relación al mercado en el que opera es muy difícil que pueda influir en el precio de su producto y por tal razón acepta el precio que se establece en el mercado. Por otro lado, el monopolio al ser el único productor de un bien o servicio tiene la capacidad para influir en el precio de su producto ajustando la cantidad que ofrece en el mercado.

2.3.7. El aumento de la competencia a través de las Leyes Antimonopolio

El poder que los gobiernos poseen sobre las empresas privadas se establece a través de Leyes antimonopólicas que varios países hoy en día las aplican, estas Leyes según el gobierno se están implementado para aumentar la competencia existente en el mercado y frenar el poder de un monopolio.

En los Estados Unidos de Norte América la primera y más importante Ley antimonopolio fue la Ley antimonopolio Sherman, aprobada por el congreso de los Estados Unidos en 1890 y posteriormente en 1914 se aplicó la Ley antimonopolio Clayton que reforzó el poder de gobierno. Con esta Ley se pudo impedir fusiones entre empresas poderosas e incluso le permitió dividir compañías por ejemplo en

1984 el gobierno de los Estados Unidos dividió la gran compañía de telecomunicaciones AT&T en ocho compañías más pequeñas (Mankiw, 2009).

Estas Leyes tienen sus costos como también sus beneficios al ser aplicadas en un país ya que en determinadas ocasiones los acuerdos para una fusión entre compañías no es exactamente establecer un monopolio en el mercado para acaparar la gran mayoría de compradores existentes, sino que también puede suceder que se necesita esta fusión por el simple hecho de reducir los costos por medio de una producción conjunta más eficiente.

2.3.8. El Oligopolio

2.3.8.1. Definición

"Por oligopolio normalmente se entiende una estructura de mercado en la que participan pocos productores, tanto si producen un bien homogéneo como diferenciado mediante marcas" (Mochón Morcillo, Economía Teoría y Política, 2000, pág. 225).

El oligopolio se conforma por un grupo pequeño de empresas de un mismo sector las cuales poseen un control importante en el mercado, pero al estar conformado por un grupo específico de empresas que elaboran el mismo bien o entregan el mismo servicio estos deben estar en constante vigilo sobre aplicación de precios y ofertas por parte de sus competidores para poder llegar así a sus clientes y no ser ignorados por los mismos.

Este tipo de mercado se lo puede ver con mucha frecuencia y hemos experimentado una guerra de precios por parte de estos productores, los cuales ofertan sus productos a un precio tentador sin descartar que a la vuelta nos encontremos con un precio mucho mejor.

"En un oligopolio, todas las empresas podrían fabricar un producto idéntico y competir solo en el precio, o bien fabricar un producto diferenciado y competir en precio, calidad de los productos y marketing" (Parkin & Coria, 2010, pag.342).

2.3.8.2. Características de los oligopolios

Las características principales de un oligopolio se lo definen de la siguiente manera:

- Número limitado de empresas.
- Bien de producción diferenciado.
- Capacidad que el empresario tiene de influir sobre las decisiones de sus competidores.
- Capacidad de ser influenciado por las decisiones de sus rivales.

2.3.8.3. Equilibrio del oligopolio

La determinación del equilibrio del oligopolio no es tan sencilla como en el caso del monopolio, pues en este mercado existen competidores con las condiciones necesarias para apoderarse de una parte del mercado y estar en constante atención para reaccionar a cualquier estrategia que el oligopolio desee aplicar.

2.3.8.4. Ejemplo de supervivencia en un oligopolio

Cuando Penny Stafford abrió su cafetería en Bellevue, Washington, el golpe fue recibido con particular intensidad por una cafetería Starbucks cercana. A los pocos días, Starbucks comenzó a atraer a los clientes de Penny con tentadoras ofertas y precios bajos. Starbucks sobrevivió, y a la larga Penny se vio obligada a salir del negocio (Parkin & Coria, 2010, pag.343).

2.3.9. Competencia monopolística

Al existir un gran número de vendedores que producen productos diferenciados estamos hablando de una competencia monopolística. Esta competencia se asemeja a la competencia perfecta debido a que su estructura de mercado es casi similar, pues existen varios vendedores que no tienen mucha participación del mercado. Y se

distingue de la competencia perfecta debido a que los productos que ofrecen no son idénticos.

Estos productos diferenciados son aquellas cuyas particularidades especiales varían, por ejemplo: Los celulares tienen características distintas como son los modelos, el tamaño, la capacidad de su memoria, velocidad, entre otros.

"Actualmente, la calidad del producto es una parte cada vez más importante de la diferenciación del mismo. Los bienes difieren en sus características y también en sus precios" (Samuelson & Nordhaus, 2006, pag.166).

2.3.9.1. Estructura de mercado de la competencia monopolística

En la competencia monopolística se detalla una estructura de mercado de la siguiente manera:

• Compite una gran cantidad de empresas

La competencia monopolística es similar a la competencia perfecta pues en las dos tienen una gran cantidad de empresas quienes deben estar sujetos a los tres siguientes puntos:

- El mercado se divide en partes pequeñas.
- ➤ Hay que ignorar a la competencia.
- No puede existir colusión.

• La diferenciación del producto es la distinción de la empresa

Las empresas optan por tener un producto que tenga una diferencia con los de su competencia y así llegar al consumidor, pues existen personas que pueden pagar más por un producto que satisfaga sus necesidades, por ejemplo: Adidas, Nike, Reebok son productos que tienen un precio importante en el mercado pero también hay personas que sin importar el precio las adquieren. Aunque este punto es sensible se

debe tomar en cuenta que al subir el precio de un producto la cantidad de venta se reduce, sin embargo no quiere decir que el producto desaparecerá pues ya tiene estabilidad en el mercado.

• La competencia se establece en la calidad, el precio, el marketing

La competencia en este punto es más de estrategia ya que se debe tener en cuenta tres aspectos que son considerables para llegar al consumidor y son los siguientes:

- ➤ Calidad.- Son los atributos que posee el producto y del cual se diferencia de la competencia, existe productos de alta y baja calidad esto para satisfacer cualquier clase de consumidor y su bolsillo.
- ➤ **Precio.-** La diferencia del producto afecta directamente en el precio final de venta ya que no es lo mismo fabricar un producto de alta calidad que otro de muy baja.
- ➤ Marketing.- En la competencia monopolística este punto es el más crítico pues la publicidad que hagan de su producto debe convencer al consumidor para que este lo adquiera y ganar así a su competencia.

• La entrada y salida de la industria

No hay barreras para la entrada y salida de empresas a la industria de competencia monopolística. Si una empresa entra a la industria el resultado es que los precios de los productos para la venta bajan, eliminando a largo plazo la utilidad económica, provocando en un futuro que las otras empresas puedan incurrir en pérdidas económicas obligándolas a su vez a salir de la industria a otras empresas en un futuro pero aunque suene cruel ésta salida ayuda a erradicar la pérdida económica aumentando los precios de los productos.

2.4. Especificaciones de la Ley

2.4.1. Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado o Ley Antimonopolio

Es un instrumento normativo fundamental se orienta a la prevención, corrección, eliminación, prohibición, regulación, control y sanción principalmente de:

- Abuso de operadores económicos con poder de mercado.
- Acuerdos colusorios y prácticas restrictivas .
- Concentración económica.
- Prácticas desleales.

Los conceptos de estos cuatro ítems están relacionados a ineficiencias en la estructura de mercado, por ello podemos decir que el propósito de la política de competencia es maximizar "el bienestar" siendo el principal punto el cual la Ley menciona buscar la eficiencia de los mercados, el mercado justo y el bienestar general de consumidores y usuarios.

La adopción o aplicación de una legislación antimonopólica es un paso importante en pro del bienestar social y del mejoramiento de la competencia, como medio de consecución de racionalidad y eficiencia económica.

2.4.2. Reseña histórica

Las Leyes antimonopólicas tienen su origen en Estados Unidos en 1890, estableciéndose como Ley de Sherman, establecía que sería declarado ilegal los contratos o combinaciones en la forma de trust o colusión, en restricción al libre comercio entre los diversos estados o con naciones extranjeras, a partir de esta fecha

otros países adoptaron esta legislación utilizando términos como "Leyes de competencia", "de libre competencia" o "antimonopolios".

"En América Latina el primer país en tener una Ley antimonopólica fue Argentina en 1923, posteriormente en la década de los 60's y 70's se dictaron este tipo de Leyes en Brasil, Colombia y Chile" (Moorestephens). Actualmente los países que no cuentan con una Ley antimonopólica son Bolivia y Paraguay.

2.4.3. Creación de la Ley Antimonopolio

Históricamente el Ecuador ha sido un país con una economía altamente concentrada, es decir el poder económico ha estado en muy pocas manos, generando una desigualdad, inequidad y pobreza en la población, al mismo tiempo abusos y prácticas desleales de comercio.

En base al plan nacional para el buen vivir 2009 – 2013, una estrategia importante es incrementar la productividad que permita reducir la concentración de la producción y desarrollar nuevas capacidades de producción.

El pasado 29 de septiembre del 2011 la Asamblea Nacional aprobó la Ley de Regulación y Control del Poder de Mercado, contiene 129 ítems distribuidos de la siguiente forma: 93 artículos, 6 disposiciones generales, 23 reformatorias y derogatorias, 6 transitorias y 1 disposición final. Dentro del contenido de la Ley está determinado lo siguiente: 23 conductas consideradas como de abuso de poder (Art.9), otras 4 enfocadas a la explotación de los operadores económicos (Art.10) y 21 acuerdos y prácticas consideradas prohibidas (Art.11).

2.4.4. Características de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado o Ley Antimonopolio

2.4.4.1. Proceso de regulación

A continuación mencionaremos los siguientes principios generales en los cuales debe basarse el proceso de regulación (creación de la Ley) cuando la competencia es insuficiente, el objetivo debe ser incrementar y crear competencia.

1. Bienestar para los consumidores y oportunidades para los inversionistas

La equidad entre satisfacer las necesidades de los consumidores y oportunidades para los inversionistas debe ser una regulación principal que debe existir, pues así se obtendrá bienes y servicios con calidad a precios justos y a su vez existirá oportunidades de inversión para los empresarios.

2. Transparencia

La información debe ser totalmente accesible con el fin de que tanto reguladores como regulados y otras organizaciones interesadas puedan ser evaluados por los ciudadanos obteniendo una confiabilidad en el proceso y en el caso de existir la reserva de alguna información, esta sea una excepción por razones de normas legales vigentes.

3. Claridad

La reducción de ambigüedades es un punto muy importante en una regulación, pues a través de este se limita la posibilidad de discrecionalidad entre organismos reguladores y regulados. Manteniendo idoneidad de las normas en su aplicación.

4. Simplicidad

Este principio trata sobre la simplicidad que debe tener estas normas y la aplicación de incentivos de carácter general que debe existir para no caer en la tentación de

tratar de coadministrar los organismos regulados y tener más interés por el resultado de los procesos obtenidos que de su administración.

5. Litigación acotada

El planteamiento de mecanismos puntuales de resolución de controversias por parte del organismo regulador ayudará a evitar disputas que posteriormente sean enviadas al sistema judicial y también darán guías correctas que inhiban litigaciones como medio de competencia.

6. Estabilidad

La estabilidad de las reglas puntualizadas son de vital importancia, pues a través de este el marco regulatorio puede analizar posibles cambios en el mismo y al confirmar su deficiencia por medio de un debate estos serán cambiados.

7. Eficacia a mínimo costo

La aplicación regulatoria debe ser rigurosa sin tomar en cuenta los costos que puedan ocasionar a las empresas reguladas y evitar una carga al presupuesto público.

8. Independencia

El organismo regulador debe poseer un diseño institucional resistente a las posibles presiones que los organismos de interés puedan aplicar (Electroandina).

2.4.4.2. Estructura de la Ley Orgánica de Regulación de Control de Poder de Mercado

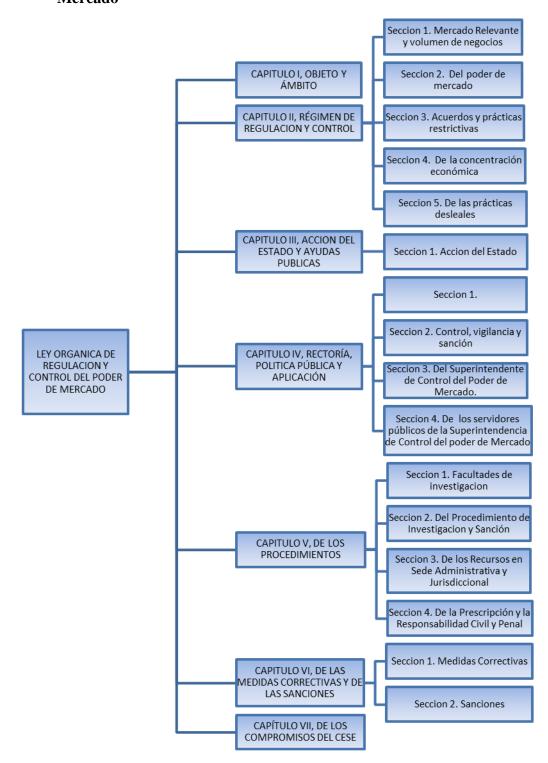


Gráfico 5. Estructura de la Ley

Fuente: Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado

Elaborado por: Geovanna Izurieta Paulina Valdivieso

CAPÍTULO 3 GRUPOS ECONÓMICOS DEL ECUADOR

En nuestro país como resultado del desarrollo del capitalismo en los años 80 se identificaron clases sociales como la llamada burguesía que estaba conformada por diferentes estratos según la diversidad de actividades sobre la cual poseía el control, tenía que ver su grado de vinculación con el capital extranjero o el estado.

El proceso de concentración y centralización de capitales ha sido el detonante para que se formen grupos económicos muy poderosos, verdaderos monstruos monopólicos que han acaparado el mercado de una forma silenciosa, los distintos gobiernos a través de la historia han permitido su crecimiento sin una legislación enfocada a regular el funcionamiento económico.

Se puede decir que desde siempre el Ecuador tuvo y tiene visibles grupos económicos que participan activamente en la economía. La diferencia ahora es que existe una Ley que pretende regular la acción de los grupos económicos en el mercado.

3.1. Definición de grupo económico

De acuerdo con el artículo 5 del Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, para fines tributarios, se define como grupo económico, al conjunto de partes, conformado por personas naturales y sociedades, tanto nacionales como extranjeras, donde una o varias de ellas posean directa o indirectamente 40% o más de la participación accionaria en otras sociedades.

El Servicio de Rentas Internas podrá considerar otros factores de relación entre las partes que conforman los grupos económicos, respecto a la dirección, administración y relación comercial; de ser el caso se emitirá una Resolución sobre el mecanismo de aplicación de estos criterios.

Así mismo, de acuerdo a la normativa anteriormente citada, es obligación del Director General del Servicio de Rentas Internas informar sobre la conformación de los principales grupos económicos del país y su comportamiento tributario. (Servicio de Rentas Internas, 2012)

Con la definición citada respecto a los grupos económico nos queda la certeza que es parte de las obligaciones del SRI identificar quienes han liderado el mercado y es en base a dicha información el respectivo análisis a efectuar. Una de las inquietudes que pretendemos resolver es saber si a partir de la aplicación de la Ley se contará con grupos económicos o a su vez se equilibre la participación de actores en el mercado.

3.2. Los diez grupos económicos más representativos del Ecuador

A continuación describiremos un breve análisis de la formación de los diez grupos económicos.

3.2.1. Grupo Fidel Egas banco de Pichincha

Es un grupo financiero empresarial, se formó el 1965 en torno al banco de Pichincha, fue una asociación de diversas familias terratenientes y comerciantes. El grupo lidera el sector financiero, entre otras actividades económicas, el control del grupo lo asume Fidel Egas.

Está ubicado en Quito. Una de sus principales empresas es el banco de Pichincha, adquirió instituciones financieras extranjeras (Vázquez S. & Saltos G., 2011).

Al 2011 el SRI identifica 88 empresas que son parte del grupo. Para ilustrar lo expuesto revisar ANEXO 1.

3.2.2. Grupo Andes Petroleum

Opera en el Ecuador desde 2006, es uno de los mayores inversionistas extranjeros. Sus principales accionistas son:

- China National Petroleum Corporation 45% paquete accionario.
- China Petrochemical Corporation 55% paquete accionario.

Las empresas que pertenecen a ese grupo se dedican a la industria Hidrocarburífera, actividades como perforación, producción y exploración. Al momento se registran 17 empresas (EkosNegocios, 2012).

Geográficamente sus actividades se desarrollan en el Bloque Tarapoa, en la provincia de Sucumbíos en los Bloques 16 y 17 en la provincia de Orellana y Pastaza. Los hidrocarburos explotados se encuentran en la "Cuenca de Oriente Ecuatoriana", un área que representa la compleja historia de Ecuador en las trampas estratégicas estratigráficas y estructurales de las formaciones Tena, Napo y Hollín (Andes Petroleum Ecuador LTDA).

En los últimos años ha encabezado la lista del SRI como uno de los grupos económicos más relevantes, actualmente posee 17 empresas. Para ilustrar lo expuesto revisar ANEXO 2.

3.2.3. Grupo El Juri

El grupo El Juri se origina de una familia árabe radicada en Cuenca, provincia Azuay, desde 1925 los hermanos Juan y José El Juri fundaron los Almacenes Juan El Juri. (Vázquez S. & Saltos G., 2011). Poco a poco fueron tomando acción en todo el país e incursionando en diferentes ramas como la automotriz, la cosmética, financiera, medios de comunicación, seguros, alimenticia entre otras (Ekosnegocios, 2012).

El grupo El Juri cuenta con empresas en otros países como Perú, Colombia, Venezuela, Panamá, EEUU, España, entre otros.

Según datos del SRI al 2011 el grupo cuenta con 170 empresas. Para ilustrar lo expuesto revisar ANEXO 3.

3.2.4. Grupo Corporación Favorita

Se origina el 1945 Guillermo Wright y tres accionistas más inician sus actividades con una bodega de jabones, velas a la que llamaron "La Favorita" ubicada en el centro de la ciudad de Quito (Corporacion Favorita).

Desde un inicio el negocio se enfocó a distribuir productos de primera necesidad y otros artículos de vestimenta, muebles, electrodomésticos, etc. Una característica que identifica a este grupo es la forma en la que operan sus filiales ya que es un autoservicio (Ekosnegocios).

El SRI identifica a 37 empresas que forman parte del grupo. Para ilustrar lo expuesto revisar ANEXO 4.

3.2.5. Grupo General Motor

Es una empresa multinacional originada en EEUU aproximadamente en 1908 dedicada a la fabricación de automóviles y camiones.

En nuestro país, la historia se remonta a Omnibus BB Transportes (OBB), ensambladora automotriz ecuatoriana, que inició sus operaciones en 1975 de la mano de Bela Botar, joven húngaro y gran emprendedor que emigró al Ecuador y que con su visión revolucionó el mercado automotor ecuatoriano. El sueño de Bela Botar comenzó en el sector de la Kennedy, frente al Colegio Técnico Aeronáutico, en Quito; en un pequeño taller donde se trabajó bajo el nombre de "Proveedora Automotriz", compañía madre de Omnibus BB. (GM OBB del Ecuador)

Cabe recalcar la integración en 1981 de General Motors compañía estadounidense como accionista a partir de lo cual toma el nombre de General Motors Omnibus BB (GM-OBB). Éste fue sin duda el inicio de gran empresa dentro de la industria automotriz, Actualmente se destaca por ser una planta de ensamblaje de vehículos livianos y pesados más grande del Ecuador. (GM OBB del Ecuador)

El SRI pública según datos al año 2011 está conformado por 5 empresas. Para ilustrar lo expuesto revisar ANEXO 5.

3.2.6. Grupo Dinadec

Conocida también como Cervecería Nacional, sus inicios remontan a los años de 1887 cuando empiezan a elaborar cerveza en la ciudad de Guayaquil, pues en el Ecuador solo se consumía cerveza importada. Es considerada una de las más emprendedoras ya que siempre ha ido innovando sus productos para lograr complacer los gustos de sus consumidores, a más de lo expuesto anteriormente su afán por sobresalir en el mercado la ha llevado a cruzar fronteras, llevándola al reconocimiento internacional por su calidad que es un factor exclusivo de distinción.

Actualmente tiene dos plantas fabricantes la primera ubicada en Guayaquil y la segunda en Quito. Como dato adicional desde el 2005 es subsidiaria de la cervecería SAB Miller (Ekos, 2011).

Según datos del SRI posee 2 empresas. Para ilustrar lo expuesto revisar ANEXO 6.

3.2.7. Grupo Holcim

En 1923 inicia sus actividades como Compañía Anónima de Industrias y Construcciones pero en 1948 pasa a llamarse Cemento Nacional para después convertirse en lo que hoy conocemos como Holcim Ecuador perteneciente al grupo suizo Holcim (swissinfo.ch - Swiss Broadcasting Corporation , 2007), una de las compañía más grandes del mundo y en nuestro país es considerada la cementera nacional con mayor acogida por los ecuatorianos. Posee actualmente 5 empresas en el Ecuador, sus principales actividades están dirigidas en cementera, hormigonera y agregados.

Según datos del SRI está conformada por 5 empresas. Para ilustrar lo expuesto revisar ANEXO 7.

3.2.8. Grupo Corporación El Rosado

En el año de 1936 y en primera instancia como una panadería nació la idea de crear un negocio económico por el señor Alfredo Czarninski y su esposa en la ciudad de Guayaquil. Esta panadería se llamó El Rosado y años más tarde este negocio progreso tanto hasta ofrecer al público por primera vez una tienda de autoservicio denominado Supermercados (CORPORACION EL ROSADO S.A), su éxito ha sido aceptable en la población.

El SRI identifica a 14 empresas que forman parte del grupo. Para ilustrar lo expuesto revisar ANEXO 8.

3.2.9. Grupo Noboa

Nombrado el grupo más poderoso del Ecuador debido a que desde sus primeros años de creación, su fuerza económica controlaba a más de 69 poderosas empresas del país y constituía la mayor fuente de trabajado con más de 20 mil personas. "El grupo se forma durante el auge bananero (1948 – 1965)" (Vázquez S. & Saltos G., 2011, pag.277), encabezada por el magnate Luis Noboa Naranjo quien dirigió a este grupo hasta su muerte.

Después de la muerte del magnate surge una disputa por la herencia entre la señora Mercedes Santisteban viuda de Noboa y el hijo mayor Álvaro Noboa Pontón más otros conflictos entre las familias que conformaban el grupo, hicieron que se viva momentos de tensión en el mismo, pero debido a la constitución del Frente de Reconstrucción Nacional se evidenció que el grupo volvió a tener su hegemonía.

El grupo no solo dominaba el sector bananero sino que también incursionó en varias áreas como son: café, cacao, petróleo, la industria alimenticia, papeleras, productos químicos, el sector comercial y el sector financiero. Actualmente el grupo está representado por el señor Abogado Álvaro Noboa quien ha guiado a sus empresas hacía nuevos horizontes económicos.

En la actualidad posee 151 empresas en el Ecuador y todo el mundo, esto lo estableció el Servicio de Rentas Internas. Para ilustrar lo expuesto revisar ANEXO 9.

3.2.10. Grupo Pronaca

Su inicio se realizó con la creación de la empresa llamada INDIA y su principal actividad era la de importadora de insumos agrícolas desde 1957 desde entonces su incansable empeño en desarrollarse en el mercado competitivo lo lleva a que en 1979 se creará Pronaca que era una procesadora nacional de aves pero en 1999 se convierte en la procesadora nacional de alimentos diversificando su producción a conservas, embutidos, carne de cerdo, pavo, pescado sin dejar a un lado su producto estrella el pollo (Pronaca).

Según el SRI actualmente posee 33 empresas en el país. Para ilustrar lo expuesto revisar ANEXO 10.

3.3. Posicionamiento de los diez grupos económicos de acuerdo a sus ingresos

A continuación podemos observar un breve resumen respecto a los datos publicados por el SRI el 26 de julio del 2012. Se ha resumido en términos de porcentaje la participación tributaria de los 10 grupos económicos de acuerdo los ingresos obtenidos en el año 2011, quien lidera esta lista es el grupo Andes Petroleum con el 8.30% de Impuesto a la Renta causado.

Tabla 6 Participación tributaria de los 10 grupos económicos

Nombre del grupo	Total ingresos 2011	Impuesto a la renta causado 2011	Carga fiscal 2011
ANDES PETROLEUM	2.420.676.339	200.996.998	8,30%
ALMACENES JUAN ELJURI	2.142.176.337	43.954.196	2,05%
CORPORACION FAVORITA	1.950.378.837	48.805.384	2,50%
DINADEC (CERVECERIA NACIONAL)	984.152.587	34.119.613	3,47%
HOLCIM	927.573.206	31.563.644	3,40%
BANCO PICHINCHA	1.686.669.429	36.318.785	2,15%
CORPORACION EL ROSADO	916.632.558	12.879.333	1,41%
GENERAL MOTORS	1.236.867.549	15.734.702	1,27%
INDUSTRIA PRONACA	840.271.355	9.535.809	1,13%
EXPORTADORA BANANERA NOBOA	869.698.903	4.234.094	0,49%

Fuente: Servicio de Rentas Internas, 2012

Elaborado por: Geovanna Izurieta Paulina Valdivieso

3.3.1. Participación respecto al total ingresos de los grupos económicos

A partir de enlistar a 100 grupos económicos considerados como los contribuyentes que mayor aporte tributario han generado, los mismos que suman un total de ingresos en el año 2011 por \$35,753,617,223.00 relacionándolo con el total de ingresos de cada grupo podemos identificar nuevamente que el grupo Andes Petroleum con el 6,77% lidera la lista, seguido de: Almacenes Juan el Juri con el 5.99%, Corporación Favorita con el 5.46%, Banco de Pichincha 4,72%, General Motors 3.46%, Dinadec 2.75%, Holcim 2,59%, Corporación el Rosado 2.56%, Exportadora Bananera 2.43%, Industria Pronaca 2.35%.

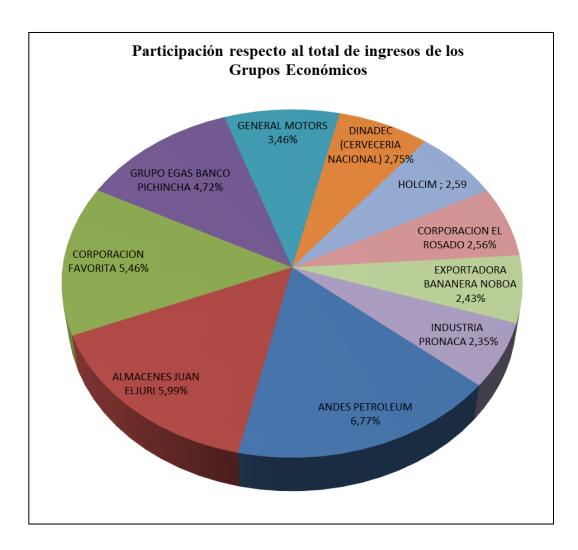


Grafico 6. Participación respecto al total ingresos de los grupos económicos

Fuente: Servicio de Rentas Internas, 2012

Elaborado por: Geovanna Izurieta Paulina Valdivieso A cada agrupación económica podemos resaltar la empresa que mayor aporte le ha generado en sus ingresos, a continuación lo detallamos:

Tabla 7 Empresas que han generado mayor ingreso por cada grupo económico

Grupo económico	Razón social integrante lidera el grupo	Ingresos del integrante
ANDES PETROLEUM	CONSORCIO PETROLERO BLOQUE 16	569.052.977,00
ALMACENES JUAN ELJURI	NEGOCIOS AUTOMOTRICES NEOHYUNDAI S.A.	298.056.532,00
CORPORACION FAVORITA	CORPORACION FAVORITA C.A.	1.488.840.879,00
GRUPO EGAS	BANCO PICHINCHA	880.788.763,00
GENERAL MOTORS	OMNIBUS BB TRANSPORTES S.A.	818.783.724,00
DINADEC (CERVECERIA NACIONAL)	DINADEC S.A.	598.054.997,00
HOLCIM	CONSTRUMERCADO S.A.	468.703.947,00
CORPORACION EL ROSADO	CORPORACION EL ROSADO S.A.	867.827.368,00
EXPORTADORA BANANERA NOBOA	BANANERA CONTINENTAL BANACONT S.A.	193.935.387,00
PRONACA	PROCESADORA NACIONAL DE ALIMENTOS C.A. PRONACA	735.809.798,00

Fuente: Servicio de Rentas Internas, 2012

Elaborado por: Geovanna Izurieta Paulina Valdivieso 3.4. Análisis de los posibles efectos e impacto de la Ley Orgánica de Regulación

y Control del Poder de Mercado o Ley Antimonopolio

A partir de conocer la estructura de la Ley y su enfoque, procederemos con el

análisis respectivo considerando el objetivo de la investigación.

3.4.1. Capítulo I: Del objeto y ámbito

3.4.1.1. Objeto y ámbito

Haciendo un resumen respecto al objeto de la Ley podemos decir que

encaminado a regular, controlar y sancionar las operaciones de concentración

económica, promoviendo la igualdad de oportunidades en el mercado de esta manera

eliminar las prácticas desleales de competencia. Como consecuencia buscar un

bienestar para consumidores y usuarios.

En cuanto al ámbito, la Ley indica que debe estar aplicada para todos quienes

realicen actividades económicas, sean personas naturales, jurídicas, públicas o

privadas, nacionales o extranjeras algo muy importante con o sin fin de lucro.

En cuanto a los grupos económicos que están siendo parte del análisis podemos decir

que ninguno se queda fuera del alcance de la Ley, pues mantienen las siguientes

características en común:

• Mantienen una situación geográfica definida en base a sus operaciones.

• Cada grupo está compuesto por personas naturales o jurídicas.

• Cada grupo económico está conformado por diferentes tipos de empresas que

ofrecen distintos productos que complementan al consumidor sus

necesidades.

58

3.4.2. Capítulo II: Régimen de regulación y control

3.4.2.1. Sección 2 Del poder de mercado

3.4.2.1.1. Artículo 7.- Poder de mercado

Es la capacidad de los operadores económicos para influir significativamente en el mercado. Dicha capacidad se puede alcanzar de manera individual o colectiva. Tienen poder de mercado u ostentan posición de dominio los operadores económicos que, por cualquier medio, sean capaces de actuar de modo independiente con prescindencia de sus competidores, compradores, clientes, proveedores, consumidores, usuarios, distribuidores u otros sujetos que participen en el mercado. (Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, 2011, pág. 4)

Para efectos de esta Ley podemos mencionar que actualmente en el Ecuador si existe poder de mercado, el mismo que se ha incrementado a través de los años y se lo ha evidenciado con la creación masiva de grupos económicos mencionados en el capítulo anterior. Estos grupos económicos se han apoderado del mercado con estrategias comerciales basándose en contratos de exclusividad, porcentajes de descuentos, marketing desleal y más.

