



GUÍA ORIENTATIVA SOBRE LA

LEY GENERAL DE DEFENSA DE LA **COMPETENCIA, NÚM. 42-08**



Guía Básica

3ra edición.

Aprobada por el **Consejo Directivo**

María Elena Vásquez – **Presidenta**

Consejeros:

María Elena Vásquez, presidente

María E. Holguín López, consejera

Keryma Marra M., consejera

Francisco Manuel Pimentel, consejero

Víctor Benavides Valerio - **Director Ejecutivo**

Santo Domingo, República Dominicana, calle Caonabo
núm. 33, Gascue, código postal 10205

Telf.: 809-338-4005

Septiembre 2025 | Impresión: FR Multiservicios

www.procompetencia.gob.do

© 2022

ÍNDICE

¿Quiénes Somos? **4**

¿Cuáles son las conductas prohibidas? **10**

Denuncia de Prácticas / ¿Cómo
presentar la denuncia? **20**

Investigación de Prácticas
Anticompetitivas **19**

Procedimiento decisorio ante el
Consejo Directivo. **26**

Sanciones **29**

¿Cómo interponer una denuncia
ante Pro-Competencia? **32**

Nuestros Servicios **39**



¿QUIÉNES SOMOS?

La Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (Pro-Competencia) es el ente del Estado creado por la Ley General de Defensa de la Competencia, núm. 42-08, responsable de promover y defender la competencia en los mercados de bienes y servicios, para crear eficiencia económica y generar beneficios en favor de los consumidores y usuarios de estos.

¿CÓMO SE CONFORMA PRO-COMPETENCIA?

Pro-Competencia está conformado por dos niveles de autoridad; un Consejo Directivo, que ejerce el nivel de decisión y la Dirección Ejecutiva, el nivel instructor.

CONSEJO DIRECTIVO

Está compuesto por cinco miembros los cuales son nombrados por el Congreso Nacional y escogidos de una lista propuesta por el Poder Ejecutivo. El Consejo Directivo es la máxima autoridad de la institución y tiene facul-

tades reglamentarias, resolutivas, dirimentes, de informe y sancionadoras. Además, ejerce las atribuciones de promoción y abogacía de la competencia, para evitar distorsiones a la competencia por actos jurídicos estatales y promover la implementación de iniciativas destinadas a fortalecer la cultura de competencia.

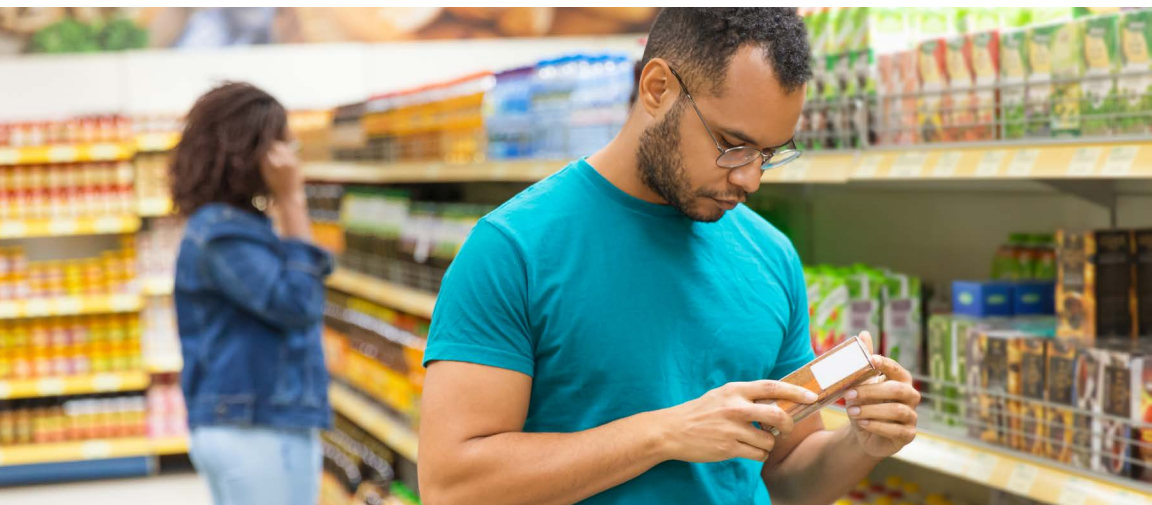
De igual manera, a través de los estudios económicos analiza las condiciones de competencia en los mercados a fin de detectar posibles factores que propicien conductas contrarias a la competencia; diagnosticar factores de incidencia en el nivel de competencia y, de ser necesario, proponer la adopción de medidas que estimulen la competencia en los mercados objeto de estudio.

DIRECCIÓN EJECUTIVA

Está compuesta por un director ejecutivo nombrado por el Poder Ejecutivo de una terna presentada por el Consejo Directivo. La Dirección Ejecutiva ejerce las atribuciones persecutorias que le atribuye la ley a Pro-Competencia, por lo que está facultada a investigar las prácticas anticompetitivas y proponer al Consejo Directivo las sanciones o medidas correctivas que resulten aplicables en cada caso.

¿QUÉ ES LA LIBRE COMPETENCIA?

Es la condición de un mercado donde los agentes económicos tienen la libertad de decidir cómo producir, vender y adquirir bienes y servicios, buscando siempre la mayor eficiencia.



¿A QUIÉN BENEFICIA LA LIBRE COMPETENCIA?

A los consumidores o usuarios de bienes y servicios: Al existir varios competidores, los precios tienden a mantenerse bajos y estables, ya que ninguna empresa puede subirlos sin arriesgarse a perder clientela, beneficiando a los consumidores con variedades de precios. Esta rivalidad constante también impulsa mejoras en la calidad: los proveedores se esfuerzan por optimizar diseño, durabilidad y garantías, elevando así el estándar general del mercado. Además, se amplía la variedad disponible: los productores introducen nuevos modelos, presentaciones y formatos que atienden gustos, presupuestos y necesidades muy diversos.



Escena 1: Consumidores

Pedro va por una bolsa de arroz. Encuentra tres opciones: la marca genérica a RD\$45, una variedad enriquecida a RD\$50 y un arroz premium aromático a RD\$60. Gracias a la competencia, ninguno sube de precio sin ofrecer algo

extra y Pedro elige el enriquecido: paga poco más, mejora la calidad nutricional y sigue teniendo alternativas si cambian sus necesidades.

