



San Marcos

MIEMBRO DE LA RED  
ILUMNO

# REGULACIÓN Y POLÍTICAS DE COMPETENCIA



San Marcos

MIEMBRO DE LA RED  
**ILUMNO**

# REGULACIÓN Y POLÍTICAS DE COMPETENCIA

La función del Estado es procurar el mayor bienestar a todos los habitantes del país y organizar y estimular la producción y reparto adecuado de la riqueza, esto según el artículo 50 de la Constitución Política que reza:

**ARTÍCULO 50** - El Estado procurará el mayor bienestar a todos los habitantes del país, organizando y estimulando la producción y el más adecuado reparto de la riqueza.

Toda persona tiene derecho a un ambiente sano y ecológicamente equilibrado. Por ello, está legitimada para denunciar los actos que infrinjan ese derecho y para reclamar la reparación del daño causado.

El Estado garantizará, defenderá y preservará ese derecho.

La ley determinará las responsabilidades y las sanciones correspondientes.

(Así reformado por el artículo 1º de la Ley No.7412 de 3 de junio de 1994).<sup>1</sup>

La legislación de Promoción de la competencia, surge como una solución ideal para la organización de mercados y el bienestar social. Para entender mejor esta materia conozcamos definiciones que nos vamos a encontrar el artículo 2º de la Ley de Promoción y Defensa Efectiva del Consumidor:

---

<sup>1</sup> Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. Constitución Política. Art 50.



## **Artículo 2** - Definiciones

Las expresiones o las palabras, empleadas en esta Ley tienen el sentido y los alcances que, para cada caso, se mencionan en este artículo:

### **Agente económico**

En el mercado, toda persona física, entidad de hecho o de derecho, pública o privada, participe de cualquier forma de actividad económica, como comprador, vendedor, oferente o demandante de bienes o servicios, en nombre propio o por cuenta ajena, con independencia de que sean importados o nacionales, o que hayan sido producidos o prestados por él o por un tercero.

**SE CONSIDERA CONSUMIDOR AL PEQUEÑO INDUSTRIAL O AL ARTESANO QUE ADQUIERA PRODUCTOS TERMINADOS O INSUMOS PARA INTEGRARLOS EN LOS PROCESOS PARA PRODUCIR, TRANSFORMAR, COMERCIALIZAR O PRESTAR SERVICIOS A TERCEROS.**

### **Consumidor**

Toda persona física o entidad de hecho o de derecho, que, como destinatario final, adquiere, disfruta o utiliza los bienes o los servicios, o bien, recibe información o propuestas para ello. También se considera consumidor al pequeño industrial o al artesano -en los términos definidos en el Reglamento de esta Ley- que adquiera productos terminados o insumos para integrarlos en los procesos para producir, transformar, comercializar o prestar servicios a terceros.

### **Comerciante o proveedor**

Toda persona física, entidad de hecho o de derecho, privada o pública que, en nombre propio o por cuenta ajena, se dedica en forma habitual a ofrecer, distribuir, vender, arrendar, conceder el uso o el disfrute de bienes o a prestar servicios, sin que necesariamente esta sea su actividad principal.

Para los efectos de esta Ley, el productor, como proveedor de bienes, también está obligado con el consumidor, a respetarle sus derechos e intereses legítimos...<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. Ley de Promoción y Defensa Efectiva del Consumidor. Art 2.



San Marcos

MIEMBRO DE LA RED  
**ILUMNO**

Consumidores somos todos en algún momento de nuestra vida en el diario a diario vivir ya que siempre adquirimos bienes, servicios o los ofrecemos.

Las políticas de competencia son una herramienta fundamental para mejorar el desempeño de la economía. Cuando se da la competencia mejoran las condiciones de precio la calidad de los productos y servicios, por lo que el ingreso real de los consumidores es mayor y la distribución del ingreso es menos desigual. Además, la competencia impulsa la competitividad de la economía, fomenta la inversión y el empleo y genera mayor crecimiento económico.

Finalmente cuando existe competencia los recursos públicos se utilizan de manera más eficiente. La competencia económica fomenta el bienestar de los consumidores, ya que se da un ambiente que genera más opciones para que el consumidor elija a aquellos proveedores que le suministran bienes y servicios en las condiciones más adecuadas.

### ***¿Por qué son importantes las políticas de Competencia para los Consumidores?***

Es importante porque garantiza que las empresas compitan entre sí de forma justa. La Competencia fomenta la actividad empresarial y la eficiencia, dando al consumidor la posibilidad de elegir y contribuye a bajar los precios y a mejorar la calidad.



## LEY DE PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA Y DEFENSA EFECTIVA DEL CONSUMIDOR

Ley N° 7472 del 20 de diciembre de 1994, surge por la urgencia que sentía el país de ajustar la legislación existente a un modelo de Libre Comercio y como requisito para la aprobación de un programa de ajuste estructural y como un instrumento más para promover la desregulación y la apertura económica.

El objetivo de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor es promover y proteger el proceso de competencia y libre concurrencia, mediante la prevención, la prohibición de monopolios, las prácticas monopolísticas y otras restricciones al funcionamiento eficiente del mercado.

En el momento en el que se establece la legislación de competencia el país estaba pasando una transición, de un modelo de sustitución de importaciones a uno de apertura comercial. La cultura de la competencia estaba muy poco desarrollada en el país en ese momento. Además, no era un tema prioritario en términos de políticas de Estado.