Como referencia a este punto podemos decir que el grupo Corporación La Favorita con varias marcas y cadenas afiliadas se ha establecido en el mercado con un acaparamiento de poder económico absolutamente alto, a tal punto de considerarlo como un Trust por la capacidad de funcionar en el mercado con otras empresas y obtener de ellas ventajas de producción y venta. Una de sus marcas principales es Supermaxi con excelencia en calidad como lo expresa la revista económica del IDE publicada en Agosto del 2009, en una encuesta realizada al azar publicada en la página 6, esta marca ha encontrado en el factor de calidad ser la empresa con más acogida por el propio consumidor y gracias a la aplicación de un mercado vertical y horizontal la distribución de sus productos a podido ser en forma variada, llegando a satisfacer las diferentes necesidades de sus clientes. Hoy en día este grupo con el concepto de negocio sigue innovando propuestas de oferta al consumidor proponiendo diferentes artículos para sus diferentes necesidades como son: artículos

para el hogar, artículos para vehículos, línea blanca, prendas de vestir, servicio de panadería, artículos de audio y video, herramientas, entre otros. Esta estrategia en el mercado sigue haciendo de esta organización, la tienda de autoservicio más poderosa del país opacando así el ingreso de empresas que posean los mismos productos pero no un poder económico.

Otro ejemplo de poder de mercado lo indica la revista Acelerando (2011), el sector automotriz ha tenido un crecimiento importante, durante el año tuvo un total de ventas 134.236 unidades, de las cuales la empresa General Motors (de origen Internacional) tuvo una participación del 44.09%, es decir 59.189 unidades vendidas y el 64% está repartido en las diferentes marcas, de esta manera evidenciamos un acaparamiento de mercado del mencionado grupo.

Adicionalmente, basándonos en nuestro análisis entre los 10 grupos económicos más representativos podemos decir que el beneficio sigue siendo para estos, es importante resaltar los concesionarios de vehículos que son parte de ciertos grupos económicos y también su participación financiera. Los analíticos coinciden en que un factor clave para el crecimiento del sector automotriz, es la facilidad que el sistema financiero proporciona a través de los créditos vehiculares que se expanden con rapidez. Sin dejar a un lado que al ser una transacción a crédito tiene la condición de adquirir un seguro, servicio prestado por aseguradoras que también pertenecen a un determinando grupo. A continuación detallaremos el grupo económico y sus relacionados:

El Juri: banco del Azuay, Neohundai, Aymesa S.A, Quito Motors S.A, Metrocard S.A, Asiauto S.A, Neoauto S.A, Recordmotor S.A, Eurovehículos S.A, Seguros Unidos, Acosautro.

Grupo Noboa: Banco del Litoral S.A, Generali Ecuador Compañía de Seguros S.A, Compañía de Seguros Cóndor S.A.

Grupo Egas. Banco de Pichincha y Rumiñahui Autodelta, Consorcio del Pichincha, Banco de Loja, Seguros del Pichincha.

3.4.2.1.2. Artículo 8.- Determinación del poder de mercado

Para efectos de esta Ley la determinación de poder de mercado se basa en varias actividades que realizan los operadores en el mercado, por ejemplo: La participación de forma directa o a través de personas naturales o jurídicas para fijar precios o restringir el abastecimiento de otros agentes económicos, la existencia de barreras a la entrada y salida de cualquier tipo, el acceso único para adquirir insumos (Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, 2011).

Tabla 8 Acuerdos de distribución Pronaca

Contratos de integración Pronaca				
Supermercados	1er. Trimes. Ventas 2009			
Supermaxi	62,54%			
Mi Comisariato	22,85%			
Mega Santa María	8,36%			
Almacenes TIA	4,43%			
Supermercados Magda Espinoza	1,82%			

Fuente: Mantilla, 2011

Elaborado por: Geovanna Izurieta Paulina Valdivieso

En relación al cuadro anterior podemos decir que Pronaca tiene una estrategia de venta en la que establece acuerdos de distribución con diferentes supermercados eso lo establece la revisa Eutopía en la que dice: "Estos supermercados mantienen contratos de integración con Pronaca, y garantizan un 8% de sus ventas totales a esta agro-empresa" (Mantilla, 2011, pág. 129), colocando barreras para quienes desean ingresar en el mundo de la comercialización y distribución de este producto. Así el abastecimiento del producto con ayuda de terceros ha sido un factor muy importante, otorgando ventas excelentes para este grupo económico.

La aplicación de marketing por parte del grupo Pronaca es un factor muy importante porque ha establecido en la población un cambio alimenticio, como lo menciona la revista Eutopía número 2 del mes de octubre del año 2011 en el cual se afirma que: el consumo de alimentos altos en proteína animal es la mejor, creando en el consumidor la idea de adquirir más carne de pollo para el bienestar de su familia. Otro punto que no pasa desapercibido en esta gran competencia, son los acuerdos de venta con otros productos muy distintos a la producción original, de esta empresa que hoy en día se los puede divisar en las salas de venta de Pronaca como son conservas, enlatados, alimento para canes, entre otros. Este y los puntos antes analizados han garantizado la permanencia de Pronaca en el mercado.

3.4.2.1.3. Artículo 9.- Abuso del poder de mercado

Hablaremos del abuso del poder de mercado y como la Ley lo tipifica, el artículo indica lo siguiente:

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. (Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, 2011, pág. 5)

El artículo 9 al igual que el artículo 10 estipulan las conductas bajo las cuales se puede identificar que hay abuso de poder de mercado, anteriormente habíamos analizado cuando se determina hay poder de mercado, pero el abuso de poder se refiere a las condiciones que puedan tener los grupos económicos para acaparar un mercado relevante. Ejemplificamos la comercialización y convenios existentes de los productos que Pronaca, a través de Corporación Favorita, en este caso la Ley si se lo determina como un acto abusivo, de acuerdo al tercer ítem del Artículo 9 que dice:

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. (Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, 2011, pág. 5)

Los acuerdos existentes no dan lugar a pequeños productores a tener el mismo nivel de ventas en este caso como proveedores. Nuestro punto de vista en cuanto lo que indica esta Ley podemos decir, si bien es cierto a lo largo del tiempo las dos empresas han tenido una trayectoria relevante comercial e industrial, sus acuerdos comerciales les ha permitido tener un posicionamiento significativo utilizando estrategias de mercado ya sean de marketing para proyectar una marca para el consumidor, en cuanto a la calidad en procesos, en contar con mano de obra especializada, recursos tecnológicos de última generación, entre otros elementos. La oportunidad de que un oferente "X" pueda hacer un contrato con Corporación la favorita manteniendo su origen, es imposible que lo haga, pues siendo el caso del oferente "X" sus productos se comercializan con la marca Supermaxi, es lo que actualmente sucede. Por lo tanto podemos acotar, que la marca es un elemento importante y marca una tendencia y por ende las preferencias del consumidor.

Como otro efecto y consecuencia de la aplicación de la Ley podemos mencionar en el mismo artículo 9, ítem 16 determina como abuso de poder lo siguiente:

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. (Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, 2011)

Actualmente, se ha eliminado el cobro para obtener las tarjetas de descuento que ofrecen las diferentes casas comerciales como por el ejemplo, en las grandes cadenas como Corporación Favorita (Supermaxi y Megamaxi) y el Rosado (Mi Comisariato), la Ley no prohíbe la distribución de estas tarjetas, pues el derecho a acceder a un descuento no debe ser un privilegio, por lo cual ya está al alcance de todos los consumidores que así lo deseen.

Otro ejemplo muy importante podemos tomar la aseverante denuncia publicada en El Universo (2007) por parte del señor presidente Eco. Rafael Correa en la cual "acusa a

la cementera Holcim de Suiza y Lafarge de Francia, de encarecer los precios del cemento mediante prácticas oligopólicas." Es así que basándonos a hechos pasados podemos recordar, de qué manera Holcim se estableció en el Ecuador y la historia nos relata que en 1999 la industria "Cementera Nacional" fue adquirida por un grupo de empresarios guayaquileños quienes en el lapso de un año, vendieron esta empresa a la hoy denominada Holcim.

La empresa Holcim ha tomado una participación activa en el mercado debido a la diversidad en cuanto a la oferta de bienes y servicios como por ejemplo su producto principal el cemento, hormigón, agregados de la construcción como son piedra caliza, arena y grava, además los servicios de maquinaria como son mixers que es el transporte de hormigón, pavimentadoras, bordilleras, bombas estacionarias y más. Estos productos y el servicio que otorga a sus clientes han hecho de esta empresa la organización con mayor acogida en el mercado y ha ganado en el mundo entero estar entre las líderes en la producción de este producto.

Actualmente en el Ecuador, la empresa Holcim tiene un mercado ventajosamente ganado ya que los ecuatorianos por costumbre o estatus prefieren el material de Holcim. Pero sí tomamos en cuenta que la industria cementera en nuestro país está distribuido a tan solo cuatro empresas, las cuales son: las multinacionales Holcim, Lafarge y las públicas Chimborazo y Guapán. Esto nos hace reflexionar ¿Sí Holcim tiene mayor acogida en el mercado de cemento, que pasa con las otras empresas que están en la competencia? para este punto la gráfica que a continuación exponemos, emitida por la revista Ekos en febrero del 2012, nos muestra el porcentaje que tiene cada empresa en el mercado cementero.

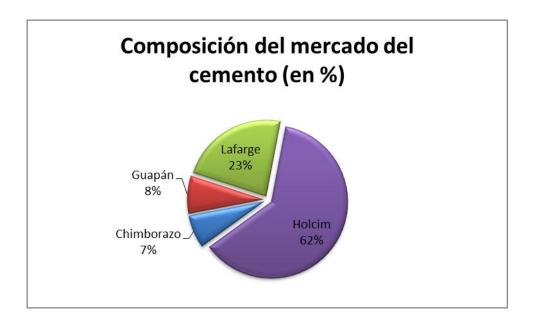


Gráfico 7. Composición del mercado del cemento

Fuente: (Ekosnegocios, 2012) Elaborado por: Geovanna Izurieta Paulina Valdivieso

Acogiéndonos al gráfico anterior podemos observar que Holcim efectivamente tiene un 62% de participación en el mercado del cemento, mientras su competencia se distribuye el 38% del mercado.

Para efectos de esta Ley podemos decir que Holcim podría incurrir en el artículo 9 literales 3, 4 y 6 debido a que su poder de mercado ha sido un factor muy significativo tanto para su crecimiento económico como para su desarrollo en la competencia pues con este poder ha implementado en su industria: tecnología actualizada, maquinaria de punta, muy buena infraestructura, calidad de producción, lo que no ocurre con sus competidores. En cuanto a la denuncia mencionada anteriormente por parte del presidente del Ecuador, la incurrencia de Holcim podría recaer en el artículo 11 sobre los acuerdos y prácticas restrictivas de los literales 1 y 8.

3.4.2.2. Sección 3 Acuerdos y prácticas restrictivas

3.4.2.2.1. Artículo 11.- Acuerdos y prácticas prohibidas

Están prohibidas y serán sancionados de conformidad con las normas de la presente Ley todo acuerdo, decisión o recomendación colectiva, o practica concertada o conscientemente paralela, y en general todos los actos o conductas realizados por dos o más operadores económicos, de cualquier forma manifestados, relacionados con la producción e intercambio de bienes o servicios, cuyo objeto o efecto sea o pueda ser impedir, restringir, falsear o distorsionar la competencia, o afecten negativamente a la eficiencia económica o el bienestar general. (Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, 2011, pág. 6)

Como podemos puntualizar, esta Ley contiene sanciones para quienes atenten contra la leal competencia como por ejemplo quienes realicen acuerdos de exclusividad, manipulación de tasas de interés, reparto de zonas geográficas que limiten a la competencia y más. Pero podemos ver que en la actualidad existen ciertos organismos que realizan acuerdos entre distribuidores y proveedores, posibilitando a estos organismos a que en un futuro se puedan aplicar descuentos y ofertas tentadoras para los consumidores pero al mismo tiempo causar verdaderos desastres para comerciantes que no pueden ofrecer los mismos beneficios que la competencia.

Un caso muy llamativo es sobre la compañía Cervecería Nacional quien ha marcado en el país su historia por su calidad de producto y distinción de sus características esenciales como son: su botella ámbar de cuello largo, su logo y símbolo ecuatoriano que hacen referencia a sentimientos patrióticos los cuales los distinguen de otras marcas y esto lo dejo establecido cuando en Septiembre del 2004 denunció en el Juzgado Octavo de lo Civil de Guayaquil a la empresa brasileña AmBev con firma en Ecuador, asegurando un plagio de sus botellas las cuales aparentemente estaban patentadas desde 1991 señalo el señor José Alfredo González representante jurídico de la Cervecería Nacional según se publicó en el periódico el Hoy (2004), pero según esta misma fuente el señor Flavio Fernández representante legal de AmBev señalo que según investigaciones de su empresa la Cervecería Nacional, intento

patentar sus botellas pero esta petición fue negada por que el envase era de uso común y según la Ley no se puede patentar las formas comunes.

Ahora, sólo se sabe que AmBev opto por cambiar la forma de su botella, y esta batalla solo quedo en un enfrentamiento publicitario, pero si no llegaron a un acuerdo ¿Por qué AmBev con su producto Brahma cambio la forma de su botella? o mejor aún ¿Cómo Pilsener sigue manteniendo la forma de su botella si no pudo patentarla?, ¿Acaso existió un acuerdo entre organización y proveedor? Son preguntas que sólo pueden quedar planteadas ya que la verdadera respuesta solo la tienen los involucrados en esta guerra de botellas.

Cervecería Nacional PILSENER	AmBev BRAHMA	
PILSENER	BRAHMA	BRAHMA

Gráfico 8. Ejemplo Cervecería Nacional vs Ambev Elaborado por: Geovanna Izurieta
Paulina Valdivieso

Sobre el artículo mencionado, el acto tomado como ejemplo estaría tipificado en el ítem 9 que dice: "Concertar con el propósito de disuadir a un operador económico de una determinada conducta, aplicarle represalias u obligarlo a actuar en un sentido determinado" (Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, 2011, pag.7). Otra conducta tipificada en el ítem 1 que habla sobre la discriminación de precios, condiciones y modalidades de negocios junto con la venta condicionada, atada e injustificada se puede ejemplificar lo que actualmente sucede, si una tienda X, compra el producto en una cantidad pactada en un tiempo determinado puede acceder a beneficios, descuentos, promociones como: recibir una refrigeradora sobre

la cual solo puede exhibir los productos de dicha empresa, entre otros. Estos actos podrían estar sujetos al organismo de control el cual determinará si son o no infracciones. A más de lo detallado anteriormente podemos decir que geográficamente esta compañía tiene una ventaja, por ser históricamente la cerveza de los ecuatorianos es distribuida en todo el país.

En base a lo señalado por la Ley, vamos a mencionar otros posibles actos que podrían estar inmersos y de alguna manera afectando los interés de los consumidores, según lo estipula el artículo 11, ítem 1 "Fijar de manera concertada o manipular precios, tasas de interés, tarifas, descuentos, u otras condiciones comerciales o de transacción, o intercambiar información con el mismo objeto o efecto" (Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, 2011, pág. 6).

Grupo Fidel Egas banco de Pichincha: En el primer trimestre de este año el Banco de Pichincha presenta a través de la televisión una promoción en la que indica que con el pago de consumo de un producto específico con tarjeta Visa Experta en Café Valdez obtiene gratis una galleta adicional. Otro ejemplo que podemos mencionar antes de promulgarse la Ley, Multicines (empresa del mismo grupo) para poder obtener la tarjeta de afiliados tenía un precio, pero al presentar la tarjeta Visa Pichincha el precio era más bajo.

Grupo Corporación El Rosado - Supercines y Grupo Egas - Multicines, son dos empresas que lideran el mercado de explotación comercial del cine como medios de diversión, promocionan una tarjeta de afiliación con la cual se ofrecen ciertos beneficios y privilegios en cada uno de ellos, de alguna manera esta forma de operar segmenta el mercado pues sí como consumidor no poseo la tarjeta de una o las dos empresas no accedo a los beneficios que finalmente tiene influencia sobre los precios, por ende el ser afiliado de una de estas empresa implica que tenga una razón para ser cliente de una sola empresa. Sólo podemos dejar como incógnita sí frente a estas acciones debería tomar medidas la Superintendencia.

Sobre el mismo artículo 11 de la Ley Antimonopolio respecto a las conductas, acuerdos y prácticas prohibidas específicamente el ítem 3 que menciona, el reparto de clientes, proveedores o zona geográficas es un punto muy importante ya que

dificulta a quienes con el fin de participar del comercio se ven afectados por no poder competir con quienes a través del tiempo han ganado territorio y ofertan a los consumidores toda clase de bienes o servicios que necesitan.

Para nuestro análisis tomaremos el ejemplo de los almacenes Juan El Juri quienes podrían infringir la Ley, pues poseen un total de 170 empresas distribuidas de la siguiente manera en el país; 35 empresas en la provincia del Guayas, 56 empresas en la provincia de Pichincha y 79 empresas en la provincia del Azuay datos establecidos por el S.R.I (2012), esta información a simple vista dice que posee una gran cantidad de empresas en una determina zona, estableciendo un poder económico geográficamente y haciendo posiblemente difícil el ingreso a otros organismos que deseen participar del comercio.

Otro ejemplo sobre el posicionamiento de zonas geográficas podría ser la del Grupo Noboa pues según información del S.R.I (2012) posee 132 empresas en la provincia del Guayas, 5 en la provincia de Pichincha, 3 en la provincia de Manabí y 1 en la provincia de Cotopaxi constituyéndose como el grupo dueño de la mayor cantidad de empresas en la zona costera de los grupos objeto de nuestro análisis, siendo la Exportadora Bananera Noboa su principal empresa que a través de la historia ha mantenido los primeros lugares en el mercado nacional e internacional uno de los factores que ha contribuido a su desarrollo ha sido su ubicación geográfica favorecido por el clima de la zona.

Para mayor información procederemos a presentar una tabla demostrativa de cada uno de los grupos y su posicionamiento geográfico.

Tabla 9 Posicionamiento geográfico de grupos económicos en el Ecuador

Empresas por zona geográfica									
GRUPO ECONÓMICO	PICHINCHA	GUAYAS	MANABÍ	COTOPAXI	LOS RÍOS	AZUAY	LOJA	TUNGURAHUA	GALÁPAGOS
ANDES PETROLEUM	16	0	0	0	0	0	0	0	0
ALMACENES JUAN ELJURI	56	35	0	0	0	79	0	0	0
CORPORACION FAVORITA	27	7	0	0	0	0	0	0	0
BANCO PICHINCHA	81	4	0	0	0	0	1	1	1
GENERAL MOTORS	5	0	0	0	0	0	0	0	0
DINADEC	0	2	0	0	0	0	0	0	0
HOLCIM	0	5	0	0	0	0	0	0	0
CORPORACION EL ROSADO	3	8	0	0	0	0	0	0	0
EXPORTADORA BANANERA NOBOA	5	132	3	1	0	0	0	0	0
PRONACA	25	6	1	0	1	0	0	0	0

Fuente: Servicio de Rentas Internas, 2012

Elaborado por: Geovanna Izurieta

Paulina Valdivieso

3.4.2.2.2. Artículo 13.- Regla de mínimis

Luego del análisis del Articulo 11 es importante conocer lo que estipula el artículo 13 regla de mínimis en cuanto a pequeños grupos económicos que no están en nuestro estudio:

Las prohibiciones establecidas en el artículo 11 no se aplicaran a aquellas conductas de operadores económicos que por su pequeña escala de operación y/o por su escasa significación, no sean capaces de afectar de manera significativa a la competencia. La Junta de Regulación determinara los criterios para la aplicación de la regla mínimis. (Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, 2011, pág. 7)

3.4.2.3. Sección 5 De las prácticas desleales

Como parte del contenido de esta Ley revisaremos brevemente la regulación de la competencia, a través de la cual se establece cuando existe una práctica desleal entre productores y comerciantes.

La normativa bajo la cual ha estado regulada la competencia antes de la aprobación de la presente Ley han sido varias como por ejemplo, la Constitución, a Ley de propiedad Intelectual, la Ley Orgánica de defensa al consumidor, en tratados internacionales como las normas de la Comunidad Andina de Naciones (CAN).

Este capítulo busca penalizar los actos desleales que día a día se puede observar a través de los medios de comunicación, afectando a la propiedad intelectual de las personas, al consumidor y obviamente al competidor, que de alguna manera afecten el esfuerzo para sacar adelante un producto o servicio.

3.4.2.3.1. Artículo 25.- Definición

Se considera desleal a todo hecho, acto o práctica contrarios a los usos o costumbres honestos en el desarrollo de actividades económicas, incluyendo aquellas conductas realizadas en o a través de la actividad publicitaria. La expresión actividades económicas se entenderá en sentido amplio, que abarque actividades de comercio, profesionales, de servicios y otras. (Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, 2011, pág. 10)

El abuso desmedido de una posición privilegiada en el mercado por parte de quienes tienen poder puede ser evidente en varios actos que distorsionen la competencia, atenten contra la eficiencia económica o el bienestar de consumidores y competidores. A continuación mencionaremos las prohibiciones por parte de esta Ley:

- Actos de confusión.
- Actos de engaño.

- Actos de imitación.
- Actos de denigración.
- Actos de comparación.
- Explotación de la reputación ajena.
- Violación de secretos empresariales.
- Inducción a la infracción contractual.
- Violación de normas.
- Prácticas agresivas de acoso.

3.4.3. Capítulo IV: Rectoría, política pública, y aplicación

A continuación hablaremos sobre quien recae el control y aplicación de la Ley, pues de acuerdo a la Constitución de la República del Ecuador dispone la creación de las superintendencias como entes de control de actividades económicas, sociales y ambientales que sean prestados por empresas públicas o privadas.

3.4.3.1. Sección 2 Control, vigilancia y sanción

3.4.3.1.1. Artículo 36.- Autoridad de aplicación

Créase la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, misma que pertenece a la función de Transparencia y Control Social, como un organismo técnico de control, con capacidad sancionatoria, de administración desconcentrada, con personalidad jurídica, patrimonio propio y autonomía administrativa, presupuestaria y organizativa, la que contará con amplias atribuciones para hacer cumplir a los operadores económicos de los sectores público, privado y de la economía popular y solidaria. (Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, 2011, pág. 13)

Como efecto de la Ley, la creación de la entidad se realizó el 13 de octubre del 2011, actualmente se encuentra en funcionamiento la Superintendencia de Control del Poder de Mercado ubicada en la ciudad de Quito, sector Bellavista. Está legalmente constituida desde el 29 de septiembre del 2012, fue cuando se emitió el Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos de la Superintendencia de control del Poder de Mercado, en el cual se detalla su estructura en procesos y estructura orgánica.

A continuación se resume las principales facultades de la SCPM:

- Promover la transparencia y eficiencia en los mercados.
- Fomentar la competencia.
- Prevención.
- Sanción.
- Eliminación del abuso de poder de mercado.
- Expedir normas regulatorias.

La dirección de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, debe ser dirigida por un Superintendente según lo establece el artículo 42 de la Ley. Al momento el Economista Pedro Páez Pérez es quien ha sido designado como máxima autoridad a partir del 31 de julio 2012 por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social (Función de Transparencia y Control Social).

Actualmente la Superintendencia se encuentra en una fase de existencia, de creación, de construcción la cual está buscando medios para difundir su alcance, sus objetivos, y todo lo que pretende lograr con esta nueva Ley, es así que al momento cuenta con una página web en el internet, redes sociales, un programa de televisión, presentación de varios conversatorios, talleres a nivel nacional referentes a los

monopolios contando con destacados expositores, promoviendo becas para especialización y elaboración de trabajos de tesis enfocadas al tema.

En relación a la aplicación de la Ley no podemos identificar todavía casos que hayan tenido una sanción, más adelante tendremos un referente de lo que podemos conocer sobre procedimientos para iniciar una investigación tal como indica el capítulo V, Sección 2, puede ser de oficio, a solicitud de otro órgano administrativo del sector público o por cualquier persona natural o jurídica. A continuación graficaremos el proceso a seguir para el caso de una denuncia:

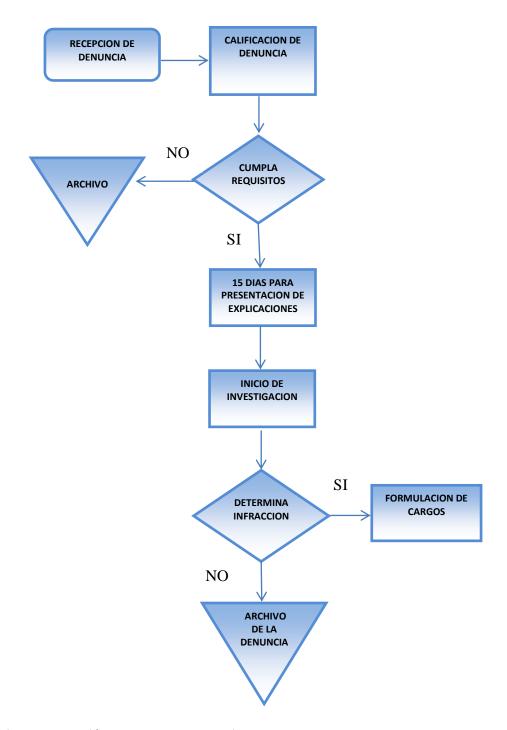


Gráfico 9. Representación de proceso de denuncias

Elaborado por: Geovanna Izurieta Paulina Valdivieso

Como parte de nuestra investigación de campo realizada, podemos demostrar que actualmente se han presentado denuncias, de lo cual tuvimos un acceso limitado para obtener información, nos manifestaron que es imposible entregar mayores datos que lo publicado por la Superintendencia y en cumplimiento a la Ley, Artículo 56 que indica lo siguiente:

"El proceso previo a la investigación, así como la fase investigativa serán de carácter reservado, excepto para las partes directamente involucradas" (Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, 2011, pág. 19).

A continuación vamos a presentar un cuadro resumen de los casos que actualmente están siendo tramitados por la Superintendencia:

Tabla 10 Análisis de casos que están siendo tramitados por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado

Fecha de ingreso a la Superintendencia	Motivación	Tipificación de acuerdo a la ley	Intendencia que lleva el caso	Sector de la economía	Estado del proceso	Fojas del expediente
		Abuso de Poder de Mercado o Acuerdos y				
		Prácticas Restrictivas, no se limita a una sola	Intendencia de Investigación de			
14 de diciembre de 2012	Remitidos por el MIPRO	práctica	Abuso de Poder de Mercado	Compras Públicas	Iniciar etapa de investigación	3.593
			Intendencia de Investigación de			
14 de diciembre de 2012	Remitidos por el MIPRO	Acuerdos y Prácticas Restrictivas	Abuso de Poder de Mercado	Compras Públicas	Iniciar etapa de preinvestigación	1.368
			Intendencia de Investigación de			
14 de diciembre de 2012	Remitidos por el MIPRO	Abuso de Poder de Mercado	Abuso de Poder de Mercado	Telecomunicaciones	Iniciar etapa de preinvestigación	233
00 1 61 1 2012	B	A los Básis Basis	Intendencia de Investigación de Abuso de Poder de Mercado		6.5.11.1.2	4
08 de febrero de 2012	Denuncias ingresadas	Acuerdos y Prácticas Restrictivas	Abuso de Poder de Mercado	Aeroportuario	Solicitud de aclaración y ampliación	-
			Intdi. d. Itiii			692 y 6 cajas
24 de octubre de 2012	Denuncias ingresadas	Abuso de Poder de Mercado	Intendencia de Investigación de Abuso de Poder de Mercado	Telecomunicaciones	Iniciar la etapa de investigación	con documentación
24 de octubie de 2012	Denuncias ingresadas	Abuso de Fodel de Melcado	Intendencia de Investigación de	Telecomunicaciones	iniciai la etapa de investigación	documentación
30 de noviembre de 2012	Denuncias ingresadas	Abuso de Poder de Mercado	Abuso de Poder de Mercado	Venta de libros	Archivo	35
30 de noviembre de 2012	Denuncias ingresadas	Prácticas Desleales, Art. 27, numeral 10 LORCPM:	Abuso de l'odel de Meleado	venta de noios	Alchivo	33
		Prácticas de acoso, coacción e influencia indebida	Intendencia de Investigación de	Educativo, comercialización de		
30 de noviembre de 2012	Denuncias ingresadas	contra los consumidores.	Prácticas Desleales	libros, textos escolares	Archivo de la denuncia	38
30 de 110 vienibre de 2012	Denancias ingresidas	Prácticas Desleales, Art. 27, numeral 7 LORCPM:	Intendencia de Investigación de	Turismo, servicios de agencias de	Them's de la dendiela	50
5 de diciembre de 2012	Denuncias ingresadas	Violación de secretos empresariales.	Prácticas Desleales	viajes	Archivo de la denuncia	1112
		Notificación obligatoria de concentración	Intendencia de Control de		El caso se encuentra en la etapa	
18 de octubre de 2012	Notificaciones recibidas	económica	Concentraciones	Balanceados.	investigativa	808
				Embotellamiento y	<u> </u>	
		Notificación Informativa de concentración	Intendencia de Control de	Comercialización de bebidas no	Se avoca conocimiento de la	
18 de octubre de 2012	Notificaciones recibidas	económica	Concentraciones	alcohólicas.	notificación informativa.	311
		Notificación Informativa de concentración	Intendencia de Control de		Se avoca conocimiento de la	
26 de octubre de 2012	Notificaciones recibidas	económica	Concentraciones	Seguros.	notificación informativa.	172
		Notificación Informativa de concentración	Intendencia de Control de		Se avoca conocimiento de la	
8 de noviembre de 2012	Notificaciones recibidas	económica	Concentraciones	Seguros.	notificación informativa.	199
		Notificación Informativa de concentración	Intendencia de Control de		Se avoca conocimiento de la	
15 de noviembre de 2012	Notificaciones recibidas	económica	Concentraciones	Famaceútico.	notificación informativa.	160
		Notificación Informativa de concentración	Intendencia de Control de	Administradora de fondos y	Fase calificación de requisitos de	
13 de febrero de 2013	Notificaciones recibidas	económica	Concentraciones	Fideicomisos	Notificación.	40
		Notificación obligatoria de concentración	Intendencia de Control de	Administradora de fondos y	Fase calificación de requisitos de	
15 de febrero de 2013	Notificaciones recibidas	económica	Concentraciones	Fideicomisos	Notificación.	600
		Prácticas Desleales. Art. 27, numerales 2 y 6			por parte de la Dirección Nacional	
	Solicitud de autoridad	LORCPM: Actos de engaño y explotación de la	Intendencia de Investigación de		de Estudios e Investigación de	
4 de febrero de 2013	pública	reputación ajena.	Prácticas Desleales	Educativo	Prácticas Desleales	9

Fuente: Superintendencia de Control de Poder de Mercado Elaborado por: Geovanna Izurieta Paulina Valdivieso

3.4.4. Capítulo VI: De las medidas correctivas y de las sanciones

3.4.4.1. Sección 2 Sanciones

3.4.4.1.1. Artículo 77.- Sujetos infractores

Según la Ley Antimonopolio las sanciones están comprendidas para todas las personas, sean naturales o jurídicas que hayan procedido en actos prohibidos tipificadas en el mencionado cuerpo legal y a más de sancionar a un organismo económico por sus actuaciones serán imputables también las personas que controlan dichos organismos (Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, 2011).

