

**PROYECTO DE LEY QUE MODIFICA LA LEY
DE REPRESIÓN DE CONDUCTAS
ANTICOMPETITIVAS, A FIN DE PROTEGER
LA LIBERTAD DE FIJACIÓN DE PRECIOS DE
LOS AGENTES ECONÓMICOS
DEPENDIENTES FRENTE A LAS
REPRESALIAS DE LOS AGENTES
ECONÓMICOS EN POSICIÓN DE DOMINIO**

La Congresista de la República **ROSSELLI AMURUZ DULANTO**, en su calidad de presidenta de la Comisión Especial Multipartidaria "CAPITAL PERÚ" y sus miembros, ejerciendo el derecho de iniciativa legislativa que le confiere el artículo 107° de la Constitución Política del Perú, de conformidad con el inciso c) del artículo 22° y artículos 67°, 75° y 76° del Reglamento del Congreso de la República, proponen la siguiente iniciativa legislativa:

FÓRMULA LEGAL

**LEY QUE MODIFICA LA LEY DE REPRESIÓN DE CONDUCTAS
ANTICOMPETITIVAS, A FIN DE PROTEGER LA LIBERTAD DE FIJACIÓN DE
PRECIOS DE LOS AGENTES ECONÓMICOS DEPENDIENTES FRENTE A LAS
REPRESALIAS DE LOS AGENTES ECONÓMICOS EN POSICIÓN DE DOMINIO**

Artículo único. Modificación del Decreto Supremo N°111-2024-PCM, Ley de represión de conducta anticompetitivas

Se modifica el artículo 10 del Decreto Supremo N°111-2024-PCM, Ley de represión de conductas anticompetitivas, en los siguientes términos:

"Artículo 10.- El abuso de la posición de dominio

[...]

10.6 Constituye abuso de la posición de dominio que un agente económico en posición de dominio condicione, limite o suspenda el suministro de bienes o servicios a un agente económico dependiente por haber fijado precios distintos o

superiores al precio sugerido, entendiéndose como tal al precio recomendado o etiquetado por el fabricante o proveedor de un producto para que sea ofrecido al consumidor final. Por tanto, que el agente económico dependiente, en ejercicio de su autonomía comercial, establezca precios distintos al precio sugerido, no deberá generar consecuencias en el suministro de bienes o servicios".

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

PRIMERA. Plazo de adecuación

Las entidades competentes en un plazo no mayor de ciento ochenta (180) días calendario adecúan sus instrumentos de gestión a lo dispuesto en la presente ley.

SEGUNDA. Reglamentación

El Poder Ejecutivo reglamenta la presente ley en un plazo no mayor de sesenta (60) días calendarios, contados a partir de su entrada en vigor.

Lima, 03 de octubre de 2025

YESSICA ROSSELLI AMURUZ DULANTO
CONGRESISTA

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I. FUNDAMENTOS DE LA PROPUESTA

1.1 Naturaleza del precio sugerido

El precio sugerido es una práctica comercial que consiste en una recomendación sobre el valor de venta de un producto. Por lo que, no obliga a los fabricantes, distribuidores o mayoristas a fijar precios. Según Falla Jara y Bullard González (2002):

Por recomendación nos referimos al caso en el que la empresa proveedora, por algún mecanismo (comunicaciones escritas o verbales, listas de precios al público, anuncios publicitarios o alguna otra forma similar) sugiere, sin que exista acuerdo vinculante, cual debería ser el precio a cargarse a los clientes¹ (p. 2).

En consecuencia, el precio sugerido no es una imposición, ya que no interfiere directamente en la fijación de precios, que es práctica que se encuentra prohibida según el artículo 12, inciso 12.1, del Decreto Supremo N.º 111-2024-PCM, que aprueba el Texto Único Ordenado del Decreto Legislativo N.º 1034, Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas. Pues, este artículo establece que “Se entiende por prácticas colusorias verticales los acuerdos, decisiones, recomendaciones o prácticas concertadas realizados por agentes económicos que operan en planos distintos de la cadena de producción, distribución o comercialización, que tengan por objeto o efecto restringir, impedir o falsear la libre competencia”.

Estas prácticas se sancionan, ya que se busca proteger el Principio de libre competencia y el Principio de subsidiariedad del Estado para asegurar que el mercado funcione de manera efectiva y en beneficio de los consumidores.