A las empresas: La libre competencia también fortalece a las empresas. Al garantizar la posibilidad de entrar o salir del mercado en igualdad de condiciones, se crea un entorno dinámico en el que cada firma puede ajustar libremente sus estrategias de precio, calidad y servicio para captar la preferencia de los consumidores. Esta presión competitiva incentiva a las compañías a optimizar procesos, reducir costos y aprovechar mejor sus recursos, elevando su productividad. Para diferenciarse, invierten en investigación y desarrollo, incorporan tecnologías y buscan modelos de negocio más eficientes, lo cual acelera la innovación en toda la industria.



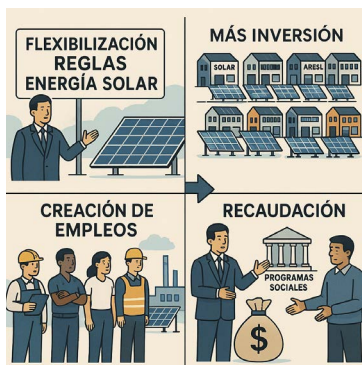
Escena 2: Empresas

Una nueva empresa entra al mercado de Pizza de Santo Domingo, utilizando una nueva tecnología para hornear las pizzas más rápido y a menores precios. Esto provoca que, una de las principales pizzerías, para no perder clientes, moderniza su

cocina con hornos más eficientes, reduce costos y ofrece una app propia con descuentos por fidelidad. Otras de las pizzerías comenzaron a experimentar con masas de fermentación lenta para destacar sabor. La competencia empuja las empresas a innovar, optimizar procesos y mejorar su oferta sin subir precios, fortaleciendo a las empresas y elevando el nivel de todo el mercado de pizzas.

Al Estado: porque la competencia al propiciar la entrada de nuevas empresas y la expansión de las existentes, dinamiza la economía, genera más empleos formales y, con ello, incrementa el poder adquisitivo de las familias y la base tributaria. Una mayor actividad productiva se traduce en mayores ingresos fiscales que permiten financiar políticas públicas y servicios esenciales. En el ámbito de las contrataciones públicas, mercados abiertos y vigilados reducen el riesgo de colusión entre oferentes, evitan sobreprecios artificiales y garantizan que el Estado adquiera bienes y servicios de mejor calidad al menor costo posible. Esto no solo optimiza el gasto público, sino que también refuerza la transparencia y la confianza ciudadana en la gestión gubernamental. En conjunto, un régimen de libre competencia impulsa el crecimiento sostenible, fortalece las finanzas públicas y contribuye a una administración más eficiente y creíble.

En conclusión, la libre competencia produce un **CÍRCULO VIRTUOSO**, en el que se genera mayor BIENESTAR para compradores, usuarios y proveedores.



Escena 3: El Estado

Imagina que un país flexibiliza las reglas de entrada en el sector de energía solar. Al percibir un entorno abierto y seguro, varias empresas locales y extranjeras instalan nuevas plantas de paneles y servicios de mantenimiento. El número de empresas pasa de tres a ocho, lo que se traduce en más inversión productiva, creación de cientos de empleos formales y mayores ventas de insumos nacionales. Esa acción del Estado que incentiva la competencia, incrementa la

inversión y la recaudación permitiendo al Estado financiar programas sociales.

Círculo Virtuoso

Situación: Los beneficios de la competencia generan un ciclo positivo que incluye mejores opciones para los consumidores, innovación en las empresas y crecimiento económico para el Estado.



¿CUÁLES SON NUESTRAS FUNCIONES Y FACULTADES?



Defensa de la Competencia

Investigar, de oficio o a petición de la parte interesada, en los casos en que existan indicios en el mercado de actos prohibidos por la Ley:

1. Prácticas concertadas y acuerdos anticompetitivos (cárteles).
2. Abuso de posición dominante.
3. Actos de competencia desleal..



Abogacía de la Competencia

Promover la simplificación de los trámites administrativos para evitar el establecimiento de trabas o interferencias indebidas a particulares.

Revisar los actos jurídicos contrarios a la libre competencia, así como el análisis de las ayudas estatales, en aras de promover la libre y leal competencia en los mercados de bienes y servicios.

Promoción de la Competencia



Concientizar a los agentes económicos y a la población en general por medio de campañas educativas en todos los medios de comunicación disponibles de alcance nacional, sobre el objetivo de la Ley núm. 42-08 y las conductas prohibidas por la misma, así como las funciones de nuestra Comisión.

¿CUÁLES SON LAS CONDUCTAS **PROHIBIDAS**

**POR LA LEY GENERAL DE DEFENSA DE LA
COMPETENCIA NÚM. 42-08?**

1

Acuerdos Anticompetitivos
y/o Prácticas Concertadas

2

Abuso de
Posición Dominante

3

Actos de
Competencia Desleal





1 ACUERDOS ANTICOMPETITIVOS

¿Qué es un acuerdo anticompetitivo?

Es cualquier intercambio de voluntad expresado a través de un acuerdo, contrato o convenio, expreso o tácito, escrito u oral, susceptible de alinear el comportamiento competitivo de agentes económicos competidores, que tenga o pueda tener como efecto la prevención, restricción o distorsión de la competencia.

¿Cuáles son los acuerdos y prácticas prohibidos por el Art. 5 de la Ley General de Defensa de la Competencia, núm. 42-08?

- Acordar precios, descuentos, cargos extraordinarios, otras condiciones de venta y el intercambio de información que tenga el mismo objeto o efecto.
- Concertar o coordinar las ofertas o la abstención en licitaciones, concursos y subastas públicas.
- Repartir, distribuir o asignar segmentos o partes de un mercado de bienes y servicios señalando tiempo o espacio determinado, proveedores y clientela.
- Limitar la producción, distribución o comercialización de bienes; o prestación y/o frecuencia de servicios, sin importar la naturaleza de los mismos.
- Eliminar a competidores del mercado, o limitar su acceso al mismo desde su posición de compradores o vendedores de productos determinados.



Escena 1: Competencia inicial en el mercado

Juan, Andrés y Pedro tienen tiendas de muebles en la misma ciudad. Cada uno compete ofreciendo sus productos a diferentes precios y calidades.



Escena 2: Pedro empieza a destacar

Pedro ofrece precios más bajos y buena calidad. Sus ventas crecen, mientras las de **Juan** y **Andrés** disminuyen.