Al aplicar una multa a una asociación, agrupación de empresas u operador económico y al no considerarse solvente la asociación estará obligada a conseguir las contribuciones de sus miembros hasta cubrir dicha multa y en el caso de no reunir las contribuciones de los miembros en el plazo establecido por la Superintendencia de Poder de Mercado se exigirá lo siguiente: "se podrá exigir el pago de la multa a cualquiera de los operadores económicos cuyos representantes sean miembros de los órganos de gobierno de la asociación de que se trate" (Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, 2011, pág. 22).

Pero no se exigirá el pago de la multa a los organismos que demuestren que no aplicaron las decisiones de la asociación infractora o que ignoraban la existencia de ellas e inclusive si se distanciaron activamente de ella antes que inicie la investigación del caso.

3.4.4.1.2. Artículo 78.- Infracciones

Tabla 11 Infracciones según la Ley Antimonopolio

Nivel de Infracción	Infracción	Sanción
	Presentación tardía de las notificaciones de concentraciones económicas. Art.16	os de
	La notificación de una concentración económica. Art.73 y demás	;oci
eves	No cumplir con las medidas correctivas	e neg
es Lo	Incumplir o contravenir lo establecido en una resolución	tal de resa
Infracciones <u>Leves</u>	Que una autoridad o funcionario conceda recursos administrativos para impedir, restringir, falsear o distorsionar la competencia.	8% del Volumen Total de negocios de la empresa
Infr	No someterse a una inspección por parte de la SCPM.	nula I
	Quien presente una denuncia falsa.	del Vo
	Obstrucción de la labor de inspección de la SCPM.	%8
701	Conductas colusorias en términos previstos en el art. 11 que consistan en carteles u acuerdos entre empresas u operadores que no sean competidores. Art.11	10% del Volumen Total de negocios de la empresa
Infracciones Graves	Abuso de poder de mercado no considerado muy grave. Art.9	de r
Gr	Practicas actos desleales. Art.27	olumen Total o de la empresa
sec	Ejecución de una operación de concentración sujeta a control sin notificar a la	To M
<u>ci</u>	SCPM o autorizado por la misma.	nen a e
jac	La utilización reincidente de recursos administrativos para impedir, restringir,	olun de 1
<u>lu</u>	falsear o distorsionar la competencia.	2
	No cumplir con las medidas correctivas dispuestas en virtud de la Ley.	de l
	No cumplir con los compromisos adquiridos de conformidad a la Ley.	%
	Suministrar a la SCPM información falsa.	
	Conductas colusorias tipificadas en el art. 11 que consistan en carteles o acuerdos entre empresas u operadores que sean competidores. Art.11	ocios
Auy Graves	Abuso de poder de mercado tipificado en el art.9 "cometido por una o más empresas u operadores económicos que produzca efectos altamente nocivos para el mercado y los consumidores o que tengan una cuota de mercado próxima al monopolio o disfrute de derechos especiales o exclusivos." Art.9	12% del Volumen Total de negocios de la empresa
Infracciones Muy Graves	La ejecución o contratos efectuados por el operador económico resultante de una operación de concentración sujeta a control, antes de haber sido notificada a la SCPM o antes de que haya sido autorizada de conformidad con lo previsto en esta Ley.	Volumen Total d de la empresa
<u>III</u>	Incumplir o contravenir lo establecido en una resolución de la SCPM, tanto en materia de abuso de poder de mercado, conductas anticompetitivas y de control de concentración.	12% del

Las infracciones graves y muy graves serán juzgadas 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.

Fuente: Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, 2011

Elaborado por: Geovanna Izurieta Paulina Valdivieso

3.4.5. Disposiciones reformatorias y derogatorias

Nos referiremos a determinados ítems y artículos de las disposiciones reformatorias y derogatorias, las cuales son relevantes en nuestra investigación y puntualizaremos hechos que han dado controversia desde la aplicación de los mismos.

Las reformas en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero en los Art.1, Art.44 letras e) y f), Art.57 y Art.62 son de vital importancia debido a que se excluyen de los bancos las compañías de seguros y reaseguros, casas de valores, compañías administradoras de fondos e instituciones previstas en la Ley de Mercado de Valores (Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, 2011).

Además la adición de un artículo enumerado seguido del artículo 141 de las limitaciones, prohibiciones y sanciones, en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero causo un efecto muy significativo e importante en las instituciones del sistema financiero.

Como efecto y en cumplimiento a la nueva Ley de Regulación y Control del Poder de Mercado, podemos mencionar los hechos acontecidos en el país hace casi un año, cuando se dió como plazo a partir de la aprobación de la Ley hasta el 13 de julio 2012, para la separación de las aseguradoras, casas de valores y administradora de fondos de las Instituciones bancarias, de acuerdo a la publicación de El Comercio (2012) seis aseguradoras han finiquitado el proceso de cambio de dueño, tal como se detalla a continuación:

- Río Guayas-Banco de Guayaquil se vendió a Ace Seguros
- Seguros Pichincha-Banco de Pichincha se vendió a Seguros Colmena
- Seguros Unidos-Banco del Austro en reserva nombre de comprador
- Seguros Cervantes- Banco Internacional, en reserva nombre de comprador

- Seguros Porvenir- Banco Territorial, en reserva nombre de comprador
- Produseguros- Banco Produbanco se vendió al Grupo Futuro

Los actores del mercado asegurador proyectan mayor competencia entre grandes grupos aseguradores, como posible impacto podríamos decir, será consolidar un mercado en el cual la creatividad será un principal elemento para mantenerse activos.

Por otro lado, un punto relevante de estas disposiciones es la adición de un artículo enumerado seguido del artículo 74 de la Ley de Radiodifusión y Televisión. Podemos decir que la separación de instituciones financieras y comunicacionales de otro tipo de empresas con diferente enfoque, ha venido teniendo modificaciones desde que fue aprobada la nueva constitución en el año 2008, que indica lo siguiente:

Art. 312.- Las entidades o grupos financieros no podrán poseer participaciones permanentes, totales o parciales, en empresas ajenas a la actividad financiera. Se prohíbe la participación en el control del capital, la inversión o el patrimonio de los medios de comunicación social, a entidades o grupos financieros, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas. (Constitución Politica del Ecuador, 2008, pág. S/N)

Por lo que podemos considerar como ejemplo la controversial separación durante los años 2008/2010 que tuvieron Teleamazonas del grupo financiero Fidel Egas- Banco de Pichincha, Telerama del grupo financiero El Juri, y Banco de Machala- Caravana Televisión.

En estos nuevos artículos se define a quienes no podrán ser titulares de acciones u otras participaciones de empresas que no sean de la misma actividad tanto del sistema financiero como la de actividad comunicacional, además según determinados casos la Junta Bancaria (actividad financiera) y el Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión (actividad comunicacional) determinará otros tipos de propiedad indirecta derivados de investigaciones realizadas por entidades autorizadas y en el caso de incumplimiento de lo dispuesto, las sanciones se establecerán desde la suspensión de sus derechos como accionista, remoción de cargos, incautación de acciones o participaciones de la respectiva empresas seguido por la venta en pública

subasta y los valores obtenidos serán entregados a cada uno de los accionistas y otros beneficiarios tipificados en la Ley (Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, 2011).

3.5. Evaluación de hipótesis

A partir del planteamiento de la hipótesis, hemos desarrollado la investigación y análisis de la situación actual de los grupos económicos, de lo cual podemos decir que la competencia es un factor muy significativo para dinamizar la economía con el propósito de tener un mercado eficiente, como los expertos han manifestado, el monopolio es una práctica peligrosa y perjudicial para la población, para lo cual la participación que ahora el estado tiene con esta Ley es altamente importante, por ello es primordial contar con una Ley que regule las conductas y actividades de empresarios. De acuerdo a nuestro criterio hemos dispuesto los siguientes elementos para que un grupo económico pueda tener un posicionamiento en el mercado.

- Demanda de consumidores.
- Precios.
- Calidad de productos.
- Ubicación geográfica.
- Estrategia de ventas.
- Publicidad y promoción.
- Transcendencia histórica.
- Tecnología.
- Barreras de entrada.

- Influencia Política.
- Acceso a fuentes de financiamiento.

Sin embargo, estos elementos pueden ser relativos, en el momento que la conducta de los operadores económicos signifique atentar contra lo dispuesto en la Ley u otras Leyes, deberán enfrentar las respectivas sanciones o cambios que ponga en riesgo su situación económica y por ende su situación en el mercado.

Por lo tanto, sí consideramos los datos obtenidos en el año 2012 por el S.R.I, podemos observar que mantienen su liderazgo, lo que ratifica que al ser grandes imperios difícilmente pueden ser removidos o más aun eliminados.

CONCLUSIONES

- 1. En nuestro país el desarrollo del monopolio desde épocas anteriores ha estado apoyado por los gobiernos de turno, a través de legislaciones que han favorecido esta práctica económica, por tal razón, el gobierno actual ha creado e implementado la Ley Antimonopolio, con el objetivo de regular las actividades económicas del mercado y promulgar una sana competencia, siendo uno de los últimos países de América del Sur en adoptar esta Ley.
- 2. A lo largo de la investigación hemos determinado que los diez grupos económicos (monopolios) se han originado por dos causas: 1.- A partir de pequeños negocios familiares que a través del tiempo han evolucionado hasta constituirse en grandes imperios económicos como por ejemplo: Juan El Juri, Grupo Noboa. 2.- Inversión extranjera por medio de subsidiarias y empresas transnacionales como por ejemplo: Andes Petroleum y Holcim; las cuales se han ubicado en las tres principales provincias del Ecuador Pichincha, Guayas y Azuay.
- 3. A través de la Ley Antimonopolio el gobierno pretende establecer la fijación de precios, lo cual será uno de los principales cambios y decisiones que los grupos económicos (monopólicos) tendrán que afrontar para no tener afectación negativa en sus resultados económicos- financieros.
- 4. Nosotras a partir del análisis, estudio e investigación de la Ley podemos afirmar que para los grupos económicos (monopólicos) se convierte en una amenaza latente el compartir el mercado con otros competidores, no así, bajo la óptica de los pymes crea una oportunidad para desarrollarse como potencial competidor de los monopolios.
- 5. Como aplicación de la Ley, identificamos que se generó un proceso de ruptura monopólica en el mercado, en el sector financiero la desvinculación de los bancos con las aseguradoras, administradoras de fondos y casas de valores al mismo tiempo la desvinculación de medios de comunicación con actividades ajenas a las de su actividad principal.

- 6. Es necesario mencionar la existencia de casos que están siendo investigados por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado que al momento no han sido difundidos públicamente pues están sujetos a la confidencialidad que la Ley estipula.
- 7. Para promover la eficiencia y equilibrio en los mercados, era prioritario por parte del estado la creación de un cuerpo legal que provea herramientas de control para optimizar su actuación como ente regulador.
- 8. Son positivas las actividades de la Superintendencia de Control de Poder de Mercado que enfocadas a informar y comunicar el alcance de la Ley, brinda la oportunidad a los grupos económicos de considerar si deben realizar una retroalimentación en sus operaciones, así evitar infracciones y futuras sanciones.

RECOMENDACIONES

- Al actual gobierno que continúe con la aplicación de esta Ley y siga realizando nuevos ajustes si fueren necesarios. Al mismo tiempo los gobiernos sucesores mantengan, mejoren y extiendan su alcance para cumplir con el objetivo de contar con un mercado competitivo.
- 2. Adicionar a la Ley un artículo referente a los parámetros que deben tener las empresas al momento de su posicionamiento jurídico y puedan iniciar sus actividades económicas, garantizando que desde su origen estarán enmarcadas en el concepto del antimonopolio.
- 3. La fijación de precios será un cambio importante, por lo cual es recomendable que las empresas establezcan parámetros que les permita reducir sus costos y generar una retroalimentación en sus procesos, de esta manera acaten las disposiciones de esta Ley y eviten posibles sanciones.
- 4. La aplicación de la Ley debe ser imparcial, es bueno que todos quienes conforman el mercado tengan el mismo acceso a las oportunidades como al control que deba existir, si las pymes tienen la posibilidad de crecer en buena hora se pude dinamizar la competencia, finalmente se beneficiando a los consumidores.
- 5. Continuar con los controles para que la desvinculación sea total, actualmente la Ley objeta medidas para los medios de comunicación y entidades financieras, sería importante analizar si otro tipo de actividades generan grupos vinculados y pueda afectar negativamente al mercado, por ejemplo en la educación, la salud, transporte entre otros.
- 6. Mantener al alcance de la población mayor información en cuanto al estatus y resultados de casos procesales. Así fomentar la participación activa de quienes muchas de las veces omiten denunciar abusos de los que son parte y al obtener resultados favorables en función del beneficio al consumidor la credibilidad de la entidad controladora incrementará.

- 7. Compete a la Superintendencia ser insistentes frente a las empresas para informar sobre sus objetivos, al mismo tiempo conozcan los controles a los cuales pueden ser sujetos de acuerdo a su actividad. Cabe recalcar que el desconocimiento no exime de culpabilidad.
- 8. La búsqueda de nuevos canales de información es un punto muy importante, debido a que a través de este medio todas las entidades independientemente de su tamaño o actividad, podrán informarse sobre cómo actuar frente a nuevas oportunidades, o a su vez defenderse de ciertas situaciones de las cuales puedan sentirse afectados.

LISTA DE REFERENCIAS

- Academia de Ciencias de la U.R.S.S, I. d. (1960). *Manual de Economia Politica*. Quito: Grijalbo, S.A.
- Acelerando. (2011). Acelerando, http://www.acelerando.com.ec.
- Andes Petroleum Ecuador LTD. (s.f.). *Regiones y Bloques*. Recuperado el 15 de marzo de 2013, de http://www.andespetro.com
- Beas, A. (1993). *Organizacion y Administracion de Empresas* (Primera ed.). Madrid, España: McGraw-Hill.
- Bravo, M. (2009). Contabilidad General. Quito: Nuevo día.
- Constitución Politica del Ecuador. (2008). Quito.
- Corporacion el Rosado S.A. (s.f.). *Historia*. Recuperado el 12 de Abril de 2013, de http://www.elrosado.com
- Corporacion Favorita. (s.f.). *Historia Corporativa Favorita*. Recuperado el 10 de marzo de 2013, de http://www.corporacionfavorita.com
- Ekos. (2011). Grandes Marcas. Ekos, 268.
- EkosNegocios. (01 de marzo de 2012). *Andes Petroleum logra el segundo lugar de los grupos economicos*. Recuperado el 10 de marzo de 2013, de http://www.ekosnegocios.com
- Ekosnegocios. (Febrero de 2012). *Cemento ¿Oligopolio?* Recuperado el 10 de Abril de 2013, de http://www.ekosnegocios.com
- Ekosnegocios. (2012 de marzo de 2012). *Grupo Eljuri pierde peso en el ranking de grupos económicos*. Recuperado el 10 de marzo de 2013, de http://www.ekosnegocios.com
- Ekosnegocios. (s.f.). *Corporacion Favorita*. Recuperado el 10 de marzo de 2013, de http://www.ekosnegocios.com
- El Comercio. (10 de julio de 2012). *Negocios*. Recuperado el 10 de abril de 2013, de http://www.elcomerciodelecuador.es
- ElCiudadano. (15 de Octubre de 2011). Ley de Regulación y Control del Poder del Mercado es la más moderna de América Latina. Recuperado el 12 de Junio de 2012, de http://www.elciudadano.gov.ec
- Electroandina. (s.f.). Recuperado el 20 de marzo de 2013, de http://www.mxdanlagar.scd

- ElUniverso. (24 de Octubre de 2011). *Empresarios presentan demanda ante Ley Antimonopolio*. Recuperado el 12 de Junio de 2012, de http://www.eluniverso.com
- Eumed.net. (s.f.). Recuperado el 2013 de 02 de 02, de de http://www.eumed.net/
- GM OBB del Ecuador. (s.f.). *Nuestra Compañia*. Recuperado el 12 de marzo de 2013, de http://www.gmobb.ec
- Greco, O. (2003). *Diccionario de Economía*. Buenos Aires.Argentina: Valletta Ediciones S.R.L.
- Hoy. (14 de septiembre de 2004). *Guerra de las botellas dinamiza la publicidad*. Recuperado el 01 de Abril de 2013, de Explored: http://www.explored.com.ec
- IEDGE. (26 de noviembre de 2012). *Las deficiencias del mecanismo del precio y tipos de mercado*. Recuperado el 03 de febrero de 2013, de Tipos de mercado: http://www.google.com.ec
- Lenin, V. (1977). El imperialismo fase superior al capitalismo. (EEICA, Ed.) Guayaquil, Ecuador: Cloidad S.A.
- Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado. (2011). Quito: Editora nacional.
- Mankiw, N. G. (2006). *Principios de Economía*. Aravaca, Madrid, España: McGraw-Hill/Interamericana.
- Mankiw, N. G. (2009). *Principios de Economia* (Quinta Edición ed.). Mexico: Cencage Learning Editores, S.A.
- Mantilla, M. R. (2011). Encadenamiento Agroalimentario: ¿ solución sustentable de desarrollo rural o consolidación del poder agroindustrial? EUTOPÍA Revista de Desarrollo Económico Territorial, 129.
- Mercados.us. (s.f.). Recuperado el 12 de enero de 2013, de http://www.mercados.us
- Mochón Morcillo, F. (2000). *Economía Teoría y Política* (Cuarta ed.). Avaraca, Madrid, España: McGraw Hill Interamericana de España.
- Mochón Morcillo, F. (2001). *Principios de Economía* (Segunda Edición ed.). España: McGRAW-HILL.
- Mochón, F. (2006). Principios de Economía (Tercera ed.). Madrid: McGraw-Hill.
- Moorestephens. (s.f.). *Ley Organica de Regulacion y Control del Poder de Mercado*. Recuperado el 02 de febrero de 2013, de http://ecuador.moorestephens.com

- Parkin, M., & Coria, E. (2010). *Microeconomía* (Novena ed.). México: PEARSON EDUCACION.
- Pronaca. (s.f.). Recuperado el 12 de Abril de 2013, de http://www.pronaca.com
- Revista Economica del IDE. (Agosto de 2009). www.ideinvestiga.com. Recuperado el 10 de abril de 2013, de http://investiga.ide.edu.ec
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2006). *Microeconomía* (Décimo Octava ed.). Madrid: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA DE ESPAÑA, S.A.U.
- Servicio de Rentas Internas. (2012). *Grupos Económicos*. Recuperado el 04 de julio de 2012, de http://www.sri.gob.ec
- swissinfo.ch Swiss Broadcasting Corporation. (08 de Noviembre de 2007). *Holcim:* bienvenida ley antimonopolios en Ecuador. Recuperado el 22 de Abril de 2013, de http://www.swissinfo.ch
- Thompson. (2005). *Definicion de mercados*. Recuperado el 12 de enero de 2013, de http://www.promonegocios.net
- Vázquez S., L., & Saltos G., N. (2011). *Ecuador su realidad*. Quito: Artes Gráficas SILVA.

Anexo 1 Grupo Fidel Egas banco de Pichincha

N°	EMPRESA	PROVINCIA
1	ADMIDANN S.A.	PICHINCHA
2	ADMINISTRADORA DE FONDOS DEL PICHINCHA FONDOS PICHINCHA S.A.	PICHINCHA
3	AIG METROPOLITANA CIA. DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A.	PICHINCHA
4	ALMACENERA DEL ECUADOR S.A. ALMESA	GUAYAS
5	AMERAFIN S.A.	PICHINCHA
6	AMERICAN INTERNATIONAL UNDERWRITERS DEL ECUADOR SA	PICHINCHA
7	AUTO DELTA CIA. LTDA.	PICHINCHA
8	AUTOMOTORES Y REPUESTOS ITALCAR S.A.	PICHINCHA
9	BANCO DE LOJA S.A.	LOJA
10	BANCO GENERAL RUMIÑAHUI S. A.	PICHINCHA
11	BANCO PICHINCHA CA	PICHINCHA
12	BANRED S. A.	GUAYAS
13	BENCHFORD DEVELOPMENT S.A.	PICHINCHA
14	BRUMAONDA S.A.	PICHINCHA
15	CENTRO COMERCIAL EL CONDADO SA	PICHINCHA
16	CENTROS COMERCIALES DEL ECUADOR CA	PICHINCHA
17	CIDRAL S.A.	GUAYAS
18	COMPAÑIA ATISCODE STRATEGIC COMMUNICATIONS AND PUBLIC RELATIONS S.A.	PICHINCHA
19	COMPAÑIA DE TRANSPORTE AEREO PRIVADO COTAP S.A.	PICHINCHA
20	COMPAÑIA SINVES S.A.	PICHINCHA
21	COMPLEMENTOS EMPRESARIALES COMEMP S.A.	PICHINCHA
22	COMPTECO COMPRA POR TELEFONO CONSORCIO COMERCIAL S.A.	PICHINCHA
23	CONSORCIO BRAVCO TELCONET	PICHINCHA
24	CONSORCIO DEL PICHINCHA S.A. CONDELPI	PICHINCHA
25	CONSTRUCTORA E INMOBILIARIA CONSTRUECUADOR S.A.	PICHINCHA
26	CORPIDE CORPORACION PUBLICITARIA INTEGRAL DELTA CIA. LTDA.	PICHINCHA
27	CREDI FE DESARROLLO MICROEMPRESARIAL S.A.	PICHINCHA
28	DINERS CLUB DEL ECUADOR S. A. SOCIEDAD FINANCIERA	PICHINCHA
29	DINFORMATICA S.A.	PICHINCHA
30	DINSISTEMAS CIA. LTDA.	PICHINCHA
31	DINVIAJES S.A.	PICHINCHA

32	DIRECPIC PICHINCHA DIRECTO S.A.	PICHINCHA
33	EGAS GRIJALVA DARIO FIDEL ALEJANDRO	PICHINCHA
34	EGAS LARREATEGUI FRANCISCO JAVIER	PICHINCHA
35	EGAS SOSA FIDEL ESTEBAN	PICHINCHA
36	EGAS SOSA JUAN PABLO	PICHINCHA
37	EMPRESA TURISTICA PLAZA DE TOROS MONUMENTAL AMBATO CIA. LTDA.	TUNGURAHUA
38	EOLICA SAN CRISTOBAL S.A. EOLICSA	GALAPAGOS
39	ESTILMUEBLE CIA. LTDA.	PICHINCHA
40	EXETASTE CIA. LTDA.	PICHINCHA
41	FILANCARD S.A.	GUAYAS
42	GRAFITTI S.A.	PICHINCHA
43	GRUPO BRAVCO S.A.	PICHINCHA
44	HIDROTOPO S.A.	PICHINCHA
45	ICECLUB S.A.	PICHINCHA
46	INDOCE S.A.	PICHINCHA
47	INMOBILIARIA DE COTOCOLLAO SA INMOCOTO	PICHINCHA
48	INMOBILIARIA INDUSTRIAL RIO PACIFICO INRIOPA C. A.	PICHINCHA
49	INMOBILIARIA MONTELIMAR S.A.	PICHINCHA
50	INMOBILIARIA RIGOLETTO S.A.	PICHINCHA
51	INMORIGOLINO S.A.	PICHINCHA
52	INMOSUECIA CIA. LTDA.	PICHINCHA
53	INMOTRECE S.A.	PICHINCHA
54	INTERDIN S.A. EMISORA Y ADMINISTRADORA DE TARJETAS DE CREDITO	PICHINCHA
55	MANAGEMALLS S.A.	PICHINCHA
56	MATERIALES INDUSTRIALES DE LA COSTA C LTDA	PICHINCHA
57	MEDICINA DEL FUTURO ECUADOR MEDICALFE S.A.	PICHINCHA
58	MERKADIRECTO S.A.	PICHINCHA
59	MODEIBERICA CIA. LTDA.	PICHINCHA
60	MOVILRED S.A.	PICHINCHA
61	MP GRAPHICS LIMITED	PICHINCHA
62	MULTICINES S.A.	PICHINCHA
63	MUNDIMAIL ECUADOR S.A	PICHINCHA
64	NOB HILL CLUB TURISMO S.A.	PICHINCHA
65	NOVAECUADOR S.A AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS	PICHINCHA
66	NOVAEDICIONES S.A.	PICHINCHA

67	OLEAGINOSAS DEL PUERTO OLIPUERTO S.A.	PICHINCHA
68	OPTONY S.A.	PICHINCHA
69	ORFI C LTDA	PICHINCHA
70	PAYAGIL S.A.	PICHINCHA
71	PERSADOR S.A	PICHINCHA
72	PICHINCHA CASA DE VALORES PICAVAL S.A.	PICHINCHA
73	PICHINCHA SISTEMAS ACOVI CA	PICHINCHA
74	PISOFIN S.A.	PICHINCHA
75	PROMOTORA DE VIAJES Y TURISMO SA PROVITUR	PICHINCHA
76	PROMOTORA HOTEL DANN CARLTON QUITO, PROMODANN CIA. LTDA.	PICHINCHA
77	PUBLIPROMUEVE S.A.	PICHINCHA
78	REDIME CIA. LTDA.	PICHINCHA
79	RIDACA C.A	PICHINCHA
80	SALAZAR EGAS JUAN FERNANDO	PICHINCHA
81	SALAZAR EGAS MARIA MERCEDES DEL ROSARIO	PICHINCHA
82	SALAZAR EGAS PABLO FIDEL	PICHINCHA
83	SEGUROS DEL PICHINCHA S. A. COMPAÑIA DE SEGUROS Y REASEGUROS	PICHINCHA
84	SOCIEDAD CIVIL LA BULERIA S.C.	PICHINCHA
85	STRATEGIC MEDIA PLANNING PLANIMEDIOS S.A.	PICHINCHA
86	TECNOCAR C.A.	PICHINCHA
87	TONY CONDADO S.A. CONTONY	PICHINCHA
88	URBANDOMUS DESARROLLOS S.A.	PICHINCHA

Fuente: Servicio de Rentas Internas, 2012

Elaborado por: Geovanna Izurieta Paulina Valdivieso

Anexo 2 Grupo Andes Petroleum

N°	EMPRESA	PROVINCIA
1	CONSORCIO PETROLERO BLOQUE 16	PICHINCHA
2	ANDES PETROLEUM ECUADOR LTD.	PICHINCHA
3	OLEODUCTO DE CRUDOS PESADOS (OCP) ECUADOR S.A.	PICHINCHA
4	REPSOL YPF ECUADOR S.A.	PICHINCHA
5	OVERSEAS PETROLEUM AND INVESTMENT CORPORATION	PICHINCHA
6	SINOPEC INTERNATIONAL PETROLEUM SERVICE ECUADOR S.A.	PICHINCHA
7	CONSORCIO PETROLERO BLOQUE 17	PICHINCHA
8	AMODAIMI OIL COMPANY LTD.	PICHINCHA
9	PETROORIENTAL S.A.	PICHINCHA
10	CRS RESOURCES (ECUADOR) LDC	PICHINCHA
11	CNPC CHUANQING DRILLING ENGINEERING COMPANY LIMITED	PICHINCHA
12	INMOCASTLE S.A	PICHINCHA
13	CNPC INTERNATIONAL AMAZON LTD.	PICHINCHA
14	SINOPEC INTERNATIONAL PETROLEUM EXPLORATION AND	PICHINCHA
	PRODUCTION CORPORATION	1101111 (01111
15	CONSORCIO PETROLERO BLOQUE TIVACUNO	PICHINCHA
16	CONSORCIO PETROLERO BLOQUE 14	PICHINCHA
17	ZUO YAOJIU	

Fuente: Servicio de Rentas Internas, 2012

Elaborado por: Geovanna Izurieta Paulina Valdivieso

Anexo 3 Grupo El Juri

N°	EMPRESA	PROVINCIA
1	NEGOCIOS AUTOMOTRICES NEOHYUNDAI S.A.	AZUAY
2	ALMACENES JUAN ELJURI CIA. LTDA.	AZUAY
3	BANCO DEL AUSTRO S. A	AZUAY
4	METROCAR S.A.	AZUAY
5	FISUM S.A.	AZUAY
6	NEOAUTO S.A.	AZUAY
7	LAS FRAGANCIAS CIA. LTDA.	AZUAY
8	C A ECUATORIANA DE CERAMICA	AZUAY
9	CERAMICA RIALTO S.A.	AZUAY
10	KERAMIKOS S.A.	AZUAY
11	INDUSTRIAS MOTORIZADAS INDUMOT SA	AZUAY
12	MOTRICENTRO CIA. LTDA.	AZUAY
13	ITALPISOS SA	AZUAY
14	CARTORAMA C.A.	AZUAY
15	KARNATAKA S.A.	AZUAY
16	INTERBORDER S.A.	AZUAY
17	ESFEL S.A.	AZUAY
18	CERAMICA ANDINA CA	AZUAY
19	INDIAN MOTOS INMOT S.A.	AZUAY
20	COSMICA CIA LTDA	AZUAY
21	SANITARIOS-HYPOO-CO S.A.	AZUAY
22	ELJURI HATARI S.A.	AZUAY
23	INTERBORO TRANSPORT S.A.	AZUAY
24	SOCIEDAD FINANCIERA DEL AUSTRO S.A.	AZUAY
25	INMOBILIARIA CERMOSA S.A.	AZUAY
26	EL CARRUSEL C LTDA	AZUAY
27	MECANICA DE PRECISION LEMA DEL PACIFICO MEPRELPA S.A.	AZUAY
28	PARKJOREL C.A.	AZUAY
29	CONSTRUCTORA SAN JORGE S.A.	AZUAY
30	ARTESA C LTDA	AZUAY
31	ELJURI ANTON HENRY	AZUAY
32	ELJURI ANTON GLADYS MARY	AZUAY
33	ELJURI ANTON JUAN GABRIEL	AZUAY
34	MERCOINTELG S.A.	AZUAY

