

Sistema de Legislación Empresarial
Publicación Nro.3082 de fecha jueves 17 de abril de 2008
Confederación de Empresarios Privados de Bolivia
Texto de Consulta

DECRETO SUPREMO N° 29519
EVO MORALES AYMA
PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

CONSIDERANDO:

Que los incisos a) y h) del Artículo 7 de la Constitución Política del Estado, otorgan la seguridad de forma global, el resguardo y protección de los bienes e intereses de la colectividad como derechos fundamentales de la persona.

Que el Artículo 134 de la Constitución Política del Estado, prohíbe la acumulación privada de poder económico en grado tal que ponga en peligro la independencia económica del Estado. Asimismo, no reconoce ninguna forma de monopolio privado.

Que el Artículo 25 de la Ley N° 2427 de 28 de noviembre de 2002, del Bonosol, crea la Superintendencia de Empresas cuya función es regular, controlar y supervisar a las personas, entidades, empresas y actividades sujetas a su jurisdicción en lo relativo al gobierno corporativo, defensa de la competencia, la reestructuración y liquidación de empresas y el registro de comercio, con facultades expresas de emisión de regulaciones sobre defensa de la competencia orientadas a promover la transparencia, solidez, competitividad y eficiencia de los mercados.

Que el Artículo 23 de la Ley N° 2495 de 4 de agosto de 2003, de Reestructuración Voluntaria, señala las funciones y atribuciones de la Superintendencia de Empresas, destacando su numeral 2 al señalar que dicha Superintendencia debe regular, controlar y supervisar a las personas, entidades, empresas y actividades sujetas a su jurisdicción, en lo relativo al gobierno corporativo, la defensa de la competencia, la reestructuración y liquidación de empresas y el registro del comercio; y el numeral 4 dispone que además debe regular, controlar y supervisar, en el marco de la Ley, la competencia y eficiencia en las actividades de las personas naturales y jurídicas bajo su jurisdicción, así como investigar posibles conductas monopólicas, anticompetitivas y discriminatorias cuando considere que pueden ir en contra del interés público.

Que el Parágrafo VI del Artículo 1 de la Ley N° 3076 de 20 de junio de 2005, establece que la Superintendencia de Empresas tiene competencia privativa e indelegable para emitir regulaciones prudenciales, controlar y supervisar las actividades, personas y entidades, empresas y actividades sujetas a su jurisdicción en lo relativo al gobierno corporativo, la defensa de la competencia, la reestructuración y liquidación de empresas y el registro de comercio.

Que el Decreto Ley N° 15380 de 28 de marzo de 1978, Nacional de Metrología, crea el Servicio Metrológico Nacional – SERMETRO y el Decreto Supremo N° 24498 de 17 de febrero de 1997 crea el Instituto Boliviano de Metrología – IBMETRO, como el organismo responsable para la administración del SERMETRO, cuyo funcionamiento esta regulado por el Decreto Supremo N° 26050 de 19 de enero de 2001, el cual reglamenta su funcionamiento.

Que el Artículo 64 del Decreto Supremo N° 28631 de 8 de marzo de 2006, Reglamento a la Ley de Organización del Poder Ejecutivo, establece la estructura del Ministerio de Producción y Microempresa. Por su parte, el Artículo 65, a tiempo de regular las entidades que se encuentran bajo dependencia del citado

Ministerio, determina que el IBMETRO es una institución pública desconcentrada, mientras que la Superintendencia de Empresas es una institución pública autárquica, bajo la dependencia orgánica y administrativa del señalado Ministerio.

Que el control metrológico es un conjunto de operaciones técnicas que serán administradas y ejecutadas únicamente por las autoridades del Estado, a través del organismo de aplicación del Decreto Ley N° 15380.

Que la competencia como principio rector del funcionamiento de los mercados permite, desde un punto de vista económico, maximizar el bienestar de la sociedad, dado que los consumidores se ven beneficiados con un mayor acceso a bienes y servicios, a precios accesibles y calidad adecuada.

Que la competencia es un elemento dinamizador de la economía nacional y la libre competencia es un bien jurídicamente protegido y de orden público, por lo que el Gobierno Nacional está en la obligación de su regulación, a fin de evitar que se obstruya la libertad económica controlando e impidiendo que personas o empresas incurran en actos de abuso debido a su posición dominante en el mercado nacional.

Que en reunión del Consejo Nacional de Política Económica y Social – CONAPES de 14 de abril de 2008, se determinó aprobar el presente Decreto Supremo, a solicitud del Ministerio de Producción y Microempresa.

