



INTENDENCIA NACIONAL DE INVESTIGACIÓN Y CONTROL DE PRÁCTICAS DESLEALES

Expediente No. SCPM-IGT-INICPD-016-2020

SUPERINTENDENCIA DE CONTROL DEL PODER DE MERCADO.- INTENDENCIA NACIONAL DE INVESTIGACIÓN Y CONTROL DE PRÁCTICAS DESLEALES.- Quito D.M., 16 de noviembre de 2020.-

VISTOS.- En mi calidad de Intendente Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales, conforme la acción de personal No. SCPM-INAF-DNATH-0110-2019-A, de 22 de marzo de 2019, en uso de mis facultades legales, dentro del presente expediente de investigación, realizo las siguientes consideraciones:

PRIMERO.- ANTECEDENTES:

- Mediante escrito y anexos, presentados día 15 de septiembre de 2020, las 18h18, con ID 170346, el operador económico Banco de la Producción S.A. PRODUBANCO, denunció el cometimiento de presuntos actos de competencia desleal por parte de PRODUCREDIT S.A. Además, solicitó la adopción de medidas preventivas.
- Mediante providencia de 28 de septiembre de 2020, esta Intendencia ordenó a PRODUBANCO S.A., (en adelante también Produbanco) que, dentro del término de tres días, contados a partir de la notificación con esta providencia, ACLARE Y COMPLETE, su denuncia en las letras c), d) y f) del artículo 54 de la LORCPM. Respecto de la petición de medidas preventivas, esta autoridad dispuso que la misma sea atendida en el momento procesal oportuno
- Mediante escrito de 02 de octubre de 2020, las 13h23, con ID 172290, el operador económico aclaró y completó su denuncia.
- Mediante providencia de 06 de octubre de 2020, esta Intendencia, en lo principal, consideró que la denuncia es clara y completa, avocó su conocimiento, abrió el expediente signado con el número SCPM-IGT-INICPD-016-2020 y dispuso que se corra traslado con la denuncia y la documentación respectiva al denunciado en la dirección señalada por PRODUBANCO.
- Mediante providencia de 14 de octubre de 2020, esta Intendencia, en lo principal, solicitó a la Superintendencia de Bancos, Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, Servicio Rentas Internas y Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, a fin de que remitan información respecto del operador PRODUCREDIT S.A.
- El Oficio Nro. SBSG-2020-05751-O, presentado por Silvia Jeaneth Castro Medina, en su calidad de Secretaría General de la Superintendencia de Bancos, el día 22 de octubre de 2020, las 16h39, con ID 174291.



- El escrito de explicaciones y anexos presentados por Manuel Alejandro Paredes Borja, quien comparece en calidad de Gerente General y Representante Legal de la Sociedad Anónima “PRODUCREDIT ECUADOR S.A.”, el día 28 de octubre de 2020, las 14h04, con ID 174931.
- El Oficio No. SCVS-SG-2020-00043993-O, presentado por María Sol Donoso Molina, en su calidad de Secretaria General de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, el día 09 de noviembre de 2020, las 15h36, con ID 175886.
- El cuestionario 1 realizado por la Dirección Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales.
- Mediante providencia de 12 de noviembre de 2020, esta Intendencia, agregó los escritos referido, *ut supra*, así como también remitió el cuestionario 1 al operador PRODUCREDIT ECUADOR S.A., a fin de que remita sus respuestas.
- El escrito y anexos presentados por Manuel Alejandro Paredes Borja, quien dice comparecer en calidad de Gerente General y Representante Legal de la Sociedad Anónima “PRODUCREDIT ECUADOR S.A.”, el día 16 de noviembre de 2020, las 12h00, con ID 176577.
- Mediante providencia de 16 de noviembre de 2020, esta Intendencia, agregó el escrito referido, *ut supra*.