35	SERVICIOS Y COMERCIO VIOLETA COMVIOSER CIA. LTDA.	AZUAY
36	AGROGANADERA LA ESMERALDA	AZUAY
37	ELJURI ANTON JORGE EDUARDO	AZUAY
38	ENFOQUE DE SERVICIOS, ENDESER S.A.	AZUAY
39	INVERSIONES ALIADAS NEPTUNO SA	AZUAY
40	COMPANIA DE INVESTIGACION Y EXPLOTACION MINERA SA EXPLOMINAS	AZUAY
41	MALO ACOSTA MARCOS	AZUAY
42	CONSTRUCTORA SAN JERONIMO S.A.	AZUAY
43	EXPLOTADORA DE MINAS ORIENTE ORMIEX C.A.	AZUAY
44	INMOBILIARIA CATARI SA	AZUAY
45	NEOTRUCK S.A.	AZUAY
46	CONSTRUCTORA INMOBILIARIA ELANSA C.A.	AZUAY
47	ELJURI VINTIMILLA JUAN PABLO	AZUAY
48	AUTO RUSIA AUTORUS S.A.	AZUAY
49	NEWDEVELOPMENT S.A.	AZUAY
50	ELABORADOS DE CARNE SA EDCA	AZUAY
51	HEREDEROS JUAN EL JURI CHICA	AZUAY
52	IMPORT.EXPORT ESPARTA CIA. LTDA.	AZUAY
53	INDUSTRIAS E INVERSIONES DEL AUSTRO S.A.	AZUAY
54	EXPLOTACION MINERA DEL SUR EXPLOSUR C. A.	AZUAY
55	NOVOPLANT S. A.	AZUAY
56	ELANHOLD S.A.	AZUAY
57	COMPANIA MINERA ZAMORA ZAMICON C. A.	AZUAY
58	CERAMICASA S.A.	AZUAY
59	COMERCIALIZADORA DEL AUSTRO COMERAUSTRO S.A.	AZUAY
60	CONSORCIO INDUSTRIAL ELECTRONICO CIEL.CIA. LTDA.	AZUAY
61	DISTRIBUIDORA ELJURI CIA LTDA	AZUAY
62	ECUADOR CELLULAR ONE S.A.	AZUAY
63	ECUATORIANA DE MOTOCICLETAS CIA. LTDA.	AZUAY
64	ELECTROCUENCA C.A.	AZUAY
65	FRAGANLICOR CIA. LTDA.	AZUAY
66	GASVESUBIO EXPORT S.A.	AZUAY
67	INDUSTRIA DE COSMETICOS INTERNACIONALES CIA. LTDA.	AZUAY
68	INDUSTRIA ECUATORIANA DE ARTEFACTOS S.A. ECUARTEFACTOS	AZUAY
69	MUSEO DE ARTE Y PATROMONIO JORGE ELJURI ANTON CIA. LTDA.	AZUAY

70	NEOCAMIONES S.A.	AZUAY
71	OXXO-PETROLIUM S.A	AZUAY
72	PRYMASA PROCESOS Y MATERIALES S.A.	AZUAY
73	REESE S.A.	AZUAY
74	CERAMICA MONTE TURI C.L.	AZUAY
75	FARMAMAS COMPAÑIA LIMITADA	AZUAY
76	INMOBILIARIA LAS MONJAS INMONJAS S.A.	AZUAY
77	LA POSTA S.A.	AZUAY
78	TECNOCYCLO S.A.	AZUAY
79	ANTON IZA OLGA	AZUAY
80	KMOTOR S.A. KMOT	GUAYAS
81	EUROVEHICULOS S.A.	GUAYAS
82	PLAZA VENDOME S.A.	GUAYAS
83	ASUNCORP S.A.	GUAYAS
84	CORPSIR S.A.	GUAYAS
85	ARKREM S.A.	GUAYAS
86	ALMACENERA ALMACOPIO S.A.	GUAYAS
87	VANGUARD PUBLICIDAD Y DISEÑO S.A.	GUAYAS
88	VECINO MARTS S.A. VECINOSA	GUAYAS
89	INVESTSHORE S.A.	GUAYAS
90	CESTIA S.A.	GUAYAS
91	DOUMET ANTON JUAN	GUAYAS
92	DOUMET ELJURI ROBERTO LOAD	GUAYAS
93	PREDIAL E INVERSIONISTA BOYACA SA	GUAYAS
94	ELJURI ANTON OLGUITA MARIA EULALIA	GUAYAS
95	DOUMET ELJURI JUAN IGNACIO	GUAYAS
96	AUTOTOTAL S.A.	GUAYAS
97	INMOBILIARIA ANTON CIA. LTDA.	GUAYAS
98	PREDIOS E INVERSIONES POLIAR SA	GUAYAS
99	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO PRINCESTUR SA	GUAYAS
100	ELJURI JERVES REBECA JUDITH	GUAYAS
101	AUTOIBERICA S.A.	GUAYAS
102	BOUTIQUE TERRUA S.A. BOUTERRUASA	GUAYAS
103	CIGARS S.A.	GUAYAS
104	COSUTA S.A.	GUAYAS
105	DISCOUNT CENTER DEL ECUADOR S.A. DISCENTERSA	GUAYAS
106	INMOBILIARIA GRANCOLOMBIA S.A. (INGRACOL)	GUAYAS
107	INMOBILIARIA ROBERANA S.A.	GUAYAS

108	INMOKRONEL INMOBILIARIA S.A.	GUAYAS
109	ITALICA S.A. ITALICASA	GUAYAS
110	SAGA EN TECNOLOGIA Y NEGOCIOS TECNOSAGA S.A.	GUAYAS
111	LISTPACK S.A.	GUAYAS
112	NODE S.A. NODESA	GUAYAS
113	TECNOLOGYCORP S.A.	GUAYAS
114	DOUMET ELJURI OLGA JEANETTE	GUAYAS
115	AYMESA S.A.	PICHINCHA
116	AEKIA S.A.	PICHINCHA
117	QUITO MOTORS S.A. COMERCIAL E INDUSTRIAL	PICHINCHA
118	ASIAUTO S.A	PICHINCHA
119	STARMOTORS S.A.	PICHINCHA
120	COMPANIA NACIONAL DE GAS CONGAS C.A.	PICHINCHA
121	QUITO MERCANTIL AUTOMOTRIZ MERQUIAUTO S.A.	PICHINCHA
122	INTRANS ECUADOR S.A.	PICHINCHA
123	ASIACAR SOCIEDAD ANONIMA	PICHINCHA
124	RECORDMOTOR S.A.	PICHINCHA
125	SEGUROS UNIDOS S.A.	PICHINCHA
126	SHERLOCTECH SOLUTIONS S.A.	PICHINCHA
127	AMAZONASHOT HOTELERIA ORGANIZACIONES Y TURISMO S.A.	PICHINCHA
128	CORPORACION CFC S.A.	PICHINCHA
129	INTERNATIONAL CASINOS ENTERTAINMENT S.A.	PICHINCHA
12)	ACOSAUSTRO S.A. AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE	
130	SEGUROS	PICHINCHA
131	APARTAMENTOS Y HOTELES ECUATORIANOS APARTEC S.A.	PICHINCHA
132	SIDERURGICA ECUATORIANA S. A.	PICHINCHA
133	TELECUADOR CIA. LTDA.	PICHINCHA
134	ECOGAS S.A.	PICHINCHA
135	AUTOEXPRESS COMPANIA ANONIMA	PICHINCHA
136	ECOILPET S.A.	PICHINCHA
137	ECUATORIANA DE ARTEFACTOS S.A. ECASA	PICHINCHA
138	GASGUAYAS S.A.	PICHINCHA
139	INVERSIONES FERRAZANO S.A.	PICHINCHA
140	ARRENDAUTO S.A.	PICHINCHA
141	CONSORCIO DEL AUSTRO AUSTROCIRCULO S.A.	PICHINCHA
142	INAMAZONAS INMOBILIARIA AMAZONAS S.A.	PICHINCHA
143	SUECIA MOTORS S.A.	PICHINCHA

144	J&E MARKETING Y PUBLICIDAD S.A.	PICHINCHA
145	QUITO MOTORS HOLDING ECUADOR S.A.	PICHINCHA
146	SERVIECASA S.A.	PICHINCHA
147	KIACONS S.A.	PICHINCHA
148	INMOBILIARIA CUMBREWELL S.A.	PICHINCHA
149	CARXPERT S.A.	PICHINCHA
150	INMOBILIARIA INDUSTRIAL SAN RICARDO S.A.	PICHINCHA
151	VIDEOSON C.L.	PICHINCHA
152	JIANGLING MOTORS COMPANY DEL ECUADOR S.A.	PICHINCHA
153	OTOPETROLEUM ECUADOR S.A.	PICHINCHA
154	YANGTZE MOTORS ECUADOR S.A.	PICHINCHA
155	ALPACIFIC S.A.	PICHINCHA
156	ASIARACE S.A.	PICHINCHA
157	AUTOCHINA S.A.	PICHINCHA
158	AUTOEASTERN S.A.	PICHINCHA
159	CHINACARS S.A.	PICHINCHA
160	CORPOKIA S.A.	PICHINCHA
161	INMOBILIARIA ABODA S.A.	PICHINCHA
162	MECANOPARTES S.A	PICHINCHA
163	ORIGENES ADMINISTRADORA DE FONDOS ADMIORIGENES S.A	PICHINCHA
164	PACIFIC SOCIEDAD ANONIMA	PICHINCHA
165	PUENTES Y VIAS	PICHINCHA
166	TV. MAX S.A. TIVIMAXSA	PICHINCHA
167	CONSTRUCCIONES MANHATAN CONSMA S.A.	PICHINCHA
168	MATERIALES TECNICOS DE CONSTRUCCION MATECO CIA. LTDA.	PICHINCHA
169	POLIASA DEL ECUADOR S.A.	PICHINCHA
170	SYBERMOTORS S.A.	PICHINCHA

Fuente: Servicio de Rentas Internas, 2012 Elaborado por: Geovanna Izurieta

Paulina Valdivieso

Anexo 4 Grupo Corporación Favorita

N	EMPRESA	PROVINCIA
1	IMPORPOINT S.A.	GUAYAS
2	VILLAGE PLAZA S.A. VIPLASA	GUAYAS
3	MARCIONELLI S.A.	GUAYAS
4	CONSTRUCTORA BIXANDER CA	GUAYAS
5	IVENTTE S.A.	GUAYAS
6	TRIESTECORP S.A.	GUAYAS
7	VITIVINICOLA DEL MORRO S.A. VITIVIMOSA	GUAYAS
8	CORPORACION FAVORITA C.A.	PICHINCHA
9	COMERCIAL KYWI S.A.	PICHINCHA
10	COMOHOGAR SA	PICHINCHA
11	TELEVISION Y VENTAS TELEVENT S.A.	PICHINCHA
12	FLEXIPLAST S.A.	PICHINCHA
13	POLLO FAVORITO SA POFASA	PICHINCHA
14	BEBELANDIA S.A.	PICHINCHA
15	AGROPESA INDUSTRIA AGROPECUARIA ECUATORIANA S.A.	PICHINCHA
16	INVERSION Y DESARROLLO INVEDE S.A.	PICHINCHA
17	MAXIPAN S.A.	PICHINCHA
18	ENERMAX S.A	PICHINCHA
19	MISTERBOOKS S.A.	PICHINCHA
20	CIRKWITOS S.A.	PICHINCHA
21	W.S. & A CIA. LTDA.	PICHINCHA
22	TAGEAR S.A.	PICHINCHA
23	COMERCIAL EQUIPAGGIO CIA. LTDA.	PICHINCHA
24	WRIGHT CASTRO RICARDO ENRIQUE	PICHINCHA
25	ECUASTOCK S.A.	PICHINCHA
26	PENAHERRERA WRIGHT ALFREDO RICARDO	PICHINCHA
27	FAVIMATIC S.A.	PICHINCHA
28	WRL PROMOTORA INMOBILIARIA CIA. LTDA	PICHINCHA
29	LA VINA CIA LTDA	PICHINCHA
30	ASFINEC S.A	PICHINCHA
31	HIDROTECH S.A.	PICHINCHA
32	MEGAMAXI S.A.	PICHINCHA
33	PROPIEDADES Y DESARROLLOS INMOBILIARIOS WRIGHT SOTO CIA. LTDA.	PICHINCHA
34	UMBRIA L.S.W C.A.	PICHINCHA

35	WRIGHT DURAN BALLEN RONALD OWEN	
36	FERRI SAA MARIA MONICA	
37	WRIGHT FERRI ANDREW	

Fuente: Servicio de Rentas Internas, 2012

Elaborado por: Geovanna Izurieta

Paulina Valdivieso

Anexo 5 Grupo General Motor

N°	EMPRESA	PROVINCIA
1	OMNIBUS BB TRANSPORTES S.A.	PICHINCHA
2	GENERAL MOTORS DEL ECUADOR S.A.	PICHINCHA
3	ELASTO S.A.	PICHINCHA
4	GM ISUZU CAMIONES ANDINOS DEL ECUADOR GMICA ECUADOR CIA. LTDA.	PICHINCHA
5	HOLDCORP S.A.	PICHINCHA

Fuente: Servicio de Rentas Internas, 2012 Elaborado por: Geovanna Izurieta Paulina Valdivieso

Anexo 6 Grupo Dinadec

N°	EMPRESA	PROVINCIA
1	CERVECERIA NACIONAL CN S.A.	GUAYAS
2	DINADEC S.A.	GUAYAS

Fuente: Servicio de Rentas Internas, 2012 Elaborado por: Geovanna Izurieta Paulina Valdivieso

Anexo 7 Grupo Holcim

N°	EMPRESA	PROVINCIA
1	HOLCIM ECUADOR S.A.	GUAYAS
2	CONSTRUMERCADO S.A.	GUAYAS
3	FUROCA S.A. EN LIQUIDACION	GUAYAS
4	HOLCIM AGREGADOS S.A.	GUAYAS
5	GENERADORA ROCAFUERTE S.A. GENEROCA	GUAYAS

Fuente: Servicio de Rentas Internas, 2012 Elaborado por: Geovanna Izurieta

Paulina Valdivieso

Anexo 8 Grupo Corporación El Rosado

N°	EMPRESA	PROVINCIA
1	CZARNINSKI BAIER JOHNY JACOBO	(en blanco)
2	CZARNINSKI SEIDEMAN ALFREDO	(en blanco)
3	CZARNINSKI BAIER DANNY DAVID	(en blanco)
4	CORPORACION EL ROSADO S.A.	GUAYAS
5	INMOBILIARIA COLUMBIA S.A.	GUAYAS
6	ALIMENTOS DEL ECUADOR CIA LTDA ALIDOR	GUAYAS
7	INMOBILIARIA LAVIE S.A.	GUAYAS
8	INMOBILIARIA MOTKE S.A.	GUAYAS
9	BRIKO S.A.	GUAYAS
10	SUPERCINES S.A.	GUAYAS
11	UBESAIR S.A.	GUAYAS
12	RADIO CONCIERTO S.A. RADIOCONCERT	PICHINCHA
13	RADIO CONCIERTO GUAYAQUIL S.A. CONCERTQUIL	PICHINCHA
14	RADIO CONCIERTO CONCERT AUSTRO S.A.	PICHINCHA

Fuente: Servicio de Rentas Internas, 2012 Elaborado por: Geovanna Izurieta Paulina Valdivieso

Anexo 9 Grupo Noboa

N°	EMPRESA	PROVINCIA
1	MOLINOS POULTIER S.A.	COTOPAXI
2	CALIQUIL S.A.	GUAYAS
3	GLOBAL SOCIEDAD FINANCIERA S. A.	GUAYAS
4	NOBOA PONTON ALVARO FERNANDO	GUAYAS
5	NOBOA PONTON LUIS ADOLFO	GUAYAS
6	NOBOA PONTON MARIA ELENA	(en blanco)
7	TAIANO ALVAREZ JOSE VICENTE	GUAYAS
8	QUIMI VILLON ISIDRO MIGUEL	GUAYAS
9	AGUIRRE MEDINA MARIA DELIA	(en blanco)
10	CAMPUZANO SANCHEZ EDITH NOEMI	GUAYAS
11	MARIN RODRIGUEZ MAURICIO OCTAVIO	GUAYAS
12	NOBOA AZIN DANIEL ROY-GILCHRIST	(en blanco)
13	NOBOA AZIN JOHNSEBASTIAN MAXIMILIAM	(en blanco)
14	NOBOA AZIN SANTIAGO DAVID	(en blanco)
15	LINEAS AEREAS NACIONALES ECUADOR S.A. LAN – ECUADOR	GUAYAS
16	SOCIEDAD ANONIMA SAN LUIS	GUAYAS
17	INDUSTRIAL MOLINERA CA	GUAYAS
18	MANUFACTURAS DE CARTON S.A. MACARSA	GUAYAS
19	INDUSTRIA CARTONERA ECUATORIANA S.A.	GUAYAS
20	EXPORTADORA BANANERA NOBOA S.A.	GUAYAS
21	TRANSPORTES MARITIMOS BOLIVARIANOS S.A. TRANSMABO	GUAYAS
22	LA NACIONAL COMPAÑIA INMOBILIARIA LANCIA C.A.	GUAYAS
23	ULTRAMARES CORPORACION C.A.	GUAYAS
24	GENERALI ECUADOR COMPAÑIA DE SEGUROS S.A.	GUAYAS
25	COMPAÑIA AGRICOLA LA JULIA S.A. CALAJUSA	GUAYAS
26	COMPAÑIA AGRICOLA ANGELA MARIA S.A. CAAMSA	GUAYAS
27	COMPAÑIA AGRICOLA BANANERA DEL ECUADOR S.A. CABE	GUAYAS
28	COMPANIA AGRICOLA RIO VENTANAS S. A. CARIVESA	GUAYAS
29	COMPAÑIA AGRICOLA LOMA LARGA S.A. CALOLASA	GUAYAS
30	COMPAÑIA DE SEGUROS CONDOR S.A.	GUAYAS
31	EUROAMERICA S.A.	GUAYAS
32	INTERAMERICANA DE TEJIDOS CA INTERAMA	GUAYAS
33	EMPACADORA TROPICAL S.A.	GUAYAS
34	EMPACADORA DEL LITORAL EMPACAR S.A.	GUAYAS
35	DESARROLLO TURISTICO ECUATORIANO DETURE S.A.	GUAYAS
36	SOCIEDAD ANONIMA SAN ADOLFO CA	GUAYAS

37	PROMOCIONES Y MANDATO GLOBAL SA	GUAYAS
38	COMPAÑIA DE ELABORADOS DE CACAO COLCACAO C.A.	GUAYAS
39	PAPELERA DEL PACIFICO C LTDA	GUAYAS
40	INMOBILIARIA ZEUS SA	GUAYAS
41	EDECA S.A.	GUAYAS
42	BANANERA CONTINENTAL BANACONT S.A.	GUAYAS
43	CLUB ANGALA SA	GUAYAS
44	MATERBANANO S.A.	GUAYAS
45	BANANERA LAS MERCEDES S.A.	GUAYAS
46	INDUSTRIAL BANANERA ALAMOS SA	GUAYAS
47	CHOCOLATESNOBOA S.A.	GUAYAS
48	AGRICOLA BANANERA CLEMENTINA S.A.	GUAYAS
49	GANADERA RIO PLAYON SA	GUAYAS
50	COMPANIA GANADERA EL TEJANO SA	GUAYAS
51	DISTRIBUIDORA DISPACIF SA	GUAYAS
52	C & V COMERCIALIZACION Y VENTAS S.A.	GUAYAS
53	VIVIENDAS MASIVAS ECUATORIANAS VIMARE S.A.	GUAYAS
54	SISTECOM SISTEMAS DE COMPUTACION C.A.	GUAYAS
55	SERTRINAVE SA	GUAYAS
56	LABORMAR SA	GUAYAS
57	FLUVIASA FLUIDOS NAVIEROS S.A.	GUAYAS
58	SERVIVENTAS SERVICIOS Y VENTAS SA	GUAYAS
59	SERVICIOS G.N. C.A.	GUAYAS
60	NAVIERA GRANELERA ECUATORIANA NAVGRANE SA	GUAYAS
61	PETROMAR ESMERALDAS S.A.	GUAYAS
62	FRUTERA JAMBELI FRUJASA C.A.	GUAYAS
63	FIMERIN SA	GUAYAS
64	CORPORACION DE COMUNICACIONES GLOBALPRESS C. A.	GUAYAS
65	COMPAÑIA NACIONAL DE PLASTICOS CONAPLAS S.A.	GUAYAS
66	CALESMERALDA S.A.	GUAYAS
67	MOTORCON S.A	GUAYAS
68	EUROSEGUROS S.A. AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS	GUAYAS
69	PESQUERA MARINTAN S.A	GUAYAS
70	TALLERES EUROPEOS S.A. EUROMOTOR	GUAYAS
71	POZUELO DE ORO POZORO S.A.	GUAYAS
72	PREDIOS CURITIBA S.A.	GUAYAS
73	TAMANAPOLIS S.A	GUAYAS
74	FANTASTISOL S.A	GUAYAS

75	MARIVISOL S.A	GUAYAS
76	CORDENESA S.A	GUAYAS
77	CHRYSLER - JEEP AUTOMOTRIZ DEL ECUADOR S.A.	GUAYAS
78	SERVIMEN S.A.	GUAYAS
79	DAMAR PONCE LEON Y COMPAÑÍA	GUAYAS
80	HONORASA S. A.	GUAYAS
81	AGRIMONT S.A.	GUAYAS
82	SERVICIOS PORTUARIOS Y DE EMBARQUE AGUIRRE LARREA	GUAYAS
62	SERPOAL CIA.LTDA.	GUATAS
83	BANCO DEL LITORAL S.A.	GUAYAS
84	SERGRUNO C. LTDA.	GUAYAS
85	GRUNO - CENTINELA C. LTDA.	GUAYAS
86	CALIGUAY S.A.	GUAYAS
87	GUARDIASA S.A.	GUAYAS
88	FLUVITRANS S.A.	GUAYAS
89	BANAESMERALDAS S.A.	GUAYAS
90	AIREQUIL S.A.	GUAYAS
91	MITSUMOTOR S.A.	GUAYAS
92	TRADERCO S.A.	GUAYAS
93	TALLERES MITSUCENTRO S.A.	GUAYAS
94	CONSTRUCTORA AB. ALVARO NOBOA P. S.A.	GUAYAS
95	BODEGA DE ALMACENAMIENTO TEMPORAL BODALMET S.A.	GUAYAS
96	FIDECTRA CIA. LTDA.	GUAYAS
97	TRANSACCIONES Y NEGOCIOS GLOBAL INVESTRADE GLOBAL S.A.	GUAYAS
98	GEOCICLO S.A.	GUAYAS
99	GANADERA SAN RAFAEL S.A. (GARASA)	GUAYAS
100	NITRANG S.A. NITRANGSA	GUAYAS
101	BANABONITA S.A.	GUAYAS
102	MERCANOBOA PUBLICIDAD S.A.	GUAYAS
103	OPPAC OPERADOR PORTUARIO DEL PACIFICO C.A.	GUAYAS
104	COMPUPLAN S.A.	GUAYAS
105	TERMASOL C.A.	GUAYAS
106	PROESMERALDAS S.A.	GUAYAS
107	SERVIMAYAICU S.A.	GUAYAS
108	BLASTI S.A.	GUAYAS
109	ADMINISTRACION Y SERVICIOS S.A. ADMISA	GUAYAS
110	AGROJOROL S.A.	GUAYAS
111	PRISIL S.A.	GUAYAS

112	VACUT S.A.	GUAYAS
113	FERTILIZANTES DEL PACIFICO FERPACIFIC S.A.	GUAYAS
114	SAN FERMIN S.A. FERMINSA	GUAYAS
115	INGANSA INVERSIONES GANADERAS S.A.	GUAYAS
116	FRUSHI S.A.	GUAYAS
117	VARAZA S.A.	GUAYAS
118	ADVIZA S.A.	GUAYAS
119	PERDYS S.A.	GUAYAS
120	INDRIZO S.A.	GUAYAS
121	LIBA S.A.	GUAYAS
122	ZUCE S.A.	GUAYAS
123	ONCOMEDICA S.A.	GUAYAS
124	GITZYCORP S.A.	GUAYAS
125	GRANTMED S.A.	GUAYAS
126	MARAMAR S.A.	GUAYAS
127	AUTOMOTRIZ NOBOA S.A.	GUAYAS
128	BRADKER S.A.	GUAYAS
129	COLOBONI S.A.	GUAYAS
130	VICUSAN, VICUÑA, SANCHEZ Y COMPAÑIA	GUAYAS
131	PANTHER S.A.	GUAYAS
132	KIRCH S.A.	GUAYAS
133	DOMINIL S.A.	GUAYAS
134	BAPELI S.A.	GUAYAS
135	AVENELE S.A.	GUAYAS
136	TOSQUINI S.A.	GUAYAS
137	TRUISFRUIT S.A.	GUAYAS
138	COMPAÑIA DE ELABORADOS DE CAFE ELCAFE C.A.	MANABI
139	COENANSA, FABRICA DE VEHICULOS S.A.	MANABI
140	OPORBOL OPERADOR PORTUARIO BOLIVARIANO S.A.	MANABI
141	ALARCON SAENZ HECTOR FERNANDO RAFAEL	GUAYAS
142	ITALMOTOR SA	PICHINCHA
143	PANADERIA Y PASTELERIA ROYAL C.A.	PICHINCHA
144	PANAUTO S.A.	PICHINCHA
145	PANAMOTOR S.A.	PICHINCHA
146	AGROINDUSTRIAS SAN ESTEBAN C.A. AGRIESTEBAN	PICHINCHA

Fuente: Servicio de Rentas Internas, 2012 Elaborado por: Geovanna Izurieta Paulina Valdivieso

Anexo 10 Grupo Pronaca

N°	EMPRESA	PROVINCIA
1	ACUESPECIES S.A.	GUAYAS
2	CRIDEC, CRIADEROS DEL ECUADOR C.A.	GUAYAS
3	AGRICOLA QUILICHAO S.A.	GUAYAS
4	GRALARCAM, LARVAS Y CAMARONES S.A.	GUAYAS
5	CULTIVOS PESQUEROS MARINOS CUPESMAR S.A.	GUAYAS
6	FLORPAPEL S.A	GUAYAS
7	AGROVALENCIA C.A.	LOS RIOS
8	MARDEX MARISCOS DE EXPORTACION S.A.	MANABI
9	BAKKER GUERRA LUIS	PICHINCHA
10	KLEIN SUSSMANN DANIEL JACQUES	PICHINCHA
11	BAKKER VILLACRESES JOHN WILLIAM	PICHINCHA
12	BAKKER VILLACRESES SYLVIA MARIA	PICHINCHA
13	GERRITSEN BAKKER JACQUELINE MARIE	PICHINCHA
14	GERRITSEN BAKKER ALEXANDRA CHRISTINA	PICHINCHA
15	INCUBADORA NACIONAL CA INCA	PICHINCHA
16	INDUSTRIA CARTONERA ASOCIADA S.A. INCASA	PICHINCHA
17	PROCESADORA NACIONAL DE ALIMENTOS C.A. PRONACA	PICHINCHA
18	SK INMOBILIARIA CA	PICHINCHA
19	ECUABORDADOS S. C. I. C.	PICHINCHA
20	I.A.E. INDUSTRIA AGRICOLA EXPORTADORA INAEXPO C.A.	PICHINCHA
21	MEISTERCAP S. C. C. I.	PICHINCHA
22	ALIMENTOS ESPECIALES PROCESADOS C.A. ALEPROCA	PICHINCHA
23	PRODUCTORA DEL AUSTRO C.A. PRODUASTRO	PICHINCHA
24	PRODUCTORA AGROPECUARIA DE LOS ANDES C.A. PRODUANDES	PICHINCHA
25	ABSORPELSA PAPELES ABSORVENTES S.A.	PICHINCHA
26	INMOBILIARIA LOS GRANADOS S.A. INMOGRA	PICHINCHA
27	FINABEK C.A.	PICHINCHA
28	BLK CORPORATION S.A.	PICHINCHA
29	INMOBILIARIA BAKVISA INMOBAKVISA S.A.	PICHINCHA
30	FIDEICOMISO GB	PICHINCHA
31	REPRESENTACIONES REPREMERCA S.A.	PICHINCHA
32	HOSPITAL VETERINARIO GERRITSEN S.A. HVG	PICHINCHA
33	HOLDING DE EMPRESAS ECUATORIANAS HOLDECUADOR S.A.	PICHINCHA

Fuente: Servicio de Rentas Internas, 2012 Elaborado por: Geovanna Izurieta

Paulina Valdivieso

Anexo 11 Acta de designación de Superintendente de Control del Poder de

Mercado



Conseio de Participación Ciudadana y Control Social Ecuador Mamallaktapak Runa Tantanakuymanta Nawinchinamantapash Hatun Tantanakuy Uunt Iruntrar, Aents Kawen Takatmainia iimia

RESOLUCION 002-197-CPCCS-2012

EL PLENO DEL CONSEJO DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y CONTROL SOCIAL

CONSIDERANDO:

Que mediante el numeral 10 del artículo 208 de la Constitución de la República del Ecuador y el artículo 43 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder del Mercado, es facultad del Consejo de Participación Ciudadana designar a la Primera Autoridad de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, de una Terna Propuesta por la Presidenta o el Presidente de la República.

Que se ha agotado el proceso de veeduría e impugnación ciudadana, a los integrantes de la terna enviada por el economista Rafael Correa Delgado Presidente Constitucional de la República del Ecuador, para la designación de la Primera Autoridad de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.

En sesión ordinaria celebrada el día martes 31 de Julio de 2012, por unanimidad al tratar el tercer punto del orden del día, una vez cumplidas las disposiciones legales y reglamentarias en uso de sus atribuciones RESUELVÉ:

DESIGNAR AL PH. D. PEDRO FRANCISCO PAEZ PEREZ EN CALIDAD DE SUPERINTENDENTE DE CONTROL DEL PODER DE MERCADO POR EL PERIODO ESTABLECIDO EN EL ARTICULO 43 DE LA LEY ORGÁNICA DE REGULACIÓN Y CONTROL DE PODER DEL MERCADO.

COMUNIQUESE ESTA RESOLUCIÓN AL SEÑOR PRESIDENTE DE LA ASAMBLEA NACIONAL, A FIN DE QUE PROCEDA CON LA POSESION DE LA AUTORIDAD DESIGNADA.

Dado en Quito, a los 31 días del mes de Julio de 2012.

Marcela Miranda Pérez

Presidenta

Pablo Ruiz Martínez Secretario General

CONSEJO DE PARTICIPACION CIUDADANA Y CONTROL SOCIAL

CERTIFICO que es fiel copia del original que reposa en los archivosde Secretarios

Grevenori Quito, 16 SLO

FIRMA DEL RESPONSABLE

Anexo 12 Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado



SUPLEMENTO

Año III - № 555

Quito, Jueves 13 de Octubre del 2011

Valor: US\$ 1.25 + IVA

ING. HUGO ENRIQUE DEL POZO **BARREZUETA** DIRECTOR

Quito: Avenida 12 de Octubre N 16-114 y Pasaje Nicolás Jiménez

Dirección: Telf. 2901 - 629 Oficinas centrales y ventas: Telf. 2234 - 540

Distribución (Almacén): Mañosca № 201 y Av. 10 de Agosto Telf. 2430 - 110

Sucursal Guayaquil: Malecón № 1606 y Av. 10 de Agosto Telf. 2527 - 107

Suscripción anual: US\$ 400 + IVA Impreso en Editora Nacional

1.500 ejemplares -- 40 páginas

www.registroficial.gob.ec

Al servicio del país desde el 1º de julio de 1895

SUMARIO:

Págs.