EN CONSEJO DE MINISTROS,

DECRETA:

CAPÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 1.- (OBJETO). El presente Decreto tiene por objeto regular la competencia y la defensa del consumidor frente a conductas lesivas que influyan negativamente en el mercado, provocando especulación en precios y cantidad, a través de mecanismos adecuados a ser ejecutados por el Instituto Boliviano de Metrología – IBMETRO y la Superintendencia de Empresas.

ARTÍCULO 2.- (ÁMBITO). Las personas naturales y/o jurídicas, con excepción de aquellas que ya se encuentran reguladas por Ley, que desarrollen actividades económicas con o sin fines de lucro, en el territorio nacional, están obligadas a regirse por el presente Decreto Supremo. En consecuencia, su incumplimiento dará lugar a la aplicación de sanciones coercitivas bajo responsabilidad de las autoridades competentes.

ARTÍCULO 3.- (DEFINICIONES). A los efectos del presente Decreto Supremo, se entenderá por:

- **Agente Económico:** Toda persona natural o jurídica, de derecho público o privado, con o sin fines de lucro, que oferta o demanda bienes materiales o inmateriales, o servicios en el mercado, así como los gremios o asociaciones que los agrupen;

- **Consumidor o Usuario:** Persona natural o jurídica que adquiera, utilice o disfrute productos y servicios de lícito comercio, como destinatario final de los mismos, entendiéndose como tal a quien usa el bien para fines personales, familiares o de su entorno social inmediato. En consecuencia, no son consumidores quienes, sin constituirse en destinatarios finales, adquieran,
almacenen, utilicen o consuman productos y servicios con el fin de integrarlos en procesos productivos;

- **Consumidor Razonable:** Aquel consumidor que se comporta de manera diligente de acuerdo a las circunstancias en concordancia con el principio de buena fe.

- **Proveedor:** Cualquier persona, natural o jurídica, que se dedica habitualmente o en establecimientos abiertos al público a fabricar, transportar, comercializar, distribuir, vender, empaquetar o prestar bienes o servicios a los consumidores, a cambio de una retribución económica.

CAPÍTULO II BIENES Y/O SERVICIOS

ARTÍCULO 4.- (INFORMACIÓN). Cuando se expendan al público productos con alguna deficiencia, usados, reconstruidos o cuando se ofrezcan productos en cuya fabricación o elaboración se hayan utilizado partes o piezas usadas, deberá informarse de manera visible, precisa y clara esta circunstancia al consumidor, antes de que realice la compra debiendo constar en los propios artículos, etiquetas, envolturas, empaques, y/o en los comprobantes de pago correspondientes. Si no existe advertencia sobre el particular, esos bienes se consideran nuevos y en perfecto estado.

ARTÍCULO 5.- (VERACIDAD DE LA INFORMACIÓN). Esta prohibida toda información o presentación que induzca al consumidor a error respecto a la naturaleza, origen, modo de fabricación, componentes, usos, volumen, peso, medidas, precios, forma de empleo, características, propiedades, idoneidad, cantidad, calidad o cualquier otra información relevante de los productos ofrecidos.

ARTÍCULO 6.- (IDONEIDAD DE LOS BIENES Y/O SERVICIOS).

I. Se presume que todo proveedor ofrece bienes y/o servicios idóneos para los fines y usos previsibles para los que normalmente se adquiere en el mercado, según lo que esperaría un consumidor razonable, considerando las circunstancias en las que el bien fue adquirido o el servicio contratado. El proveedor quedará liberado de tal presunción sólo si demuestra que informó de manera inequívoca y clara al consumidor que tal idoneidad no estaba siendo ofrecida.

II. Para efectos de determinar la idoneidad que esperaría el consumidor se tomará en cuenta:

a) Las garantías legales, es decir aquellas establecidas por la norma o reglamento en contra de las cuales no cabe pacto en contrario;

b) Las garantías explícitas, que son las ofrecidas por el proveedor en sus ofertas, empaques, carteles, manuales, publicidad, recibos, documentos de garantía, facturas y cualquier otro elemento similar; y

c) Las garantías implícitas que son las que un consumidor razonable esperaría según las circunstancias si es que el proveedor no le hubiera informado de manera explícita de lo contrario.

III. La carga de la prueba de que el bien y/o servicio eran idóneos corresponde al proveedor, quien deberá demostrar la idoneidad a la fabricación, comercialización o manipuleo.