Juan y **Andrés** notan que Pedro los está superando y deciden reunirse en secreto para buscar una solución.

Escena 3: Acuerdo anticompetitivo

Juan y **Andrés** acuerdan fijar los mismos precios más bajos que los de Pedro y limitar promociones. Así, intentan presionar a Pedro para que no pueda competir.

Escena 4: Efecto en el mercado (Impacto final)

Durante unos meses, al ver precios artificialmente bajos por todas partes, Pedro opera con pérdidas y termina cerrando. Con un competidor menos, Juan y Andrés vuelven a subir precios, esta vez un 15 % por encima del nivel original, y dejan de invertir en nuevos diseños porque ya no sienten la presión de competir.



Los consumidores no sólo pagan más: también se quedan sin la opción del que ofrecía Pedro y se enfrentan plazos de entrega más largos. La ciudad pierde empleos en la fábrica de Pedro, los proveedores locales de madera ven caer su demanda y el mercado queda vulnerable. En resumen, una práctica anticompetitiva que al principio pareció ofrecer precios bajos termina reduciendo la variedad, elevando los precios y frenando la innovación, dañando tanto a los compradores como a la economía local.





ABUSO DE POSICIÓN DOMINANTE

¿En qué consiste la posición dominante?

Un agente económico tiene posición dominante cuando posee suficiente poder de mercado para influir, directa o indirectamente, en las condiciones de un sector, sin que sus competidores, clientes o consumidores puedan contrarrestarlo. Este poder le permite afectar la competencia efectiva en el mercado.

Tener posición dominante no constituye, por sí sola, una violación a la Ley. El problema surge cuando se abusa de esta posición para restringir o distorsionar la competencia.

¿Qué es el abuso de posición dominante?

El abuso de posición dominante ocurre cuando un agente económico, que ya tiene poder significativo en el mercado, utiliza ese poder para cerrar el mercado de forma anticompetitiva. Esto puede incluir estrategias para:

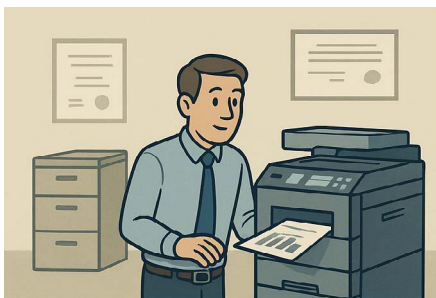
- Excluir a competidores actuales.
- Impedir la entrada de nuevos competidores.
- Perjudicar a clientes y consumidores mediante prácticas abusivas.

¿Cuáles conductas son calificadas como abuso de posición dominante por el Art. 6 de la Ley General de Defensa de la Competencia, núm. 42-08?

- Subordinar la decisión de venta a que el comprador o usuario no compre o distribuya productos o servicios de otras empresas competidoras.
- La imposición de precios y otras condiciones de venta a sus revendedores, sin que exista razón comercial que lo justifique.

- El condicionamiento de la venta del bien o prestación del servicio requerido, a la adquisición de otro bien o servicio adicional.
- La venta u otra transacción sujeta a la condición de no contratar servicios, adquirir, vender o proporcionar bienes producidos, distribuidos o comercializados por un tercero.
- La negativa a vender o proporcionar bienes y servicios a determinado agente económico, que de manera usual y normal están disponibles o sean ofrecidos a terceros.
- La negativa a vender o proporcionar bienes y servicios a determinado agente económico, cuando no existan proveedores alternativos disponibles que deseen vender en condiciones normales.
- La aplicación de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que coloquen a unos competidores en situación de desventaja frente a otros sin que exista alguna razón comercial que lo justifique.

Abuso de posición dominante mediante ventas atadas



Empresa líder en fotocopadoras

"CopyCopy" es la empresa más grande en el mercado de fotocopadoras. Muchas oficinas utilizan sus equipos por su calidad y disponibilidad.



Escena 1: Introducción de las ventas atadas

"CopyCopy" exige que los clientes compren exclusivamente su marca de papel especial para que las fotocopadoras funcionen, aunque otras marcas ofrecen papeles más económicos.



Escena 2: Impacto en los consumidores

Los clientes están obligados a comprar el papel de "CopyCopy" a un precio elevado, aumentando sus costos de operación.

Escena 3: Competidores afectados

Empresas que producen papel genérico pierden mercado porque no pueden vender a los clientes que usan fotocopadoras "CopyCopy".

Escena 4: Desenlace



La autoridad de competencia abre un expediente al detectar que Copy-Copy obliga a sus clientes a usar un papel "exclusivo" que sólo ella vende, cerrando el mercado al papel genérico. Tras la investigación, se comprueba que la práctica constituye una negativa injustificada de trato e impone tres medidas: sanción económica y orden correctiva de cese de la conducta.

Una vez levantado el bloqueo, los fabricantes de papel genérico recuperan el acceso a los clientes, la oferta de papel aumenta y su precio promedio cae. Las oficinas, al poder elegir entre varios proveedores, reducen sus costos de insumos y trasladan parte del ahorro a los consumidores finales mediante tarifas de copiado más bajas.



3 ACTOS DE COMPETENCIA DESLEAL

¿Cuándo un agente económico incurre en actos de competencia desleal?

Cuando en el ejercicio de una actividad comercial o empresarial adopta un comportamiento contrario a la buena fe y la ética comercial, con la finalidad de provocar un desvío ilegítimo a su favor de la demanda de los consumidores o usuarios de determinado producto o servicio.

¿Cuáles actos de Competencia Desleal están sancionados por la Ley General de Defensa de la Competencia?

- Actos de engaño mediante la difusión de informaciones incorrectas, falsas o incompletas que puedan inducir a error a los consumidores.
- Actos de confusión realizados mediante el uso o imitación de signos distintivos o cualquier medio de identificación que en el mercado se asocien a un tercero.
- Actos de comparación indebida cuando la comparación se refiera a extremos que no sean objetivamente comprobables o que siéndolo contengan afirmaciones o informaciones falsas o inexactas.
- Actos de imitación cuando tengan por objeto o efecto impedir u obstaculizar el posicionamiento de competidores en el mercado.
- Actos violatorios del secreto empresarial a través de la apropiación, divulgación o explotación sin autorización de su titular, de secretos empresariales o industriales.