ASAMBLEA NACIONAL

LEY:

Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado

CORTE CONSTITUCIONAL PARA EL PERÍODO DE TRANSICIÓN

SENTENCIA:

011-11-SEP-CC Declárase la vulneración de los derechos constitucionales a la propiedad, al debido proceso y a la seguridad jurídica; acéptase la acción extraordinaria de protección; y, déjase sin efecto y sin eficacia jurídica alguna, tanto el auto del 8 de enero del 2008, emitido por el doctor Ramiro Arévalo Malo, Juez Octavo de lo Civil de Loja, encargado del Juzgado Segundo, como todo lo actuado a partir del acta de embargo realizada con fecha 24 de mayo del 2006, dentro del juicio ejecutivo signado con el N° 0485-2004

ORDENANZA MUNICIPAL:

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Chordeleg: Para la aplicación del procedimiento administrativo de ejecución o coactiva de créditos tributarios y no tributarios que se adeudan y de la baja de títulos y especies

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA

Oficio No. T.364-SNJ-11-1287

Quito, 10 de octubre de 2011

Señor Ingeniero Hugo del Pozo Berrazueta DIRECTOR DEL REGISTRO OFICIAL En su despacho

De mi consideración:

Luego de la respectiva aprobación por parte del Pleno de la Asamblea Nacional y de conformidad con lo que disponen los artículo 137 de la Constitución de la República, y 63 de la Ley Orgánica de la Función Legislativa, remito a usted la "LEY ORGÁNICA DE REGULACIÓN Y CONTROL DEL PODER DE MERCADO" debidamente sancionada, en original y en copia certificada, para su correspondiente publicación en el Registro Oficial.

Luego de la respectiva publicación, le agradeceré que se sirva remitir el ejemplar original a la Asamblea Nacional para los fines pertinentes.

Atentamente.

f.) Dr. Alexis Mera Giler, Secretario Nacional Jurídico.

ASAMBLEA NACIONAL

Oficio Nº PAN-FC-011-1258

Quito, 29 de septiembre de 2011

Señor Economista Rafael Correa Delgado PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR En su despacho

Señor Presidente:

La Asamblea Nacional, de conformidad con las atribuciones que le confiere la Constitución de la República del Ecuador y la Ley Orgánica de la Función Legislativa, discutió y aprobó el proyecto de LEY ORGÁNICA DE REGULACIÓN Y CONTROL DEL PODER DE MERCADO, urgente en materia económica.

En tal virtud y para los fines previstos en los artículos 137 de la Constitución de la República del Ecuador y 63 de la Ley Orgánica de la Función Legislativa, remito el auténtico y copia certificada del texto del proyecto de Ley, así como también la certificación del señor Secretario General de la Asamblea Nacional, sobre las fechas de los respectivos debates.

Atentamente,

f.) Fernando Codero Cueva, Presidente.

Es fiel copia de su original en una foja útil.- LO CERTIFICO.- Quito, a 11 de octubre del 2011.

 f.) Abg. Oscar Pico Solórzano, Subsecretario Nacional de la Administración Pública.

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA.- Secretaría General Jurídica.- Recibido: Nombre: Bertha Saavedra.- Fecha: 29 - 09 - 2011.- Hora: 19:32.

ASAMBLEA NACIONAL

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Secretario General de la Asamblea Nacional, certifico que el proyecto de LEY ORGÁNICA DE REGULACIÓN Y CONTROL DEL PODER DE MERCADO, urgente en materia económica, fue discutido y aprobado en las siguientes fechas:

PRIMER DEBATE: 13 - Septiembre - 2011

SEGUNDO DEBATE: 27 y 29 - Septiembre - 2011

Quito, 29 de septiembre de 2011

f.) Dr. Andrés Segovia S., Secretario General.

Es fiel copia de su original en una foja útil.- LO CERTIFICO.- Quito, a 11 de octubre del 2011.

 f.) Abg. Oscar Pico Solórzano, Subsecretario Nacional de la Administración Pública.

ASAMBLEA NACIONAL

EL PLENO

CONSIDERANDO:

Que, el artículo 52 de la Constitución de la República garantiza a las personas el derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad;

Que, el artículo 66 de la Constitución de la República, numerales 15, 25 y 26, garantiza el derecho a desarrollar actividades económicas conforme los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental; el derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato; el derecho a la propiedad en todas sus formas, con función y responsabilidad social y ambiental;

Que, de acuerdo a lo dispuesto por el artículo 85 numerales 1 y 2 de la Carta Suprema, la formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios debe orientarse a la realización y garantía del buen vivir y de los derechos reconocidos constitucionalmente en el marco del principio de solidaridad, consagrándose la prevalencia del interés general sobre el interés particular;

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 y ambiental:

Que, el artículo 283 de la Constitución de la República establece que el sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir;

Que, el artículo 284 de la Constitución de la República establece los objetivos de la política económica, entre los que se encuentran: el asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional; incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional; y, mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenibles en el tiempo;

Que, el artículo 304 numeral 6 de la Carta Fundamental establece que la política comercial tendrá como objetivo evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados;

Que, el artículo 334, numeral 1, de la Constitución de la República dictamina que corresponde al Estado promover el acceso equitativo a los factores de producción, evitando la concentración o acaparamiento de factores y recursos productivos, la redistribución y supresión de privilegios o desigualdades en el acceso a ellos;

Que, el artículo 335 de la Constitución de la República, impone al Estado las obligaciones de regular, controlar e intervenir, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas, definir una política de precios orientada a proteger la producción nacional y establecer los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio u oligopolio privado o de abuso de posición de dominio en el mercado, así como otras prácticas de competencia desleal;

Que, el artículo 336 de la Carta Fundamental impone al Estado el deber de impulsar y velar por un comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, promoviendo la reducción de las distorsiones de la intermediación y promoción de su sustentabilidad asegurando de esta manera la transparencia y eficiencia en los mercados, mediante el fomento de la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante Ley;

Que, en el Registro Oficial Suplemento 306 de 22 de Octubre de 2010, se promulgó el Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas, el mismo que prevé que es uno de los lineamientos para el desarrollo el aportar a la construcción de un sistema económico social, solidario y sostenible, que reconozca las distintas formas de producción y de trabajo, y promueva la transformación de la estructura económica primario-exportadora, las formas de acumulación de riqueza y la distribución equitativa de los beneficios del desarrollo;

Que, el Ministro de Finanzas de conformidad con el artículo 74 numeral 15 del Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas, mediante oficio No. MINFIN-DM-2011-1246 de 5 de agosto de 2011, emite dictamen favorable del proyecto de Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado;

Que, el artículo 132 de la Constitución de la República establece que la Asamblea Nacional aprobará como leyes las normas generales de interés común, y que se requerirá de ley en los siguientes casos: 1. Regular el ejercicio de los derechos y garantías constitucionales. 2. Tipificar infracciones y establecer las sanciones correspondientes. 3. Crear, modificar o suprimir tributos, sin menoscabo de las atribuciones que la Constitución confiere a los gobiernos autónomos descentralizados. 4. Atribuir deberes, responsabilidades y competencias a los gobiernos autónomos descentralizados. 5. Modificar la división político-administrativa del país, excepto en lo relativo a las parroquias. 6. Otorgar a los organismos públicos de control y regulación la facultad de expedir normas de carácter general en las materias propias de su competencia, sin que puedan alterar o innovar las disposiciones legales; y.

En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente:

LEY ORGÁNICA DE REGULACIÓN Y CONTROL DEL PODER DE MERCADO

CAPÍTULO I

DEL OBJETO Y ÁMBITO

Artículo 1.- Objeto.- 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.

Artículo 2.- Ámbito.- Están sometidos a las disposiciones de la presente 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.

Las conductas o actuaciones en que incurriere un operador económico serán imputables a él y al operador que lo controla, cuando el comportamiento del primero ha sido determinado por el segundo.

La presente ley incluye la regulación de las distorsiones de mercado originadas en restricciones geográficas y logísticas, así como también aquellas que resultan de las asimetrías productivas entre los operadores económicos.

Artículo 3.- Primacía de la realidad.- Para la aplicación de esta Ley la autoridad administrativa determinará la naturaleza de las conductas investigadas, atendiendo a su realidad y efecto económico. La forma de los actos jurídicos utilizados por los operadores económicos no enerva el análisis que la autoridad efectúe sobre la verdadera naturaleza de las conductas subyacentes a dichos actos.

La costumbre o la costumbre mercantil no podrán ser invocadas o aplicadas para exonerar o eximir las conductas contrarias a esta Ley o la responsabilidad del operador económico.

Artículo 4.- Lineamientos para la regulación y principios para la aplicación.- En concordancia con la Constitución de la República y el ordenamiento jurídico vigente, los siguientes lineamientos se aplicarán para la regulación y formulación de política pública en la materia de esta Ley:

- El reconocimiento del ser humano como sujeto y fin del sistema económico.
- La defensa del interés general de la sociedad, que prevalece sobre el interés particular.
- El reconocimiento de la heterogeneidad estructural de la economía ecuatoriana y de las diferentes formas de organización económica, incluyendo las organizaciones populares y solidarias.
- 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.
- El derecho a desarrollar actividades económicas y la libre concurrencia de los operadores económicos al mercado.
- El establecimiento de un marco normativo que permita el ejercicio del derecho a desarrollar actividades económicas, en un sistema de libre concurrencia.
- El impulso y fortalecimiento del comercio justo para reducir las distorsiones de la intermediación.
- 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.
- La distribución equitativa de los beneficios de desarrollo, incentivar la producción, la productividad, la competitividad, desarrollar el conocimiento científico y tecnológico; y,
- La necesidad de contar con mercados transparentes y eficientes.

Para la aplicación de la presente Ley se observarán los principios de no discriminación, transparencia, proporcionalidad y debido proceso.

CAPÍTULO II

RÉGIMEN DE REGULACIÓN Y CONTROL

Sección 1

Mercado relevante y volumen de negocios

Artículo 5.- Mercado relevante.- A efecto de aplicar esta Ley la Superintendencia de Control del Poder de Mercado determinará para cada caso el mercado relevante. Para ello, considerará, al menos, el mercado del producto o servicio, el mercado geográfico y las características relevantes de los grupos específicos de vendedores y compradores que participan en dicho mercado.

El mercado del producto o servicio comprende, al menos, el bien o servicio materia de la conducta investigada y sus sustitutos. Para el análisis de sustitución, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado evaluará, entre otros factores, las preferencias de los clientes o consumidores; las características, usos y precios de los posibles sustitutos; los costos de la sustitución; así como las posibilidades tecnológicas y el tiempo requerido para la sustitución.

El mercado geográfico comprende el conjunto de zonas geográficas donde están ubicadas las fuentes alternativas de aprovisionamiento del producto relevante. Para determinar las alternativas de aprovisionamiento, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado evaluará, entre otros factores, los costos de transporte, las modalidades de venta y las barreras al comercio existentes.

La determinación del mercado relevante considerará las características particulares de los vendedores y compradores que participan en dicho mercado. Los competidores de un mercado relevante deberán ser equiparables, para lo cual se considerará las características de la superficie de venta, el conjunto de bienes que se oferta, el tipo de intermediación y la diferenciación con otros canales de distribución o venta del mismo producto.

Artículo 6.- Volumen de negocios.- A efectos de la presente Ley, se entiende por volumen de negocios total de uno o varios operadores económicos, la cuantía resultante de la venta de productos y de la prestación de servicios realizados por los mismos, durante el último ejercicio que corresponda a sus actividades ordinarias, previa deducción del impuesto sobre el valor agregado y de otros impuestos al consumidor final directamente relacionados con el negocio.

Sección 2

Del poder de mercado

Artículo 7.- Poder de mercado.- Es la capacidad de los operadores económicos para influir significativamente en el mercado. Dicha capacidad se puede alcanzar de manera individual o colectiva. Tienen poder de mercado u ostentan posición de dominio los operadores económicos que, por cualquier medio, sean capaces de actuar de modo independiente con prescindencia de sus competidores,

compradores, clientes, proveedores, consumidores, usuarios, distribuidores u otros sujetos que participen en el mercado.

La obtención o el reforzamiento del poder de mercado no atentan contra la competencia, la eficiencia económica o el bienestar general. Sin embargo, el obtener o reforzar el poder de mercado, de manera que impida, restrinja, falsee o distorsione la competencia, atente contra la eficiencia económica o el bienestar general o los derechos de los consumidores o usuarios, constituirá una conducta sujeta a control, regulación y, de ser el caso, a las sanciones establecidas en esta Ley.

Artículo 8.- Determinación del Poder de Mercado.- Para determinar si un operador económico tiene poder de mercado en un mercado relevante, debe considerarse, entre otros, uno o varios de los siguientes criterios:

- a. Su participación en ese mercado, de forma directa o a través de personas naturales o jurídicas vinculadas, y su posibilidad de fijar precios unilateralmente o de restringir, en forma sustancial, el abastecimiento en el mercado relevante, sin que los demás agentes económicos puedan, en la actualidad o en el futuro, contrarrestar ese poder.
- La existencia de barreras a la entrada y salida, de tipo legal, contractual, económico o estratégico; y, los elementos que, previsiblemente, puedan alterar tanto esas barreras como la oferta de otros competidores.
- La existencia de competidores, clientes o proveedores y su respectiva capacidad de ejercer poder de mercado.
- d. Las posibilidades de acceso del operador económico y sus competidores a las fuentes de insumos, información, redes de distribución, crédito o tecnología.
- e. Su comportamiento reciente.
- f. La disputabilidad del mercado.
- g. Las características de la oferta y la demanda de los bienes o servicios; y,
- h. El grado en que el bien o el servicio de que se trate sea sustituible, por otro de origen nacional o extranjero, considerando las posibilidades tecnológicas y el grado en que los consumidores cuenten con sustitutos y el tiempo requerido para efectuar tal sustitución.

Artículo 9.- Abuso de Poder de Mercado.- 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.

En particular, las conductas que constituyen abuso de poder de mercado son:

- 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.
- 5.- La alteración injustificada de los niveles de producción, del mercado o del desarrollo técnico o tecnológico que afecten negativamente a los operadores económicos o a los consumidores.
- 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.
- 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.
- 17.- El abuso de un derecho de propiedad intelectual, según las disposiciones contenidas en instrumentos internacionales, convenios y tratados celebrados y ratificados por el Ecuador y en la ley que rige la materia.
- 18.- La implementación injustificada de acciones legales que tenga por resultado la restricción del acceso o de la permanencia en el mercado de competidores actuales o potenciales.
- 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.

La prohibición prevista en el presente artículo se aplicará también en los casos en los que el poder de mercado de uno o varios operadores económicos haya sido establecido por disposición legal.

No será admitida como defensa o eximente de responsabilidad de conductas contrarias a esta Ley la valoración del acto jurídico que pueda contenerlas.

Artículo. 10.- Abuso de Poder de Mercado en Situación de Dependencia Económica.- Se prohíbe la explotación, por uno o varios operadores económicos, de la situación de dependencia económica en la que puedan encontrarse sus clientes o proveedores, que no dispongan de alternativa equivalente para el ejercicio de su actividad. Esta situación se presumirá cuando un proveedor, además de los descuentos habituales, debe conceder a su cliente de forma regular otras ventajas adicionales que no se conceden a compradores similares.

El abuso consistirá, en particular, en:

- 1.- La ruptura, aunque sea de forma parcial, de una relación comercial establecida sin que haya existido preaviso escrito y preciso con una antelación mínima de 30 días, salvo que se deba a incumplimientos graves, por parte del proveedor o comprador, de las condiciones pactadas o en caso de fuerza mayor.
- 2.- Obtener o intentar obtener, bajo la amenaza de ruptura de las relaciones comerciales o cualquier otro tipo de amenaza, precios, condiciones de pago, modalidades de venta, pago de cargos adicionales y otras condiciones de cooperación comercial no recogidas en las condiciones generales de venta que se tengan pactadas.
- 3.- La utilización del poder de mercado para generar o mantener la posición de dependencia económica, de uno o varios operadores, tendiente a obtener ventajas adicionales que no se conceden o concederían a compradores o proveedores similares.
- 4.- La imposición, de forma directa o indirecta, de precios u otras condiciones comerciales o de servicios no equitativos.

Las entidades públicas encargadas de la regulación de la producción en cada uno de los sectores productivos vigilarán la estricta observancia de esta prohibición, especialmente en los intercambios de los pequeños y medianos productores agroalimentarios y de la economía popular y solidaria con las redes de intermediación del sector privado, y, en caso de identificar incumplimientos, tomarán las medidas correspondientes en el ámbito de su competencia, además de informar obligatoriamente a la Superintendencia de Control del Poder de Mercado para la investigación y sanción respectivas.

Sección 3

Acuerdos y prácticas restrictivas

Artículo 11.- Acuerdos y prácticas prohibidas.- Están prohibidos y serán sancionados de conformidad con las normas de la presente ley todo acuerdo, decisión o recomendación colectiva, o práctica concertada o conscientemente paralela, y en general todos los actos o conductas realizados por dos o más operadores económicos, de cualquier forma manifestados, relacionados con la producción e intercambio de bienes o servicios, cuyo objeto o efecto sea o pueda ser impedir, restringir, falsear o distorsionar la competencia, o afecten negativamente a la eficiencia económica o el bienestar general.

En particular, las siguientes conductas, constituyen acuerdos y prácticas prohibidas:

- Fijar de manera concertada o manipular precios, tasas de interés, tarifas, descuentos, u otras condiciones comerciales o de transacción, o intercambiar información con el mismo objeto o efecto.
- Repartir, restringir, limitar, paralizar, establecer obligaciones o controlar concertadamente la producción, distribución o comercialización de bienes o servicios.
- El reparto concertado de clientes, proveedores o zonas geográficas.

- 4. Repartir o restringir las fuentes de abastecimiento.
- 5. Restringir el desarrollo tecnológico o las inversiones.
- 6. Los actos u omisiones, acuerdos o prácticas concertadas y en general todas las conductas de proveedores u oferentes, cualquiera sea la forma que adopten, cuyo objeto o efecto sea impedir, restringir, falsear o distorsionar la competencia, ya sea en la presentación de ofertas y posturas o buscando asegurar el resultado en beneficio propio o de otro proveedor u oferente, en una licitación, concursos, remates, ventas al martillo, subastas públicas u otros establecidos en las normas que regulen la contratación pública, o en procesos de contratación privados abiertos al público.
- Discriminar injustificadamente precios, condiciones o modalidades de negociación de bienes o servicios.
- La aplicación concertada, en las relaciones comerciales o de servicio, de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que coloquen de manera injustificada a unos competidores en situación desventajosa frente a otros.
- Concertar con el propósito de disuadir a un operador económico de una determinada conducta, aplicarle represalias u obligarlo a actuar en un sentido determinado.
- La concertación de la calidad de los productos cuando no corresponda a normas técnicas nacionales o internacionales.
- Concertar la subordinación de la celebración de contratos a la aceptación de prestaciones adicionales que, por su naturaleza o arreglo al uso comercial, no guarden relación con el objeto de tales contratos.
- 12. La venta condicionada y la venta atada, injustificadas.
- 13. Denegarse de modo concertado e injustificado a satisfacer las demandas de compra o adquisición o las ofertas de venta y prestación de productos o servicios, o a negociar con actuales o potenciales proveedores, distribuidores, intermediarios, adquirentes o usuarios.
- Denegar de modo injustificado la admisión de operadores económicos a una asociación, gremio o ente similar.
- El boicot dirigido a limitar el acceso al mercado o el ejercicio de la competencia por otras empresas.
- Suspender concertadamente y de manera vertical la provisión de un servicio monopólico en el mercado a un proveedor de bienes o servicios público o privado.
- La fijación concertada e injustificada de precios de reventa.
- Levantar barreras de entrada y/o salida en un mercado relevante.

- Establecer, imponer o sugerir contratos de distribución o venta exclusiva, cláusulas de no competencia o similares, que resulten injustificados.
- 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.
- 21. Los acuerdos entre proveedores y compradores, al margen de lo que establece la ley, que se puedan dar en las compras públicas que direccionen y concentren la contratación con el afán de favorecer injustificadamente a uno o varios operadores económicos.

Son nulos de pleno derecho los acuerdos, prácticas, decisiones y recomendaciones que, estando prohibidos en virtud de lo dispuesto en este artículo, no estén amparados por las exenciones previstas en la presente Ley.

Artículo 12.- Exenciones a la prohibición.- Están exentos de la prohibición contenida en el artículo anterior los acuerdos que contribuyan a mejorar la producción o la comercialización y distribución de bienes y servicios o a promover el progreso técnico o económico, sin que sea necesaria autorización previa, siempre y cuando se cumplan todas las siguientes condiciones:

- Permitan a los consumidores o usuarios participar de forma equitativa de sus ventajas;
- No impongan restricciones que no sean indispensables para la consecución de aquellos objetivos; y,
- No otorguen a los operadores económicos la posibilidad de eliminar la competencia respecto de una parte sustancial de los productos o servicios contemplados.

La Superintendencia de Control del Poder de Mercado examinará permanentemente los actos y las conductas de operadores económicos que se acojan a la exención establecida en este artículo, y evaluará que cumplan con las condiciones que justifican su implementación. Si, de oficio o previa denuncia, la Superintendencia comprobare que uno o varios actos o conductas implementadas con arreglo a la exención establecida en virtud de este artículo no cumple con cualquiera de las condiciones establecidas en el inciso anterior, o se aplican de manera abusiva o son contrarios a objeto de esta Ley, mediante resolución, dispondrá la cesación correspondiente, sin perjuicio de la aplicación de medidas preventivas, correctivas y sanciones de conformidad con la presente Ley.

Articulo 13.- Regla de mínimis.- Las prohibiciones establecidas en el artículo 11 no se aplicarán a aquellas conductas de operadores económicos que por su pequeña escala de operación y /o por su escasa significación, no sean capaces de afectar de manera significativa a la competencia. La Junta de Regulación determinará los criterios para la aplicación de la regla de mínimis.

Sección 4

De la concentración económica

Artículo 14.- Operaciones de concentración económica.A los efectos de esta ley se entiende por concentración económica al cambio o toma de control de una o varias empresas u operadores económicos, a través de la realización de actos tales como:

- a) La fusión entre empresas u operadores económicos.
- La transferencia de la totalidad de los efectos de un comerciante.
- c) La adquisición, directa o indirectamente, de la propiedad o cualquier derecho sobre acciones o participaciones de capital o títulos de deuda que den cualquier tipo de derecho a ser convertidos en acciones o participaciones de capital o a tener cualquier tipo de influencia en las decisiones de la persona que los emita, cuando tal adquisición otorgue al adquirente el control de, o la influencia sustancial sobre la misma.
- d) La vinculación mediante administración común.
- e) Cualquier otro acuerdo o acto que transfiera en forma fáctica o jurídica a una persona o grupo económico los activos de un operador económico o le otorgue el control o influencia determinante en la adopción de decisiones de administración ordinaria o extraordinaria de un operador económico.

Artículo 15.- Control y regulación de concentración económica. Las operaciones de concentración económica que estén obligadas a cumplir con el procedimiento de notificación previsto en esta sección serán examinadas, reguladas, controladas y, de ser el caso, intervenidas o sancionadas por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.

En caso de que una operación de concentración económica cree, modifique o refuerce el poder de mercado, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado podrá denegar la operación de concentración o determinar medidas o condiciones para que la operación se lleve a cabo. Habiéndose concretado sin previa notificación, o mientras no se haya expedido la correspondiente autorización, la Superintendencia podrá ordenar las medidas de desconcentración, o medidas correctivas o el cese del control por un operador económico sobre otro u otros, cuando el caso lo amerite, sin perjuicio de las sanciones a que hubiere lugar de conformidad con los artículos 78 y 79 de esta Ley.

Artículo 16.- Notificación de concentración.- Están obligados a cumplir con el procedimiento de notificación previa establecido en esta Ley, los operadores económicos involucrados en operaciones de concentración, horizontales o verticales, que se realicen en cualquier ámbito de la actividad económica, siempre que se cumpla una de las siguientes condiciones:

 a) Que el volumen de negocios total en el Ecuador del conjunto de los partícipes supere, en el ejercicio contable anterior a la operación, el monto que en Remuneraciones Básicas Unificadas vigentes haya establecido la Junta de Regulación.

b) En el caso de concentraciones que involucren operadores económicos que se dediquen a la misma actividad económica, y que como consecuencia de la concentración se adquiera o se incremente una cuota igual o superior al 30 por ciento del mercado relevante del producto o servicio en el ámbito nacional o en un mercado geográfico definido dentro del mismo.

En los casos en los cuales las operaciones de concentración no cumplan cualquiera de las condiciones anteriores, no se requerirá autorización por parte de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado. Sin embargo, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado podrá solicitar de oficio o a petición de parte que los operadores económicos involucrados en una operación de concentración la notifiquen, en los términos de esta sección.

Las operaciones de concentración que requieran de autorización previa según los incisos precedentes, deberán ser notificadas para su examen previo, en el plazo de 8 días contados a partir de la fecha de la conclusión del acuerdo, bajo cualquiera de las modalidades descritas en el artículo 14 de esta Ley, ante la Superintendencia de Control del Poder de Mercado. La notificación deberá constar por escrito, acompañada del proyecto del acto jurídico de que se trate, que incluya los nombres o denominaciones sociales de los operadores económicos o empresas involucradas, sus estados financieros del último ejercicio, su participación en el mercado y los demás datos que permitan conocer la transacción pretendida. Esta notificación debe ser realizada por el absorbente, el que adquiere el control de la compañía o los que pretendan llevar a cabo la concentración. Los actos sólo producirán efectos entre las partes o en relación a terceros una vez cumplidas las previsiones de los artículos 21 o 23 de la presente Ley, según corresponda.

Art.- 17.- Cálculo del Volumen de Negocios.- Para el cálculo del volumen de negocios total del operador económico afectado, se sumarán los volúmenes de negocios de las empresas u operadores económicos siguientes:

- a) La empresa u operador económico en cuestión.
- Las empresas u operadores económicos en los que la empresa o el operador económico en cuestión disponga, directa o indirectamente:
 - 1. De más de la mitad del capital suscrito y pagado.
 - Del poder de ejercer más de la mitad de los derechos de voto.
 - Del poder de designar más de la mitad de los miembros de los órganos de administración, vigilancia o representación legal de la empresa u operador económico; o,
 - Del derecho a dirigir las actividades de la empresa u operador económico.

- c) Aquellas empresas u operadores económicos que dispongan de los derechos o facultades enumerados en el literal b) con respecto a una empresa u operador económico involucrado.
- d) Aquellas empresas u operadores económicos en los que una empresa u operador económico de los contemplados en el literal c) disponga de los derechos o facultades enumerados en el literal b).
- e) Las empresas u operadores económicos en cuestión en los que varias empresas u operadores económicos de los contemplados en los literales de la a) a la d) dispongan conjuntamente de los derechos o facultades enumerados en el literal b).

Artículo 18.- Sanción.- La falta de notificación y la ejecución no autorizada de las operaciones previstas en el artículo anterior, serán sancionadas de conformidad con los artículos 78 y 79 de esta Ley.

Artículo 19.- Operaciones Exentas.- Se encuentran exentas de la notificación obligatoria prevista en el artículo 16 las siguientes operaciones:

- Las adquisiciones de acciones sin derecho a voto, o de bonos, obligaciones o cualquier título convertible en acciones sin derecho a voto.
- Adquisiciones de empresas o de operadores económicos liquidados o aquellos que no hayan registrado actividad en el país en los últimos tres años.

Artículo 20.- De la información y su coordinación.- La Superintendencia de Control del Poder de Mercado podrá establecer los sistemas de información que considere necesarios para el efectivo cumplimiento de sus fines. Las demás entidades públicas tendrán el deber de colaborar, en el marco de la Constitución y la ley, con la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, especialmente en cuanto a transferencia de información relevante que posean, sistematicen o generen sobre los operadores económicos, así como de facilitar la integración de sus sistemas de información con aquellos que la Superintendencia establezca. De la misma manera, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado deberá intercambiar información que sea relevante para las demás entidades públicas, siempre que no sea reservada conforme a lo establecido en esta Ley.

Artículo 21.- Decisión de la Autoridad.- En todos los casos sometidos al procedimiento de notificación previa establecido en este capítulo, excepto los de carácter informativo establecidos en el segundo inciso del artículo 16 de la presente Ley, la Superintendencia, por resolución motivada, deberá decidir dentro del término de sesenta (60) días calendario de presentada la solicitud y documentación respectiva:

- a) Autorizar la operación;
- Subordinar el acto al cumplimiento de las condiciones que la misma Superintendencia establezca; o,

c) Denegar la autorización.

El término establecido en este artículo podrá ser prorrogado por una sola vez, hasta por sesenta (60) días término adicionales, si las circunstancias del examen lo requieren.

Artículo 22.- Criterios de decisión.- A efectos de emitir la decisión correspondiente según el artículo anterior, se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

- El estado de situación de la competencia en el mercado relevante:
- El grado de poder de mercado del operador económico en cuestión y el de sus principales competidores;
- 3.- La necesidad de desarrollar y/o mantener la libre concurrencia de los operadores económicos, en el mercado, considerada su estructura así como los actuales o potenciales competidores;
- 4.- La circunstancia de si a partir de la concentración, se generare o fortaleciere el poder de mercado o se produjere una sensible disminución, distorsión u obstaculización, claramente previsible o comprobada, de la libre concurrencia de los operadores económicos y/o la competencia:
- 5.- La contribución que la concentración pudiere aportar a:
- a) La mejora de los sistemas de producción o comercialización;
- b) El fomento del avance tecnológico o económico del país;
- c) La competitividad de la industria nacional en el mercado internacional siempre y cuando no tenga una afectación significativa al bienestar económico de los consumidores nacionales;
- d) El bienestar de los consumidores nacionales;
- e) Si tal aporte resultare suficiente para compensar determinados y específicos efectos restrictivos sobre la competencia; y,
- La diversificación del capital social y la participación de los trabajadores.

Artículo 23.- Autorización por silencio administrativo.-Transcurrido el término previsto en el artículo 21 sin que se haya emitido la resolución correspondiente, la operación se tendrá por autorizada tácitamente.

La autorización por silencio administrativo producirá en todos los casos los mismos efectos legales que la autorización expresa, sin que se requiera petición adicional alguna por el o los operadores económicos involucrados, quienes podrán continuar con la operación de concentración notificada.

Artículo 24.- Impugnación.- Las concentraciones que hayan sido notificadas y autorizadas podrán ser impugnadas posteriormente en sede administrativa en base a

información y documentación verificada por la Superintendencia, por ella misma o quien tenga interés en ello, solamente cuando dicha resolución se hubiera obtenido en base a información falsa o incompleta proporcionada por el solicitante, sin perjuicio de las acciones civiles y penales correspondientes.

Sección 5

De las prácticas desleales

Artículo 25.- Definición.- Se considera desleal a todo hecho, acto o práctica contrarios a los usos o costumbres honestos en el desarrollo de actividades económicas, incluyendo aquellas conductas realizadas en o a través de la actividad publicitaria. La expresión actividades económicas se entenderá en sentido amplio, que abarque actividades de comercio, profesionales, de servicio y otras.

Para la definición de usos honestos se estará a los criterios del comercio nacional; no obstante, cuando se trate de actos o prácticas realizados en el contexto de operaciones internacionales, o que tengan puntos de conexión con más de un país, se atenderá a los criterios que sobre usos honestos prevalezcan en el comercio internacional.