### ***Elementos básicos de la Ley***

Su objetivo según el artículo:

#### ***Artículo 1 -*** Objetivo y fines.

El objetivo de la presente Ley es proteger, efectivamente, los derechos y los intereses legítimos del consumidor, la tutela y la promoción del proceso de competencia y libre concurrencia, mediante la prevención, la prohibición de monopolios, las prácticas monopolísticas y otras restricciones al funcionamiento eficiente del mercado y la eliminación de las regulaciones innecesarias para las actividades económicas.<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. Ley de Promoción y Defensa Efectiva del Consumidor. Art 1





San Marcos

MIEMBRO DE LA RED  
**ILUMNO**

Está compuesta por varios capítulos dentro de los cuales los más importantes son:

- » **Capítulo I:** Disposiciones generales en las cuales se mencionan los objetivos y las definiciones a manejar a lo largo de ella.
- » **Capítulo II:** Desregulación, la cual busca que los trámites y los requisitos de control y regulación de las actividades en el comercio no impidan ni perjudiquen las transacciones en el mercado interno ni en el internacional.
- » **Capítulo III:** Promoción de la competencia, la cual enfatiza que con la actividad de promoción de la competencia, se fomenta y favorece un entorno competitivo en los distintos sectores económicos.
- » **Capítulo IV:** Comisión para promover la competencia, la cual busca promover la competencia, como órgano de máxima desconcentración; está adscrita al Ministerio de Economía, Industria y Comercio. Se encarga de conocer, de oficio o por denuncia, y sanciona, cuando proceda, todas las prácticas que constituyan impedimentos o dificultades para la libre competencia y entorpezcan innecesariamente la fluidez del mercado como las prácticas monopolísticas.  
Es la instancia administrativa obligatoria y de previo agotamiento para acudir a la vía judicial. También investiga la existencia de carteles, prácticas y concentraciones y sanciones prohibidas en la Ley y sanciona, cuando proceda, y emite su opinión en materia de competencia y libre competencia referente a leyes, acuerdos y demás actos administrativos. Esta es colegiada, con cinco miembros.
- » **Capítulo V:** Defensa Efectiva del Consumidor, que menciona ampliamente los sujetos derechos y obligaciones responsabilidades.

**ES LA INSTANCIA ADMINISTRATIVA OBLIGATORIA  
Y DE PREVIO AGOTAMIENTO PARA ACUDIR A LA  
VÍA JUDICIAL.**



Los siguientes corresponden a los derechos contemplados en el artículo 32 de la Ley 7472 de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor del 19 de enero de 1995. Se establece que los consumidores tienen derecho a:

**Artículo 32** - Derechos del consumidor.

Sin perjuicio de lo establecido en tratados, convenciones internacionales de las que Costa Rica sea parte, legislación interna ordinaria, reglamentos, principios generales de derecho, usos y costumbres, son derechos fundamentales e irrenunciables del consumidor, los siguientes:

- A. La protección contra los riesgos que puedan afectar su salud, su seguridad y el medio ambiente.
- B. La protección de sus legítimos intereses económicos y sociales.
- C. El acceso a una información, veraz y oportuna, sobre los diferentes bienes y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio.
- D. La educación y la divulgación sobre el consumo adecuado de bienes o servicios, que aseguren la libertad de escogencia y la igualdad en la contratación.
- E. La protección administrativa y judicial contra la publicidad engañosa, las prácticas y las cláusulas abusivas, así como los métodos comerciales desleales o que restrinjan la libre elección.
- F. Mecanismos efectivos de acceso para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a prevenir adecuadamente, sancionar y reparar con prontitud la lesión de estos, según corresponda.
- G. Recibir el apoyo del Estado para formar grupos y organizaciones de consumidores y la oportunidad de que sus opiniones sean escuchadas en los procesos de decisión que les afecten.

(Así corrida su numeración por el artículo 80 de la ley de Contingencia Fiscal, N° 8343 del 18 de diciembre de 2002, que lo traspasa del antiguo artículo 29 al 32 actual).<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. Ley de Promoción y Defensa Efectiva del Consumidor. Art 32.

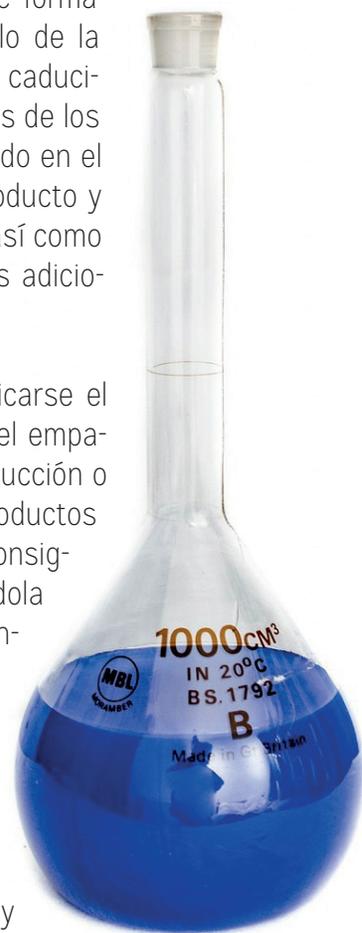
Así mismo, las obligaciones de los comerciantes, así contempladas en el artículo 34 de la misma ley son:

**Artículo 34** - Obligaciones del comerciante.

Son obligaciones del comerciante y el productor, con el consumidor, las siguientes:

- A. Respetar las condiciones de la contratación.
- B. Informar suficientemente al consumidor, en español y de manera clara y veraz, acerca de los elementos que incidan de forma directa sobre su decisión de consumo. Debe enterarlo de la naturaleza, la composición, el contenido, la fecha de caducidad, el peso, cuando corresponda, de las características de los bienes y servicios, el país de origen, el precio de contado en el empaque, el recipiente, el envase o la etiqueta del producto y la góndola o el anaquel del establecimiento comercial, así como de cualquier otro dato determinante, como sustancias adicionales que se le hayan agregado al producto original.