- Incumplimiento a normas cuando el agente económico se beneficia en el mercado de una ventaja competitiva resultante del incumplimiento del marco legal.
- Actos de denigración mediante la propagación de informaciones falsas sobre los productos y servicios de terceros.
- Promover el incumplimiento de obligaciones contractuales por parte de trabajadores, proveedores o clientes en perjuicio de los competidores, cuando tenga como objeto la difusión o explotación de un secreto industrial o empresarial, o la intención de eliminar a un competidor del mercado u otras análogas.

¡Importante!

El Consejo Directivo de Pro-Competencia en su Resolución núm. 009-2022, estableció que Pro-Competencia solo puede dirimir casos de competencia desleal que tengan vocación de afectar el interés público económico.

Competencia desleal que afecta al interés público económico



Escena 1: Empresas en el sector farmacéutico

Dos empresas, “SaludVida” y “MediCare”, producen medicamentos esenciales para el tratamiento de enfermedades comunes. Ambas compiten ofreciendo precios justos y abasteciendo hospitales y farmacias.



Escena 2: Actos de denigración que afectan al mercado

“SaludVida” difunde información falsa afirmando que los medicamentos de “MediCare” no cumplen con los estándares de calidad, generando desconfianza en los consumidores y en las instituciones de salud.



Escena 3: Impacto en el mercado

Debido a la desconfianza, hospitales y farmacias dejan de comprar medicamentos de “MediCare”. Esto reduce la oferta de medicamentos en el mercado, incrementando los precios y afectando la accesibilidad de los consumidores.



Escena 4: Afectación al interés público

El aumento de precios y la escasez de medicamentos impacta a la población, especialmente a los sectores más vulnerables que no pueden acceder a los tratamientos.

Escena 5: Regulación

Las autoridades investigan y sancionan a “SaludVida” por competencia desleal, ordenándole corregir la información falsa y garantizar el abastecimiento en condiciones justas.



DEFENSA DE LA COMPETENCIA: PRO-COMPETENCIA COMO ÁRBITRO

¿Quién puede presentar la denuncia de una práctica anticompetitiva ante Pro-Competencia?

Toda persona natural o jurídica cuya actividad económica sea afectada por prácticas de un agente económico que tenga o pueda tener por efecto limitar, restringir o impedir la competencia en cualquier mercado de productos o servicios, exceptuando aquellos cuyo regulador sectorial tiene facultad para sancionar prácticas anticompetitivas.

¿Cómo presentar la denuncia de una práctica anticompetitiva?

El denunciante debe remitir una comunicación escrita a la Dirección Ejecutiva de Pro-Competencia, conteniendo los siguientes requisitos mínimos:

- a. Nombre completo o razón social, domicilio y correo electrónico del denunciante y del denunciado.
- b. Descripción detallada de las prácticas que fundamentan la denuncia, incluyendo los elementos que configuran la práctica y la fecha de la ocurrencia de los mismos.
- c. Calificación de la conducta denunciada, según el artículo de la Ley 42-08 que tipifique la misma (prácticas colusorias artículo 5, abuso de posición dominante artículo 6 y competencia desleal artículo 11), incluyendo los argumentos que fundamenten la calificación atribuida a la conducta.
- d. Pruebas o evidencias que sustenten la denuncia.
- e. Descripción del daño o perjuicio que se le ha causado o se le pueda causar en un futuro al denunciante, incluyendo los argumentos y elementos probatorios que demuestren que el denunciante ha sufrido o puede sufrir un daño o perjuicio económico sustancial.

PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SANCIONADOR

¿En qué consiste el procedimiento administrativo de PRO-COMPETENCIA?

Es el proceso mediante el cual PRO-COMPETENCIA conoce de las denuncias e investigaciones de oficio generadas por la aplicación la Ley General de Defensa de la Competencia núm. 42-08, en observación de las formalidades establecidas en el Artículo 35 y siguientes de la ley.

FASE DE INSTRUCCIÓN DIRECCIÓN EJECUTIVA

1. ¿Cómo se inicia el procedimiento administrativo?

El procedimiento se inicia en la Dirección Ejecutiva de Pro-Competencia, órgano encargado de investigar posibles violaciones a la Ley núm. 42-08. Este proceso puede comenzar:

- De oficio: Por iniciativa de la Dirección Ejecutiva, al identificar posibles indicios de prácticas anticompetitivas.
- Por denuncia: Presentada por cualquier persona natural o jurídica con interés legítimo, que alegue haber sido afectada por una práctica prohibida.

2. ¿Qué sucede inmediatamente después de depositar una denuncia?

- La Dirección Ejecutiva evalúa la denuncia considerando los argumentos y pruebas presentados.

- Si es necesario, se realizan diligencias para determinar si existen elementos suficientes para iniciar una investigación formal.
- La Dirección Ejecutiva tiene un plazo de 30 días hábiles para decidir si la denuncia es procedente.

3. ¿En caso de ser improcedente, ¿qué sucede?

- En caso de ausencia de indicios de violación a la Ley, la Dirección Ejecutiva podrá desestimar la denuncia por ser notoriamente improcedente, mediante resolución motivada de su rechazo y se ordena el archivo del expediente.
- Finalizado el plazo de 30 días hábiles sin que la Dirección Ejecutiva se pronuncie sobre la procedencia de la denuncia, se considerará improcedente.
- Ante uno de estos escenarios, el denunciante podrá hacer uso del recurso jerárquico por ante el Consejo Directivo.

• 4. En caso de ser procedente, ¿qué sucede?

- La Dirección emite una resolución ordenando el inicio formal de la investigación.
- La resolución, junto con la denuncia, los hechos y las pruebas aportadas, debe notificarse a las partes dentro de 3 días hábiles.

• Respuesta del denunciado:

- El agente económico señalado tiene un plazo de 20 días hábiles para presentar un Escrito de Contestación, en el que puede argumentar su defensa y aportar pruebas.

5. ¿En qué consiste la fase de instrucción?

Durante esta etapa, la Dirección Ejecutiva lleva a cabo todas las diligencias necesarias para obtener pruebas que permitan determinar la existencia de una práctica anticompetitiva. Estas diligencias incluyen:

- Entrevistas y citaciones a testigos.
- Requerimientos de información a empresas o personas relevantes.
- Inspecciones en instalaciones.
- Allanamientos.

6. ¿Qué tiempo tiene la Dirección Ejecutiva para llevar a cabo la fase de instrucción del procedimiento de investigación?