SEGUNDO.- COMPETENCIA.-

El primer inciso del artículo 213 de la Constitución de la República del Ecuador (CRE) establece:

“Las superintendencias son organismos técnicos de vigilancia, auditoría, intervención y control de las actividades económicas, sociales y ambientales, y de los servicios que prestan las entidades públicas y privadas, con el propósito de que estas actividades y servicios se sujeten al ordenamiento jurídico y atiendan al interés general. Las superintendencias actuarán de oficio o por requerimiento ciudadano. Las facultades específicas de las superintendencias y las áreas que requieran del control, auditoría y vigilancia de cada una de ellas se determinarán de acuerdo con la ley.”

El artículo 1 de la LORCPM dispone:

“El objeto de la presente Ley es evitar, prevenir, corregir, eliminar y sancionar el abuso de operadores económicos con poder de mercado; la prevención, prohibición y sanción de acuerdos colusorios y otras prácticas restrictivas; el control y regulación de las operaciones de concentración económica; y la prevención, prohibición y sanción de las prácticas desleales, buscando la eficiencia en los mercados, el comercio justo y el bienestar general y de los consumidores y usuarios, para el establecimiento de un sistema económico social, solidario y sostenible”.

El primer inciso del artículo 2 de la LORCPM establece:

“Están sometidos a las disposiciones de la presente Ley todos los operadores económicos, sean personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, nacionales y extranjeras, con o sin fines de lucro, que actual o potencialmente realicen actividades económicas en todo o en parte del territorio



nacional, así como los gremios que las agrupen, y las que realicen actividades económicas fuera del país, en la medida en que sus actos, actividades o acuerdos produzcan o puedan producir efectos perjudiciales en el mercado nacional”.

El primer inciso del artículo 3 de la LORCPM correspondiente al principio de primacía de la realidad dispone:

“Para la aplicación de esta Ley la autoridad administrativa determinará la naturaleza de las conductas investigadas, atendiendo a su realidad y efecto económico. La forma de los actos jurídicos utilizados por los operadores económicos no enerva el análisis que la autoridad efectúe sobre la verdadera naturaleza de las conductas subyacentes a dichos actos”.

Los numerales 2, 5, 6 y 10 del artículo 4 de la LORCPM, que establece los lineamientos para la regulación y principios para la aplicación determinan:

[...] 2. La defensa del interés general de la sociedad, que prevalece sobre el interés particular.

[...] 5. El derecho a desarrollar actividades económicas y la libre concurrencia de los operadores económicos al mercado.

6. El establecimiento de un marco normativo que permita el ejercicio del derecho a desarrollar actividades económicas, en un sistema de libre concurrencia.

[...] 10. La necesidad de contar con mercados transparentes y eficientes. [...]

El artículo 5 *ibídem* dispone que:

“A efecto de aplicar esta Ley la Superintendencia de Control del Poder de Mercado determinará para cada caso el mercado relevante. Para ello, considerará, al menos, el mercado del producto o servicio, el mercado geográfico y las características relevantes de los grupos específicos de vendedores y compradores que participan en dicho mercado.”

El artículo 25 de la LORCPM establece:

“Definición.-Se considera desleal a todo hecho, acto o práctica contrarios a los usos o costumbres honestos en el desarrollo de actividades económicas, incluyendo aquellas conductas realizadas en o a través de la actividad publicitaria. La expresión actividades económicas se entenderá en sentido amplio, que abarque actividades de comercio, profesionales, de servicio y otras.

Para la definición de usos honestos se estará a los criterios del comercio nacional; no obstante, cuando se trate de actos o prácticas realizados en el contexto de operaciones internacionales, o que tengan puntos de conexión con más de un país, se atenderá a los criterios que sobre usos honestos prevalezcan en el comercio internacional.

La determinación de la existencia de una práctica desleal no requiere acreditar conciencia o voluntad sobre su realización sino que se asume como cuasidelito de conformidad con el Código Civil. Tampoco será necesario acreditar que dicho acto genere un daño efectivo en perjuicio de otro concurrente, los consumidores o el orden público económico, bastando constatar que la generación de dicho daño sea potencial, de acuerdo a lo establecido en esta Ley.