La determinación de la existencia de una práctica desleal no requiere acreditar conciencia o voluntad sobre su realización sino que se asume como cuasidelito de conformidad con el Código Civil. Tampoco será necesario acreditar que dicho acto genere un daño efectivo en perjuicio de otro concurrente, los consumidores o el orden público económico, bastando constatar que la generación de dicho daño sea potencial, de acuerdo a lo establecido en esta Lev.

Las sanciones impuestas a los infractores de la presente ley no obstan el derecho de los particulares de demandar la indemnización de daños y perjuicios que corresponda de conformidad con las normas del derecho común, así como la imposición de sanciones de índole penal, en caso de constituir delitos.

Se aplicará las sanciones previstas en esta ley, siempre que la práctica no esté tipificada como infracción administrativa con una sanción mayor en otra norma legal, sin perjuicio de otras medidas que se puedan tomar para prevenir o impedir que las prácticas afecten a la competencia.

La protesta social legítima, en el ámbito exclusivo de esta Ley, no será, en ningún caso considerada como boicot.

Artículo 26.- Prohibición.- 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.

Los asuntos en que se discutan cuestiones relativas a la propiedad intelectual entre pares, públicos o privados, sin que exista afectación al interés general o al bienestar de los consumidores, serán conocidos y resueltos por la autoridad nacional competente en la materia.

Artículo 27.- Prácticas Desleales.- Entre otras, se consideran prácticas desleales, las siguientes:

 1.- Actos de confusión.- Se considera desleal toda conducta que tenga por objeto o como efecto, real o potencial, crear confusión con la actividad, las prestaciones, los productos o el establecimiento ajenos.

En particular, se reputa desleal el empleo o imitación de signos distintivos ajenos, así como el empleo de etiquetas, envases, recipientes u otros medios de identificación que en el mercado se asocien a un tercero.

2.- Actos de engaño.- Se considera desleal toda conducta que tenga por objeto o como efecto, real o potencial, inducir a error al público, inclusive por omisión, sobre la naturaleza, modo de fabricación o 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.

Configura acto de engaño la difusión en la publicidad de afirmaciones sobre productos o servicios que no fuesen veraces y exactos. La carga de acreditar la veracidad y exactitud de las afirmaciones en la publicidad corresponde a quien las haya comunicado en su calidad de anunciante. En particular, para la difusión de cualquier mensaje referido a características comprobables de un producto o servicio anunciado, el anunciante debe contar con las pruebas que sustenten la veracidad de dicho mensaje.

- 3.- Actos de Imitación.- Particularmente, se considerarán prácticas desleales:
- a) La imitación que infrinja o lesione un derecho de propiedad intelectual reconocido por la ley.
- b) La imitación de prestaciones o iniciativas empresariales de un tercero cuando resulte idónea para generar confusión por parte de los consumidores respecto a la procedencia empresarial de la prestación o comporte un aprovechamiento indebido de la reputación o el esfuerzo ajeno. Las iniciativas empresariales imitadas podrán consistir, entre otras, en el esquema general, el texto, el eslogan, la presentación visual, la música o efectos sonoros de un anuncio de un tercero.
- c) La imitación sistemática de las prestaciones o iniciativas empresariales de un tercero cuando dicha estrategia se halle directamente encaminada a impedir u obstaculizar su afirmación en el mercado y exceda de lo que, según sus características, pueda reputarse como una respuesta natural a aquél.
- 4.- Actos de denigración.- Se considera desleal la realización, utilización o difusión de aseveraciones,

indicaciones o manifestaciones sobre la actividad, el producto, las prestaciones, el establecimiento o las relaciones mercantiles de un tercero o de sus gestores, que puedan menoscabar su crédito en el mercado, a no ser que sean exactas, verdaderas y pertinentes. Constituyen actos de denigración, entre otros:

- a) Realizar, utilizar o difundir aseveraciones, indicaciones o manifestaciones incorrectas o falsas u omitir las verdaderas, con el objeto o que tengan por efecto, real o potencial, menoscabar el crédito en el mercado del afectado.
- Realizar, utilizar o difundir aseveraciones, indicaciones o manifestaciones que refieran a la nacionalidad, las creencias o ideología, la intimidad, la vida privada o cualesquiera otras circunstancias estrictamente personales del afectado.
- c) Realizar, utilizar o difundir aseveraciones, indicaciones o manifestaciones que, debido al tono de desprecio o ridículo, sean susceptibles de menoscabar el crédito del afectado en el mercado. Las conductas descritas en los literales b) y c) del presente artículo se presumen impertinentes, sin admitir prueba en contrario.
- 5.- Actos de comparación.- Se considera desleal la comparación de la actividad, las prestaciones, los productos o el establecimiento propios o ajenos con los de un tercero, inclusive en publicidad comparativa, cuando dicha comparación se refiera a extremos que no sean análogos, relevantes ni comprobables.
- 6.- Explotación de la reputación ajena.- Se considera desleal el aprovechamiento indebido, en beneficio propio o ajeno, de las ventajas de la reputación industrial, comercial o profesional adquirida por otro en el mercado.
- 7.- Violación de secretos empresariales.- Se considerará como secreto empresarial cualquier información no divulgada que una persona natural o jurídica legítimamente posea, que pueda usarse en alguna actividad productiva, industrial o comercial, y que sea susceptible de transmitirse a un tercero, en la medida que:
- a) La información sea secreta en el entendido de que como conjunto o en la configuración y composición precisas de sus elementos no sea conocida en general ni fácilmente accesible a las personas integrantes de los círculos que normalmente manejan el tipo de información de que se trate;
- La información tenga un valor comercial, efectivo o potencial, por ser secreta; y,
- En las circunstancias dadas, la persona que legalmente la tenga bajo control haya adoptado medidas razonables para mantenerla secreta.

Se considera desleal, en particular:

 a) La divulgación o explotación, sin autorización de su titular, de secretos a los que se haya tenido acceso legítimamente, pero con deber de reserva, o ilegítimamente, como resultado de alguna de las

- conductas previstas en el literal siguiente o en el numeral 8 de este artículo.
- b) La adquisición de información no divulgada, cuando resultara, en particular, de:
 - 1) el espionaje industrial o comercial;
 - el incumplimiento de una obligación contractual o legal;
 - 3) el abuso de confianza:
 - 4) la inducción a cometer cualquiera de los actos mencionados en los numerales 1), 2) y 3); y,
 - la adquisición por un tercero que supiera o debía saber que la adquisición implicaba uno de los actos mencionados en los numerales 1), 2), 3) y 4).

A efectos de conocer y resolver sobre la violación de secretos empresariales, se estará a las siguientes reglas:

- a) Quien guarde una información no divulgada podrá transmitirla o autorizar su uso a un tercero. El usuario autorizado tendrá la obligación de no divulgarla por ningún medio, salvo pacto en contrario con quien le transmitió o autorizó el uso de dicho secreto.
- b) Toda persona que con motivo de su trabajo, empleo, cargo, puesto, desempeño de su profesión o relación de negocios, tenga acceso a una información no divulgada, deberá abstenerse de usarla y de divulgarla, sin causa justificada, calificada por la autoridad competente, y sin consentimiento del titular, aún cuando su relación laboral, desempeño de su profesión o relación de negocios haya cesado.
- c) Si como condición para aprobar la comercialización de productos farmacéuticos o de productos químicoagrícolas que utilizan nuevas entidades químicas productoras de químicos, se exige la presentación de datos de pruebas u otra información no divulgada cuya elaboración suponga un esfuerzo considerable, las autoridades protegerán esos datos u otra información contra su uso comercial desleal. Además, protegerán esos datos u otra información contra su divulgación, excepto cuando sea necesario para proteger al público o que se adopten medidas para garantizar la protección de los datos contra su uso comercial desleal.
- d) La actividad relativa a la aprobación de comercialización de productos de cualquier naturaleza por una autoridad pública competente en ejecución de su mandato legal no implica un uso comercial desleal ni una divulgación de los datos u otra información que se le hubiesen presentado para ese efecto.
- e) La información no divulgada podrá ser objeto de depósito ante un notario público en un sobre sellado y lacrado, quien notificará a la autoridad nacional competente en Propiedad Intelectual sobre su recepción. Dicho depósito no constituirá prueba contra el titular de la información no divulgada si ésta le fue

sustraída, en cualquier forma, por quien realizó el depósito o dicha información le fue proporcionada por el titular bajo cualquier relación contractual.

La persecución del infractor, incurso en las violaciones de secretos empresariales señalados en los literales anteriores, se efectuará independientemente de la realización por éste de actividades comerciales o de su participación en el tráfico económico.

8.- Inducción a la infracción contractual.- Se considera desleal la interferencia por un tercero en la relación contractual que un competidor mantiene con sus trabajadores, proveedores, clientes y demás obligados, y que tenga como propósito inducir a éstos a infringir las obligaciones que han contraído. Al tenor de lo dispuesto en este párrafo, no será necesario que la infracción se refiera a la integridad de las obligaciones contraídas mediante el contrato, sino que bastará que se vincule con algún aspecto esencial del mismo. Del mismo modo, para que se verifique la deslealtad, no será necesario que el tercero que interfiera se subrogue en la relación contractual que mantenía su competidor con quien infrinja sus obligaciones contractuales.

La inducción a la terminación regular de un contrato o el aprovechamiento en beneficio propio o de un tercero de una infracción contractual ajena sólo se reputará desleal cuando, siendo conocida, tenga por objeto la difusión o explotación de un secreto industrial o empresarial o vaya acompañada de circunstancias tales como el engaño, la intención de eliminar a un competidor del mercado u otras análogas.

9.- 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.

La concurrencia en el mercado sin las autorizaciones legales correspondientes configura una práctica desleal cuando la ventaja competitiva obtenida es significativa.

- 10.- Prácticas agresivas de acoso, coacción e influencia indebida contra los consumidores.- Se consideran prácticas desleales, entre otras:
- a) El aprovechamiento de la debilidad o del desconocimiento del consumidor.
- El acoso por prácticas dirigidas al desgaste del consumidor.
- c) Dificultar la terminación del contrato por parte del usuario final al obligarle a seguir largos y/o complicados procedimientos.
- d) Amenazar con acciones legales cuando no exista base para las mismas.

 e) La suscripción de contratos de adhesión que perjudiquen los derechos de los usuarios y consumidores, conforme manda la ley.

CAPÍTULO III

ACCION DEL ESTADO Y AYUDAS PÚBLICAS

Sección 1

Acción del Estado

Artículo. 28.- Aplicación de restricciones.- Será admisible el establecimiento de restricciones a la competencia mediante resolución motivada de la Junta de Regulación, por razones de interés público, en cualquier sector de la economía nacional, en los siguientes casos:

- Para el desarrollo de un monopolio estatal en favor del interés público;
- Para el desarrollo de sectores estratégicos de conformidad con la Constitución de la República;
- Para la prestación de servicios públicos de conformidad con la Constitución de la República;
- Para el desarrollo tecnológico e industrial de la economía nacional; y,
- Para la implementación de iniciativas de acción afirmativa a favor de la economía popular y solidaria.

Procederá el establecimiento de restricciones a la competencia cuando se generen beneficios específicos, concretos y significativos para la satisfacción del interés general, en el ámbito o industria en la que se establezcan, se incremente la eficiencia y se generen beneficios a favor de los consumidores o usuarios, que justifiquen la aplicación de las mismas.

Artículo 29.- Ayudas Públicas.- Se podrán otorgar ayudas por el Estado o mediante la utilización de recursos públicos, por el tiempo que fuere necesario, por razones de interés social o público, o en beneficio de los consumidores. Procederá el otorgamiento de ayudas públicas en los siguientes casos:

- a) Las ayudas de carácter social concedidas a un sector de consumidores, siempre que se otorguen sin discriminaciones basadas en quien provea los bienes y servicios que se puedan adquirir con dichas ayudas;
- Las ayudas destinadas a la garantía de derechos para personas o grupos de atención prioritaria, o que de acuerdo con la Constitución requieran de medidas de acción afirmativa.
- c) Las ayudas destinadas a reparar los perjuicios ocasionados por fenómenos naturales o por otros acontecimientos de carácter excepcional;
- d) Las ayudas concedidas con el objeto de favorecer la economía de determinadas regiones de la República, en

la medida en que sean necesarias para compensar las desventajas económicas que las aquejen.

- e) Las ayudas destinadas a favorecer el desarrollo económico de regiones y grupos sociales en los que el nivel de vida sea anormalmente bajo o en las que exista una grave situación de desempleo o subempleo;
- f) Las ayudas para fomentar la realización de un proyecto estratégico de interés nacional o destinadas a poner remedio a una grave perturbación en la economía nacional;
- g) Las ayudas destinadas a facilitar el desarrollo de determinadas actividades o de determinadas regiones, siempre que no alteren las condiciones de los intercambios en forma contraria a lo previsto en esta Ley o al interés común;
- h) Las ayudas orientadas a impulsar la producción y transformación de alimentos, destinadas a garantizar la soberanía alimentaria y que se otorguen a pequeñas y medianas unidades de producción comunitaria y de la economía popular y solidaria;
- Las ayudas destinadas a promover la cultura y la conservación del patrimonio, cuando no alteren las condiciones de los intercambios y el régimen de la competencia en contra del interés común; y,
- j) Las demás categorías de ayudas que se establezcan mediante ley.

Artículo 30.- Notificación de Ayudas Públicas.- Para efectos de control y evaluación, las ayudas públicas otorgadas en virtud del artículo precedente serán notificadas a la Superintendencia de Control del Poder de Mercado a más tardar después de quince días de haber sido otorgadas o establecidas

Artículo 31.- Evaluación de las Ayudas Públicas.- La Superintendencia de Control del Poder de Mercado examinará permanentemente las ayudas públicas conferidas en virtud de las disposiciones de este capítulo, y evaluará que cumplan con los fines que motivaron su implementación. Salvo en los casos en que no se trate de actividades o sectores económicos reservados exclusivamente al Estado, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado propondrá las medidas apropiadas para el desarrollo progresivo del régimen de competencia en las actividades o los sectores beneficiarios.

Si la Superintendencia comprobare que una ayuda otorgada por el Estado o mediante recursos públicos no cumple con el fin para el cual se otorgó, o se aplica de manera abusiva o es contraria al objeto de esta Ley, mediante informe motivado, instará y promoverá su supresión o modificación dentro del plazo que determine.

Artículo 32.- Autorización excepcional reservada al Ejecutivo.- Corresponde a la Función Ejecutiva, de modo excepcional y temporal, mediante Decreto Ejecutivo, la definición de políticas de precios necesarias para beneficio del consumo popular, así como para la protección de la producción nacional y la sostenibilidad de la misma.

En el sector agroalimentario se podrá establecer mecanismos para la determinación de precios referenciales.

La Superintendencia de Control del Poder de Mercado examinará permanentemente los efectos de las políticas de precios autorizada bajo este artículo. De determinar que se ha aplicado de manera abusiva o que el efecto es pernicioso en términos agregados, procederá inmediatamente de conformidad con el inciso segundo del artículo 31 de esta Ley.

Artículo 33.- De los órganos, instituciones y empresas públicas.- Los organismos, instituciones públicas, órganos de control, empresas públicas, de economía mixta, entidades públicas, gobiernos autónomos descentralizados, dentro de su potestad normativa, respecto de su contratación y de las prestaciones de servicios públicos realizadas en mercados relevantes de libre concurrencia, respetarán y aplicarán los principios, derechos y obligaciones consagrados en la presente Ley.

Artículo 34. Regla de mínimis.- Las condiciones y procedimiento establecidos en los artículos 29 y 31 precedentes no se aplicarán a las ayudas públicas inferiores al monto que establezca la Junta de Regulación.

CAPÍTULO IV

RECTORÍA, POLITICA PÚBLICA Y APLICACION

Sección 1

Artículo 35.- Facultades de la Función Ejecutiva.Corresponde a la Función Ejecutiva la rectoría, planificación, formulación de políticas públicas y regulación en el ámbito de esta Ley.

La regulación estará a cargo de la Junta de Regulación, cuyas atribuciones estarán establecidas en el Reglamento General de esta Ley, exclusivamente en el marco de los deberes, facultades y atribuciones establecidos para la Función Ejecutiva en la Constitución. La Junta de Regulación 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.

El Superintendente de Control del Poder de Mercado o su delegado participará en las sesiones de la Junta de Regulación en calidad de invitado con voz informativa pero sin voto.

La Junta de Regulación estará integrada por las máximas autoridades de las carteras de estado, o sus delegados, a cargo de la Producción, la Política Económica, los Sectores Estratégicos y el Desarrollo Social.

Sección 2

Control, vigilancia y sanción

Artículo 36.- Autoridad de Aplicación.- Créase la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, misma que pertenece a la Función de Transparencia y Control

Social, como un organismo técnico de control, con capacidad sancionatoria, de administración desconcentrada, con personalidad jurídica, patrimonio propio y autonomía administrativa, presupuestaria y organizativa; la que contará con amplias atribuciones para hacer cumplir a los operadores económicos de los sectores público, privado y de la economía popular y solidaria todo lo dispuesto en la presente Ley. Su domicilio será la ciudad de Quito, sin perjuicio de las oficinas que pueda establecer el Superintendente en otros lugares del país.

La Superintendencia de Control del Poder de Mercado en su estructura contará con las instancias, intendencias, unidades, divisiones técnicas, y órganos asesores que se establezcan en la normativa que para el efecto emita el Superintendente de Control del Poder de Mercado. Se crearán al menos dos órganos especializados, uno de investigación, y otro de sustanciación y resolutivo de primera instancia.

Artículo 37.- Facultad de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.- Corresponde a la Superintendencia de Control del Poder de Mercado 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.

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.

Artículo 38.- Atribuciones.- La Superintendencia de Control del Poder de Mercado, a través de sus órganos, ejercerá las siguientes atribuciones:

- Realizar los estudios e investigaciones de mercado que considere pertinentes. Para ello podrá requerir a los particulares y autoridades públicas la documentación y colaboración que considere necesarias.
- Sustanciar los procedimientos en sede administrativa para la imposición de medidas y sanciones por incumplimiento de esta Ley.
- Determinar el volumen de negocios según lo estipulado en la presente Ley.
- Celebrar audiencias con los presuntos responsables, denunciantes, perjudicados, testigos y peritos, recibirles declaración y ordenar careos, para lo cual podrá solicitar el auxilio de la fuerza pública.
- Examinar y realizar los peritajes que estime necesarios sobre libros, documentos y demás elementos necesarios para la investigación, controlar existencias, comprobar orígenes y costos de materias primas u otros bienes, de conformidad con esta ley.

- Realizar inspecciones, formular preguntas y requerir cualquier información que estime pertinente a la investigación.
- Colocar precintos en aquellos lugares que estime pertinente con el objeto de precautelar la conservación de evidencia.
- 8. Aplicar las sanciones establecidas en la presente Ley.
- Cuando lo considere pertinente, emitir opinión en materia de competencia respecto de leyes, reglamentos, circulares y actos administrativos, sin que tales opiniones tengan efecto vinculante.
- Emitir los informes requeridos y conocer de las notificaciones previas de conformidad con esta Ley.
- Emitir recomendaciones de carácter general o sectorial respecto a las modalidades de la competencia en los mercados.
- Actuar en coordinación con las dependencias competentes en la negociación de tratados, acuerdos o convenios internacionales en materia de regulación o políticas de competencia y libre concurrencia.
- Requerir a las instituciones públicas que considere necesario, la implementación de acciones adecuadas para garantizar la plena y efectiva aplicación de la presente Ley.
- Promover y formular acciones ante la Justicia; e informar y solicitar la intervención del Fiscal General del Estado, cuando el caso lo amerite.
- 15. Acceder a los lugares objeto de inspección con el consentimiento de los ocupantes o mediante orden judicial cuando se trate del domicilio de una persona natural, la que será solicitada ante el juez competente, quien deberá resolver en el plazo de 24 horas.
- Suscribir convenios con gobiernos autónomos descentralizados para la habilitación de oficinas receptoras de denuncias.
- Suscribir convenios con asociaciones de usuarios y consumidores para la promoción de la participación de la comunidad en el fomento de la competencia y la transparencia de los mercados.
- Examinar e investigar las concentraciones económicas para confirmar su cumplimiento con la presente Ley; y, cuando sean prohibidas, dictar las medidas que legalmente correspondan.
- Autorizar, denegar o condicionar las solicitudes de concentración económica de conformidad a esta Ley y su reglamento.
- Atender las consultas y resolver los reclamos que se formulen respecto de operadores económicos cuya actuación pudiere atentar contra esta Ley.
- Promover medidas de control tendientes a la eliminación de barreras a la libre concurrencia al

mercado, de acuerdo con los lineamientos fijados por la ley.

- Disponer la suspensión de las prácticas y conductas prohibidas por esta Ley.
- Establecer y mantener un registro actualizado de los operadores económicos y su participación en los mercados.
- Proponer la remoción de barreras, normativas o de hecho, de entrada a mercados, que excluyan o limiten la participación de operadores económicos.
- Presentar propuestas técnicamente justificadas a los órganos competentes, para la regulación y el establecimiento de actos normativos aplicables a los distintos sectores económicos.
- 26. Apoyar y asesorar a las autoridades de la administración pública en todos los niveles de gobierno, para que en el cumplimiento de sus atribuciones, promuevan y defiendan la competencia de los operadores económicos en los diferentes mercados.
- Proponer y dar seguimiento, a la simplificación de trámites administrativos con la finalidad de promover la libre concurrencia de los operadores económicos en igual de condiciones a los diferentes mercados.
- Promover el estudio y la investigación en materia de competencia y su divulgación.
- Coordinar las acciones que fueren necesarias y suscribir convenios de cooperación con entidades públicas y privadas, a fin de promover la libre concurrencia de los operadores económicos a los diferentes mercados.
- 30. Elaborar y promulgar su reglamento interno; y,
- 31. Las demás contempladas en la ley.

Para el ejercicio de sus atribuciones, la Superintendencia actuará de oficio o a petición de parte y podrá requerir la documentación e información que estime pertinente en cualquier etapa procesal.

Artículo 39.- Información Requerida.- Además de la información requerida en el artículo 16 de esta ley, el Superintendente de Control del Poder de Mercado podrá establecer, con carácter general, la información y antecedentes que las personas deberán proveer a la Superintendencia y los plazos en que dicha información y antecedentes deben ser provistos.

El Superintendente de Control del Poder de Mercado establecerá la forma y contenido adicional de la notificación de los proyectos de concentración económica y operaciones de control de empresas u operadores económicos de modo que se garantice el carácter confidencial de la información presentada.

Artículo 40.- Informe sobre medidas correctivas.- En ejercicio de su facultad, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado podrá dirigir informe motivado a la autoridad nacional o internacional respectiva, sugiriendo y recomendando la adopción de medidas correctivas, en relación con los actos u omisiones administrativas que afecten la libre concurrencia de los operadores económicos a los mercados nacionales o internacionales.

Artículo 41.- Resoluciones.- Las resoluciones que emita la Superintendencia de Control del Poder de Mercado a través de sus órganos serán motivadas y de cumplimiento obligatorio para las entidades públicas y los operadores económicos

Sección 3

Del Superintendente de Control del Poder de Mercado

Artículo 42.- Del Superintendente.- El Superintendente es la máxima autoridad administrativa, resolutiva y sancionadora, y le corresponde la representación legal, judicial y extrajudicial de la Superintendencia.

Artículo 43.- Designación.- El Superintendente será nombrado por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, de una terna enviada por el Presidente de la República para tal efecto, en la forma y con los requisitos previstos en la Constitución de la República y la ley.

El Superintendente desempeñará sus funciones por cinco años y podrá ser reelegido por una sola vez.

Para ser designado Superintendente de Control del Poder de Mercado, se requiere ser ecuatoriano, estar en ejercicio de los derechos de participación, tener título académico de cuarto nivel en materias afines a la competencia económica, y experiencia profesional de 10 años.

En caso de renuncia, ausencia definitiva o cualquier otro impedimento que le inhabilite para continuar desempeñando el cargo, el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social procederá inmediatamente a la designación de su reemplazo, de conformidad con lo que establecen la Constitución y la ley, quien también durará cinco años en sus funciones. En caso de falta o ausencia temporal, será reemplazado por la autoridad de jerarquía inmediatamente inferior según lo establecido en el reglamento orgánico funcional de la Superintendencia.

Artículo 44.- Atribuciones del Superintendente.- Son atribuciones y deberes del Superintendente, además de los determinados en esta Ley:

- Conocer y resolver de forma de motivada en última instancia sobre las infracciones establecidas en la ley y aplicar las sanciones pertinentes.
- Conocer y resolver de forma motivada los recursos que se interpusieren respecto de actos o resoluciones conforme lo previsto por esta Ley y su Reglamento.
- Dirigir las acciones de control descritas en la Ley, Reglamento General, y su normativa de carácter

- técnico, así como ejecutar las medidas derivadas del ejercicio de sus potestades públicas.
- Absolver consultas sobre la obligación de notificar operaciones de concentración económica, sobre sectores regulados y ayudas públicas.
- Solicitar o practicar de oficio, según sea el caso, las pruebas y diligencias necesarias para el esclarecimiento de las denuncias y de los procesos bajo su conocimiento.
- Elaborar y aprobar la normativa técnica general e instrucciones particulares en el ámbito de esta Ley.
- Conservar y coordinar los registros que prevea esta Ley.
- Nombrar al personal necesario, de acuerdo con la ley, para el desempeño de las funciones de la Superintendencia.
- Presentar anualmente a la Asamblea Nacional un informe, en el que dará cuenta de sus labores y del cumplimiento del objeto de esta Ley.
- Determinar y reformar la estructura orgánica y funcional de la Superintendencia de conformidad con esta Ley.
- Dirigir y supervisar la gestión administrativa, de recursos humanos, presupuestaria y financiera de Superintendencia.
- Elaborar, aprobar y ejecutar el presupuesto anual de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, de acuerdo con la ley.
- 13. Efectuar contrataciones de personal para la realización de trabajos específicos o extraordinarios que no puedan ser realizados por su planta permanente, de conformidad con las normas del Sistema Nacional de Contratación Pública y de la Ley Orgánica de Servicio Público
- Rendir cuentas de su gestión y de la Superintendencia conforme la Constitución y la ley.
- Conocer y absolver consultas sobre la aplicación de esta Ley, para casos particulares, las cuales tendrán carácter vinculante para el consultante.
- Expedir resoluciones de carácter general, guías y normas internas para su correcto funcionamiento.
- Delegar el ejercicio de sus atribuciones a los funcionarios de la Superintendencia, conforme lo establezca el respectivo Reglamento.
- Ejercer y delegar la acción coactiva de acuerdo con el Código de Procedimiento Civil y la normativa vigente.
- Ejercer las demás atribuciones establecidas para los Superintendentes en la ley que regule la Función de Transparencia y Control Social.

- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de esta Ley y demás normativa vigente, así como los compromisos internacionales del país en esta materia; y,
- Ejercer las demás atribuciones y cumplir los deberes que le señalen las leves.

Artículo 45.- Causas para el cese de funciones del Superintendente.- El Superintendente cesará de su cargo por una de las siguientes causales:

- 1. Sentencia condenatoria ejecutoriada.
- 2. Incompatibilidad superveniente.
- Incapacidad mental o física, debidamente comprobada por la Asamblea Nacional, que impidiere el ejercicio del cargo durante más de ciento ochenta días calendario.
- Por censura y destitución previo enjuiciamiento político conforme la Constitución de la República.
- 5. Por muerte.
- Por renuncia voluntaria.

Sección 4

De los servidores públicos de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado

Artículo 46.- Dedicación y diligencia.- Las y los servidores públicos y funcionarios de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado deberán dedicarse en forma exclusiva y a tiempo completo a las labores inherentes a su función, salvo los casos de docencia en entidades de educación superior. Ejercerán sus funciones con diligencia y estarán sujetos a responsabilidad profesional. El referido personal está prohibido de ejercer libremente su profesión o especialidad técnica u otra actividad, con o sin relación de dependencia, así como ocupar cargos directivos, ejecutivos o administrativos en entidades u organizaciones con o sin fines de lucro.

No podrán ser nombrados servidores o funcionarios de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado quienes no cumplieren con los requisitos establecidos para el respectivo cargo, de conformidad con la ley que regule el servicio público, o quienes tengan intereses en las áreas que vayan a ser controladas.

Los servidores y funcionarios de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado estarán sujetos a evaluaciones periódicas y serán calificados permanentemente.

Quienes hayan sido servidores o funcionarios de la Superintendencia no podrán ejercer actividades profesionales en áreas afines a la materia regulada bajo esta ley durante el lapso de un año contado a partir de la fecha en que dichos servidores o funcionarios hubieren cesado en sus funciones; se exceptúa de esta disposición al personal administrativo que por la naturaleza de sus funciones no

hubiere tenido acceso a la información ni a los expedientes correspondientes a los procesos administrativos sometidos a conocimiento de la Superintendencia.

Artículo 47.- Deber de secreto y reserva.- Quienes tomaren parte en la realización de investigaciones o en la tramitación de procedimientos o expedientes previstos en esta Ley o conocieren tales expedientes por razón de su cargo, labor o profesión, están obligados a guardar confidencialidad, reserva y secreto sobre los hechos de que hubieren tenido conocimiento a través de ellos, en aplicación de las normas de este capítulo.

La obligación de confidencialidad y secreto se extiende a toda persona que en razón del ejercicio de su profesión, especialidad u oficio, aun cuando no formare parte de la Superintendencia, llegare a conocer de información contenida en los expedientes, investigaciones y denuncias fundadas en las disposiciones de la presente Ley y en las leyes y reglamentos de la materia.

Sin perjuicio de las responsabilidades civiles y penales, que pudieren corresponder a los infractores del deber de sigilo, confidencialidad o secreto, la violación de este deber se considerará como causal de destitución. Sólo podrán informar sobre aquellos hechos o circunstancias a los Jueces, Tribunales y Órganos competentes de la Función Judicial y sólo por disposición expresa de juez o de los jueces que conocieren un caso específico, Función que mantendrá la confidencialidad de la información.

CAPÍTULO V

DE LOS PROCEDIMIENTOS

Sección 1

Facultades de Investigación

Artículo 48.- Normas generales.- La Superintendencia de Control del Poder de Mercado, antes de iniciar el expediente o en cualquier momento del procedimiento, podrá requerir a cualquier operador económico o institución u órgano del sector público o privado, los informes, información o documentos que estimare necesarios a efectos de realizar sus investigaciones, así como citar a declarar a quienes tengan relación con los casos de que se trate.

A esos efectos la Superintendencia podrá examinar, recuperar, buscar, utilizar y verificar tales documentos e información, obtener copias o realizar extractos de ellos. Esos informes o documentos deberán ser suministrados dentro del plazo que la Superintendencia determine.

No será obligación de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado atenerse, contra su convicción, al contenido de esos informes o información. Ningún procedimiento administrativo podrá suspenderse por falta de ellos.