En el caso de los productos agropecuarios, debe indicarse el país de origen de cada producto en un lugar visible del empaque, el envase o la etiqueta, así como la fecha de producción o procesamiento en el país de origen. Tratándose de productos no empacados o envasados, esta información deberá consignarse en un lugar visible y claramente legible de la góndola o el anaquel del establecimiento comercial donde se encuentren ubicados. En todos estos casos, los productos nacionales deberán identificarse con la frase: "Producido en Costa Rica" u otra que permita identificar claramente el origen del producto. La verificación de lo dispuesto en el párrafo anterior, en materia de información y trazabilidad, la deberán realizar el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), el Ministerio de Salud y el Ministerio de Hacienda por medio de la Dirección General de Aduanas, de conformidad con lo que al efecto dispongan los reglamentos técnicos específicos aplicables a cada producto.



**SI SE TRATA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS, ESTA CONDICIÓN DEBERÁ INDICARSE EN UN LUGAR VISIBLE. ADEMÁS, LA ETIQUETA DEL PRODUCTO DEBERÁ INDICAR CUÁL ES EL ENTE CERTIFICADOR.**

Si se trata de productos orgánicos, esta condición deberá indicarse en un lugar visible. Además, la etiqueta del producto deberá indicar cuál es el ente certificador.

De acuerdo con lo dispuesto en el reglamento de la presente ley, cuando el producto que se vende o el servicio que se presta se pague

al crédito, deben indicarse siempre, de forma visible, el plazo, la tasa de interés anual sobre saldos, la base, las comisiones y la persona física o jurídica que brinda el financiamiento, si es un tercero.

(Así reformado el inciso b) anterior por el artículo único de la ley N° 9098 del 30 de octubre de 2012, "Identificación del origen de los productos agropecuarios que se consumen en Costa Rica. Reforma del inciso b) del artículo 34 de la ley N° 7472, Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor").

- C. Ofrecer, promocionar o publicitar los bienes y servicios de acuerdo con lo establecido en el artículo (\*) 34 de esta Ley.  
(\*)(Actualmente corresponde al 37).
- D. Suministrar, a los consumidores, las instrucciones para utilizar adecuadamente los artículos e informar sobre los riesgos que entrañe el uso al que se destinan o el normalmente previsible para su salud, su seguridad y el medio ambiente.
- E. Informar al consumidor si las partes o los repuestos utilizados en reparaciones son usados. Si no existe advertencia sobre el particular, tales bienes se consideran nuevos.
- F. Informar cuando no existan en el país servicios técnicos de reparación o repuestos para un bien determinado.



- G. Garantizar todo bien o servicio que se ofrezca al consumidor, de conformidad con el artículo (\*) 40 de esta Ley. (\*) (Actualmente corresponde al 43).
- H. Abstenerse de acaparar, especular, condicionar la venta y discriminar el consumo.
- I. Resolver el contrato bajo su responsabilidad, cuando tenga la obligación de reparar el bien y no la satisfaga en un tiempo razonable.
- J. Fijar plazos prudenciales para formular reclamos.
- K. Establecer, en las ventas a plazos, garantías de pago proporcionales a las condiciones de la transacción.
- L. Cumplir con los artículos (\*) 35, (\*) 36, (\*) 37, (\*) 38, (\*) 39, (\*) 40, (\*) 41 y (\*) 41 bis de esta ley. (Así reformado el inciso anterior por el artículo 1° aparte a) de la ley N° 7854 del 14 de diciembre de 1998). (\*) (Actualmente corresponden a los artículos 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44 y 44 bis).
- M. Cumplir con lo dispuesto en las normas de calidad y las reglamentaciones técnicas de acatamiento obligatorio.
- N. Mantener en buenas condiciones de funcionamiento y debidamente calibradas las pesas, las medidas, las registradoras, las básculas y los demás instrumentos de medición, que utilicen en sus negocios.



- O. Extender la factura o el comprobante de compra, donde conste, en forma clara, la identificación de los bienes o servicios, así como el precio efectivamente cobrado. En los casos de ventas masivas, se faculta al Ministerio de Economía, Industria y Comercio para autorizar el establecimiento de otros sistemas mediante los cuales se compruebe la compra.
- P. Apegarse a la equidad, los buenos usos mercantiles y a la ley, en su trato con los consumidores.

Toda información, publicidad u oferta al público de bienes ofrecidos o servicios por prestar, transmitida por cualquier medio o forma de comunicación, vincula al productor que la transmite, la utiliza o la ordena y forma parte del contrato.

El incumplimiento de alguna de las obligaciones enumeradas en este artículo, faculta al interesado para acudir a la Comisión nacional del consumidor creada en esta Ley, o a los órganos jurisdiccionales competentes y para hacer valer sus derechos, en los términos que señala el artículo (\*) 43 de la presente Ley.

(\*)(Actualmente corresponde al 46).

(Así corrida su numeración por el artículo 80 de la ley de Contingencia Fiscal, N° 8343 del 18 de diciembre de 2002, que lo traspaso del antiguo artículo 31 al 34 actual) <sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. Ley de Promoción y Defensa Efectiva del Consumidor. Art 35.



- » **Capítulo VI:** Comisión Nacional del Consumidor, la cual regula los Derechos de los consumidores en Costa Rica: en su artículo 47 señala:

**Artículo 47 -** Creación de la Comisión nacional del consumidor.

Se crea la Comisión nacional del consumidor, como órgano de máxima desconcentración, adscrita al Ministerio de Economía, Industria y Comercio. Le corresponde velar por el cumplimiento de las disposiciones de los capítulos V y VI de esta Ley y las demás normas que garanticen la defensa efectiva del consumidor, que no se le hayan atribuido, en forma expresa, a la Comisión para promover la competencia.