Las sanciones impuestas a los infractores de la presente ley no obstan el derecho de los particulares de demandar la indemnización de daños y perjuicios que corresponda de conformidad con las normas del derecho común, así como la imposición de sanciones de índole penal, en caso de constituir delitos.

Se aplicará las sanciones previstas en esta ley, siempre que la práctica no esté tipificada como infracción administrativa con una sanción mayor en otra norma legal, sin perjuicio de otras medidas que se puedan tomar para prevenir o impedir que las prácticas afecten a la competencia.

La protesta social legítima, en el ámbito exclusivo de esta Ley, no será, en ningún caso considerada como boicot.”

El artículo 26 de la mencionada norma legal ordena:

“Prohibición.- Quedan prohibidos y serán sancionados en los términos de la presente Ley, los hechos, actos o prácticas desleales, cualquiera sea la forma que adopten y cualquiera sea la actividad económica en que se manifiesten, cuando impidan, restrinjan, falseen o distorsionen la competencia, atenten contra la eficiencia económica, o el bienestar general o los derechos de los consumidores o usuarios.

Los asuntos en que se discutan cuestiones relativas a la propiedad intelectual entre pares, públicos o privados, sin que exista afectación al interés general o al bienestar de los consumidores, serán conocidos y resueltos por la autoridad nacional competente en la materia”.

El artículo 27, particularmente, en el numeral 9 de la LORCPM establece:

“Prácticas Desleales.- Entre otras, se consideran prácticas desleales, las siguientes: [...]

2.- Actos de engaño.- Se considera desleal toda conducta que tenga por objeto o como efecto, real o potencial, inducir a error al público, inclusive por omisión, sobre la naturaleza, modo de fabricación o distribución, características, aptitud para el uso, calidad y cantidad, precio, condiciones de venta, procedencia geográfica y en general, las ventajas, los atributos, beneficios o condiciones que corresponden a los productos, servicios, establecimientos o transacciones que el operador económico que desarrolla tales actos pone a disposición en el mercado; o, inducir a error sobre los atributos que posee dicho operador, incluido todo aquello que representa su actividad empresarial.

Configura acto de engaño la difusión en la publicidad de afirmaciones sobre productos o servicios que no fuesen veraces y exactos. La carga de acreditar la veracidad y exactitud de las afirmaciones en la publicidad corresponde a quien las haya comunicado en su calidad de anunciante. En particular, para la difusión de cualquier mensaje referido a características comprobables de un producto o servicio anunciado, el anunciante debe contar con las pruebas que sustenten la veracidad de dicho mensaje. [...]

La potestad de este órgano administrativo para conocer e iniciar una investigación por el posible cometimiento de prácticas desleales se fundamenta en el artículo 56 de la LORCPM, que determina:

Vencido el término señalado en el artículo anterior, el órgano de sustanciación deberá pronunciarse sobre el inicio de la investigación en el término de diez días. Si estimare que existen presunciones de la existencia de alguna de las infracciones previstas en esta ley, mediante resolución motivada ordenará el inicio de la investigación, señalando el plazo de duración de la misma, plazo que podrá ser ampliado si fuere necesario...



El artículo 62 del Reglamento a la LORCPM, respecto al inicio de una investigación formal en los procedimientos incoados por denuncia establece que:

Vencido el término para que el presunto o presuntos responsables presenten explicaciones, si el órgano de investigación estimare que existen presunciones de la existencia de alguna de las infracciones previstas en la Ley, emitirá, en el término de diez (10) días, una resolución debidamente motivada en la que dará por iniciada la etapa de investigación y establecerá su plazo de duración que no podrá exceder de ciento ochenta (180) días, prorrogables hasta por ciento ochenta (180) días adicionales por una sola vez.

El artículo 8 establece el procedimiento para los casos de investigación iniciados por denuncia, el cual en el inciso segundo literal a) determina que:

“(...) El Intendente en diez (10) días hábiles de recibido el documento deberá pronunciarse mediante providencia por el inicio de la fase tres (3) denominada de investigación o por el archivo de la denuncia, terminando así con la fase de investigación preliminar.”