1.1.1 Principios Constitucionales de la política económica

La política económica del Estado peruano se encuentra establecida en la Constitución Política, la cual reconoce diversos principios que orientan el funcionamiento del sistema económico nacional. Sin embargo, el punto de partida de estos principios es la libertad económica, entendida como el derecho

¹ Falla Jara, A., & Bullard González, A. (2002). ¡Prohibido Prohibir!: el fantasma de los precios sugeridos y la fijación de precios de reventa en el derecho de la competencia. *THEMIS Revista De Derecho*, (45), 215-227. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/themis/article/view/11881>

www.congreso.gob.pe

de toda persona a desarrollar libremente actividades económicas dentro del marco establecido por la ley.

Este derecho fundamental está reconocido expresamente por el artículo 59 de la Constitución Política del Perú, el cual señala "El Estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de trabajo y la libertad de empresa, comercio e industria [...]".

En ese sentido, la libertad económica no solo permite la iniciativa privada, sino que es la base de otros principios económicos reconocidos en nuestra Constitución Política como la subsidiariedad del Estado, y la libre competencia, que buscan equilibrar la eficiencia del mercado con el bienestar general.

1.1.2 Principio de Libre competencia

El principio de libre competencia es uno de los pilares fundamentales del modelo económico peruano, pues busca evitar que determinados agentes económicos obtengan ventajas indebidas mediante prácticas colusorias o abuso de posición de dominio en el mercado. Por ello, se encuentra consagrado en el artículo 61 de la Constitución Política, que establece que "El Estado facilita y vigila la libre competencia. Combate toda práctica que limite y el abuso de posiciones dominantes o monopólicas. Ninguna ley ni concertación puede autorizar ni establecer monopolios [...]".

En ese sentido, el Estado debe sancionar aquellas conductas que distorsionen el funcionamiento eficiente del mercado. Asimismo, no se debe solo proteger a los agentes económicos, sino que también garantiza mejores condiciones para los consumidores, promoviendo una mayor variedad de productos, mejores precios y mayor calidad.

En ese sentido, los precios sugeridos se ajustan al Principio de Libre Competencia, ya que no imponen condiciones obligatorias ni restringen la libertad de fijación de precios por parte de los minoristas. A diferencia de las prácticas colusorias verticales que sí buscan restringir la competencia de manera directa, los precios sugeridos funcionan como una referencia orientativa, sin carácter vinculante, lo cual permite mantener la autonomía de los agentes económicos y favorece un entorno competitivo y transparente.

1.1.3 Principio de subsidiariedad del Estado

El principio de subsidiariedad del Estado tiene respaldo constitucional en el artículo 60 de la Constitución Política del Perú, ya que establece que "[...] el Estado puede realizar subsidiariamente actividad empresarial, directa o indirecta, por razón de alto interés público o de manifiesta conveniencia nacional [...]".

En consecuencia, la intervención del Estado en la economía debe ser excepcional y limitada, cuando la iniciativa privada no pueda satisfacer adecuadamente las necesidades públicas. Según Landa Arroyo, C. (2019) "La subsidiariedad se manifiesta como el acto accesorio o de perfeccionamiento en materia económica, que se justifica por la inacción o defeción de la iniciativa privada²" (p.3).

En ese sentido, el Estado únicamente debe proteger la libertad de empresa y asegurar un entorno donde la competencia se desarrolle de manera justa y equilibrada en concordancia con el artículo 61 de la Constitución Política del Perú, que como se mencionó anteriormente, establece que el Estado debe garantizar la competencia y el adecuado funcionamiento del mercado.

En este contexto, los precios sugeridos permiten que el principio de subsidiariedad del Estado se mantenga como una excepción, solo cuando se presentan abusos. Asimismo, pueden considerarse como una intervención debida, ya que permiten que los fabricantes, distribuidores o mayoristas ejerzan su libertad para recomendar precios basados en un análisis económico y comercial que busca que los precios garanticen la rentabilidad y sigan siendo accesibles para los consumidores, pero sin limitar la competencia entre negocios.

1.2 Abuso de posición de dominio en el mercado por parte de las distribuidoras

En el Perú la posición de dominio de mercado es un fenómeno relevante debido a diversos factores como la antigüedad, el capital acumulado, la infraestructura o las redes

² Landa Arroyo, C. (2019). El principio de subsidiariedad en el marco de la Constitución Económica del Perú. *Forseti. Revista De Derecho*, 4(6), 146 - 158.