El plazo máximo para completar la fase de instrucción es de 12 meses, contados desde el inicio formal del procedimiento hasta la remisión del expediente al Consejo Directivo.

7. ¿Cómo concluye la fase de instrucción?

La Dirección Ejecutiva puede adoptar dos decisiones según los hallazgos:

1. Enviar un informe de instrucción con el expediente al Consejo Directivo:

- Si las pruebas confirman la existencia de prácticas anticompetitivas, se remite un Informe de Instrucción al Consejo Directivo para que decida sobre las sanciones.
- El Consejo puede deliberar sobre medidas correctivas o sanciones económicas.

2. Resolución de Desestimación:

- Si las pruebas no acreditan la existencia de prácticas prohibidas, el caso es archivado.

Checklist exprés para denunciantes según la ley 42-08

Antes de depositar, ¡revisa que la denuncia contenga esto! El denunciante debe remitir por escrito a esta Comisión una instancia motivada que, como mínimo, contenga:

Checklist exprés para denunciantes según la ley 42-08

Presunto(s) responsable(s): Identificación y contacto del o de los presuntos infractores; representante legal y rol en el mercado.

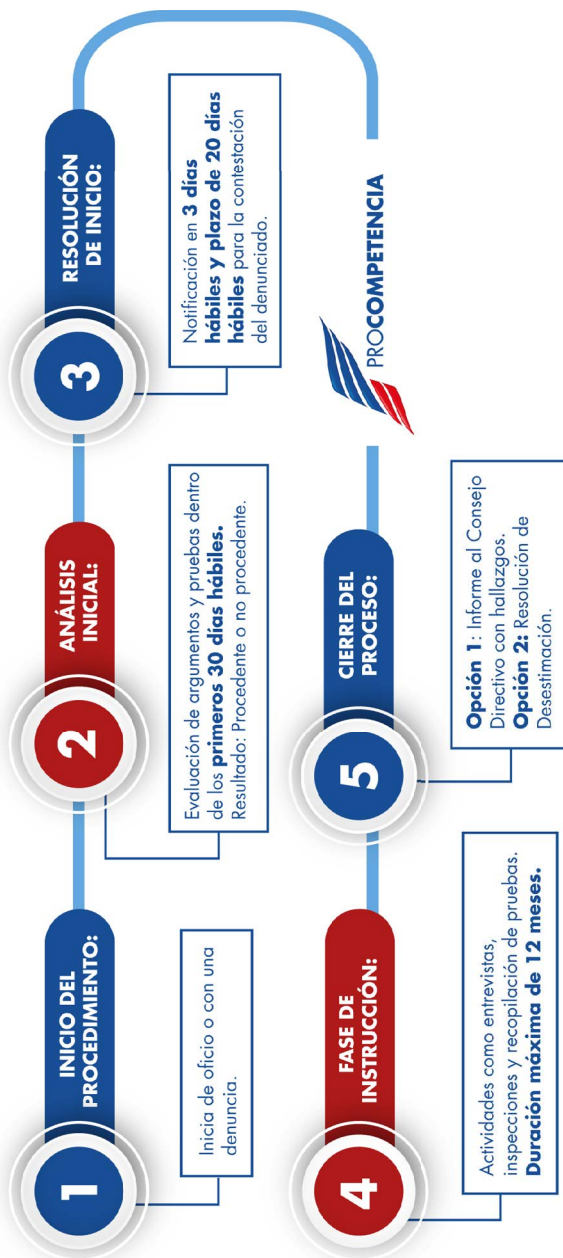
Descripción de la práctica o violación de la Ley. — Hechos en orden: qué, cómo, cuándo y dónde; mercado afectado y conducta específica.

Daño o perjuicio que se le ha causado o se le pueda causar en un futuro. — Efectos en precios, costos, ventas, calidad o acceso; indique si es actual o inminente.

Elementos que configuren el tipo de práctica anticompetitiva. — Sujetos involucrados y relación entre ellos; objeto o efecto restrictivo; alcance temporal y geográfico; modo de ejecución.

Argumentos que demuestren que el denunciante ha sufrido o puede sufrir un daño o perjuicio económico sustancial. — Razones y datos que muestren la magnitud del daño y su vínculo con la conducta; anexar soportes disponibles.





FASE DE DECISIÓN CONSEJO DIRECTIVO

1. ¿Cómo está conformado el Consejo Directivo?

El Consejo Directivo está compuesto por cinco miembros con derecho a voto:

- Cuatro consejeros miembros.
- Uno de ellos, elegido entre los consejeros, ocupa la posición de presidente.

Además:

- El Director/a Ejecutivo/a actúa como secretario/a del Consejo Directivo en temas donde no sea parte interesada, conforme al Artículo 33 literal j de la Ley.
- En los casos donde el Director/a Ejecutivo/a sea parte interesada, el Consejo designa anualmente a un secretario ad hoc y a un suplente, respetando el principio de separación de funciones dentro de la administración.

2. ¿Qué hace el Consejo Directivo con el Informe de Instrucción?

En un plazo de 30 días hábiles, el Consejo Directivo evalúa el Informe de Instrucción y el expediente remitido por la Dirección Ejecutiva para:

- Verificar los requisitos formales exigidos por la Ley.
- Decidir mediante resolución motivada si admite el expediente a la fase decisoria, conforme a los Artículos 43 y 46 de la Ley.

3. ¿Contra cuáles resoluciones se pueden interponer recursos jerárquicos ante el Consejo Directivo?

Los recursos jerárquicos pueden presentarse contra decisiones de la Dirección Ejecutiva en los siguientes casos:

a. Resoluciones de desestimación:

- Plazo para interponer recurso: 30 días hábiles desde la notificación, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 20 y 54 de la Ley núm. 107-13 y el artículo 5 de la Ley núm. 13-07.
- Decisión del Consejo: Dentro de 30 días hábiles, de conformidad con el artículo 54, párrafo III de la Ley núm. 107-13. Si se admite el recurso, el Consejo ordenará la emisión de un Informe de Instrucción.
- Nota: Esta resolución no admite recurso ulterior.

b. Resoluciones de improcedencia de denuncias:

- Plazo para interponer recurso: 30 días hábiles desde la notificación, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 20 y 54 de la Ley núm. 107-13 y el artículo 5 de la Ley núm. 13-07.
- Decisión del Consejo: Dentro de 30 días hábiles. Este recurso se limita a evaluar si el denunciante presentó indicios suficientes para iniciar una investigación.
- Nota: No admite recurso administrativo ni evalúa el fondo de las violaciones denunciadas.