Con sustento en las normas legales señaladas esta autoridad tiene la competencia para emitir la siguiente resolución.

TERCERO.- VALIDEZ PROCESAL.-

De la revisión del presente expediente administrativo, esta Intendencia considera que, no se ha omitido solemnidad sustancial alguna, ni violentado algún derecho constitucional o legal que pueda lo viciar de nulidad, por lo que esta Autoridad declara la validez del presente proceso.

CUARTO.- IDENTIFICACIÓN DEL DENUNCIADO

Conforme señaló el operador en su escrito de explicaciones, a compañía “PRODUCREDIT ECUADOR S.A.”, (en adelante también Producredit S.A.) habría sido legalmente constituida el 07 de octubre de 2020, mediante escritura pública otorgada por la Doctora Hiroshima Nathali Villalva, Notaria Cuadragésima Sexta del Cantón Quito, e inscrita el 18 de octubre de 2020 en el Registro Mercantil del Cantón Quito, cuyo domicilio se encuentra en las calles Diego de Almagro y Pinta 1101, parroquia La Mariscal de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha.

QUINTO.- LA CONDUCTA OBJETO DE INVESTIGACIÓN, LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS BIENES O SERVICIOS QUE ESTARÍAN SIENDO OBJETO DE LA CONDUCTA, LOS BIENES O SERVICIOS SIMILARES PRESUNTAMENTE AFECTADOS, LA DURACIÓN DE LA CONDUCTA, LA IDENTIFICACIÓN DE LAS PARTES, SU RELACIÓN ECONÓMICA EXISTENTE CON LA CONDUCTA, LA RELACIÓN DE LOS ELEMENTOS DE PRUEBA PRESENTADOS.-

5.1. La conducta objeto de investigación

Mediante escrito y anexos, presentados día 15 de septiembre de 2020, las 18h18, con ID 170346, el Banco de la Producción S.A., PRODUBANCO, denunció al operador PRODUCREDIT S.A., por el presunto cometimiento de prácticas desleales de actos de confusión y explotación de la reputación ajena, conductas tipificadas en los numerales 1 y 6 artículo 27 de la LORCPM.

5.2. Las características de los bienes o servicios que estarían siendo objeto de la conducta

El artículo 5 de la LORCPM establece que: “la Superintendencia de Control de Poder de Mercado determinará para cada caso un mercado relevante, para lo cual se deberá considerar, al menos, el mercado del producto o servicio, el mercado geográfico y las características relevantes de los grupos específicos de vendedores y compradores que participan en dicho mercado”.

Respecto de las características de los bienes y servicios que estarían siendo objeto de la conducta, el denunciante señaló que el mercado sería: “... *servicios financieros aprobados y autorizados (...)*”.

Además, informó que mediante resolución de la Superintendencia de Bancos No.SB-2017-431 se autorizó a PRODUBANCO a ejercer actividades financieras propias de un Banco Múltiple.

PRODUBANCO en su escrito de aclaración del 02 de octubre de 2020 con ID 172290, describió que:

“Mediante resolución de la Superintendencia de Bancos No.SB-2017-431 se autorizó a PRODUBANCO a ejercer actividades financieras propias de un Banco Múltiple.

El artículo 162 del Código Monetario y Financiero define que un Banco Múltiple es “(...) es la entidad financiera que tiene operaciones autorizadas en dos o más segmentos de crédito (...)”

Además, el artículo primero del Título II: Sistema Financiero Nacional, del Capítulo I: Constitución, Organización y Emisión de la Autorización para el Ejercicio de las Actividades Financieras y Permisos de Funcionamiento de las Entidades de los Sectores Financieros Público y Privado del Libro Primero de las Codificaciones de Resoluciones de la Junta Política Monetaria y Financiera, define como Banco Múltiple: “Bancos que pueden realizar todas las operaciones activas, pasivas, contingentes y servicios que se hallan contemplados en el Código Orgánico Monetario y Financiero, en dos o más segmentos de crédito.” De igual manera define como Segmento de Crédito: “Constituye el grupo homogéneo de operaciones crediticias que comparten características comunes, y se clasifican conforme las disposiciones expedidas por la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera.”