ARTÍCULO 7.- (RIESGOS PREVISIBLES). Los productos y servicios puestos a disposición de los consumidores, utilizados en condiciones normales o previsibles, no deben representar peligro injustificado conocido para su salud y seguridad. En todo caso, los riesgos previsibles, usual o reglamentariamente admitidos, deberán ser previamente puestos en conocimiento de los consumidores a través de instructivos, advertencias o señales fácilmente perceptibles.

ARTÍCULO 8.- (RIESGOS NO PREVISTOS). Cuando luego de la introducción de un producto o servicio en el mercado se estableciera la existencia de riesgos no previstos, defectos o alteraciones que los conviertan en peligrosos para la salud o seguridad, el proveedor estará obligado a notificar ese hecho en forma inmediata a la instancia pública superior competente; y en forma pública y a su cargo, a los consumidores. Para ello, deberá utilizar todos los medios adecuados, de manera de asegurar una oportuna información sobre los riesgos del producto y/o servicios a toda la población.

ARTÍCULO 9.- (RESPONSABILIDAD POR PRODUCTOS DEFECTUOSOS).

I. El proveedor es responsable de los daños causados a la integridad física o la salud de los consumidores o a sus bienes por los defectos de sus productos.

II. Se considera que un producto es defectuoso cuando no ofrece la seguridad a que las personas tienen derecho, tomando en consideración, entre otras, las siguientes circunstancias:

- a) La manera en la cual el producto ha sido puesto en el mercado, incluyendo su apariencia, el uso de cualquier marca, la publicidad referida al mismo o el empleo de instrucción o advertencia;
- b) El uso previsible del producto; y
- c) Los materiales, el contenido y la condición del producto.

**CAPÍTULO III
DE LAS CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS**

ARTÍCULO 10.- (CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS ABSOLUTAS).

I. Son conductas anticompetitivas absolutas los actos, contratos, convenios, arreglos o combinaciones entre agentes económicos competidores entre sí, cuyo propósito o efecto sea cualquiera de los siguientes:

- a) Fijar, elevar, concertar o manipular el precio de venta o compra de bienes o servicios al que son ofrecidos o demandados en los mercados, o intercambiar información con el mismo objeto o efecto;
- b) Establecer la obligación de no producir, procesar, distribuir, comercializar o adquirir sino solamente una cantidad restringida o limitada de bienes o la prestación o transacción de un número, volumen, frecuencia restringidos o limitados de servicios;
- c) Dividir, distribuir, asignar o imponer porciones o segmentos de un mercado actual o potencial de bienes y servicios, mediante clientela, proveedores, tiempos o espacios determinados o determinables;
- d) Establecer, concertar, coordinar posturas o la abstención en las licitaciones, concursos, subastas públicas.

II. Los agentes económicos que incurran en conductas anticompetitivas absolutas serán pasibles de la aplicación de sanciones administrativas, sin perjuicio de la responsabilidad penal y civil que pudieran resultar.

ARTÍCULO 11.- (CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS RELATIVAS). Se consideran conductas anticompetitivas relativas los actos, contratos, convenios, procedimientos o combinaciones cuyo objeto o efecto sea o pueda ser desplazar indebidamente a otros agentes del mercado; impedirles sustancialmente su acceso, establecer ventajas exclusivas en favor de una o varias personas, en los siguientes casos:

1. Entre agentes económicos que no sean competidores entre sí, la fijación, imposición o establecimiento de la comercialización o distribución exclusiva de bienes o servicios, por razón de sujeto, situación geográfica o por períodos determinados, incluidas la división, distribución o asignación de clientes o proveedores; así como la imposición de la obligación de no fabricar, distribuir bienes, prestar servicios por un tiempo determinado o determinable;
2. La imposición del precio y demás condiciones que un distribuidor o proveedor deba observar al comercializar, distribuir bienes o prestar servicios normalmente distinto o distinguible, o sobre bases de reciprocidad;
3. La venta, compra o transacción sujeta a la condición de no usar, adquirir, vender, comercializar, proporcionar los bienes y/o servicios producidos, procesados, distribuidos o comercializados por un tercero;
4. La acción unilateral consistente en rehusarse a vender, comercializar o proporcionar a personas determinadas, bienes y/o servicios disponibles y normalmente ofrecidos a terceros;
5. La concertación entre varios agentes económicos o la invitación a éstos, para ejercer presión contra algún agente económico o para rehusarse a vender, comercializar o adquirir bienes o servicios a dicho agente económico, con el propósito de disuadirlo de una determinada conducta, aplicar represalias u obligarlo a actuar en un sentido determinado;
6. La venta sistemática de bienes y/o servicios a precios por debajo de su costo medio total o su venta ocasional por debajo del costo medio variable, cuando existan elementos para presumir que estas pérdidas serán recuperadas mediante incrementos futuros de precios.
7. Cuando se trate de bienes y/o servicios producidos conjuntamente o divisibles para su comercialización, el costo medio total y el costo medio variable se distribuirán entre todos los subproductos o coproductos;
8. El otorgamiento de descuentos o incentivos por parte de productores, proveedores a los compradores con el requisito de no usar, adquirir, vender, comercializar, proporcionar los bienes y/o servicios producidos, procesados, distribuidos o comercializados por un tercero, la compra, transacción sujeta al requisito de no vender, comercializar, proporcionar a un tercero los bienes y/o servicios objeto de la venta o transacción;
9. El uso de las ganancias que un agente económico obtenga de la venta, comercialización o prestación de un bien o servicio para financiar las pérdidas con motivo de la venta, comercialización o prestación de otro bien y/o servicio;
10. El establecimiento de distintos precios, condiciones de venta o compra para diferentes compradores y/o vendedores situados en igualdad de condiciones; y