4. ¿En qué consiste la fase probatoria ante el Consejo Directivo?

Admitido el informe de instrucción, el Consejo Directivo debe notificar a las partes, quienes en un plazo de 15 días hábiles, podrán solicitar la celebración de audiencia o esta puede ser convocada de oficio.

El Consejo Directivo en esta fase puede ordenar la práctica de todas las pruebas que estime pertinente, siempre que no sean una reproducción de las realizadas por la Dirección Ejecutiva.

5. ¿En qué consiste la audiencia de conclusiones?

Conforme al Artículo 48 de la Ley núm. 42-08, esta audiencia se celebra para que las partes presenten conclusiones sobre el fondo del caso.

- El Consejo puede otorgar un plazo adicional para que las partes depositen sus escritos justificativos de conclusiones.
- Una vez finalizada, el expediente queda en estado de fallo.

6. ¿Cómo concluye la fase de decisoria?

Cerrados los debates, el Consejo Directivo tiene 45 días hábiles para emitir una resolución final, la cual es ejecutoria pese a cualquier recurso. Las resoluciones deben estar debidamente motivadas, debiendo contener como mínimo:

- Síntesis de la denuncia o de la actuación de oficio.
- Conclusiones del informe de instrucción.
- Descripción de las posiciones de las partes, conclusiones y fundamento legal
- La declaración de la existencia de prácticas prohibidas y tipificadas por la Ley.
- La orden de cesación de las prácticas prohibidas.
- El monto y criterio de fijación de las multas.
- Las medidas ordenadas y obligaciones impuestas por Pro-Competencia a la parte sancionada.
- La orden de remoción de los efectos de las prácticas prohibidas.
- El dispositivo de la resolución.
- La adopción de otras decisiones que la ley le faculte, en el caso de que aplique.

8. ¿Cuáles son las sanciones que puede imponer el Consejo Directivo?

El Consejo puede imponer sanciones de acuerdo con el Artículo 61 de la Ley núm. 42-08, considerando factores como:

- Gravedad de la infracción.
- Participación del agente económico.
- Reincidencia.

Las sanciones pueden incluir:

- Multas económicas.
- Medidas correctivas.

Estas sanciones se aplican sin perjuicio de responsabilidades penales o civiles que puedan corresponder.

PRÁCTICAS PROHIBIDAS	SANCIÓN PERMITIDA
Artículo 5, Incisos a), c), d) y e) y Artículo 6	Multas entre 30 y 3000 veces el salario mínimo.
Artículo 5, Inciso b)	Multas entre 200 y 3000 veces el salario mínimo.
Por haber proporcionado información falsa a la Comisión.	Multas entre 50 y 200 veces el salario mínimo.

9. ¿Cuáles criterios considera el Consejo Directivo para imponer sanciones administrativas?

De acuerdo con el Artículo 62 de la Ley núm. 42-08, el Consejo Directivo toma en cuenta los siguientes criterios al momento de imponer una sanción administrativa:

1. Modalidad y alcance de la restricción a la libre competencia:
Analiza cómo se realizó la práctica y la magnitud del daño ocasionado.

2. Dimensión del mercado afectado:
Evalúa el tamaño del mercado impactado por la infracción.
3. Efectos de la restricción a la libre competencia.
4. Premeditación e intencionalidad:
Determina si hubo planificación consciente de la infracción.
5. Participación del agente económico y capacidad económica:
Considera el rol del agente en el mercado y su capacidad económica, así como el tamaño de los mercados afectados.
6. Duración de la conducta prohibida:
Evalúa cuánto tiempo se mantuvo la práctica anticompetitiva.
7. Reincidencia y antecedentes del infractor:
Examina si el agente ha incurrido en prácticas similares anteriormente.

Resolución complementaria:

El Consejo Directivo, mediante la Resolución núm. 021-2017 del 26 de octubre de 2017, aprobó los criterios técnicos para determinar y cuantificar el daño ocasionado por prácticas contrarias a la libre competencia.

Estos elementos, junto con el Artículo 62 de la Ley, permiten evaluar de manera objetiva la gravedad de las infracciones y la participación del agente imputado, asegurando que las decisiones del Consejo sean justas y fundamentadas.

10. ¿Es posible reclamar indemnización por el perjuicio causado?

Sí, el Artículo 63 de la Ley núm. 42-08 permite esta posibilidad, siempre y cuando se haya obtenido previamente una resolución sancionadora de Pro-Competencia.

¿Quiénes pueden reclamar?

1. **El denunciante:** La parte que presentó la denuncia ante la Dirección Ejecutiva de Pro-Competencia.
2. **Terceros intervinientes:** Cualquier persona con interés legítimo que haya

acreditado su participación en el proceso de investigación ante la Dirección Ejecutiva, dentro de los **10 días hábiles** posteriores a la publicación de la resolución que ordena el inicio del procedimiento.

Pasos para reclamar una indemnización:

1. Durante el procedimiento administrativo sancionador ante el Consejo Directivo, el interesado debe demostrar haber sufrido daños y perjuicios a causa de la conducta sancionada.
- 
2. Una vez obtenida la resolución sancionadora, el interesado debe:
 - Acudir a la vía judicial.
 - Interponer una acción de reparación de daños y perjuicios ante el **Juzgado de Primera Instancia** del domicilio del demandado.

11. ¿Contra cuáles resoluciones se pueden interponer recursos de reconsideración ante el Consejo Directivo?

- Las decisiones del Consejo Directivo en materia de pruebas, para lo cual la parte interesada dispone de un plazo de 30 días hábiles siguientes a la notificación, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 20 y 54 de la Ley núm. 107-13 y el artículo 5 de la Ley núm. 13-07.
- La resolución que pone fin al expediente administrativo, para lo cual la parte interesada dispone de un plazo de 30 días hábiles siguientes a la notificación, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 20 y 54 de la Ley núm. 107-13 y el artículo 5 de la Ley núm. 13-07.