Por otra parte, el denunciante indicó que:

“El lenguaje utilizado por el DENUNCIADO en la oferta de servicios puede ser confundido por los servicios que ofrece de manera autorizada el sistema financiero en el país”.

Para la presente resolución, esta Intendencia considera las generalidades del producto y análisis del sector, por lo cual, realiza una aproximación del mercado relevante, sin perjuicio de que con la aplicación de las herramientas contempladas en la Resolución N°. 11 de la Junta de Regulación de la LORCPM, pueda determinar dicho mercado.

Análisis General del Sector

En este sentido, en términos generales, el mercado relevante preliminar, se puede definir como el conjunto de bienes y servicios que son considerados por los consumidores como sustitutos entre ellos y el producto bajo investigación, y que además compiten entre sí en una determinada área

geográfica. Es decir, el mercado relevante está delimitado por (1) el mercado del producto o servicio investigado y sus sustitutos, y (2) por su respectivo mercado geográfico.

Al respecto, de acuerdo con la Superintendencia de Bancos del Ecuador¹, los créditos se definen como:

Crédito

Es el uso de un capital ajeno por un tiempo determinado a cambio del pago de una cantidad de dinero que se conoce como interés.// Obtención de recursos financieros en el presente sin efectuar un pago inmediato, bajo la promesa de restituirlos en el futuro en condiciones previamente establecidas. **Crédito bancario:** es un contrato por el cual una entidad financiera pone a disposición del cliente cierta cantidad de dinero, el cual deberá de devolver con intereses y comisiones según los plazos pactados (...)

(...) Créditos Comerciales

Todos aquellos dirigidos al financiamiento de actividades productivas, las operaciones de tarjetas de crédito corporativas y los créditos entre instituciones financieras. **Crédito Corriente:** Préstamo concedido a través de una tarjeta de crédito donde el cliente realiza sus consumos y puede pagar sin recargo en el mes siguiente al estado de cuenta.

- **Crédito Diferido hasta 24 meses.** Este crédito le permite al socio de una tarjeta de crédito efectuar sus consumos con un financiamiento, en cuotas iguales, incluido un interés.
- **Planes pagos sin intereses.** El socio puede solicitar, en los establecimientos afiliados a la tarjeta de crédito, los planes a 3, 6 y 12 pagos, sin interés.

(...) Créditos de Consumo

Los otorgados a personas naturales que tengan por destino la adquisición de bienes de consumo o pago de servicios; que generalmente se amortizan en función de un sistema de cuotas periódicas y cuya fuente de pago es el ingreso neto mensual promedio del deudor, entendiéndose por éste el promedio de los ingresos brutos mensuales del núcleo familiar menos los gastos familiares estimados mensuales. (...)

(...) Crédito diferido

Ingreso contabilizado antes de que el valor por lo que éste se reciba se entregue total o parcialmente. También conocido como ingreso diferido.

(...) Crédito Hipotecario

Aquel en el que el deudor cuenta con el respaldo de una garantía de un bien inmueble hipotecado a la institución financiera. Por lo general, es de mediano o largo plazo y se otorga para la compra, ampliación, reparación o construcción de una vivienda, compra de sitios, oficinas o locales comerciales, o para libre disponibilidad; tales propiedades quedan como garantía del préstamo, a favor de la institución financiera que lo otorga, para asegurar el cumplimiento de su pago.

¹ Glosarios de términos, Superintendencia de Bancos, Recuperado: <https://www.superbancos.gob.ec/bancos/glosario-de-terminos/>; Acceso [13 de octubre de 2020]



(...) Crédito Rotativo

Crédito a favor de tercero en el que una vez liquidada una operación o disposición, el crédito renace por el importe de ésta.

(...) Créditos para la Vivienda

Los otorgados a personas naturales para la adquisición, construcción, reparación, remodelación y mejoramiento de vivienda propia, siempre que se encuentren amparados con garantía hipotecaria y hayan sido otorgados al usuario final del inmueble; caso contrario, se considerarán como créditos comerciales.