(Así corrida su numeración por el artículo 80 de la ley de Contingencia Fiscal, N° 8343 del 18 de diciembre de 2002, que lo traspaso del antiguo artículo 44 al 47 actual).<sup>6</sup>

Esta comisión que vela por el cumplimiento de las normas que garanticen la Defensa Efectiva del Consumidor. Sus funciones son:

- » Conocer y sancionar las infracciones administrativas, los incumplimientos hacia los derechos de los consumidores.
- » Sancionar los actos de competencia desleal, cuando, en forma refleja, dañan al consumidor.
- » Ordenar, de acuerdo con la gravedad de los hechos, medidas cautelares según corresponda, mientras se dicta resolución en el asunto.
- » Ordenar la suspensión de planes de ventas a plazo o de prestación de servicios, cuando se viole lo prescrito en la Ley 7472.
- » Ordenar, cuando proceda, la devolución del dinero o del producto. Puede fijar, asimismo, un plazo para reparar o sustituir el bien, según corresponda.
- » Trasladar, al conocimiento de la jurisdicción ordinaria, todas las prácticas que configuren los delitos perjudiciales para el consumidor.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. Ley de Promoción y Defensa Efectiva del Consumidor. Art 47.

<sup>7</sup> Disponible en: [http://www.meic.go.cr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=98&Itemid=29](http://www.meic.go.cr/index.php?option=com_content&view=article&id=98&Itemid=29)



## LIMITACIONES A LA ACTIVIDAD MERCANTIL

El consumidor es uno de los ejes centrales de las economías mundiales. Uno de los medios utilizados para garantizar la protección del consumidor y en general el resguardo de la economía de los Estados es la regulación de la competencia.

**UNO DE LOS MEDIOS UTILIZADOS PARA GARANTIZAR LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR Y EN GENERAL EL RESGUARDO DE LA ECONOMÍA DE LOS ESTADOS ES LA REGULACIÓN DE LA COMPETENCIA.**

El derecho de la competencia y en el caso que nos interesa la legislación antimonopólica comprende dos clases de normas: las normas para la restricción de la competencia y las normas sobre competencia desleal.

Cuando un agente económico no tiene competidores, puede imponer fácilmente sus condiciones de venta,

calidad, precios y servicios, sin que los consumidores puedan tener posibilidades de elección. La competencia es un asunto de importancia constitucional, como el artículo 46 que reza.

**ARTÍCULO 46** - Son prohibidos los monopolios de carácter particular, y cualquier acto, aunque fuere originado en una ley, que amenace o restrinja la libertad de comercio, agricultura e industria.

Es de interés público la acción del Estado encaminada a impedir toda práctica o tendencia monopolizadora.

Las empresas constituidas en monopolios de hecho deben ser sometidas a una legislación especial.



San Marcos

MIEMBRO DE LA RED  
**ILUMNO**



Para establecer nuevos monopolios en favor del Estado o de las Municipalidades se requerirá la aprobación de dos tercios de la totalidad de los miembros de la Asamblea Legislativa.

Los consumidores y usuarios tienen derecho a la protección de su salud, ambiente, seguridad e intereses económicos; a recibir información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a un trato equitativo. El Estado apoyará los organismos que ellos constituyan para la defensa de sus derechos. La ley regulará esas materias. (Así reformado por el artículo 1° de la ley N° 7607 de 29 de mayo de 1996).<sup>8</sup>

Volviendo a Ley 7472, en ella se adoptaron principios de una política de competencia económica de limitación efectiva de las conductas monopolísticas de los mercados de bienes y servicios. A continuación, ofrecemos una serie de conceptos sobre el tema en cuestión.

### **Mercado**

El mercado es uno de los elementos primordiales que deben estudiarse para poder hablar de legislación antimonopólica. El mercado está compuesto de personas oferentes y demandantes, bienes y productos.



---

<sup>8</sup> Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. Constitución Política. Art 46.



## **Monopolio**

Según Alonso Martínez de Navarrete el Monopolio es:

“

(...) la venta que hace uno solo, con exclusión de los demás. Constituye, pues, el tráfico abusivo y odioso por el cual un particular o una compañía vende con carácter exclusivo mercaderías que, entregadas al libre comercio, reducirían su precio, aumentarían su calidad por efecto de una sana competencia y beneficiarían a mayor número de personas.<sup>9</sup>

”

En nuestro país los monopolios están prohibidos y las prácticas monopolísticas y las maniobras que restringen el comercio deben ser objeto de sanción según Ley 7472, pero hay excepciones según el art. 9:

---

<sup>9</sup> Alonso Martínez de Navarrete. Diccionario Jurídico. Pág. 304.



San Marcos

MIEMBRO DE LA RED  
**ILUMNO**

### **ARTÍCULO 9** - Campo de aplicación

La normativa de este capítulo se aplica a todos los agentes económicos, a excepción de los concesionarios de servicios públicos en virtud de una ley, de aquellos que ejecuten actos debidamente autorizados en leyes especiales y de los monopolios del Estado, todos ellos en los términos y las condiciones que establezca su normativa.

(Así reformado por el artículo 1° de la ley N° 9072 del 20 de setiembre de 2012).<sup>10</sup>

### **PRÁCTICAS MONOPOLÍSTICAS ABSOLUTAS**

Son los acuerdos o combinaciones entre agentes económicos contendientes entre sí para manipular precios o cantidades, o repartirse segmentos de mercado. Estas prácticas son ilegales y no existe ningún tipo de justificación para su realización. Criterios para reconocer la existencia de prácticas monopolísticas absolutas son:

- » Que los Agentes participantes sean competidores entre sí.
- » Que exista un acuerdo o conspiración.

---

<sup>10</sup> Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. Ley de Promoción y Defensa Efectiva del Consumidor. Art 9.