1. Abuso de posición dominante

- Caso: Mercado de cerveza (Resolución núm. 018-2018).
- Conducta: Subordinación de ventas, imposición de precios a revendedores y condicionamiento de transacciones para excluir competidores.
- Sanción: RD\$46,342,800.00

2. Prácticas concertadas (cárteles)

- Caso: Mercado de Distribución de medicamentos (Resolución núm. 010-2021).
- Conducta: Acuerdos para fijar precios y descuentos, eliminando la competencia entre distribuidores y afectando el acceso a medicamentos.
- Sanción: Multas individuales a cuatro empresas, con un total combinado de RD\$14,106,090.60.

3. Colusión en contrataciones públicas

- Caso: Contrataciones públicas (Resolución núm. 009-2024)
- Conducta: Acuerdos entre empresas para no competir en procesos de contratación pública, incluyendo presentación de ofertas idénticas.
- Sanción: Multas de 294 salarios mínimos para cada agente económico, con un interés mensual de 3% en caso de retardo, y recomendación de inhabilitación como proveedores del Estado.

¿Cómo se interpone una denuncia ante ProCompetencia?

La interposición de denuncias ante **PRO-COMPETENCIA** puede realizarse de manera física (presencial) y de manera digital (no presencial).

- Denuncia de manera física: depositar una comunicación dirigida a la Dirección Ejecutiva de **PRO-COMPETENCIA**, acompañada de los documentos que sirvan de soporte a tu denuncia.
- De manera digital: ingresar a la página web www.procompetencia.gob.do, ir al apartado de "RECEPCIÓN Y TRAMITACIÓN DE DENUNCIAS", presionar el botón "SOLICITAR" y completar el Formulario de Denuncias, que puede ser completado en línea y permite remitir la denuncia de manera remota.

Independientemente de la forma en que se interponga la denuncia, la misma debe contener los siguientes requisitos, que son indispensables para que la Dirección Ejecutiva pueda valorar la pertinencia de ordenar o no el inicio de un procedimiento de investigación:

- (i) señalar al presunto responsable;
- (ii) describir en qué consiste la práctica o violación de la ley;
- (iii) detallar el daño que haya sido causado o se le pueda causar al denunciante en el futuro;
- (iv) señalar los elementos que configuren el tipo de práctica denunciada;
- (v) presentar los argumentos que demuestren que el denunciante ha sufrido o puede sufrir un daño económico;
- (vi) fundamentar la denuncia con evidencias que sustenten los argumentos planteados.





PROMOCIÓN Y ABOGACÍA DE LA COMPETENCIA

¿Qué es la abogacía de la competencia?

La abogacía de la competencia es el brazo “persuasivo” de Pro-Competencia. A diferencia del control de conductas (que investiga, sanciona y cobra multas), la abogacía no impone castigos: emite opiniones técnicas, recomendaciones y guías para que las reglas del juego favorezcan mercados abiertos. Su meta es doble:

1. Eliminar barreras creadas por leyes, reglamentos o trámites que encarecen la entrada de nuevas empresas. De igual manera en proyectos de leyes e iniciativas de resoluciones.
2. Sembrar cultura de competencia en gobierno, empresas y consumidores, de modo que todos reconozcan los beneficios de la competencia.

¿Por qué es importante la abogacía?

1. **Previene problemas en origen.** Si una ley futura exigiera, por ejemplo, licencias excesivas para abrir farmacias, el análisis de abogacía puede alertar al Congreso antes de que la barrera exista.

- 2. Ahorra recursos públicos.** Corregir una norma restrictiva cuesta menos que investigar, litigar y sancionar prácticas anticompetitivas que esa misma norma provoca.
- 3. Alinea objetivos de política pública.** Ayuda a diseñar subsidios, regulaciones sanitarias o ambientales sin sofocar la entrada de competidores ni incentivar carteles.

¿Cómo hace Pro-Competencia abogacía de la competencia?

Pro-Competencia lleva a cabo diversas acciones para fomentar y defender la competencia en los mercados, sin recurrir a sanciones o medidas coercitivas. Estas acciones incluyen:

1. Emisión de informes de recomendación:

Cuando Pro-Competencia detecta que un acto jurídico estatal puede distorsionar la competencia o crear barreras injustificadas, su Consejo Directivo puede emitir un Informe Público de Recomendaciones. Estos informes se sustentan en análisis técnicos rigurosos—evidencia económica, comparaciones internacionales y datos empíricos—y proponen modificar o suprimir las disposiciones que afecten el libre funcionamiento del mercado.

En marzo de 2022, Pro-Competencia emitió un Informe Público de Recomendación para analizar la propuesta de ley que buscaba gravar con tasa cero, durante seis meses, las importaciones de veintiséis alimentos básicos para mitigar la inflación pos-pandemia. Pro-Competencia, en el informe advirtió que la medida, si se aplica sin ajustes, daría a los importadores una ventaja que podría desplazar a los productores locales y prolongar la caída de precios más allá del plazo previsto. Para evitarlo, se recomendó fijar volúmenes máximos al volumen de importación, extender la tasa cero a los insumos que las industrias nacionales necesitan para elaborar los mismos productos, vigilar la evolución de precios y volúmenes para asegurar que el beneficio llegue al consumidor y revisar la compatibilidad de la norma con los tratados de libre comercio vigentes. También se sugirió redactar una futura ley que sancione la especulación de precios en contextos de crisis.

El Congreso incorporó estas recomendaciones al texto definitivo: limitó la cantidad de productos que pueden ingresar libres de arancel, quedando establecidos en la Ley núm. 6-22. Con ello se logró preservar la igualdad competitiva entre productores nacionales y proveedores extranjeros, se evitó un daño prolongado a la producción interna y se garantizó que la rebaja arancelaria se tradujera en alivio real para los consumidores sin vulnerar los compromisos comerciales del país.

2. Publicación de guías:

Además de los informes formales dirigidos al legislador, Pro-Competencia publica guías metodológicas y prácticas que traducen la teoría y la jurisprudencia de competencia en instrucciones claras para empresas, funcionarios y consumidores. Elaboradas por equipos técnicos de abogados y economistas, estas guías explican las metodologías utilizadas por Pro-Competencia en el marco de procesos de investigación o sobre los criterios para el estudio de determinados mercados.