No se requiere aviso previo al denunciado o a la persona para requerir la información o documentación, previa a la apertura del expediente. La carga de la prueba corresponderá a la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, sin perjuicio de las pruebas aportadas por el denunciante y el denunciado. Sin embargo, en el caso de los acuerdos y prácticas prohibidas de conformidad con el artículo 11 de la presente Ley, si un operador económico o persona negare, dificultare o impidiere el acceso a información; dañare ocultare u omitiere información o entregase información falsa, fraudulenta, engañosa, falaz, fingida, artificiosa, irreal o dolosa requerida o relacionada al operador económico o persona en una investigación de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, se invertirá la carga de la prueba a dicho operador económico o persona, sin perjuicio de las demás sanciones establecidas en la ley.

La Superintendencia de Control del Poder de Mercado tiene la potestad de acceder, revisar, archivar, procesar y utilizar cualquier dato, que de modo exclusivo corresponda a la información y documentos pertinentes al proceso administrativo, respetando el derecho constitucional a la protección de esta información, para las investigaciones, casos o resoluciones dentro de su competencia, de conformidad con la Constitución y la ley.

La forma de los actos jurídicos utilizados por los contratantes no enerva el análisis que la autoridad efectúa sobre los verdaderos propósitos de la conducta que subyacen al acto jurídico que la expresa.

Artículo 49.- Facultad de investigación de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.- La Superintendencia de Control del Poder de Mercado, a través de sus órganos internos, tendrá las siguientes facultades investigativas, las mismas que se ejercerán en el marco de la Constitución, la ley y el respeto a los derechos y garantías de los ciudadanos:

- Exigir que se le presenten, para su examen, todos los valores, libros, comprobantes de contabilidad, correspondencia, registros magnéticos o informáticos, incluyendo sus medios de lectura, y cualquier otro documento relacionado con la conducta investigada o con las actividades inspeccionadas, sin que se pueda aducir reserva de ninguna naturaleza.
- 2. Notificar, examinar y receptar declaración o testimonio, a través de los funcionarios que se designen para el efecto, a las personas materia de investigación o a sus representantes, empleados, funcionarios, asesores, dependientes y a terceros, utilizando los medios técnicos que consideren necesarios para generar un registro completo y fidedigno de sus declaraciones, pudiendo para ello utilizar grabaciones magnetofónicas, grabaciones en video u otras similares. Para ello, la declaración se efectuará con la presencia de un abogado particular o un defensor público provisto por el Estado.
- 3. Realizar inspecciones, con o sin previa notificación, en los establecimientos, locales o inmuebles de las personas naturales o jurídicas y examinar los libros, registros, y cualquier otro documento relacionado con la conducta investigada, correspondencia comercial y bienes, pudiendo comprobar el desarrollo de procesos productivos y podrá receptar las declaraciones voluntarias de las personas que en ellos se encuentren.

Cuando el lugar donde se realice la inspección sea el domicilio de una persona natural, se requerirá autorización judicial, en los términos previstos en esta ley.

En el acto de la inspección podrá tomarse y recuperarse copia de los archivos físicos, virtuales o magnéticos, así como de cualquier documento o información que se estime pertinente o tomar las fotografías o filmaciones que se estimen necesarias. De ser necesario el descerrajamiento en el caso de locales o establecimientos que estuvieran cerrados, se deberá contar con autorización judicial en los términos de esta Ley.

Cualquier otra información no relevante o ajena a la investigación, será mantenida hasta su devolución, con estricta reserva por parte de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado y sus funcionarios, siendo por tanto responsables del sigilo en que debe mantenerse en observancia del derecho a la intimidad de las personas.

Artículo 50.- Obligación de colaborar con los órganos de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.-Toda persona natural o jurídica, pública o privada, así como las autoridades, funcionarios y agentes de la Administración Pública están obligados, sin necesidad de requerimiento judicial alguno, a suministrar los datos, la documentación, la información verdadera, veraz y oportuna, y toda su colaboración, que requiera la Superintendencia de Control del Poder de Mercado y sus servidores públicos, siempre que esto no violente los derechos ciudadanos.

Las autoridades y servidores públicos a los que se refiere el inciso precedente están obligados a prestar su colaboración y ayuda, so pena de las sanciones previstas en la ley que regule el servicio público por el incumplimiento de sus deberes esenciales y la presente Ley. Tratándose de los particulares que no suministraren la información requerida, serán sancionados con las multas y sanciones previstas en esta Ley.

La Superintendencia de Control del Poder de Mercado tiene la potestad de solicitar y practicar de oficio todas las pruebas y diligencias administrativas necesarias para el esclarecimiento de los actos, denuncias y de los procedimientos que conociere e investigare.

Artículo 51.- Autorización judicial.- La Superintendencia de Control del Poder de Mercado deberá solicitar al juez la autorización e intervención para que él, o los funcionarios de la Superintendencia, efectúen allanamientos, retenciones, saí como para obtener y mantener copias de la correspondencia física y virtual, incluyendo cuentas bancarias y otra información de carácter confidencial, reservado o secreto.

La autorización señalada en este artículo deberá ser conferida por cualquier autoridad judicial de la jurisdicción en la cual se vayan a realizar las acciones indicadas en el inciso anterior, aun cuando no sea del domicilio del investigado o denunciado, dentro del término de 24 horas previsto en esta Ley.

Artículo 52.- Supervisión de las restricciones a la competencia.- La Superintendencia de Control del Poder de Mercado examinará permanentemente las restricciones a la competencia conferidas en virtud de las disposiciones de esta Ley, y evaluará que cumplan con los fines que motivaron su implementación. Salvo en los casos en que no se trate de actividades o sectores económicos reservados exclusivamente al Estado, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado propondrá las medidas apropiadas para el desarrollo progresivo del régimen de competencia en las actividades o los sectores beneficiarios.

Si la Superintendencia comprobare que una restricción a la competencia otorgada por el Estado no cumple con el fin para el cual se otorgó, o se aplica de manera abusiva o es contraria al objeto de esta Ley, mediante informe motivado, instará y promoverá su supresión o modificación dentro del plazo que determine.

La Superintendencia de Control del Poder de Mercado podrá suspender o dejar sin efecto las restricciones al régimen de competencia previstas en el artículo 28, de conformidad con lo previsto en esta Ley, previo el trámite del respectivo expediente en el que se tomará en cuenta a las partes involucradas.

Sin embargo, en ningún caso pondrá en riesgo o afectará las condiciones productivas que garantizan la soberanía alimentaria basada en las pequeñas y medianas unidades productivas y de la economía popular y solidaria, ni tampoco la soberanía energética.

Además de suspender o dejar sin efecto las referidas exenciones o restricciones, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado aplicará las medidas correctivas y, de ser el caso, las sanciones previstas por esta Ley.

La Superintendencia de Control del Poder de Mercado podrá solicitar la revisión de los casos de ayudas públicas y de políticas de precios, en los términos de los artículos 29 y 32 de esta Ley.

Sección 2

Del Procedimiento de Investigación y Sanción

Artículo 53.- Inicio.- El procedimiento se iniciará de oficio, a solicitud de otro órgano de la Administración Pública, por denuncia formulada por el agraviado, o por cualquier persona natural o jurídica, pública o privada que demuestre un interés legítimo.

Artículo 54.- Contenido de la denuncia.- La denuncia deberá contener:

- a) El nombre y domicilio del denunciante;
- b) Identificación de los presuntos responsables;
- c) Una descripción detallada de la conducta denunciada, indicando el período aproximado de su duración o inminencia;
- d) La relación de los involucrados con la conducta denunciada;

- e) Los datos de identificación de los involucrados conocidos por el denunciante, incluyendo entre otros sus domicilios, números de teléfono y direcciones de correo electrónico, si las tuvieran y, de ser el caso, los datos de identificación de sus representantes legales; la falta de uno o más requisitos del presente literal no invalida la denuncia;
- Las características de los bienes o servicios objeto de la conducta denunciada, así como de los bienes o servicios afectados; y,
- g) Los elementos de prueba que razonablemente tenga a su alcance el denunciante.

Artículo 55.- Calificación de la denuncia.- Una vez recibida la denuncia, el órgano de sustanciación verificará que la misma reúna los requisitos establecidos en el artículo anterior. Si la denuncia no cumpliere los requisitos de ley, se otorgará al denunciante el término de tres días para que la aclare o complete. Si no lo hiciere dentro del término señalado, sin más trámite se ordenará su archivo.

Si la denuncia cumple los requisitos establecidos en el artículo anterior, o si es aclarada o completada por el denunciante, en el término de tres días (3 días) el órgano de sustanciación correrá traslado al presunto o presuntos responsables con la denuncia para que presenten explicaciones en el término de quince (15) días.

Presentada la denuncia y con anterioridad a la resolución de inicio del procedimiento, el órgano de sustanciación podrá realizar actuaciones previas con el fin de reunir información o identificar indicios razonables de la existencia de infracciones a esta Ley.

Artículo 56.- Inicio de investigación.- Vencido el término señalado en el artículo anterior, el órgano de sustanciación deberá pronunciarse sobre el inicio de la investigación en el término de diez días. Si estimare que existen presunciones de la existencia de alguna de las infracciones previstas en esta ley, mediante resolución motivada ordenará el inicio de la investigación, señalando el plazo de duración de la misma, plazo que podrá ser ampliado si fuere necesario.

El procedimiento de investigación se regirá por las disposiciones constantes en la sección primera del presente capítulo.

El proceso previo a la investigación, así como la fase investigativa serán de carácter reservado, excepto para las partes directamente involucradas.

Artículo 57.- Archivo de la denuncia.- Si el órgano de sustanciación considera satisfactorias las explicaciones del denunciado, o si concluida la investigación no existiere mérito para la prosecución de la instrucción del procedimiento, mediante resolución motivada ordenará el archivo de la denuncia.

Artículo 58.- Término de excepciones.- Concluida la investigación, de haber mérito para proseguir el procedimiento, el órgano de sustanciación ordenará se notifique con la denuncia y formulación de cargos al denunciado, a fin de que la conteste y deduzca excepciones

en el término de quince días. Si el denunciado no contestare la denuncia en el término previsto en este artículo, el procedimiento continuará en rebeldía. Durante el procedimiento el denunciado tendrá derecho a acceder y solicitar copias de todas las actuaciones del expediente.

Artículo 59.- Término de prueba.- El órgano de sustanciación ordenará la apertura del término probatorio de sesenta (60) días, prorrogables por hasta un término de treinta (30) días adicionales, a criterio de la autoridad. Una vez concluido el término de prueba, las partes podrán presentar alegatos en el término de diez (10) días.

Artículo 60.- El órgano de sustanciación de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, si lo estimare conveniente para la marcha de las investigaciones, ordenará la convocatoria a audiencia pública en la que se señalará el día y hora de la misma.

Los interesados, podrán alegar y presentar los documentos y justificaciones que estimen pertinentes.

Artículo 61.- Una vez efectuada la audiencia o concluido el término de prueba, el órgano de resolución de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado dictará resolución debidamente motivada en un plazo máximo de noventa (90) días.

Artículo 62.- Medidas preventivas.- El órgano de sustanciación de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, antes o en cualquier estado del procedimiento de investigación, podrá, a sugerencia del órgano de investigación o pedido de quien hubiere presentado una denuncia, adoptar medidas preventivas, tales como la orden de cese de la conducta, la imposición de condiciones, la suspensión de los efectos de actos jurídicos relacionados a la conducta prohibida, la adopción de comportamientos positivos, y aquellas que considere pertinentes con la finalidad de preservar las condiciones de competencia afectadas y evitar el daño que pudieran causar las conductas a las que el procedimiento se refiere, o asegurar la eficacia de la resolución definitiva. Las medidas preventivas no podrán consistir en la privación de la libertad, la prohibición de salida del país o el arraigo. Las medidas preventivas deberán ajustarse a la intensidad, proporcionalidad y necesidades del daño que se pretenda evitar.

En igual sentido, podrá disponer, a sugerencia del órgano de investigación o a pedido de parte, la suspensión, modificación o revocación de las medidas dispuestas en virtud de circunstancias sobrevinientes o que no pudieron ser conocidas al momento de emitir la resolución.

Cuando la medida preventiva se adopte antes del inicio del procedimiento de investigación, dicha medida caducará si no se inicia el referido procedimiento en un plazo de 15 días contados a partir de la fecha de su notificación.

En caso de desacato, podrá ordenar la clausura de los establecimientos en los que se lleve a cabo la actividad objeto de la investigación hasta por noventa días.

Artículo 63.- Hasta antes de la emisión de la resolución por parte del órgano de resolución de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, el presunto o presuntos responsables podrán ofrecer un compromiso referido al cese immediato o gradual de los hechos investigados o a la modificación de aspectos relacionados con ellos, de conformidad con esta Ley.

Transcurridos tres (3) años del cumplimiento del compromiso del presente Artículo, se ordenará el archivo del procedimiento.

Artículo 64.- Denuncias maliciosas o temerarias.- De haberse ordenado el archivo de la denuncia y existiere mérito para ello, el denunciado tendrá el derecho de demandar en la vía judicial el resarcimiento de los daños y perjuicios que le hubieren sido ocasionados.

Sección 3

De los Recursos en Sede Administrativa y Jurisdiccional

Artículo 65.- Legitimidad, ejecutividad y ejecutoría.- Los actos administrativos emanados de las autoridades de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, sus órganos y funcionarios, se presumen legítimos y están llamados a cumplirse desde su notificación.

Los actos administrativos son impugnables según dispone el artículo 173 de la Constitución de la República y están revestidos del carácter de estabilidad administrativa.

Si alguna norma atribuye competencia a la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, sus órganos y funcionarios, sin especificar el órgano que debe ejercerla, se entenderá que la facultad de tramitar y resolver las peticiones o impugnaciones corresponde a los órganos inferiores competentes, según el reglamento orgánico funcional o por procesos y las correspondientes atribuciones de competencia por razón de la materia y del territorio y, de existir varios de estos, al superior jerárquico común.

El Superintendente podrá revocar en cualquier momento sus actos o los actos emitidos por órganos inferiores, de gravamen o desfavorables, siempre que tal revocación no constituya dispensa o exención no permitida por las leyes, o sea contraria al principio de igualdad, al interés público o al ordenamiento jurídico.

Artículo 66.- Recurso de Reposición.- Los actos administrativos de los diferentes niveles administrativos de la Superintendencia de Control de Poder de Mercado podrán ser recurridos en sede administrativa mediante el recurso ordinario y horizontal de reposición.

El término para la interposición del recurso será de 20 días contados a partir del día siguiente al de su notificación.

Transcurrido el término de 20 días sin haberse interpuesto el recurso de reposición ni el de apelación, la resolución causará estado y se agotará la vía administrativa, quedando solo la vía judicial.

El recurso se concederá solo en el efecto devolutivo. El plazo máximo para tramitar, dictar y notificar la resolución será de 60 días calendario.

Artículo 67.- Recurso de Apelación o Jerárquico.- Los actos administrativos emitidos en virtud de la aplicación de esta Ley podrán ser elevados al Superintendente de Control de Poder de Mercado mediante recurso de apelación, que se presentará ante éste. También serán susceptibles de recurso de apelación actos administrativos en los que se niegue el recurso ordinario y horizontal de reposición.

El término para la interposición del recurso será de 20 días contados a partir del día siguiente al de la notificación del acto administrativo recurrido. Transcurrido dicho término sin haberse interpuesto el recurso, el acto administrativo será firme para todos sus efectos.

El recurso se concederá solo en el efecto devolutivo. El plazo máximo para dictar y notificar la resolución será de 60 días calendario.

Contra el acto o resolución que conceda o niegue el recurso de apelación no cabrá ningún otro recurso en vía administrativa.

Artículo 68.- Recurso extraordinario de revisión.- El Superintendente, los consumidores o los agentes de mercado que tengan un interés legítimo, podrá interponer recurso extraordinario de revisión, con el objeto de que el Superintendente pueda revisar los errores materiales, de hecho o de derecho existentes en los actos administrativos, aparición de pruebas o elementos posteriores o vicios existentes en los actos administrativos o resoluciones de la Superintendencia de Control de Poder de Mercado. El plazo para interponer este recurso es de 3 años desde que el acto o resolución recurrida haya quedado en firme.

El recurso extraordinario de revisión se interpone sólo contra actos firmes.

El Superintendente podrá revocar en cualquier momento sus actos o los actos emitidos por órganos inferiores, de gravamen o desfavorables, siempre que tal revocación no constituya dispensa o exención no permitida por las leyes, o sea contraria al principio de igualdad, al interés público o al ordenamiento jurídico.

Artículo 69.- Acción contenciosa.- De conformidad con el artículo 173 de la Constitución y con el carácter impugnable de los actos administrativos, los actos administrativos de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado son susceptibles de impugnación, siempre que no se encuentren firmes, mediante acción o recurso contencioso de plena jurisdicción o subjetivo.

Para deducir la acción contenciosa no será necesario agotar la vía administrativa.

El término para interponer este recurso ante la Jurisdicción Contenciosa Administrativa es de noventa días contados a partir de la notificación del acto recurrido. El recurso contencioso de plena jurisdicción sólo tendrá efecto devolutivo.

Este recurso contencioso no es suspensivo respecto de las medidas preventivas y medidas correctivas en ningún caso, salvo la suspensión de la multa económica siempre que el perjudicado o sancionado rinda caución por el cincuenta por ciento de valor fijado por la autoridad de competencia, mediante póliza de seguro o garantía bancaria emitida a favor del Tribunal correspondiente.

El recurso contencioso de nulidad u objetivo se podrá proponer dentro del plazo de tres años desde la vigencia del acto recurrido. Este recurso sólo tendrá efecto devolutivo y no suspensivo.

La acción de protección sobre los actos emitidos por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado no procede en los casos establecidos en el artículo 42 de la Ley Orgánica de Garantías Jurisdiccionales y Control Constitucional.

La reclamación o recurso presentado no suspende la investigación iniciada por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.

Sección 4

De la Prescripción y la Responsabilidad Civil y Penal

Artículo 70.- Prescripción de las facultades administrativas y de las sanciones.- La facultad de iniciar el proceso administrativo de oficio o a petición de parte al que se refiere esta Ley, prescribe en el plazo de cuatro años, computados desde el día en que se hubiere tenido conocimiento de la infracción o, en el caso de infracciones continuadas, desde el que día en que hayan cesado.

Las sanciones impuestas por el cometimiento de infracciones prescribirán a los ocho años.

La prescripción se interrumpe por cualquier acto de la Administración con conocimiento formal del interesado tendiente al cumplimiento de la Ley y por los actos realizados por los interesados con el objeto de asegurar, cumplir o ejecutar las resoluciones correspondientes.

Artículo 71.- Responsabilidad civil.- Las personas naturales o jurídicas que hubieren sufrido perjuicio por la comisión de actos o conductas prohibidas por esta Ley, podrán ejercer la acción de resarcimiento de daños y perjuicios conforme las normas del derecho común. La acción de indemnización de daños y perjuicios será tramitada en vía verbal sumaria, ante el juez de lo civil y de conformidad con las reglas generales y prescribirá en cinco años contados desde la ejecutoria de la resolución que impuso la respectiva sanción.

Artículo 72.- Responsabilidad penal.- Cuando la Superintendencia de Control del Poder de Mercado encontrare indicios de responsabilidad penal, notificará y enviará una copia del expediente a la Fiscalía General del Estado, para que se inicien las investigaciones y acciones correspondientes, sin perjuicio de las sanciones administrativas que puedan imponerse en virtud de esta Ley.

CAPÍTULO VI

De las Medidas Correctivas y de las Sanciones

Sección 1

Medidas Correctivas

Artículo 73.- Objeto.- Además de la sanción que se imponga por infracción a la presente Ley, la Superintendencia podrá dictar medidas correctivas conducentes a restablecer el proceso competitivo, prevenir, impedir, suspender, corregir o revertir una conducta contraria a la presente Ley, y evitar que dicha conducta se produzca nuevamente.

Las medidas correctivas podrán consistir, entre otras, en:

- a) El cese de la práctica anticompetitiva, inclusive bajo determinadas condiciones o plazos;
- b) La realización de actividades o la celebración de contratos, tendientes a restablecer el proceso competitivo, inclusive bajo determinadas condiciones o plazos; o,
- La inoponibilidad de las cláusulas o disposiciones anticompetitivas de actos jurídicos.

Artículo 74.- Desarrollo e implementación.- La Superintendencia de Control del Poder de Mercado, en el marco de esta Ley, implementará para cada caso las medidas correctivas, previo informe técnico del órgano de investigación, que permitan suspender, corregir, revertir o eliminar las conductas contrarias a la presente Ley.

La implementación de medidas correctivas no obstará la aplicación de las sanciones contempladas en esta Ley.

Artículo 75.- Procedimiento.- La Superintendencia de Control del Poder de Mercado notificará al o a los operadores económicos que hubieren incurrirdo, o pudieren incurrir, en conductas contrarias a la presente Ley, y señalará cuáles son dichas conductas e impondrá las medidas correctivas que juzgue pertinentes.

El o los operadores económicos tendrán un término de setenta y dos (72) horas para presentar el descargo del que se creyeren asistidos, o acoger las medidas correctivas. Si el descargo fuere infundado o insuficiente, la Superintendencia de Control del Poder de Mereado ordenará la aplicación de las medidas correctivas, sin perjuicio de la continuación de los procedimientos que determina la presente Ley.

Artículo 76.- Del incumplimiento.- Si el o los operadores económicos a quienes se ha impuesto las medidas correctivas no las han cumplido o lo han hecho de manera tardía, parcial o defectuosa, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado podrá:

- a) Ordenar medidas correctivas adicionales,
- Aplicar las sanciones previstas en la sección siguiente;
 y,

c) En el caso del abuso de poder de mercado y acuerdos colusorios, designar un interventor temporal del operador u operadores económicos involucrados, con la finalidad de supervigilar el cumplimiento de las medidas correctivas. El Reglamento General a esta Ley establecerá los deberes y facultades de dicho interventor.

Sección 2

Sanciones

Artículo 77.- Sujetos infractores.- Serán sujetos infractores las personas naturales o jurídicas que incurran en las prohibiciones o ejecuten las acciones u omisiones tipificadas como infracciones en esta Ley.

A los efectos de la aplicación de esta Ley, la actuación de un operador económico es también imputable a los operadores o personas que la controlan, excepto cuando su comportamiento económico no venga determinado por alguna de ellas.

Cuando se imponga una multa a una asociación, unión o agrupación de empresas u operadores económicos y ésta no sea solvente, la asociación estará obligada a recabar las contribuciones de sus miembros hasta cubrir el importe de la multa.

En caso de que no se aporten dichas contribuciones a la asociación dentro del término fijado por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, se podrá exigir el pago de la multa a cualquiera de los operadores económicos cuyos representantes sean miembros de los órganos de gobierno de la asociación de que se trate.

Una vez que la Superintendencia de Control del Poder de Mercado haya requerido el pago con arreglo a lo dispuesto en el párrafo anterior, podrá exigir el pago del saldo a cualquier miembro de la asociación que operase en el mercado en que se hubiese producido la infracción cuando ello sea necesario para garantizar el pago íntegro de la multa.

No obstante, no se exigirá el pago contemplado en los párrafos segundo y tercero a las empresas u operadores económicos que demuestren que no han aplicado la decisión o recomendación de la asociación constitutiva de infracción y que o bien ignoraban su existencia o se distanciaron activamente de ella antes de que se iniciase la investigación del caso.

Artículo 78.- Infracciones.- Las infracciones establecidas en la presente Ley se clasifican en leves, graves y muy graves.

1. Son infracciones leves:

 a. Haber presentado a la Superintendencia de Control del Poder de Mercado la notificación de la concentración económica fuera de los plazos previstos en el artículo 16.

- No haber notificado una concentración requerida de oficio por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado según lo previsto en el artículo 16.
- c. No haber cumplido con las medidas correctivas dispuestas en virtud de los artículos 73 y siguientes de esta Ley.
- d. Incumplir o contravenir lo establecido en una resolución de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.
- e. Incurrirán en infracción leve las autoridades administrativas o cualquier otro funcionario que hubiere admitido o concedido recursos administrativos, que se formulen con el ánimo de o que tengan como resultado el impedir, restringir, falsear, o distorsionar la competencia, o retrasar o impedir la aplicación de las normas previstas en esta Ley.
- No haberse sometido a una inspección ordenada de acuerdo con lo establecido en esta Ley.
- g. Incurrirá en infracción leve quien presentare una denuncia falsa, utilizando datos o documentos falsos, con el propósito de causar daño a la competencia, sin perjuicio de las demás acciones civiles y penales que correspondan.
- La obstrucción por cualquier medio de la labor de inspección de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.

2. Son infracciones graves:

- a. El desarrollo de conductas colusorias en los términos previstos en el artículo 11 de esta Ley, cuando las mismas consistan en carteles u otros acuerdos, decisiones o recomendaciones colectivas, prácticas concertadas o conscientemente paralelas entre empresas u operadores económicos que no sean competidores entre sí, reales o potenciales.
- El abuso de poder de mercado tipificado en el artículo 9 que no tenga la consideración de muy grave.
- El falseamiento del régimen de competencia mediante prácticas actos desleales en los términos establecidos en el artículo 27 de esta Ley.
- d. La ejecución de una operación de concentración sujeta a control, antes de haber sido notificada a la Superintendencia de Control del Poder de Mercado; o antes de que haya sido autorizada de conformidad con lo previsto en esta Ley.
- e. La utilización infundada, deliberada y reincidente de incidentes legales o judiciales, o recursos administrativos, que impidan, restrinjan, falseen, o distorsionen la competencia, o retrasen o impidan la aplicación de las normas previstas en esta Ley.

- f. No haber cumplido con las medidas correctivas dispuestas en virtud de esta Ley, tratándose de abuso de poder de mercado o acuerdos y prácticas restrictivas
- g. No haber cumplido con los compromisos adquiridos de conformidad con esta Ley.
- h. Suministrar a la Superintendencia de Control del Poder de Mercado información engañosa o falsa.

3. Son infracciones muy graves:

- a. El desarrollo de conductas colusorias tipificadas en el artículo 11 de esta Ley que consistan en cárteles u otros acuerdos, decisiones o recomendaciones colectivas, prácticas concertadas o conscientemente paralelas entre empresas u operadores económicos competidores entre si, reales o potenciales.
- b. El abuso de poder de mercado tipificado en el artículo 9 de esta Ley cuando el mismo sea cometido por una o más empresas u operadores económicos que produzea efectos altamente nocivos para el mercado y los consumidores o que tengan una cuota de mercado próxima al monopolio o disfrute de derechos especiales o exclusivos.
- c. La ejecución de actos o contratos efectuados por el operador económico resultante de una operación de concentración sujeta a control, antes de haber sido notificada a la Superintendencia de Control del Poder de Mercado; o antes de que haya sido autorizada de conformidad con lo previsto en esta ley.
- 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.

Artículo 79.- Sanciones.- La Superintendencia de Control del Poder de Mercado impondrá a las empresas u operadores económicos, asociaciones, uniones o agrupaciones de aquellos que, deliberadamente o por negligencia, infrinjan lo dispuesto en la presente Ley, las siguientes sanciones:

- Las infracciones leves con multa de hasta el 8% del volumen de negocios total de la empresa u operador económico infractor en el ejercicio inmediatamente anterior al de la imposición de la multa.
- Las infracciones graves con multa de hasta el 10% del volumen de negocios total de la empresa u operador económico infractor en el ejercicio inmediatamente anterior al de la imposición de la multa.

c. Las infracciones muy graves con multa de hasta el 12% del volumen de negocios total de la empresa u operador económico infractor en el ejercicio inmediatamente anterior al de imposición de la multa.

El volumen de negocios total de las asociaciones, uniones o agrupaciones de empresas u operador económico se determinará tomando en consideración el volumen de negocios de sus miembros.

Además de la sanción prevista en el apartado anterior, cuando el infractor sea una persona jurídica y haya incurrido en infracciones muy graves, se podrá imponer una multa de hasta 500 Remuneraciones Básicas Unificadas a cada uno de sus representantes legales o a las personas que integran los órganos directivos que hayan intervenido en el acuerdo o decisión, según el grado de intervención o participación de dichos representantes o directivos en la determinación o ejecución de la práctica o conducta infractora.

Quedan excluidas de la sanción aquellas personas que, formando parte de los órganos colegiados de administración, no hubieran asistido a las reuniones o hubieran votado en contra o salvado su voto.

En caso de que no sea posible delimitar el volumen de negocios a que se refieren los literales a), b) y e) del primer inciso del presente artículo, las infracciones tipificadas en la presente Ley serán sancionadas en los términos siguientes:

- Las infracciones leves con multa entre 50 a 2.000 Remuneraciones Básicas Unificadas.
- Las infracciones graves con multa entre 2.001 a 40.000 Remuneraciones Básicas Unificadas.
- Las infracciones muy graves con multa de más de 40.000 Remuneraciones Básicas Unificadas.

La reincidencia se considerará circunstancia agravante, por lo que la sanción aplicable no deberá ser menor que la sanción precedente. La Superintendencia de Control del Poder de Mercado podrá imponer las multas de manera sucesiva e ilimitadamente en caso de reincidencia. En ese caso los umbrales del 8%, 10% y 12% del volumen de negocios total del infractor, relativos a todas sus actividades económicas correspondientes al ejercicio inmediatamente anterior al de imposición de la multa, establecidos en los literales a, b y c precedentes, no serán aplicables.

De igual manera, si la Superintendencia determinare que los beneficios obtenidos como resultado de una conducta contraria a las disposiciones de la presente Ley son superiores a los umbrales del 8%, 10% y 12% del volumen de negocios total del infractor, o a los montos previstos en los números 1, 2 y 3 de este artículo, sancionará al infractor con un monto idéntico al de dichos beneficios, sin perjuicio de su facultad para sancionar la reincidencia establecida en el inciso precedente.

Quien no suministrare a la Superintendencia de Control del Poder de Mercado la información requerida por ésta o hubiere suministrado información incompleta o incorrecta, será sancionado con una multa de hasta 500 Remuneraciones Básicas Unificadas.

La Superintendencia de Control del Poder de Mercado podrá ordenar desinvertir, dividir o escindir en los casos en los que determine que es el único camino para restablecer la competencia.

Artículo 80.- Criterios para la determinación del importe de las sanciones.- El importe de las sanciones se fijará atendiendo, entre otros, a los siguientes criterios:

- a. La dimensión y características del mercado afectado por la infracción.
- La cuota de mercado del operador u operadores económicos responsables.
- El alcance de la infracción.
- d. La duración de la infracción.
- El efecto de la infracción sobre los derechos y legítimos intereses de los consumidores y usuarios o sobre otros operadores económicos.
- f. Los beneficios obtenidos como consecuencia de la infracción.
- g. Las circunstancias agravantes y atenuantes que concurran en relación con cada una de las empresas u operadores económicos responsables.

Artículo 81.- Circunstancias Agravantes.- Para fijar el importe de las sanciones se tendrán en cuenta además, entre otras, las siguientes circunstancias agravantes:

- La comisión reiterada de infracciones tipificadas en la presente Ley.
- b. La posición de responsable o instigador de la infracción.
- La adopción de medidas para imponer o garantizar el cumplimiento de las conductas ilícitas.
- d. La falta de colaboración u obstrucción de la labor inspectora, sin perjuicio de la posible consideración como infracción independiente, según lo previsto en el artículo 78 numeral 1, literal g.