(...) Créditos Pyme

Créditos para los pequeños y medianos empresarios (...)

Así también, de la información constante en el Banco Central del Ecuador², se define a los segmentos de créditos de la siguiente manera:

- Crédito Productivo
- Crédito Comercial Ordinario
- Crédito Comercial Prioritario
- Consumo Ordinarios
- Consumo Prioritario
- Educativo
- Inmobiliarios
- Vivienda de Interés Público
- Microcrédito
- Inversión Pública

Ahora bien, el Código Orgánico Monetario y Financiero³, en su Capítulo 2 “Integración del Sistema Financiero Nacional”, artículo 162, establece que el sector financiero privado está compuesto por bancos múltiples y especializados; y en su definición se indica lo siguiente:

“...a) Banco múltiple es la entidad financiera que tiene operaciones autorizadas en dos o más segmentos de crédito; y,

b) Banco especializado es la entidad financiera que tiene operaciones autorizadas en un segmento de crédito y que en los demás segmentos sus operaciones no superen los umbrales determinados por la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera...”

² Nota metodológica sobre las estadísticas monetarias y financieras: nueva segmentación de crédito; Banco Central del Ecuador, Recuperado:

https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/IEMensual/m1967/nota_monetaria.pdf,

Acceso [13 de octubre de 2020]

³ Código Orgánico Monetario y Financiero, Segundo suplemento de Registro Oficial No. 332, 12 de septiembre 2014; Normativa Vigente; Suplemento del Registro oficial 309, 21 –VIII-2018; Recuperado: <https://www.cosede.gob.ec/wp-content/uploads/2018/08/COMF.pdf>; Acceso [13 de octubre de 2020]



El artículo 194 del Código Orgánico Monetario y Financiero, en la sección 5 “De las Operaciones”, establece que las entidades financieras pueden realizar operaciones de conformidad con la autorización que le otorgue el respectivo órgano de control, específicamente en cuanto a las operaciones activas describe las siguientes:

“(…)

1. Otorgar préstamos hipotecarios y prendarios, con o sin emisión de títulos, así como préstamos quirografarios y cualquier otra modalidad de préstamos que autorice la Junta;
2. Otorgar créditos en cuenta corriente, contratados o no;
3. Constituir depósitos en entidades financieras del país y del exterior;
4. Negociar letras de cambio, libranzas, pagarés, facturas y otros documentos que representen obligación de pago creados por ventas a crédito, así como el anticipo de fondos con respaldo de los documentos referidos;
5. Negociar documentos resultantes de operaciones de comercio exterior;
6. Negociar títulos valores y descontar letras documentarias sobre el exterior o hacer adelantos sobre ellas;
7. Adquirir, conservar y enajenar, por cuenta propia o de terceros, títulos emitidos por el ente rector de las finanzas públicas y por el Banco Central del Ecuador;
8. Adquirir, conservar o enajenar, por cuenta propia, valores de renta fija, de acuerdo a lo previsto en la Ley de Mercado de Valores, y otros títulos de crédito establecidos en el Código de Comercio y otras leyes, así como valores representativos de derechos sobre estos;
9. Adquirir, conservar o enajenar contratos a término, opciones de compra o venta y futuros; podrán igualmente realizar otras operaciones propias del mercado de dinero, de conformidad con lo establecido en la normativa correspondiente;
10. Efectuar inversiones en el capital de una entidad de servicios financieros y/o una entidad de servicios auxiliares del sistema financiero para convertirlas en sus subsidiarias o afiliadas;
11. Efectuar inversiones en el capital de entidades financieras extranjeras, en los términos de este Código; y,
12. Comprar o vender minerales preciosos...”