<https://revistas.up.edu.pe/index.php/forseti/article/view/1125>

www.congreso.gob.pe

de distribución y más en un país donde la informalidad, la falta de incentivos para emprender y las débiles políticas de regulación han permitido que unas pocas empresas crezcan sin mayores restricciones. Por lo que, esta práctica no es ilegal por sí misma.

Sin embargo, el abuso de dicha posición sí lo es, según lo establece el artículo 10 del Decreto Supremo N.º 111-2024-PCM, que Aprueba el Texto Único Ordenado Del Decreto Legislativo N°1034, Decreto Legislativo Que Aprueba La Ley De Represión De Conductas Anticompetitivas.

En esa línea, la Resolución N°0143-2020/SDC-INDECOPI, establece que "un abuso de posición de dominio es aquel que afecta directamente la dinámica de la competencia pues impide el acceso de competidores de la dominante al mercado o dificulta su permanencia en él" (p. 8). En otras palabras, se configura un abuso cuando un agente económico se aprovecha de su poder de mercado para imponer condiciones comerciales desleales a agentes económicos dependientes, como las bodegas.

Así, los agentes con posición de dominio, como una distribuidora, utilizan su poder para ejercer presión sobre minoristas dependientes, exigiéndoles que vendan los productos suministrados al precio sugerido por la propia distribuidora. Aunque en teoría dicho precio sugerido debería ser solo una referencia, en la práctica las distribuidoras condicionan la continuidad del abastecimiento al respeto de ese precio, afectando gravemente la libertad del minorista para fijar sus propios precios en el mercado.

Lamentablemente, aunque este tipo de abuso está legalmente prohibido, su sanción efectiva sigue siendo limitada en la práctica, lo que ocasiona un entorno de competencia desigual que desfavorece a las pequeñas bodegas. Según Osiptel (2016):

En un mercado competitivo, las decisiones respecto de precios, calidades y cantidades a vender de las empresas se desarrollan en un ambiente de interdependencia. De esta manera, la competencia se asocia con el concepto de rivalidad entre las empresas que participan en un mercado; sin embargo, en un mercado en el que una empresa ejerza posición de dominio, esta puede fijar las condiciones comerciales sin considerar a sus rivales, teniendo los competidores que tomar las condiciones comerciales imperantes³. (p.14)

³ Ibid., p.14

www.congreso.gob.pe

1.3 Regulación del abuso según la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas

Las Leyes Antimonopolio en el Perú buscan proteger la libre competencia en el mercado, mediante la prevención y sanción de aquellas conductas anticompetitivas prohibidas por el Decreto Supremo N.º 111-2024-PCM, que aprueba el Texto Único Ordenado del Decreto Legislativo N.º 1034, Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, ya que, según Calderón López, A. (2006):

En el ejercicio de esta libertad que, en ocasiones, se detecta que un agente económico realiza determinadas conductas que implican una restricción a la competencia o un ejercicio abusivo de su poder de mercado, que genera pérdida de eficiencia social. Ante dicha situación, se abre la posibilidad de aplicar una sanción que penalice dicho comportamiento⁴ (p.6).

En ese sentido, las prácticas colusorias y el abuso de la posición de dominio contempladas en los artículos 10, 11 y 12 del mencionado decreto se consideran prácticas restrictivas con efectos anticompetitivos. Estas se manifiestan en acuerdos o estrategias adoptadas por agentes económicos que buscan obtener ventajas en perjuicio del bienestar general, afectando negativamente al consumidor.

No obstante, no toda conducta que restrinja la competencia es necesariamente perjudicial. Algunas, pese a limitar ciertos aspectos de la libertad comercial, pueden generar beneficios tanto para el mercado como para los consumidores. Estas se conocen como prácticas pro-competitivas y se califican como prohibiciones relativas. Según el artículo 9 del Decreto Supremo N.º 111-2024-PCM, que aprueba el Texto Único Ordenado del Decreto Legislativo N.º 1034, Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, para que una conducta sea sancionable, la autoridad debe probar no solo su existencia, sino también que tiene, o podría tener, efectos negativos sobre la competencia y el bienestar de los consumidores.

Asimismo, según OSIPTEL (2016) "tratándose de prohibiciones relativas, una vez comprobada la conducta, se evaluará las justificaciones y efectos económicos reales y

⁴ Calderón López, A. (2006). Una pena entre dos. ¿duele menos?: análisis de la responsabilidad en la Ley de Libre Competencia. *Revista De Derecho Administrativo*, (2). Recuperado a partir de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoadministrativo/article/view/16346>

potenciales de las prácticas analizadas y, de ser el caso, sopesará los efectos anticompetitivos y pro-competitivos de la práctica⁵". (p.10)

En este marco, la imposición indirecta de un precio mínimo bajo la apariencia de un precio sugerido no puede considerarse una práctica pro-competitiva, ya que no genera eficiencias ni beneficios reales para los consumidores, por el contrario, limita la libertad de los comerciantes minoristas para fijar precios de acuerdo con sus propias condiciones operativas, y distorsiona la competencia en el canal de distribución.

