

EXPEDIENTE No. SCPM-CRPI-2015-072

SUPERINTENDENCIA DE CONTROL DEL PODER DE MERCADO.- COMISIÓN DE RESOLUCIÓN DE PRIMERA INSTANCIA.- D.M. Quito, 27 de enero de 2021 a las 11h32.

Comisionado Sustanciador: Édison Toro Calderón

VISTOS

- [1] La Resolución No. SCPM-DS-2020-51 de 10 de diciembre de 2020, mediante la cual el Superintendente de Control del Poder de Mercado resolvió lo siguiente:

“Artículo único.- Reformar el artículo 1 de la Resolución No. SCPM-DS-2019-40 de 13 de agosto de 2019, el cual establece la conformación de la Comisión de Resolución de Primera Instancia, por la siguiente:

Formarán parte de la Comisión de Resolución de Primera Instancia, los siguientes servidores designados:

- *Doctor Marcelo Vargas Mendoza;*
- *Economista Jaime Lara Izurieta; y,*
- *Doctor Edison René Toro Calderón.”*

- [2] Las acciones de personal Nos. SCPM-INAF-DNATH-300-2019-A, SCPM-INAF-DNATH-299-2019-A y SCPM-INAF-DNATH-2020-374-A, correspondientes a Marcelo Vargas Mendoza, Presidente de la Comisión, Jaime Lara Izurieta, Comisionado, y Édison Toro Calderón, Comisionado, respectivamente.
- [3] El acta de la sesión extraordinaria del pleno de la Comisión de Resolución de Primera Instancia (en adelante “CRPI”) de 05 de junio de 2020, mediante la cual se deja constancia de que la CRPI designó al abogado Omar Poma secretario Ad-hoc de la CRPI.
- [4] La Resolución emitida por la CRPI el 13 de octubre de 2016 a las 08h55.
- [5] La providencia emitida por la CRPI el 30 de diciembre de 2020 a las 15h13.
- [6] El Informe No. SCPM-IGT-INICPD-002-2021 y anexos de 13 de enero de 2021 remitidos a la CRPI mediante trámite interno con Id. 181836 el 14 de enero de 2021 a las 19h08 por parte de la Intendencia Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales (en adelante “INICPD”).

CONSIDERANDO

- [7] Que, mediante Resolución emitida el 13 de octubre de 2016 la CRPI resolvió la imposición de la siguiente medida correctiva:

*“4. Imponer como medida correctiva, que el operador económico **INDUSTRIAS ALES C.A.**, por el lapso de tres meses, realice una campaña publicitaria, en los principales medios de comunicación masivo, incluyendo prensa, radio, televisión y redes sociales, mediante la cual se difunda a los consumidores y al público en general las características, los requisitos y condiciones necesarias para que un producto alimenticio sea considerado como “light”.*

*5. El estudio y diseño de la campaña publicitaria deberá ser presentada para la aprobación de la Intendencia de Investigación de Prácticas Desleales, en un término máximo de 30 días. La Intendencia de Investigación de Prácticas Desleales contará con el término máximo de diez días para aprobar la agenda de este plan de comunicación y el tiempo para la ejecución discurrirá luego de un plazo de seis meses de notificada la presente resolución. Los costos de las diferentes etapas de la campaña publicitaria correrán a cargo del operador económico **INDUSTRIAS ALES C.A.***

*6. Que dentro de la campaña publicitaria se anunciará que se está dando cumplimiento a una medida correctiva adoptada por la Comisión de Resolución de Primera Instancia de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, como sanción al operador económico **INDUSTRIAS ALES C.A.**”*

- [8] Que, la Resolución de 13 de octubre de 2016 además estableció, respecto al régimen de vigilancia del cumplimiento de la medida correctiva, lo siguiente:

*“7. Encargar a la Intendencia de Investigación de Prácticas Desleales, la aprobación del estudio y diseño de la campaña publicitaria, así como la realización del seguimiento y control del cumplimiento de la agenda aprobada de la mencionada campaña, por parte del operador económico **INDUSTRIAS ALES C.A.** La Intendencia presentará a ésta Comisión informes mensuales respecto del cumplimiento de la medida correctiva.”*

- [9] Que, la CRPI mediante providencia de 30 de diciembre de 2020 dispuso lo siguiente:

“(…)

TERCERO.- SOLICITAR a la Intendencia Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales presente el informe de seguimiento a la medida correctiva impuesta en resolución de 13 de octubre de 2016 al operador económico **INDUSTRIAS ALES C.A.**, en concordancia con la parte motiva de la presente providencia. Para esto deberá remitir de manera completa y adecuada los medios de verificación sobre el cumplimiento de la medida correctiva, conforme lo señalado en los considerandos de la presente providencia.