En Enero de 2023 Pro-Competencia publicó la “Guía Metodológica: Técnicas de Screening en la Detección de Carteles”, la cual estandariza el modo en que Pro-Competencia aplica herramientas estadísticas y econométricas para detectar indicios de colusión y seleccionar, con base técnica, los mercados que ameritan investigaciones de oficio. Tras un repaso conceptual sobre qué es un cartel, la guía describe las condiciones estructurales y de demanda que facilitan la colusión—alta concentración, productos homogéneos, barreras de entrada y demanda inelástica—y luego desarrolla técnicas de screening conductual que buscan patrones atípicos en precios y cantidades: saltos simultáneos de precios, varianzas anormalmente bajas, quiebres estructurales en series, estabilidad inusual de cuotas de mercado y correlaciones negativas en participaciones. Al convertir pruebas complejas en un procedimiento replicable, la guía unifica criterios dentro de la institución, reduce tiempos y costos de pesquisa y refuerza la capacidad disuasoria frente a carteles tanto en mercados privados como en compras públicas y sirve como un elemento de transparencia ante las investigaciones.

3. Publicación de Estudios Económicos y de Mercado:

Pro-Competencia realiza y difunde estudios que examinan, con rigor estadístico la estructura de sectores claves, las barreras de entrada, los niveles de concentración y el comportamiento de precios y márgenes. Estos análisis combinan datos oficiales, encuestas empresariales y fuentes privadas para ofrecer un diagnóstico completo de las condiciones de competencia de los mercados. Los resultados se publican íntegramente en el portal institucional, de modo que empresas, reguladores y legisladores dispongan de evidencia objetiva para diseñar políticas, priorizar investigaciones y ajustar regulaciones. Al identificar de manera temprana distorsiones competitivas y proponer soluciones sustentadas en datos, los estudios contribuyen a aumentar la transparencia, fomentar la inversión y fortalecer la confianza pública en la gestión de la autoridad de competencia.

En 2025, Pro-Competencia publicó un estudio sobre las Condiciones de Competencia en el mercado de las Administradoras de Riesgos de Salud (ARS) donde se analiza la evolución del sector entre 2010 y 2024, confirmando una concentración significativa: Senasa, Primera ARS y Mapfre Salud reúnen más del 70 % de los afiliados e ingresos, con un índice Herfindahl-Hirschman (IHH) de 2,136 puntos, nivel que exige vigilancia permanente de los reguladores y Pro-Competencia. El diagnóstico atribuye esta concentración a barreras de entrada—altos requisitos regulatorios, necesidad de amplias redes de prestadores y elevados costos operativos—y a una práctica de asignación automática de nuevos trabajadores a la ARS dominante en cada empresa, que refuerza la posición de los líderes. Además, el análisis de costos revela economías de escala que otorgan ventajas decisivas a los operadores de mayor tamaño. Para restablecer una competencia efectiva, el estudio aconseja revisar el mecanismo de asignación de afiliados, facilitar la portabilidad entre ARS, aumentar la transparencia en precios y calidad de servicio, y eliminar obstáculos regulatorios que frenan a nuevos entrantes. También subraya el papel de las ARS públicas, cuya presencia tiende a moderar precios y márgenes. Con estos hallazgos y recomendaciones, el estudio ofrece una base empírica para reformas normativas que garanticen un mercado más abierto y beneficios reales para los usuarios del sistema de salud.

4. Observatorio de Condiciones de Mercados:

El Observatorio de Condiciones de Mercado es la plataforma con la que Pro-Competencia monitorea, de forma continua, el estado de competencia en los distintos sectores de la economía dominicana. Su objetivo es detectar tempranamente concentraciones excesivas, barreras de entrada y otros factores que puedan facilitar prácticas anticompetitivas, de modo que la autoridad pueda priorizar estudios, acciones de abogacía o investigaciones formales antes de que los problemas se agraven la competencia. Se publica cada seis meses en el portal web.

5. Difusión y sensibilización:

La labor técnica de informes se complementa con un amplio programa de sensibilización y capacitación que incluye seminarios, talleres y campañas educativas orientados a empresarios, funcionarios públicos y ciudadanía en general. Estas actividades explican, con ejemplos concretos y lenguaje accesible, cómo la libre competencia beneficia a la economía y qué prácticas deben evitarse para no vulnerar la ley. Al involucrar a cámaras empresariales, universidades, medios de comunicación y organismos estatales, la autoridad fortalece la comprensión de las reglas de mercado, fomenta el cumplimiento voluntario y consolida una cultura de respeto a la competencia en todos los niveles de la sociedad.

6. Colaboración interinstitucional:

Para garantizar que las reglas de competencia se apliquen de manera consistente y eficaz, Pro-Competencia mantiene una coordinación activa con ministerios sectoriales, superintendencias, municipios y órganos reguladores especiales, intercambiando datos, criterios técnicos y alertas sobre riesgos de distorsión en los mercados. Esa red de cooperación se extiende al ámbito internacional mediante memorandos de entendimiento y proyectos conjuntos con organismos como la OCDE, la UNCTAD y el BID, así como con autoridades homólogas de la región caribeña. Al compartir buenas prácticas, ofrecer asistencia técnica y armonizar metodologías de análisis, estas alianzas facilitan la uniformidad regulatoria, reducen la duplicación de esfuerzos y fortalecen la capacidad institucional para prevenir carteles, controlar concentraciones y promover un entorno competitivo que estimule la inversión y beneficie al consumidor.

NUESTROS SERVICIOS



Buzón de Colaboración.

Si tiene información de alguna práctica que se esté cometiendo y que atente contra la libre competencia, puede enviarnos los detalles a info@procompetencia.gob.do

Buzón de Denuncias

Si tiene información de alguna práctica que se esté cometiendo y que atente contra la libre competencia, puede enviarnos los detalles a info@procompetencia.gob.do



Capacitaciones

Si es del interés de su institución, puede solicitar a Pro-Competencia impartir una capacitación básica sobre libre y leal competencia.



Observatorio de Mercados.

Ponemos a su disposición un instrumento para conocer las condiciones de competencia de los mercados a través de nuestro Observatorio de Condiciones de Mercados, al que puede acceder ingresando a www.procompetencia.gob.do



Área educativa.

Nuestro portal web le ofrece material instructivo audiovisual sobre las disposiciones de la Ley 42-08 y todos los servicios de nuestra institución.



Accediendo a nuestro portal puedes consultar y descargar la **Ley 42-08** y las resoluciones dictadas por la dirección Ejecutiva y el Consejo Directivo de Pro-Competencia.



Calle Caonabo 33, Gascue,
Santo Domingo, D.N., República Dominicana
Tel.: 809-338-4005 Fax: 809-338-0921
www.procompetencia.gob.do

DESCARGA NUESTRA LEY