Por ejemplo, la distribución exclusiva puede ser una práctica pro-competitiva si contribuye a mejorar la cobertura del mercado y garantiza una mejor atención al consumidor en determinadas zonas. En cambio, obligar a los minoristas a respetar un precio mínimo disfrazado de sugerencia, y sancionarlos como cortándoles el suministro de productos, entregándoles menores cantidades, eliminando sus descuentos o promociones, privándolos de acuerdos especiales o limitando el acceso a productos.

Estas represalias comerciales coaccionan al agente económico dependiente, lo que aparentemente lo lleva a renunciar a su derecho de fijar precios para el consumidor final. Sin embargo, esta renuncia no es voluntaria, sino que es el resultado de la presión indebida.

Por tanto, es necesario evaluar la justificación económica de estas prácticas. En este caso, el precio sugerido debe entenderse únicamente como una recomendación por parte del fabricante o proveedor, mas no como una obligación. Considerar su cumplimiento como requisito indispensable para el abastecimiento o permanencia en la red comercial genera efectos anticompetitivos, al no reconocer las particularidades de cada agente económico, como el costo del flete, la ubicación del establecimiento, entre otros factores relevantes para la fijación de precios.

⁵ Organismo Supervisor de la Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL). (2016). *Lineamientos generales para la aplicación de las normas de represión de conductas anticompetitivas en el ámbito de las telecomunicaciones.* https://www.osiptel.gob.pe/media/vwgfzoph/lineamientos-resolutivos-libre-y-leal-competencia_tsc-osiptel.pdf

1.4 Represalias comerciales como consecuencia del uso indebido del precio sugerido

El uso indebido del precio sugerido es un término que se configura cuando el agente económico con posición de dominio en el mercado distorsiona la naturaleza del precio sugerido al utilizar dicho poder como un medio para disfrazar conductas sancionadas por la normativa, como amenazar con represalias a los agentes económicos dependientes para fijar como precio final el que en teoría solo se recomiendan para la venta de un producto.

Este tipo de conductas son consideradas anticompetitivas, ya que distorsionan la competencia y limitan la autonomía de los comerciantes. De acuerdo con el numeral 10.2, inciso a), del Artículo 10 del Decreto Supremo N.º 111-2024-PCM, que aprueba el Texto Único Ordenado del Decreto Legislativo N.º 1034, Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, negarse injustificadamente a satisfacer demandas de compra o adquisición, o a aceptar ofertas de venta o prestación de bienes o servicios, se considera abuso de la posición de dominio en el mercado.

Tal como lo señala OSIPTEL (2016):

La restricción "de manera indebida" se refiere a cuando un agente económico con posición de dominio utiliza su poder de mercado para causar un daño que va más allá del daño concurrencial propio de una competencia legítima, es decir, cuando limita artificialmente la competencia por precios, calidad o condiciones de comercialización⁶ (p.17).

Por ejemplo, cuando un fabricante, distribuidor o mayorista establece un precio sugerido, pero en realidad lo impone como si fuera el precio final del producto, limitando la libertad de los comerciantes minoristas para decidir a qué precio vender. Muchas veces, estos comerciantes, que están en una posición más débil, terminan aceptando estas condiciones por miedo a perder el producto, recibir menos beneficios o ser excluidos del negocio. De esta forma, lo que debería ser solo una recomendación se convierte en una obligación disfrazada, que perjudica la competencia y pone a los minoristas en una situación injusta y desventajosa.

⁶ Ibid., p.17

www.congreso.gob.pe

La Resolución N°014-2022/CLC-INDECOPI refleja esta problemática, al acreditar que San Fernando S.A., agente económico con posición de dominio en el mercado peruano de comercialización de pavo entero, utilizó dicho poder para imponer precios mínimos de venta al público (PVPms) a los supermercados Cencosud, Supesa (Plaza Vea y Vivanda), Makro y Tottus durante las campañas navideñas de 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2015 y 2016.