Artículo 82.- Circunstancias Atenuantes.- Para fijar el importe de la sanción se tendrán en cuenta además, entre otras, las siguientes circunstancias atenuantes:

- La realización de actuaciones que pongan fin a la infracción.
- b. La no aplicación efectiva de las conductas prohibidas.
- La realización de actuaciones tendientes a reparar el daño causado.
- d. La colaboración activa y efectiva con la Superintendencia de Control del Poder de Mercado llevada a cabo fuera de los supuestos de exención y de reducción del importe de la multa regulados en los artículos 83 y 84 de esta Ley.

Artículo 83.- Exención del pago de la multa.- Sin perjuicio de lo establecido en los artículos anteriores, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado eximirá a una persona natural o jurídica del pago de la multa que hubiera podido imponerle cuando:

- a. Sea la primera en aportar elementos de prueba que, a juicio de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, le permitan ordenar el desarrollo de una inspección en los términos establecidos en los artículos 48 y 49 en relación con una infracción del artículo 11, siempre y cuando en el momento de aportarse aquellos no se disponga de elementos suficientes para ordenar la misma; o.
- b. Sea la primera en aportar elementos de prueba que, a juicio de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, le permitan comprobar una infracción del artículo 11, siempre y cuando, en el momento de aportarse los elementos, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado no disponga de elementos de prueba suficiente para establecer la existencia de la infracción y no se haya concedido una exención a una empresa u operador económico o persona física en virtud de lo establecido en la letra a.

Para que la Superintendencia de Control del Poder de Mercado conceda la exención prevista en el apartado anterior, la empresa u operador económico o, en su caso, la persona natural que haya presentado la correspondiente solicitud, deberá cumplir los siguientes requisitos:

- Cooperar plena, continua y diligentemente con la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, en los términos que se establezcan reglamentariamente, a lo largo de todo el procedimiento administrativo de investigación.
- 2. Poner fin a su participación en la presunta infracción en el momento en que facilite los elementos de prueba a que hace referencia este artículo, excepto en aquellos supuestos en los que la Superintendencia de Control del Poder de Mercado estime necesario que dicha participación continúe con el fin de preservar la eficacia de una inspección.
- No haber destruido elementos de prueba relacionados con la solicitud de exención ni haber revelado, directa o indirectamente, a terceros distintos de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, su intención de presentar esta solicitud o su contenido.
- No haber adoptado medidas para obligar a otras empresas u operadores económicos a participar en la infracción.

La exención del pago de la multa concedida a una empresa u operador económico beneficiará igualmente a sus representantes legales, o a las personas integrantes de los órganos directivos y que hayan intervenido en el acuerdo o decisión, siempre y cuando hayan colaborado con la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.

Artículo 84.- Reducción del importe de la multa.- La Superintendencia de Control del Poder de Mercado podrá reducir el importe de la multa correspondiente en relación con aquellas empresas u operadores económicos o personas naturales que, sin reunir los requisitos establecidos en el inciso primero del artículo anterior:

- Faciliten elementos de prueba de la presunta infracción que aporten un valor añadido significativo con respecto a aquéllos de los que ya disponga la Superintendencia de Control del Poder de Mercado; y,
- b. Cumplan los requisitos establecidos en los números 1, 2, 3 y 4 del artículo anterior.

El nivel de reducción del importe de la multa se calculará atendiendo a las siguientes reglas:

- La primera empresa u operador económico o persona natural que cumpla lo establecido en el apartado anterior, podrá beneficiarse de una reducción de entre el 30 y el 50%.
- La segunda empresa u operador económico o persona natural podrá beneficiarse de una reducción de entre el 20 y el 30%.
- Las sucesivas empresas u operadores económicos o personas naturales podrán beneficiarse de una reducción de hasta el 20% del importe de la multa.

La aportación por parte de una empresa u operador económico o persona natural de elementos de prueba que permitan establecer hechos adicionales con repercusión directa en el importe de la multa será tenida en cuenta por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado al determinar el importe de la multa correspondiente a dicha empresa u operador económico o persona natural.

La reducción del importe de la multa correspondiente a una empresa u operador económico será aplicable, en el mismo porcentaje, a la multa que pudiera imponerse a sus representantes o a las personas que integran los órganos directivos que hayan intervenido en el acuerdo o decisión, siempre que hayan colaborado con la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.

Artículo 85.- Multas coercitivas.- La Superintendencia de Control del Poder de Mercado, independientemente de las multas sancionadoras y sin perjuicio de la adopción de otras medidas de ejecución forzosa previstas en el ordenamiento, podrá imponer, previo requerimiento del cumplimiento a las empresas u operadores económicos, asociaciones, uniones o agrupaciones de éstas, y agentes económicos en general, multas coercitivas de hasta 200 (doscientos) Remuneraciones Básicas Unificadas al día con el fin de obligarlas:

- A cesar en una conducta prohibida o que hubiere sido sancionada conforme a lo dispuesto en esta Ley.
- Al cumplimiento de los compromisos o condiciones adoptados en las resoluciones de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, según lo previsto en la presente Ley.

- c. Al cumplimiento de lo ordenado en una resolución, requerimiento o acuerdo de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.
- d. Al cumplimiento del deber de colaboración establecido en el artículo 50.
- e. Al cumplimiento de las medidas preventivas y/o correctivas.

Artículo 86.- Recaudación y destino de las multas.- Las multas que se impusieren por las infracciones contempladas en esta Ley, serán recaudadas por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado y se depositarán en la Cuenta Única del Tesoro Nacional.

La Superintendencia de Control y Regulación del Mercado podrá suscribir acuerdos de pago con los agentes económicos infractores, de acuerdo a lo establecido en el reglamento de esta Ley.

Artículo 87.- Publicidad de las sanciones.- Serán de conocimiento público y publicadas, en medios de amplia difusión, en la forma y condiciones que se prevea reglamentariamente, las sanciones en firme impuestas en aplicación de esta Ley, su cuantía, el nombre de los sujetos infractores y la infracción cometida.

Artículo 88.- Acción coactiva.- La Superintendencia de Control del Poder de Mercado, a través del Superintendente, ejercerá acción coactiva según la ley y podrá delegarla para cobrar las multas y hacer efectivas las sanciones establecidas en esta Ley.

CAPÍTULO VII

DE LOS COMPROMISOS DE CESE

Artículo 89.- Compromisos.- Hasta antes de la resolución de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, el o los operadores económicos investigados, relacionados o denunciados podrán presentar una propuesta de compromiso por medio del cual se comprometen en cesar la conducta objeto de la investigación y a subsanar, de ser el caso, los daños, perjuicios o efectos que hayan producido, que produzcan o que puedan producir en el mercado relevante y en los consumidores sus prácticas anticompetitivas.

La Superintendencia de Control del Poder de Mercado tiene la facultad de suspender los términos y plazos del trámite hasta por ciento veinte días término para llegar a un compromiso, suspendiéndose los demás plazos previstos.

La propuesta de compromiso será aprobada, modificada o rechazada hasta en el término de cuarenta y cinco días, que decurren desde la fecha de presentación de la propuesta.

Artículo 90.- Evaluación de la solicitud de compromiso-Para evaluar la solicitud de compromiso de cese, y en ejercicio de una facultad discrecional, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado tomará en consideración el cumplimiento concurrente de las siguientes condiciones:

- Que la totalidad o una parte de los operadores económicos investigados efectúe un reconocimiento de todos o algunos hechos de la denuncia o de los cargos imputados. Dicho reconocimiento debe resultar verosímil a la luz de los medios de prueba que obren en el expediente principal o que hayan sido aportados por las partes en el marco del procedimiento de aprobación del compromiso de cese;
- Que los operadores económicos investigados ofrezcan medidas correctivas que permitan verificar el cese de la práctica anticompetitiva denunciada y que garanticen que no serán reincidentes. Adicionalmente, podrán ofrecerse medidas complementarias que evidencien el propósito de enmienda de los infractores.

Artículo 91.- Resolución sobre compromisos.- La Superintendencia de Control del Poder de Mercado se pronunciará mediante resolución motivada, aceptando, modificando o desestimando la propuesta de compromiso, considerando para ello si la misma cumple debidamente con los alcances previstos en el artículo anterior. En caso de aceptarse el compromiso se tendrá por concluida la investigación o denuncia.

De no aceptarse el compromiso, se continuará con la investigación o denuncia. El hecho de que la Superintendencia de Control del Poder de Mercado conozca o resuelva sobre un compromiso no constituye luego causal de recusación.

La resolución de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado sobre el compromiso contendrá:

- 1. La identificación del compromiso;
- 2. Las partes intervinientes;
- 3. Los plazos de cumplimiento;
- 4. Las demás condiciones acordadas.

Adicionalmente, esta resolución establecerá el compromiso de las partes involucradas de suministrar la información relativa al cumplimiento del compromiso y de la resolución con el fin de verificar su cabal cumplimiento en el plazo fijado por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.

Artículo 92.- Incumplimiento del Compromiso.- En caso de incumplimiento del compromiso acordado, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado iniciará el proceso de ejecución y aplicación de las sanciones previstas en esta Ley y, de ser el caso, adoptará las medidas correctivas a que hubiere lugar.

Artículo 93.- De la modificación de condiciones de un compromiso.- En caso de que las condiciones en el mercado relevante se modifiquen sustancialmente, el operador económico que asumió un compromiso conforme a este capítulo podrá solicitar a la Superintendencia de Control del Poder de Mercado la revisión del compromiso acordado

DISPOSICIONES GENERALES

Primera.- Jerarquía.- La presente Ley tiene el carácter de orgánica y prevalecerá sobre las normas de inferior jerarquía. De conformidad con la Constitución de la República, se aplicará sistemáticamente con las demás normas del ordenamiento jurídico, en el orden jerárquico previsto en su artículo 425.

Sin perjuicio de la facultad exclusiva del control constitucional, que le corresponde a la Corte Constitucional, en caso de contradicción entre normas inferiores y superiores, prevalecerán las normas superiores. Le corresponde a la autoridad administrativa o judicial la aplicación directa e inmediata de la norma superior, siempre que se trate de conflictos entre normas inferiores a la Constitución.

En lo no previsto en esta Ley se estará a lo dispuesto en el Código de Procedimiento Civil, Código de Procedimiento Penal, Código de Comercio, Código Civil, Código Penal, Ley Orgánica de Servicio Público y las demás leyes y regulaciones aplicables.

Segunda.- Financiamiento y Patrimonio.- El patrimonio de la Superintendencia se integra por:

- a) Las asignaciones que constarán en el Presupuesto General del Estado;
- Todos los bienes muebles e inmuebles que adquiera a cualquier título;
- c) Los legados o donaciones que perciba de personas naturales o jurídicas; y,
- d) Otros ingresos de autogestión.

Tercera.- Publicaciones.- Todas las resoluciones en firme de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado se publicarán en el Registro Oficial, en su página electrónica y en la Gaceta Oficial de la Superintendencia.

Las resoluciones de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado entrarán en vigencia desde su notificación a las partes.

Los actos normativos de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado entrarán en vigencia desde su publicación en el Registro Oficial. En situaciones excepcionales y en casos de urgencia justificada, se podrá disponer que surtan efecto desde la fecha de su expedición.

La Superintendencia de Control del Poder de Mercado podrá, cuando el interés público lo justificare, ordenar la publicación de un extracto de esas resoluciones en uno de los diarios de mayor circulación a nivel nacional, cuyo costo será asumido por el infractor.

Cuarta.- Regulación Sectorial.- En el ámbito de su competencia, las entidades públicas a cargo de la regulación observarán y aplicarán los preceptos y principios establecidos en la presente Ley y coadyuvarán en el fomento, promoción y preservación de las condiciones de competencia en los mercados correspondientes.

Quinta.- Adecuación.- Los operadores económicos adecuarán su comportamiento, operaciones, contratos y en general todas sus actividades económicas al régimen previsto en esta Ley de manera inmediata.

Sexta.- Derechos de los consumidores.- Sin perjuicio de los derechos del consumidor previstos en la Ley de la materia, los consumidores y usuarios podrán ejercer los derechos establecidos en la ley que regula la participación ciudadana y en la presente ley para garantizar la protección efectiva de los mismos.

DISPOSICIONES REFORMATORIAS Y DEROGATORIAS

Primera.- Deróguese todas las disposiciones contrarias a esta Ley que se encuentren vigentes, así como toda atribución de autoridad nacional en materia de competencia entregada a otros organismos y entes públicos para juzgar y sancionar los asuntos regulados bajo esta Ley.

Segunda.- En el inciso segundo del artículo 439 de la Ley de Compañías Codificada, a continuación de la palabra: "financieros", agréguese: ", las decisiones o resoluciones de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado en los casos de su competencia de conformidad con la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado".

Tercera.- Al final del artículo 440 de la Ley de Compañías Codificada, luego de la palabra: "competencia" agréguese: "Esta limitación no se aplicará a las labores que deba cumplir el Superintendente de Control del Poder de Mercado y el personal a su cargo, en cumplimiento de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado."

Cuarta.- Sustitúyase el artículo 155 de la Ley de Propiedad Intelectual por el siguiente: "A petición de parte, la Dirección Nacional de Propiedad Industrial podrá otorgar licencias obligatorias cuando se presenten prácticas que hayan sido declaradas mediante resolución de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, como contrarias a la libre competencia, en particular cuando constituyan un abuso de poder de mercado por parte del titular de la patente."

Quinta.- Deróguese el literal g) del artículo 35 de la Ley Especial de Telecomunicaciones, publicada en el Registro Oficial 996, 10-VIII-1992, sus reformas y toda atribución de autoridades de regulación y control de telecomunicaciones en materia de competencia.

Sexta.- Sustitúyase el literal m) del artículo 88 del Reglamento General a la Ley Especial de Telecomunicaciones reformada por el siguiente: "m) Dictar recomendaciones para las políticas y normas de promoción, protección y regulación de la libre competencia entre prestadores de servicios de telecomunicaciones:"

Séptima.- Deróguese la Resolución No. 415-15-CONATEL- 2005, Resolución en materia de Competencia en Telecomunicaciones, publicada en el Registro Oficial 142, de 10 de noviembre de 2005.

Octava.- Sustitúyase en el artículo 31 del Reglamento para la Prestación de Servicios de Valor Agregado "Superintendencia de Telecomunicaciones" por "Superintendencia de Control del Poder de Mercado".

Novena.- Deróguese el Reglamento para el trámite de denuncias previo al juzgamiento administrativo de los actos contrarios a la libre competencia en servicios de telecomunicaciones, Resolución ST-2001-0643, publicado en el Registro Oficial 468, de 5 de diciembre de 2001.

Décima.- Deróguese el artículo 38 de la Ley de Régimen del Sector Eléctrico, publicada en el Suplemento del Registro Oficial 43, 10-X-1996.

Décimo Primera.- Deróguese el literal a) del artículo 39 de la Ley de Comercio Electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos, publicada en el Suplemento del Registro Oficial 557, 17-IV-2002.

Décimo Segunda.- Deróguense los artículos 183 al 193 y 284 al 287 de la Ley de Propiedad Intelectual, codificación 2006-13, publicada en el suplemento del Registro Oficial 426 de 28 de diciembre de 2006.

Décimo Tercera.- Refórmase los siguientes artículos de la Ley de Propiedad Intelectual, publicada en el suplemento del Registro Oficial 426 de 28 de diciembre de 2006:

- Artículo 280: Inclúyase al final del primer inciso la frase
 "(...) Caso contrario se estará a lo dispuesto en la Ley
 Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado y
 se aplicarán las sanciones previstas en la misma".
- 2. Artículo 339: Sustitúyese el artículo 339 por el siguiente: "Art. 339.- Concluido el proceso investigativo, el IEPI dictará resolución motivada. Si se determinare que existió violación de los derechos de propiedad intelectual, se sancionará al infractor con la clausura del establecimiento de 3 a 7 días y o con una multa de entre quinientos (500) dólares de los Estados Unidos de América y cien mil (100,000) dólares de los Estados Unidos de América y, podrá disponerse la adopción de cualquiera de las medidas cautelares previstas en esta Ley o confirmarse las que se hubieren expedido con carácter provisional.

La autoridad nacional en materia de propiedad intelectual aplicará las sanciones establecidas en esta Ley cuando conozca y resuelva sobre asuntos de competencia desleal.

Si existiere la presunción de haberse cometido un delito, se enviará copia del proceso administrativo a la Fiscalía."

Décimo Cuarta.- Elimínese en el literal e) del artículo 346 de la Ley de Propiedad Intelectual la frase "(...) y la libre competencia".

Décimo Quinta.- Deróguese el Decreto Ejecutivo No. 1614 de 14 de marzo de 2009, publicado en el Registro Oficial No. 558 de 27 de marzo de 2009.

Décimo Sexta.- Deróguense el literal a) del numeral 2 del artículo 13 del Reglamento Orgánico de Gestión Organizacional por procesos de la Agencia Nacional Postal, Resolución No. AGNP-003-2008 publicada en el Registro Oficial 479 de 2 de diciembre de 2008.

Décimo Séptima.- Sustitúyase el artículo 160 de la Ley Orgánica de Salud por el siguiente: "En ningún caso los gastos de promoción y publicidad se podrán considerar como parte de la estructura de costos para el análisis de fijación de precios".

Décimo Octava.- Deróguese el artículo 4 de la Ley de Producción, Importación, Comercialización y Expendio de Medicamentos Genéricos de Uso Humano.

Décimo Novena.- Deróguese el artículo 54 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor publicada en el Registro Oficial Suplemento No. 16 de 10 de julio de 2000.

Vigésima.- Al final del artículo 41 de la Ley Orgánica de Empresas Públicas, publicada en el Registro Oficial Suplemento No. 48 de 16 de octubre de 2009, agréguese el siguiente inciso: "Las disposiciones de este artículo se aplicarán en observancia del objeto de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado".

Vigésimo Primera.- Deróguese el Acuerdo Ministerial No. 0188, publicado en Registro Oficial 569, de 14 de abril de 2009, reformatorio del Reglamento de Control y Funcionamiento de los Establecimientos Farmacéuticos, aprobado mediante Acuerdo Ministerial No. 00813, emitido por el Ministerio de Salud el 18 de diciembre de 2008, publicado en el Registro Oficial 513 de 23 de enero de 2009.

Vigésimo Segunda.- Reformas a la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero:

1. El quinto inciso del artículo 1 dirá:

"La sociedad controladora y las instituciones financieras integrantes de un grupo financiero serán controladas por la Superintendencia de Bancos. Formarán parte de un grupo financiero únicamente las subsidiarias o afiliadas del exterior, las de servicios financieros, de servicios auxiliares del sistema financiero que regula esta Ley"

- 2. Deróguense las letras e) y f) del artículo 44.
- 3. Sustitúyase el artículo 57 por el siguiente:

"Art. 57.- Para efectos de esta Ley, se entenderá por grupo financiero al integrado por:

- a) Una sociedad controladora que posea un banco o una sociedad financiera privada o corporación de inversión y desarrollo, sociedades de servicios financieros o auxiliares previstas en esta Ley, así como las subsidiarias del país o del exterior de cualesquiera de las mencionadas; y,
- b) Un banco o sociedad financiera o corporación de inversión y desarrollo que posea sociedades de servicios financieros o auxiliares previstas en esta Ley, así como las subsidiarias del país o del exterior de cualesquiera de éstas.

Salvo lo previsto en el inciso cuarto del artículo 17 y en el artículo 145 de esta Ley, un grupo financiero, cualquiera que sea su conformación, no podrá estar integrado por más de un banco, ni por un banco y una sociedad financiera o corporación de inversión y desarrollo, ni por más de una sociedad financiera o corporación de inversión y desarrollo al mismo tiempo, ni poseer más de una sociedad de servicios financieros o auxiliares dedicada a la misma actividad.

Se entenderá conformado un grupo financiero desde el momento en el que la sociedad controladora, el banco o la sociedad financiera o corporación de inversión y desarrollo posean una o más de las instituciones señaladas en las letras que anteceden."

4. Sustitúyase el artículo 62 por el siguiente:

"Art. 62.- Todas y cada una de las instituciones integrantes del grupo, estarán sujetas a la inspección y vigilancia de la Superintendencia de Bancos

Adicionalmente, la Superintendencia de Compañías para su labor de control podrá solicitar en cualquier momento información sobre grupos financieros, sin que se le oponga el sigilo bancario. Para este fin las Superintendencias mantendrán vigentes convenios de cooperación mutua.

Todas las instituciones integrantes del grupo, en forma individual y consolidada, estarán sujetas a todas las normas de solvencia y prudencia financiera y de control previstas en esta Ley."

5. A continuación del artículo 141 de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, insértese un artículo innumerado del tenor siguiente:

"Art. ...- No podrán ser titulares, ni directa ni indirectamente, de acciones o participaciones de empresas, compañías o sociedades mercantiles ajenas a la actividad financiera los accionistas de una institución del sistema financiero privado, que posean el 6% o más del paquete accionario con derecho a voto, aun cuando individualmente considerados no posean el 6% o más del paquete accionario con derecho a voto y a criterio del organismo de control mantengan nexos económicos, societarios de negocios y/o familiares y en conjunto superen dicho porcentaje, o que conformen una unidad de interés económico, de conformidad con la ley. Tampoco podrán serlo los miembros principales y suplentes de los directorios ni sus administradores.

Se entenderá que son titulares indirectos cuando ejerzan su derecho de propiedad sobre el 6% o más de los títulos representativos del capital suscrito de empresas, compañías, o sociedades mercantiles ajenas a la actividad financiera a través de fideicomisos o a través de este mismo mecanismo por medio de sus cónyuges o convivientes en unión de hecho.

Sin perjuicio de lo señalado, la Junta Bancaria podrá en determinados casos, establecer otros tipos de propiedad indirecta que pudieren derivarse de investigaciones realizadas por la Superintendencia de Bancos y Seguros, la Superintendencia de Compañías o la Superintendencia de Telecomunicaciones.

Los propietarios de participaciones, acciones u otros que incumplan con la prohibición establecida en este artículo serán sancionados con la suspensión de sus derechos como socios o accionistas de la respectiva institución financiera y los directivos y administradores con la remoción de sus cargos; y la Superintendencia de Bancos dispondrá la incautación de sus acciones o participaciones de la respectiva institución financiera y su venta en pública subasta.

Los valores que se obtengan en la venta en pública subasta serán entregados a cada uno de los accionistas de las instituciones del sistema financiero privado, sus cónyuges o convivientes en unión de hecho, incursos en la prohibición."

 Sustituir el segundo inciso del artículo 195 por el siguiente:

"Podrán también invertir en el capital de empresas a las que se refieren las letras p) y q) del artículo 51 de esta Ley. En estos casos les serán aplicables todas las normas relacionadas al funcionamiento de los grupos financieros."

Vigésimo Tercera.- A continuación del artículo 74 c de la Ley de Radiodifusión y Televisión, insértese un artículo innumerado del tenor siguiente:

"Art. ...- No podrán ser titulares, ni directa ni indirectamente, de acciones o participaciones de empresas, compañías o sociedades mercantiles ajenas a la actividad comunicacional los accionistas de una empresa privada de comunicación de carácter nacional, que posean el 6% o más del paquete accionario con derecho a voto, aun cuando individualmente considerados no posean el 6% o más del paquete accionario con derecho a voto y a criterio del organismo de control mantengan nexos económicos, societarios de negocios y/o familiares y en conjunto superen dicho porcentaje, o que conformen una unidad de interés económico, de conformidad con la ley. Tampoco podrán serlo los miembros principales y suplentes de los directorios ni sus administradores.

Se entenderá que son titulares indirectos cuando ejerzan su derecho de propiedad sobre el 6% o más de los títulos representativos del capital suscrito de empresas, compañías, o sociedades mercantiles ajenas a la actividad comunicacional a través de fideicomisos o a través de este mismo mecanismo por medio de sus cónyuges o convivientes en unión de hecho.

Sin perjuicio de lo señalado, el Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión, podrá en determinados casos, establecer otros tipos de propiedad indirecta que pudieren derivarse de investigaciones realizadas por la Superintendencia de Bancos y Seguros, la Superintendencia de Compañías o la Superintendencia de Telecomunicaciones.

Los propietarios de participaciones, acciones u otros que incumplan con la prohibición establecida en este artículo serán sancionados con la suspensión de sus derechos como socios o accionistas de la respectiva empresa de comunicación y los directivos y administradores con la remoción de sus cargos; y la Superintendencia de Telecomunicaciones dispondrá la incautación de sus acciones o participaciones de la respectiva empresa de comunicación y su venta en pública subasta.

Los valores que se obtengan en la venta en pública subasta serán entregados a cada uno de los accionistas de las empresas de comunicación, sus cónyuges o convivientes en unión de hecho, incursos en la prohibición.".

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA.- Las personas naturales o jurídicas que a la fecha de entrada en vigencia de la prohibición establecida en el número 5 de la Disposición Reformatoria y Derogatoria Vigésimo Segunda de esta Ley, posean directa o indirectamente acciones o participaciones del capital suscrito de empresas, compañías o sociedades mercantiles ajenas a la actividad financiera, deberán enajenarlas hasta el 13 de julio del 2012.

Las instituciones el sistema financiero tendrán el mismo plazo para enajenar sus acciones o participaciones en empresas reguladas por la Ley del Mercado de Valores y la Ley General de Seguros.

La enajenación obligatoria prevista en esta disposición no podrá realizarse a favor de personas jurídicas vinculadas ni a favor de parientes hasta dentro del cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad.

El incumplimiento por parte de los directivos y administradores de una institución financiera privada a esta disposición será sancionado por parte de la Superintendencia de Bancos, de conformidad con la ley.

La obligación de desinvertir en compañías o sociedades mercantiles ajenas al sector financiero incluye a las reguladas por la Ley de Mercado de Valores y la Ley General de Seguros.

SEGUNDA.- Las personas naturales o jurídicas que a la fecha de entrada en vigencia de la prohibición establecida en la Disposición Reformatoria y Derogatoria Vigésimo Tercera de esta Ley, posean directa o indirectamente acciones o participaciones del capital suscrito de empresas compañías o sociedades mercantiles ajenas a la actividad comunicacional, deberán enajenarlas hasta el 13 de julio del 2012.

Las instituciones del sector de comunicaciones tendrán el mismo plazo para enajenar sus acciones o participaciones en empresas ajenas a la actividad comunicacional.

La enajenación obligatoria prevista en esta disposición no podrá realizarse a favor de personas jurídicas vinculadas ni a favor de parientes hasta dentro del cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad.

El incumplimiento por parte de los directivos y administradores de una empresa privada de comunicación de carácter nacional, a esta disposición será sancionado por parte de la Superintendencia de Telecomunicaciones, de conformidad con la ley.

TERCERA.- Los procesos que se hubieren iniciado por las autoridades de la Subsecretaría de Competencia del Ministerio de Industrias y Productividad, por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, la Superintendencia de Telecomunicaciones, la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual o cualquier otra autoridad pública, antes o a partir de la vigencia de esta Ley, seguirán tramitándose de conformidad con las siguientes reglas:

- Ley Sustantiva. Dichos procesos se tramitarán de conformidad con las normas sustantivas vigentes al tiempo del cometimiento de las presuntas infracciones sujetas a investigación.
- b. Ley Adjetiva. Las normas procesales administrativas para las nuevas diligencias serán las previstas en esta ley y su reglamento. Los procedimientos, recursos e impugnaciones en curso se tramitarán bajo las normas procedimentales vigentes al inicio de dicho recurso o impugnación hasta la conclusión del mismo.
- c. Autoridad. Todos los procedimientos y sus correspondientes expedientes iniciados por autoridades tales como la Subsecretaría de Competencia del Ministerio de Industrias y Productividad, por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, la Superintendencia de Telecomunicaciones, la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual y cualquier otra autoridad pública continuarán siendo conocidos por las referidas autoridades. Una vez que el Superintendente de Control de Poder de Mercado haya asumido legalmente posesión de su cargo, determinará el plazo para que todos los procedimientos en curso y sus respectivos expedientes sean remitidos a la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, la que continuará con su tramitación bajo los criterios sustantivos y adjetivos de aplicación de la ley en el tiempo antes indicado.

Cuando se designe al Superintendente de Regulación y Control de Mercado, el señor Ministro de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración remitirá la correspondiente nota diplomática al señor Secretario General de la Comunidad Andina sobre su designación como representante de la Autoridad Ecuatoriana de Competencia para que conforme el Comité Andino.

CUARTA.- Los servidores que vienen prestando sus servicios, con nombramiento o contrato en la Subsecretaría de Competencia del Ministerio de Industria y Competitividad podrán pasar a formar parte de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, previa evaluación y selección por parte de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, de acuerdo a los requerimientos de esta institución.

En el caso de existir cargos innecesarios, el Superintendente de Control del Poder de Mercado podrá aplicar un proceso de supresión de puestos para lo cual observará las normas contenidas en la ley.

El presupuesto, los bienes muebles e inmuebles, equipamiento, mobiliario, y demás activos de propiedad de la Subsecretaría de Competencia del Ministerio de Industrias y Productividad pasan a formar parte del patrimonio institucional de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado. Los derechos y obligaciones, constantes en convenios, contratos u otros instrumentos jurídicos, nacionales o internacionales, suscritos por el Ministerio de Industrias y Competitividad referidos a la Subsecretaría de Competencia serán asumidos por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.

Se excluyen de la presente disposición, los servidores, presupuestos, bienes e inmuebles, equipamiento, mobiliario y demás activos, así como derechos y obligaciones, constantes en convenios, contratos u otros instrumentos jurídicos, nacionales o internacionales, destinados por el Ministerio de Industrias y Productividad a la Subsecretaría de Competencia para la materia de defensa del consumidor.

QUINTA.- El Presidente de la República dictará el Reglamento de la presente Ley en el plazo de máximo de ciento ochenta días.

SEXTA.- El Presidente de la República reformará el Reglamento para la fijación y revisión de precios de medicamentos de uso humano en el término máximo de 60 días, contados a partir de la vigencia de la presente Ley, término dentro del cual el Consejo Nacional de Fijación y Revisión de Precios, mediante resolución, deberá definir los mecanismos para la fijación de precios.

DISPOSICIÓN FINAL.- La presente Ley entrará en vigencia a partir de su promulgación en el Registro Oficial.

Dado y suscrito en la sede de la Asamblea Nacional, ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha, a los veintinueve días del mes de septiembre de dos mil once.

- f.) Fernando Cordero Cueva, Presidente.
- f.) Dr. Andrés Segovia S., Secretario General.

Palacio Nacional, en San Francisco de Quito, Distrito Metropolitano, a diez de octubre de dos mil once.

SANCIÓNASE Y PROMÚLGUESE.

 f.) Rafael Correa Delgado, Presidente Constitucional de la República.

Es fiel copia de su original en setenta y un fojas útiles.- LO CERTIFICO.- Quito, a 11 de octubre de 2011.

f.) Abg. Oscar Pico Solórzano, Subsecretario Nacional de la Administración Pública.

Anexo 13 Fotografía Superintendente Econ. Pedro Páez Pérez