- [10] Que, el 14 de enero de 2021 la INICPD remitió informe Nro. SCPM-IGT-INICPD-002-2021 correspondiente al seguimiento de medida correctiva impuesta al operador económico **INDUSTRIAS ALES C.A.**, mediante Resolución de 13 de octubre de 2016. En observación a lo señalado se procederá a revisar su cumplimiento bajo el siguiente análisis:

1. Medida Correctiva

- [11] La Resolución de 13 de octubre de 2016 estableció como medida correctiva el desarrollo de una campaña publicitaria por parte del operador económico **INDUSTRIAS ALES C.A.**, mediante la cual se difunda al público las características y requisitos que un producto de consumo humano debería tener para ser considerado como un producto "light".
- [12] De acuerdo a la Resolución señalada, la campaña publicitaria debía ajustarse principalmente a las siguientes características:
- a. El diseño y la agenda de la campaña publicitaria debían ser aprobados por parte de la INICPD.
 - b. El o los productos publicitarios debían hacer referencia a las características o requisitos que los productos alimenticios deben contener para ser considerados un producto "light".
 - c. Incluir en el producto publicitario el anuncio que se está dando cumplimiento a una medida correctiva adoptada por la Comisión de Resolución de Primera Instancia de la SCPM como sanción al operador económico **INDUSTRIAS ALES C.A.**
 - d. Ser desarrollada en medios de comunicación masivos, incluyendo prensa radio, televisión y redes sociales, a costo del operador económico, por el tiempo de tres meses.
- [13] Respecto al cumplimiento de la medida correctiva la Intendencia señala que el operador económico **INDUSTRIAS ALES C.A.**, mediante escrito de 29 de noviembre de 2019, hizo entrega de lo siguiente:

*“• 84 páginas que contienen facturas, cronogramas y diseño de la pauta en prensa, radio, televisión y redes sociales;
• 7 CDs que contienen los audios de la campaña publicitaria realizada en radio;
y,
• 2 actas de reuniones mantenidas con la Intendencia de Investigación de Prácticas Desleales con fechas de 8 de diciembre de 2016, a las 09h00, y 12 de diciembre de 2016, a las 15h00, en las que, el operador económico demuestra haber coordinado con la Intendencia el estudio y diseño de la campaña publicitaria”*

- [14] De la revisión de los anexos al informe, efectivamente se encuentran los documentos y archivos mencionados por la Intendencia y que sirven como medios de verificación de las acciones realizadas por **INDUSTRIAS ALES C.A.** para el cumplimiento de la medida

correctiva, quedando por revisar que el contenido se adecúe a las características antes indicadas.

- [15] Respecto a que el diseño de la campaña publicitaria y su agenda fueron aprobados por parte de la INICPD, se señala en el informe lo siguiente:

“(…)

Ahora bien, conforme consta en las actas de reuniones, el Director de Investigación de Prácticas Desleales estuvo presente en ambas reuniones sin realizar observaciones a la campaña publicitaria, por lo cual, esta Intendencia identifica que la campaña publicitaria habría sido aprobada por la Intendencia.”

- [16] En cuanto a los productos publicitarios, de la revisión de las cuñas publicitarias transmitidas en radio, se identifica que el archivo de audio tenía una duración de 35 segundos y en ella se transmitía el siguiente mensaje:

Interlocutor 1: *“La Superintendencia de Control del Poder de Mercado vela por el derecho de los consumidores a no recibir publicidad engañosa por parte de los operadores.”*

Interlocutor 2: *“Todos los productos “light” deben contener 25% menos del contenido de energía que los productos regulares comparados. Siempre debemos revisar que en la etiqueta especifique las características que lo hace “light”, quienes producen estos alimentos y bebidas deben respaldar si son “light” con estudios científicos y bajo la Normativa Técnica Ecuatoriana.”*

Interlocutor 1: *“Este es un mensaje de Industrias Ales en el cumplimiento de lo dispuesto por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, velando por el bienestar general de los consumidores”*

Interlocutor 3: *“Superintendencia de Control del Poder de Mercado, por un país de oportunidades”*

- [17] La Intendencia señala que este producto publicitario habría sido transmitido de acuerdo al siguiente detalle:

“Dicho mensaje fue transmitido, entre el 3 y 12 de mayo del 2017, conforme los certificados y facturas adjuntadas por el operador. De igual forma, el operador transmitió durante el 25 al 30 de abril del 2017, 41 spots publicitarios en el canal Ecuador TV, conforme consta el certificado otorgado por la Empresa Pública Medios Públicos EP.”

- [18] Respecto a los spots televisivos señalados por la Intendencia, no se tiene evidencia entre los medios de verificación de archivos multimedia, contando únicamente con el certificado del medio televisivo como se indica en el informe.