## ***Tipos de Prácticas Monopolísticas Absolutas***

Para Ley de Promoción y Defensa Efectiva del Consumidor son:

### **ARTÍCULO II** - Prácticas monopolísticas absolutas

Las prácticas monopolísticas absolutas son los actos, los contratos, los convenios, los arreglos o las combinaciones entre agentes económicos competidores actuales o potenciales entre sí, con cualquiera de los siguientes propósitos:

- A. Fijar, elevar, concertar o manipular el precio de compra o venta al que son ofrecidos o demandados los bienes o servicios en los mercados, o intercambiar información con el mismo objeto o efecto.
- B. Establecer la obligación de adquirir, producir, procesar, distribuir o comercializar solo una cantidad restringida o limitada de bienes o la prestación de un número, un volumen o una frecuencia restringida o limitada de servicios.
- C. Dividir, distribuir, asignar o imponer porciones o segmentos de un mercado, actual o futuro, en razón de la clientela, los proveedores, los tiempos, las zonas geográficas, o los espacios determinados o determinables.
- D. Establecer, concertar o coordinar las ofertas o la abstención en las licitaciones, los concursos, los remates o las subastas públicos.
- E. Rehusarse a comprar o a vender bienes o servicios.

Para la aplicación de este artículo, la Comisión para Promover la Competencia, de oficio o a instancia de parte, ejercerá el control y la revisión del mercado, prestando especial atención a aquellos en que los suplidores sean pocos.

Los actos a los que se refiere este artículo serán nulos de pleno derecho y sancionarán, conforme a esta ley, a los agentes económicos que incurran en ellos.

(Así reformado por el artículo 1° de la ley N° 9072 del 20 de setiembre de 2012).<sup>11</sup>

<sup>11</sup> Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. Ley de Promoción y Defensa Efectiva del Consumidor. Art 11.





## PRÁCTICAS MONOPOLÍSTICAS RELATIVAS

Las prácticas monopolísticas relativas o verticales son aquellas que realizan un agente económico, con el objeto de desplazar indebidamente a otros agentes del mercado, impidiéndoles su acceso o estableciendo ventajas exclusivas a favor de una o varias personas.

**EL OBJETO DE DESPLAZAR INDEBIDAMENTE A OTROS AGENTES DEL MERCADO, IMPIDIÉNDOLES SU ACCESO O ESTABLECIENDO VENTAJAS EXCLUSIVAS A FAVOR DE UNA O VARIAS PERSONAS.**

Esta es entre agentes que no son competidores entre sí. Estas son las que afectan a empresas correspondientes a distintas etapas del mismo proceso productivo.

Ejemplo en el caso de los fabricantes de vehículos automotores y fabricantes de neumáticos para esos vehículos, no son competidores entre ellos, pero una práctica monopolística relativa puede llegar a afectar a un importante mercado relevante.

**En Ley de Promoción y Defensa Efectiva del Consumidor son:**

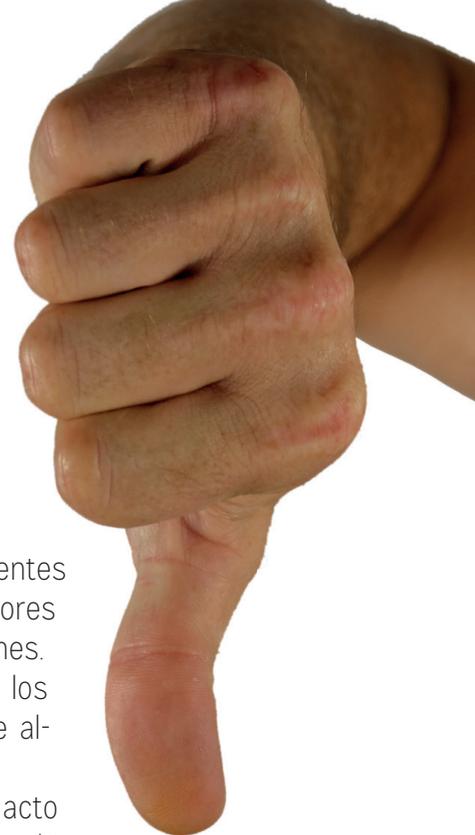
### **Artículo 12** - Prácticas monopolísticas relativas

Sujeto a la comprobación de los supuestos referidos en los artículos 13, 14 y 15 de esta ley, se consideran prácticas monopolísticas relativas los actos, los contratos, los convenios, los arreglos o las combinaciones cuyo objeto o efecto sea o pueda ser el desplazamiento indebido de otros agentes del mercado, el impedimento sustancial de su acceso o el establecimiento de ventajas exclusivas en favor de una o varias personas, en los siguientes casos:

- A. La fijación, la imposición o el establecimiento de la compra, venta o distribución exclusiva de bienes o servicios, por razón del sujeto, la situación geográfica o por períodos de tiempo determinados, incluyendo la división, la distribución o la asignación de clientes o proveedores, entre agentes económicos que no sean competidores entre sí.



- B. La imposición del precio o las demás condiciones que debe observar un distribuidor o proveedor, al vender o distribuir bienes o prestar servicios.
- C. La venta o la transacción condicionada a comprar, adquirir, vender o proporcionar otro bien o servicio adicional, normalmente distinto o distinguible, o sobre la reciprocidad.
- D. La venta, la transacción o el otorgamiento de descuentos o beneficios comerciales, sujetos a la condición de no usar, adquirir, vender ni proporcionar los bienes o servicios disponibles y normalmente ofrecidos a terceros.
- E. La concertación entre varios agentes económicos o la invitación a ellos para ejercer presión contra algún cliente o proveedor, con el propósito de disuadirlo de una conducta determinada, aplicar represalias u obligarlo a actuar en un sentido específico.
- F. La producción o la comercialización de bienes y servicios a precios inferiores a su costo medio por períodos prolongados y cuando existan indicadores de que las pérdidas pueden ser recuperadas mediante aumentos futuros de precios, salvo el caso de las promociones o la introducción de productos nuevos a precios especiales.
- G. Rehusarse injustificadamente a vender bienes o servicios normalmente ofrecidos a terceros.