Ahora bien, conforme la información constante en la denuncia, el operador económico PRODUBANCO sería una institución del sistema financiero ecuatoriano que inició operaciones en el sector corporativo en el año 1978. Además, Promerica Financial Corporation (Grupo Promerica) adquirió un porcentaje mayoritario de acciones de Produbanco, en el año 2014.⁴

Actividad Económica de los operadores económicos

⁴ PRODUBANCO Ecuador, Grupo Promerica, Recuperado: <https://www.produbanco.com.ec/qui%C3%A9nes-somos/produbanco/informaci%C3%B3n-institucional/>; Acceso: [13 de octubre de 2020]



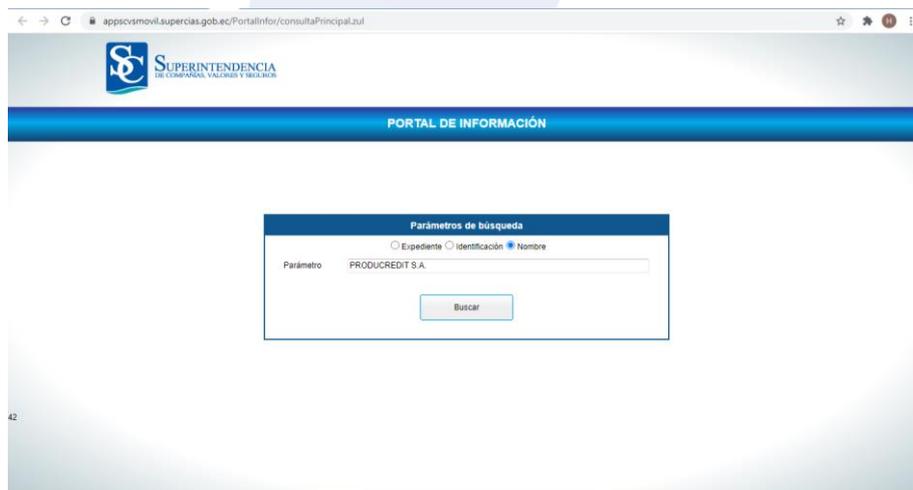
- **PRODUCREDIT ECUADOR S.A.**

El operador PRODUCREDIT ECUADOR S.A., conforme su página web, sería una entidad financiera que se dedica al desarrollo socioeconómico y brinda facilidades para la obtención de bienes (muebles e inmuebles)⁵, conforme consta a continuación:



Fuente: <https://www.producreditsa.com/>

Ahora bien, de la revisión de los catastros públicos de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros; Superintendencia de Bancos; Superintendencia de Economía Popular y Solidaria; y, Servicio de Rentas Internas, esta Intendencia no identificó datos registrados con el nombre de PRODUCREDIT S.A., conforme constan las siguientes imágenes.



⁵PRODUCREDIT Ecuador S.A.; Recuperado <https://producreditsa.com/nosotros.html>; Acceso: [13 de octubre de 2020]



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Superintendencia de Bancos - Sistema Financiero - Consulta de Catastro Público

Consulta de Catastro Público

En esta sección usted puede consultar información de las entidades del sistema financiero controlado de acuerdo a los siguientes parámetros: Oficina, Representante Legal, Directorio, Accionistas, Auditor Interno y Auditor Externo. Para dicho acceso, elija el tipo de institución (Banco, Sociedad Financiera, Mutualista, Casa de Cambio, otro) y luego especifique la institución de la que quiere consultar datos sobre los parámetros indicados, que le permitirá obtener la información requerida.

Consulta de Catastro:

Tipo de Institución:

- Seleccionar
- ADMINISTRACIONES VENCIBLES DE DEPÓSITOS
- BANCOS OFF SHORE
- BANCOS PRIVADOS ESTRAJEROS
- BANCOS PRIVADOS NACIONALES
- BANCOS DE INVERSIÓN EXOTICA
- CAJAS DE CAMBIO
- CORPORACIÓN DE TITULARIZACIÓN
- BANCOS Y ADMINISTRACIONES DE TÍTULOS DE CRÉDITO
- ENTIDADES OPERATIVAS EN EL EXTERIOR
- FONDOS COMPLEMENTARIOS PREVISIONALES CERRADOS
- GRUPOS FINANCIEROS
- INSTITUCIONES DE SEGURIDAD SOCIAL
- INSTITUCIONES FINANCIERAS PÚBLICAS
- OPC DE PRESENTACIÓN BANCOS EXTRANJEROS
- SERVICIOS AUXILIARES
- TARJETAS DE CRÉDITO