Aunque formalmente se presentaban como precios sugeridos, en la práctica eran obligatorios, ya que el abastecimiento de pavos dependía de su cumplimiento y para evitar la detección de esta imposición, San Fernando implementó un esquema indirecto en el que comunicaba a cada supermercado el PVPms, asegurándose de que supieran que sus competidores también lo respetarían.

Si algún supermercado vendía por debajo del precio fijado, otro presentaba la queja ante San Fernando, quien presionaba al infractor con amenazas de recortar el suministro o excluirlo de futuras campañas. Así, San Fernando, aprovechando su posición dominante.

La razón por la que los supermercados obedecían esta estructura no era una libre decisión comercial, sino una obligación impuesta por el riesgo de perder el suministro en campañas futuras, lo que resultaba estratégico para su negocio. Como lo confirma la Superintendencia del Mercado de Valores (2022), "San Fernando se propuso que la sanción concreta sería no abastecer a la cadena si incumplía con el precio mínimo establecido y, si ya se hubiese abastecido todo, la penalidad será para el próximo año⁷" (p. 10).

Así, el respeto al precio mínimo sugerido no era voluntario, sino impuesto mediante un sistema de amenazas y represalias, afectando gravemente la competencia y la libertad de fijación de precios en el mercado.

Por ello, resulta necesario modificar el Artículo 10 del Decreto Supremo N.º 111-2024-PCM, que aprueba el Texto Único Ordenado del Decreto Legislativo N.º 1034, Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas para regular las represalias de los agentes

⁷ Superintendencia del Mercado de Valores. (2022). *Caso supermercados sancionados por concertar el precio de pavo: Resolución N° 014-2022-CLC-INDECOPI (Resumen)*.
[https://www.smv.gob.pe/ConsultasP8/temp/Caso%20Supermercados%20sancionados%20por%20concertar%20el%20precio%20de%20pavo%20%20Resoluci%c3%b3n%20N%20014-2022-CLC-INDECOPI%20\(Resumen\)%20%202022%20.pdf](https://www.smv.gob.pe/ConsultasP8/temp/Caso%20Supermercados%20sancionados%20por%20concertar%20el%20precio%20de%20pavo%20%20Resoluci%c3%b3n%20N%20014-2022-CLC-INDECOPI%20(Resumen)%20%202022%20.pdf)

www.congreso.gob.pe

económicos con posesión dominio al ejercicio de la libertad de precios de los agentes dependientes. Pues, si bien dicho artículo sanciona como abuso de posición de dominio del mercado el "negarse injustificadamente a satisfacer demandas de compra o aceptar ofertas de bienes o servicios", dicha disposición es demasiado general y en la práctica está abierta a interpretación dificultando su aplicación efectiva.

Por lo tanto, no se propone sancionar conductas no previstas por el cuerpo normativo presente el Decreto Supremo N.º 111-2024-PCM, que aprueba el Texto Único Ordenado del Decreto Legislativo N.º 1034, Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, sino más bien proceder con una clarificación y precisión de la norma, con el objetivo de asegurar su correcta aplicación y garantizar una adecuada protección frente a prácticas anticompetitivas.

En este sentido, cabe recordar que según Indecopi (2022) "todos los actos regulados en la Ley de Represión de la Competencia Desleal son contrarios a la buena fe empresarial⁸" (p.7), lo cual refuerza que la presente problemática que se pretende regular es considerada una conducta de anti-competitividad.

Por otro lado, con el objetivo de suplir los vacíos de la norma, el artículo 14, numeral 14.2, literal c) del Decreto Supremo N°111-2024-PCM establece que es atribución de la Comisión "Dictar medidas correctivas respecto de las conductas anticompetitivas".

Según la Resolución N°3023-2011/SC2-INDECOPI, "La finalidad de las medidas correctivas es revertir los efectos que la conducta infractora causó al consumidor o evitar que en el futuro" (p. 6). Esto demuestra que, aunque la norma sanciona ciertas conductas de manera general, las medidas correctivas permiten aclarar y especificar cómo deben abordarse de manera precisa en situaciones concretas. Por lo tanto, resulta necesario mejorar la precisión de la normativa vigente para asegurar su correcta aplicación.

II. ANÁLISIS COSTO BENEFICIO

La aplicación del artículo 1 de la presente propuesta normativa no genera gastos adicionales en el Presupuesto del Sector Público, toda vez que la medida planteada no

⁸ Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. (2022).

Lineamientos sobre Competencia Desleal y Publicidad Comercial.