- H. La imposición de diferentes precios o diferentes condiciones de compra o venta para compradores o vendedores situados en igualdad de condiciones.
- I. Las acciones injustificadas para incrementar los costos u obstaculizar el proceso productivo de algún competidor.
- J. El condicionamiento, la imposición o cualquier acto tendiente a exigirle a un agente económico el cambio, la modificación o la sustitución de su marca comercial como requisito para comercializar sus bienes o servicios, así como exigirle la producción de bienes o servicios idénticos o similares a los ofrecidos por este con una marca impuesta distinta de la suya.
- K. En general, todo acto deliberado que induzca la salida de competidores del mercado o evite su entrada.
- L. El condicionamiento de la celebración de contratos a la aceptación de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o con arreglo a los usos de comercio, no guarden relación con el objeto de dichos contratos.
- M. Imponer, bajo la amenaza de ruptura de las relaciones comerciales, condiciones de pago u otras condiciones de tipo comerciales no reconocidas en las costumbres comerciales.

Para determinar si estas prácticas son sancionables, la Comisión deberá analizar y pronunciarse sobre las pruebas que aporten las partes tendientes a demostrar los efectos procompetitivos o la mayor eficiencia en el mercado derivada de sus acciones.

(Así reformado por el artículo 1° de la ley N° 9072 del 20 de setiembre de 2012).<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. Ley de Promoción y Defensa Efectiva del Consumidor. Art 12.



## DESREGULACIÓN

La desregulación es:

“

El proceso por el cual los gobiernos eliminan algunas regulaciones específicas a los negocios para, en teoría, favorecer o agilizar la operación eficiente del mercado. Actualmente existe un amplio debate sobre la conveniencia de la desregulación en ciertos sectores, y sobre el modo conveniente de llevarla a cabo en ciertos sectores.<sup>13</sup>

”

Se empezó con la desregularización de precios, reduciendo el número de productos que tenía precio oficial con Luis Alberto Monge Alvarez (1982-1986). En diciembre de 1985 se adoptó la nueva nomenclatura Arancelaria Centroamericana NAUCAII, con lo que se trató de compatibilizar la clasificación de las mercancías para facilitar el intercambio comercial. Luego con Oscar Arias en (1986-1990), además de la reducción en la cantidad de artículos bajo el control de precios fijados oficialmente. Con Rafael Angel Calderón (1994-1994) se aplicó el “Plan Antinflacionario” y se revisaron muchas normas comerciales para restringir las limitaciones a la comercialización. Igual se concretan las políticas de desgravación arancelaria, coincidiendo con la ratificación de Costa Rica al Acuerdo General sobre Aranceles Generales y Comercio (GATT).<sup>14</sup>

<sup>13</sup> Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Desregulaci%C3%B3n>

<sup>14</sup> Revista de Ciencias Jurídicas. “Desregulación Liberación y Competencia”. Flor López López. Página 123-130.



En Ley de Promoción y Defensa Efectiva del Consumidor para evitarlas regula:

**ARTÍCULO 3** - Eliminación de trámites y excepciones.

Los trámites y los requisitos de control y regulación de las actividades económicas no deben impedir, entorpecer, ni distorsionar las transacciones en el mercado interno ni en el internacional. La administración pública debe revisar, analizar y eliminar, cuando corresponda, esos trámites y requisitos para proteger el ejercicio de la libertad de empresa y garantizar la defensa de la productividad, siempre y cuando se cumpla con las exigencias necesarias para proteger la salud humana, animal o vegetal, la seguridad, el ambiente y el cumplimiento de los estándares de calidad. Todo ello deberá concordar con lo establecido

**LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD DE LOS PRODUCTOS DEBEN APLICARSE A LOS BIENES NACIONALES Y A LOS IMPORTADOS, SEGÚN LAS NORMAS DE CALIDAD NACIONALES E INTERNACIONALES, ESTABLECIDAS PREVIA AUDIENCIA A LOS INTERESADOS.**

en leyes especiales y convenios internacionales, así como en las exigencias de la economía en general y una equitativa distribución de la riqueza.

Los estándares de calidad de los productos deben aplicarse a los bienes nacionales y a los importados, según las normas de calidad nacionales e internacionales, establecidas previa audiencia a los interesados.

Los trámites y los requisitos que deban cumplirse para el acceso de bienes producidos en el exterior al mercado nacional, así como las regulaciones al comercio que deban mantenerse, se rigen por el principio de celeridad en el procedimiento administrativo. Cumplidas las formalidades esenciales a cargo del administrado, la Administración Pública debe resolver lo pertinente en un plazo máximo de ocho días, según lo establezca el Reglamento de esta Ley. Vencido ese plazo sin que haya resolución expresa, se tendrá por autorizada la solicitud del interesado.



Un trámite o requisito innecesario es el no esencial o indispensable al acto administrativo. Es necesario el trámite o el requisito que, de acuerdo con el interés público, sea insustituible y consustancial para concretar el acto. En el Reglamento de la presente Ley se deben precisar las características de los requisitos y los trámites esenciales por razones de salud, seguridad pública, medio ambiente y estándares de calidad, a tenor de lo dispuesto en este artículo.

La Comisión de mejora regulatoria (\*), creada en esta Ley, debe velar permanentemente porque los trámites y los requisitos de regulación al comercio cumplan con las exigencias anteriores, mediante su revisión "ex post". Además, debe velar, en particular, para que el principio de celeridad se cumpla y para que las regulaciones y los requisitos, que se mantengan por razones de salud, medio ambiente, seguridad y calidad, no se conviertan en obstáculos para el libre comercio.

(\*)(Nota de Sinalevi: Mediante el artículo 79 de la ley de Contingencia Fiscal, N° 8343 del 18 de diciembre de 2002, se cambia la denominación de "Comisión para Promover la Competencia" a "Comisión de mejora regulatoria").

Cuando los trámites, los requisitos o las regulaciones sean autorizados mediante silencio administrativo positivo, la Comisión de desregulación escogerá algunos casos utilizando el mecanismo de muestreo al azar para exigir una explicación sobre las razones que motivaron ese silencio a los funcionarios responsables de esos casos. Si se determina una falta grave del funcionario, se procederá conforme a lo establecido en la Ley General de la Administración Pública.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. Ley de Promoción y Defensa Efectiva del Consumidor. Art 3.