11. La acción de uno o varios agentes económicos cuyo objeto o efecto, directo o indirecto, sea incrementar los costos u obstaculizar el proceso productivo o reducir la demanda que enfrentan sus competidores.

ARTÍCULO 12.- (CALIFICACIÓN DE UNA CONDUCTA ANTICOMPETITIVA RELATIVA).

I. Para determinar si las conductas a que se refiere el artículo anterior deban ser sancionadas, la Superintendencia de Empresas analizará las ganancias en eficiencia derivadas de la conducta que acrediten los agentes económicos y que incidan favorablemente en el proceso de competencia.

II. Estas ganancias en eficiencia podrán incluir las siguientes: la introducción de productos nuevos; el aprovechamiento de saldos, productos defectuosos o perecederos; las reducciones de costos derivadas de la creación de nuevas técnicas y métodos de producción, de la integración de activos, de los incrementos en la escala de la producción y de la producción de bienes y/o servicios diferentes con los mismos factores de producción; la introducción de avances tecnológicos que produzcan bienes o servicios nuevos o mejorados; la combinación de activos productivos o inversiones y su recuperación que mejoren la calidad o amplíen los atributos de los bienes y servicios; las mejoras en calidad, inversiones y su recuperación, oportunidad y servicio que impacten favorablemente en la cadena de distribución; que no causen un aumento significativo en precios, o una reducción significativa en las opciones del consumidor, o una inhibición importante en el grado de innovación en el mercado relevante; así como las demás que demuestren que las aportaciones netas al bienestar del consumidor derivadas de dichas prácticas superan sus efectos anticompetitivos.

ARTÍCULO 13.- (DELACIÓN COMPENSADA).

I. Cualquier agente económico que haya incurrido o esté incurriendo en una conducta anticompetitiva absoluta descrita en el Artículo 10 podrá reconocerla ante la Superintendencia de Empresas y acogerse al beneficio de la reducción de las sanciones, siempre y cuando:

a) Sea el primero entre los agentes económicos involucrados en la conducta, en aportar los elementos de convicción suficientes que obren en su poder y de los que pueda disponer y que a juicio de la Superintendencia de Empresas le permita comprobar la existencia de la práctica;

b) Coopere en forma plena y continua con la Superintendencia de Empresas en la sustentación de la investigación que lleva a cabo y, en su caso, en el procedimiento;

c) Realice las acciones necesarias para terminar su participación en la práctica violatoria del presente Decreto Supremo.

II. Cumplidos los requisitos anteriores, la Superintendencia de Empresas dictará resolución imponiendo una sanción atenuada conforme se preverá en reglamento, sin perjuicio de las acciones judiciales que pudieran corresponder.

III. Los agentes económicos que no cumplan con lo establecido en el párrafo, podrán obtener una reducción de la multa según el porcentaje definido en reglamento.

IV. La Superintendencia de Empresas mantendrá con carácter confidencial la identidad del agente económico que pretenda acogerse a los beneficios de este Artículo.

CAPÍTULO IV

AUTORIDADES COMPETENTES

ARTÍCULO 14.- (DE LAS AUTORIDADES COMPETENTES). El IBMETRO y la Superintendencia de Empresas, son autoridades competentes para cumplir y hacer cumplir el presente Decreto Supremo.