<https://repositorio.indecopi.gob.pe/handle/11724/9334>

www.congreso.gob.pe

requiere modificaciones presupuestarias en el nivel Funcional Programático ni en el Nivel Institucional. Asimismo, su implementación se realizará sin demandar recursos adicionales al Tesoro Público, ya que no implica la creación de nuevas obligaciones financieras para el Estado.

Por otro lado, las modificaciones contenidas en la presente propuesta normativa tienen como finalidad reconocer que no todas las conductas configuran una afectación a la libre competencia o al funcionamiento eficiente del mercado. En tal sentido, se plantea una interpretación relativa y no absoluta de este tipo de acuerdos, permitiendo que aquellos que no generen efectos negativos, sino que, por el contrario, puedan originar eficiencias y beneficios para los consumidores no sean sancionados de forma automática ni preventiva.

Por lo expuesto, la propuesta normativa garantiza el cumplimiento de los principios de eficiencia económica y razonabilidad regulatoria, sin generar compromisos financieros adicionales para el Estado, y promoviendo un entorno competitivo que reconoce la complejidad y diversidad de las dinámicas empresariales.

III. IMPACTO DE LA VIGENCIA DE LA NORMA

La presente propuesta normativa tiene como finalidad la modificación del marco legal aplicable a la Represión de Conductas Anticompetitivas, regulado por el Decreto Supremo N.º 111-2024-PCM, implicando el ajuste de las disposiciones vigentes particularmente en el abuso de posición de dominio ejercido sobre agentes económicos dependiente. Con el objetivo de brindar una mayor seguridad jurídica a los pequeños comerciantes, quienes muchas veces se ven forzados a aceptar condiciones comerciales desleales bajo amenazas de represalias, como el corte de suministro.

Con la modificación del artículo 10 del Decreto Supremo N.º 111-2024-PCM, se establece expresamente que no constituye infracción el hecho de que un agente económico dependiente fije precios distintos o superiores al precio sugerido. Esta precisión normativa evitará interpretaciones restrictivas que, en la práctica, han permitido a los agentes dominantes restringir la autonomía comercial de pequeños comerciantes, afectando su sostenibilidad económica y reduciendo el bienestar del consumidor.

Asimismo, esta propuesta tiene un impacto positivo en el fortalecimiento de la libre competencia, ya que sanciona únicamente aquellas conductas que generen verdaderos efectos anticompetitivos, diferenciándolas de aquellas prácticas comerciales que pueden ser pro-competitivas.

En conclusión, la propuesta normativa contribuirá a regular las prácticas desleales que actualmente se presentan en el mercado, al eliminar conductas abusivas y proteger a los agentes económicos más vulnerables, como los pequeños comerciantes. Asimismo, promueve una interpretación estratégica de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, garantizando el respeto a la libertad empresarial, sin perjuicio del correcto funcionamiento del mercado y en beneficio de todos los consumidores.

IV. ALINEAMIENTO CON LAS POLÍTICAS NACIONALES

La propuesta legislativa se encuentra en consonancia con varias de las Políticas del Estado expresadas en el Acuerdo Nacional⁹, que coincide, para este caso, con las Políticas de la Agenda Legislativa 2024 – 2025¹⁰, tal cómo se expresa en las siguientes líneas:

- a) Política 5, Gobierno en función de objetivos con planeamiento estratégico, prospectiva nacional y procedimientos transparentes. La propuesta fomenta la transparencia y la interpretación estratégica de la normativa vigente, ya que impulsa una regulación más eficaz al establecer una distinción entre las conductas anticompetitivas y aquellas que generan efectos positivos en el mercado mediante la aplicación de la regla de la razón.
- b) Política 17, Afirmación de la economía social de mercado. La propuesta se alinea con los principios de la economía social de mercado, ya que reconoce la importancia de la libertad empresarial y la competencia. Asimismo, contempla la intervención del Estado solo cuando sea necesario para prevenir o corregir situaciones de abuso de poder en el mercado.
- c) Política 18, Búsqueda de la competitividad, productividad y formalización de la actividad económica. La propuesta fomenta la competitividad y la productividad al evitar sanciones injustas a prácticas comerciales lícitas, y al proteger a los pequeños negocios como las bodegas frente a condiciones comerciales desleales impuestas por grandes distribuidores.

⁹ https://acuerdonacional.pe/wp-content/uploads/2024/01/Políticas_de_Estado_2023.pdf

¹⁰ <https://www.congreso.gob.pe/DIDP/procedimientos-parlamentarios/agenda-2024-2025/www.congreso.gob.pe>