- [19] Por otra parte, consta entre los anexos el material visual utilizado en la campaña publicitaria en prensa y medios digitales, entre los cuales la INICPD destaca de manera ejemplificativa el siguiente:



Fuente: Anexos Informe SCPM-IGT-INICPD-002-2021

- [20] Respecto a este producto, la INICPD señala en su informe que corresponde a la campaña publicitaria en medios de comunicación gráficos, realizada del 5 al 11 de junio de 2017, en el diario “El Telégrafo”. En el mismo sentido respecto a la campaña digital el informe indica:

“Asimismo, conforme consta en el plan de pauta en digital y facturas, Industrias Ales realizó una campaña en redes sociales durante el mes de junio del 2017, así como del 20 de julio al 19 de agosto del 2017, utilizando varias imágenes que tienen como mensaje las características de los productos “light”.”

- [21] De la revisión del contenido de los productos publicitarios, estos cumplen con hacer referencia a las características o requisitos que los productos deben contener para ser considerados “light”, y se indica que se da cumplimiento a una medida correctiva determinada por la SCPM. Las copias de facturas respaldan los gastos realizados por el operador económico, mientras que los certificados de los medios de comunicación justifican la transmisión de los mismos.
- [22] En cuanto a la duración de la campaña publicitaria, la Intendencia señala que el operador económico ha superado el tiempo mínimo de tres meses establecido en la resolución de 13 de octubre de 2016, al señalar en su informe:

“En otro orden de ideas, respecto al tiempo total de duración de la campaña publicitaria, esta Intendencia observó que dicha campaña empezó el 25 de abril de 2017 y finalizó el 19 de agosto del mismo año, con una duración aproximada de cuatro meses, lo que excede al tiempo establecido por la CRPI.”

Av. de los Shyris N44-93 y Río Coca Edificio Ocaña
Telf. (593) 23956 010
www.scpm.gob.ec
Quito-Ecuador

2. Conclusión del Informe de la INICPD

[23] La Intendencia en relación al seguimiento concluyó lo siguiente:

“En virtud del análisis realizado, esta Intendencia considera que el operador económico Industrias Ales C.A., ha cumplido con la medida correctiva impuesta por la CRPI en la resolución de 13 de octubre de 2016. En ese sentido, esta Intendencia solicita a la CRPI, salvo que considere lo contrario a lo concluido en este informe, disponga el cese del seguimiento de las medidas.”

[24] Es oportuno señalar lo establecido en el artículo 75 del Instructivo de Gestión Procesal Administrativa, respecto al seguimiento de medidas correctivas:

“Art. 75.- EVALUACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DE MEDIDAS CORRECTIVAS.- La Comisión de Resolución de Primera Instancia dispondrá al órgano de investigación el monitoreo y seguimiento de las medidas correctivas impuestas, para lo cual, el órgano de investigación abrirá un expediente de monitoreo y seguimiento.

En ejercicio de su función de monitoreo y seguimiento a las medidas correctivas, el órgano de investigación, podrá:

a) En caso de verificarse el cumplimiento de las medidas correctivas, informará a la Comisión de Resolución de Primera Instancia.

(...)”

[25] En consideración a estos argumentos y los medios de verificación, la Comisión comparte el criterio de la Intendencia y encuentra que el operador económico **INDUSTRIAS ALES C.A.** ha cumplido con la medida a través del desarrollo de la campaña publicitaria en los términos establecidos en la Resolución de 13 de octubre de 2016; por tanto, se declarará el cumplimiento total de la medida correctiva y el cese del seguimiento por parte de la Intendencia.

En mérito de lo expuesto, la Comisión de Resolución de Primera Instancia

RESUELVE

PRIMERO.- AGREGAR el informe Nro. SCPM-IGT-INICPD-002-2021 de 13 de enero de 2021 y sus anexos, remitidos a la CRPI mediante trámite interno con Id. 181836 por parte de la Intendencia Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales.

SEGUNDO.- DECLARAR el cumplimiento total de la medida correctiva, contenida en los numerales 4, 5 y 6 de la Resolución de 13 de octubre de 2016 a las 08h55, por parte del operador económico **INDUSTRIAS ALES C.A.**



TERCERO.- DISPONER a la Intendencia Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales que cese el seguimiento y control del cumplimiento de la medida correctiva impuesta al operador económico **INDUSTRIAS ALES C.A.**

CUARTO.- NOTIFICAR la presente providencia al operador económico **INDUSTRIAS ALES C.A.**, a la Intendencia General Técnica y a la Intendencia Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales.

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE.-

Édison Toro Calderón
COMISIONADO

Jaime Lara Izurieta
COMISIONADO

Marcelo Vargas Mendoza
PRESIDENTE