San Marcos

MIEMBRO DE LA RED  
**ILUMNO**

## COMPETENCIA DESLEAL

Llamada en algunos casos competencia prohibida. Toda intención de aprovecharse indebidamente de las ventajas de una reputación comercial adquirida por el esfuerzo de otro. Esta es un delito, según el artículo 249 del Código Penal.

### ***Propaganda desleal.***

**ARTÍCULO 249** - Será reprimido con treinta a cien días multa, al que, por maquinaciones fraudulentas, sospechas malévolas o cualquier medio de propaganda desleal, tratare de desviar en provecho propio o de un tercero la clientela de un establecimiento comercial o industrial.

(NOTA: el artículo 60 de la Ley de Promoción de la Competencia N° 7472 de 20 de diciembre de 1994 amplía este tipo penal al duplicar sus penas cuando la acción sea cometida en perjuicio de los consumidores, en los términos del artículo 2° de dicha ley. Además, indica dos supuestos más en que dichas penas se aplicarán, según el monto del daño causado o el número de productos o servicios transados). (Así corrida su numeración por el artículo 3° de la Ley N° 9048 del 10 de julio de 2012, que lo traspasa del antiguo artículo 242 al 249, "Reforma de la Sección VIII, Delitos Informáticos y Conexos, del Título VII del Código Penal").<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. Código Penal. Art 249.



**SE PROHÍBEN LOS ACTOS DE COMPETENCIA CONTRARIOS A LAS NORMAS DE CORRECCIÓN Y BUENOS USOS MERCANTILES, GENERALMENTE ACEPTADOS EN EL SISTEMA DE MERCADO, QUE CAUSEN UN DAÑO EFECTIVO O AMENAZA DE DAÑO COMPROBADOS**

La Ley de Promoción y Defensa Efectiva del Consumidor para evitarlas regula:

**ARTÍCULO 17** - Competencia desleal.

Entre los agentes económicos, se prohíben los actos de competencia contrarios a las normas de corrección y buenos usos mercantiles, generalmente aceptados en el sistema

de mercado, que causen un daño efectivo o amenaza de daño comprobados. Esos actos son prohibidos cuando:

- A. Generen confusión, por cualquier medio, respecto del establecimiento comercial, los productos o la actividad económica de uno o varios competidores.
- B. Se realicen aseveraciones falsas para desacreditar el establecimiento comercial, los productos, la actividad o la identidad de un competidor.
- C. Se utilicen medios que inciten a suponer la existencia de premios o galardones concedidos al bien o servicio, pero con base en alguna información falsa o que para promover la venta generen expectativas exageradas en comparación con lo exiguo del beneficio.
- D. Se acuda al uso, la imitación, la reproducción, la sustitución o la enajenación indebidos de marcas, nombres comerciales, denominaciones de origen, expresiones de propaganda, inscripciones, envolturas, etiquetas, envases o cualquier otro medio de identificación, correspondiente a bienes o servicios propiedad de terceros.



También son prohibidos cualesquiera otros actos o comportamientos de competencia desleal, de naturaleza análoga a los mencionados, que distorsionen la transparencia del mercado en perjuicio del consumidor o los competidores.

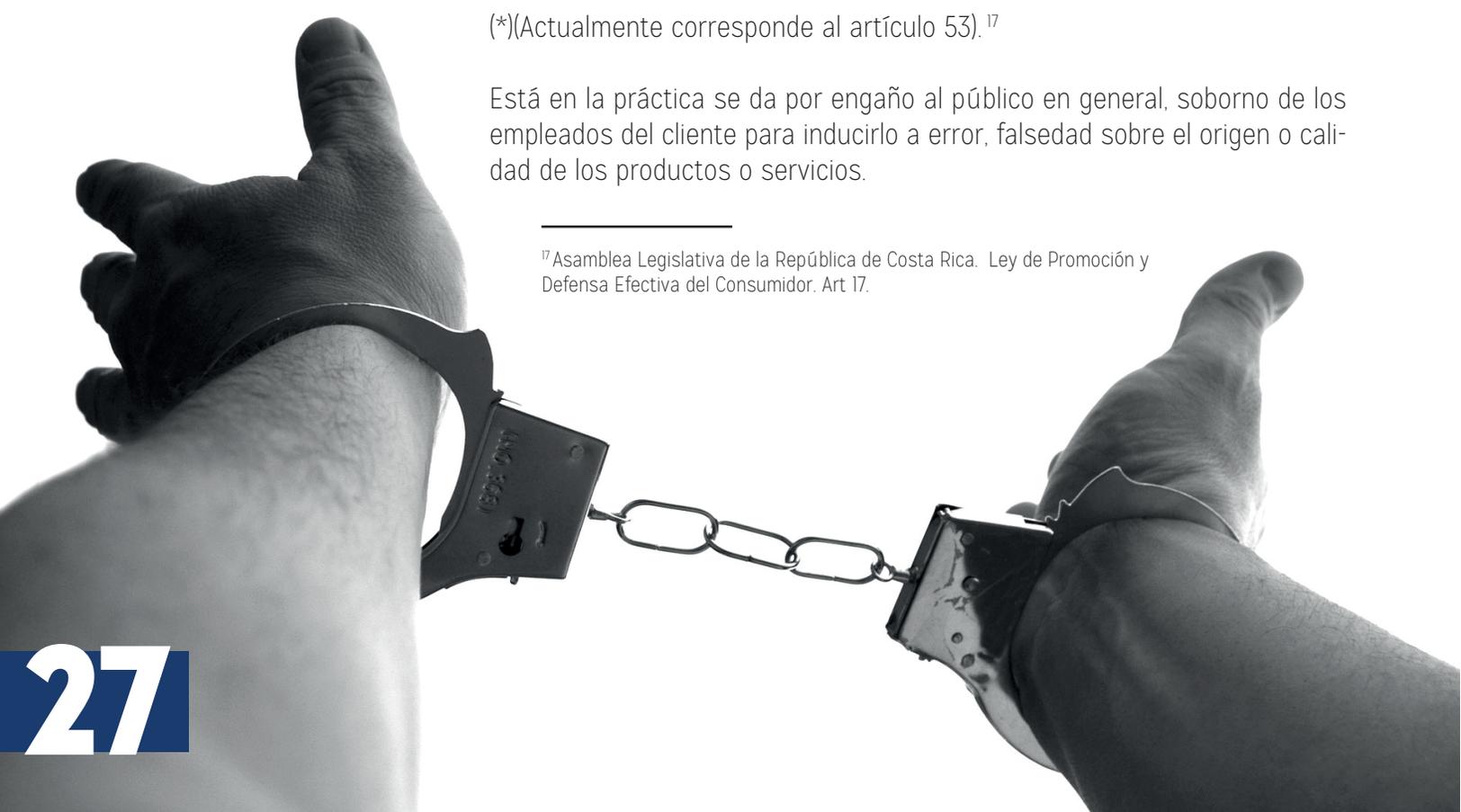
Los agentes económicos que se consideren afectados por las conductas aludidas en este artículo, para hacer valer sus derechos sólo pueden acudir a la vía judicial, por medio del procedimiento sumario establecido en los artículos 432 y siguientes del Código Procesal Civil. Lo anterior, sin perjuicio de los procedimientos administrativos y judiciales, que se realicen para proteger al consumidor, por los efectos reflejos de los actos de competencia desleal, en los términos del inciso b) del artículo (\*) 50 de esta Ley.