ARTÍCULO 15.- (ATRIBUCIONES DEL INSTITUTO BOLIVIANO DE METROLOGIA). En el marco de las competencias y facultades otorgadas al IBMETRO mediante Decreto Ley N° 15380, se establece que el mismo será el organismo técnico en todo lo que se refiere a defensa de los derechos del consumidor, en los ámbitos que le competen. Para lo cual se establecen las siguientes facultades:

- a) Cumplir y hacer cumplir el presente Decreto Supremo en lo relacionado al ámbito de sus atribuciones;
- b) Verificar el contenido neto de productos envasados en empresas importadoras y en los puntos finales de las líneas de producción de las empresas industriales nacionales;
- c) Registro y habilitación de servicios de mantenimiento de instrumentos y sistemas de medición;
- d) Acreditación de organismos de inspección que apoyan la verificación del cumplimiento de reglamentaciones específicas, como condición necesaria para cualquier delegación o reconocimiento por parte de los organismos reguladores del Estado Boliviano. En caso de que dichos organismos de inspección deseen desarrollar actividades en áreas de competencia técnica del IBMETRO, además de la acreditación deberán recibir una delegación expresa del mismo;
- e) Acreditación de los organismos de certificación que operan en el territorio nacional, sean estos nacionales o extranjeros como condición necesaria para que sus certificaciones sean reconocidas a nivel del Estado Boliviano;
- f) Aprobación de modelo de instrumentos y sistemas de medición, bajo parámetros metrológicos establecidos;
- g) Reglamentar, en el ámbito de competencia del IBMETRO, todos los temas que sean necesarios para la efectiva aplicación del presente Decreto Supremo y las normas en nuestra legislación, en coordinación con las autoridades competentes;
- h) Aplicar, de acuerdo a reglamento específico, las multas y sanciones que emerjan del incumplimiento de este Decreto Supremo.

ARTÍCULO 16.- (ATRIBUCIONES DE LA SUPERINTENDENCIA DE EMPRESAS). En el marco de las atribuciones y competencias conferidas a la Superintendencia de Empresas mediante Ley N° 2427 de 28 de noviembre de 2002, Ley N° 2495 de 4 de agosto de 2003 y Ley N° 3076 de 20 de junio de 2005, se establecen las siguientes facultades:

1. Cumplir y hacer cumplir el presente Decreto Supremo en el ámbito de sus atribuciones;
2. Defender y promover la competencia en los mercados que no presenten características de monopolios naturales;

3. Regular, controlar y supervisar a las empresas, personas y entidades sujetas a su jurisdicción en lo relativo a prácticas anticompetitivas absolutas y relativas;
4. Establecer los criterios, así como los instrumentos analíticos adecuados para el efectivo cumplimiento de sus atribuciones en la aplicación consistente a los principios establecidos en el presente Decreto Supremo y sus reglamentos;
5. Establecer las acciones necesarias para evitar la formación de prácticas anticompetitivas absolutas;
6. Regular los actos de las personas individuales o colectivas, privadas o públicas que produzcan, comercialicen o de cualquier forma o manera realicen actos relacionados con la puesta de bienes y la prestación de servicios en los mercados, coordinando sus acciones, cuando corresponda con las Superintendencias Sectoriales;
7. Realizar inspecciones y auditorias de verificación y requerir la exhibición de papeles, libros, documentos, archivos e información generada por medios electrónicos o de cualquier otra tecnología, conforme a Ley;
8. Solicitar a la autoridad judicial competente la aplicación de medidas precautorias a los agentes económicos, protegiendo el bienestar del consumidor ante prácticas anticompetitivas previstas en el presente Decreto Supremo;
9. Sin menoscabo de las facultades asignadas a otras entidades, proponer iniciativas para la simplificación de trámites;
10. Pronunciarse sobre los efectos de subsidios o ayudas estatales sobre la competencia en los mercados;
11. Regular la competencia como un bien colectivo de interés público, promoviendo acciones para mejorar y ampliar la competencia de los bienes y servicios en los mercados;
12. Conocer, investigar, procesar, sancionar y resolver los actos contrarios a la competencia en los mercados, de acuerdo a lo establecido en el presente Decreto Supremo y sus reglamentos;
13. Establecer medidas precautorias de oficio o solicitud de parte;
14. Requerir el apoyo de la fuerza pública para la ejecución de sus Resoluciones;
15. Promover y realizar cursos, seminarios, conferencias, publicaciones y otras acciones dirigidas a la promoción y difusión de la cultura de la libre competencia;