(\*)(Actualmente corresponde al artículo 53).<sup>17</sup>

Está en la práctica se da por engaño al público en general, soborno de los empleados del cliente para inducirlo a error, falsedad sobre el origen o calidad de los productos o servicios.

---

<sup>17</sup> Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. Ley de Promoción y Defensa Efectiva del Consumidor. Art 17.



## BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. *Constitución Política*. 7 de noviembre de 1949. Diario Oficial La Gaceta
- Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. *Código Penal*. Ley 4573 del 04 de mayo de 1970. Diario Oficial La Gaceta
- Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. *Ley de Promoción y Defensa Efectiva del Consumidor*. Ley 7472 del 20 de diciembre de 1994. Diario Oficial La Gaceta
- Alonso Martínez de Navarrete. 1995. *Diccionario Jurídico*. Argentina: Editorial Helias-ta.
- López López, Flor. “Desregulación Liberación y Competencia”. *Revista de Ciencias Jurídicas*. Setiembre- Diciembre 1985. N° 82
- Organización Mundial del Comercio. 2013. *Informa Anual 2013*. Centre William Rappard. CH-1211, Ginebra 21 Suiza.



San Marcos

MIEMBRO DE LA RED  
**ILUMNO**

[http://www.meic.go.cr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=98&Itemid=29](http://www.meic.go.cr/index.php?option=com_content&view=article&id=98&Itemid=29)

<http://es.wikipedia.org/wiki/Desregulaci%C3%B3n>

[https://www.google.co.cr/search?q=gr%C3%A1fico+de+la+organizaci%C3%B3n+mundial+del+comercio&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=BausUvD-wA4WmyQH7gIGIBA&ved=0CAcQ\\_AUoAQ&biw=1280&bih=855#q=estructura+de+la+organizaci%C3%B3n+mundial+del+comercio+conferencia+ministerial&tbm=isch&undefined=undefined&facrc=\\_&imgdii=EB-0g4-prCuGHM%3A%3B8DAG90aeilw7BM%3BEB-0g4-prCuGHM%3A&imgrc=EB-0g4-prCuGHM%3A%3Bo4EcWnPlw6kOuM%3Bhttp%253A%252F%252F2.bp.blogspot.com%252F\\_dThbbamPIOc%252FSCfQtjUCd\\_1%252FAAAAAAAAAAFs%252Fy-Vw5e8bmiAs%252Fs400%252Fwto\\_organigram\\_s.gif%3Bhttp%253A%252F%252Fperu-tlc-apec.blogspot.com%252F2008\\_05\\_11\\_archive.html%3B385%3B400](https://www.google.co.cr/search?q=gr%C3%A1fico+de+la+organizaci%C3%B3n+mundial+del+comercio&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=BausUvD-wA4WmyQH7gIGIBA&ved=0CAcQ_AUoAQ&biw=1280&bih=855#q=estructura+de+la+organizaci%C3%B3n+mundial+del+comercio+conferencia+ministerial&tbm=isch&undefined=undefined&facrc=_&imgdii=EB-0g4-prCuGHM%3A%3B8DAG90aeilw7BM%3BEB-0g4-prCuGHM%3A&imgrc=EB-0g4-prCuGHM%3A%3Bo4EcWnPlw6kOuM%3Bhttp%253A%252F%252F2.bp.blogspot.com%252F_dThbbamPIOc%252FSCfQtjUCd_1%252FAAAAAAAAAAFs%252Fy-Vw5e8bmiAs%252Fs400%252Fwto_organigram_s.gif%3Bhttp%253A%252F%252Fperu-tlc-apec.blogspot.com%252F2008_05_11_archive.html%3B385%3B400)

[http://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/whatis\\_s/tif\\_s/org6\\_s.htm](http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/org6_s.htm)

[http://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/gattmem\\_s.htm](http://www.wto.org/spanish/thewto_s/gattmem_s.htm)

<http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/1/377/24.pdf>

Página de Comercio Exterior: <http://www.comex.go.cr>

Página del Sistema Costarricense de Información Jurídica: <http://disp04/scij>

Entrevista al señor German Ariel Zumbado. Conocedor de la materia de Comercio Internacional.