Fuente: Superintendencia de Bancos

servicios.seps.gob.ec/gosf-internet/paginas/consultarOrganizaciones.jsf

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

Servicios electrónicos

Consulta de organizaciones

RUC o Razón Social:

[Descarga catastro organizaciones activas S/ta](#) [Descarga catastro organizaciones en liquidación S/ta](#) [Descarga catastro organizaciones extintas S/ta](#)

Listado de organizaciones: (1 of 1)

RUC	Razón social	Provincia
	PRODUCCREDIT S.A.	

No se encontraron registros. Por favor verificar el criterio de búsqueda.

Fuente: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria



Obtenga los datos de contribuyentes registrados en el RUC (incluye: estado, tipo y clase, actividad, establecimientos registrados, entre otros).

RUC Razón social Nombre comercial

Consultar información del contribuyente

⚠ La búsqueda no generó resultados.

Nombre comercial

PRODUCREDIT S.A.

Consultar

Guía para contribuyentes

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Por lo que, de la información obtenida en las bases de acceso público antes referidas, esta Intendencia identificó que PRODUCREDIT S.A., con esta denominación no constaría registrada, por lo que es necesario que en la eventual etapa de investigación se identifique la actividad económica que realiza, los servicios que ofertaría, los ingresos por ventas, entre otros datos económico que permitan evidenciar el tamaño e incidencia del operador económico denunciado⁶.

De igual manera, en la página web del operador económico, constan los siguientes “productos”⁷:

- Produ Vehículos: Alternativa de **gestión para obtener un auto este puede ser nuevo o seminuevo** trabajamos a través de un monto de **capital desde 6000 hasta 25000 dólares** el cliente puede escoger el plazo tiempo de entrega dependiendo la entrada.
- Produ Motos: Alternativa **de gestión para obtener su moto ya sea nuevo o seminuevo trabajamos a través de un monto de capital desde 2000 hasta 8000 dólares** el cliente puede escoger el plazo tiempo de entrega dependiendo de la entrada.
- Produ Hogar: Alternativa de **gestión para obtener tu casa, terreno, oficina, departamento. Trabajamos a través de un monto de capital desde 10000 hasta 80000 dólares**, el cliente puede escoger el plazo tiempo de entrega dependiendo de la entrada.
- Produ Scooter: Alternativa de gestión **para obtener tu scuter trabajamos a través de un monto de capital desde 1000 hasta 3000** el cliente puedes escoger el plazo, tiempo de entrega dependiendo la entrada.

⁶ Lo indicado sin perjuicio de que el operador económico dentro del expediente presentó la escritura de constitución de la compañía.

⁷ Ecuador S.A., Producredit Financiamiento y Planificación de Bienes; Referencia: <https://www.producreditsa.com/productos.html>; Acceso: [13 de noviembre de 2020]



Este bien no necesita ningún tipo de licencia de conducir, es amigable con el ambiente (eléctrico), son ligeros y ágiles, mantenimientos reducidos. Stock de repuestos es para todo tipo de público (jóvenes, adultos y adultos mayores, desempeñan una función urbana.

En tal sentido, el operador denunciado tendría como actividad comercial la “gestión para obtener” autos, motos, casas, terrenos, oficinas, departamentos y scooter, a través de montos de capital dependiendo del bien y al plazo dependiendo de la entrada para cada caso.

Ahora bien, en el escrito de explicaciones, el operador denunciado, señaló que: “... La COMPAÑÍA ANONIMA PRODUCREDIT ECUADOR S.A. tiene como objeto el asesoramiento en la implementación de políticas, mecanismos y procesos para facilitar la compraventa programada de vehículos nuevos y/o usados, bienes muebles e inmuebles...”

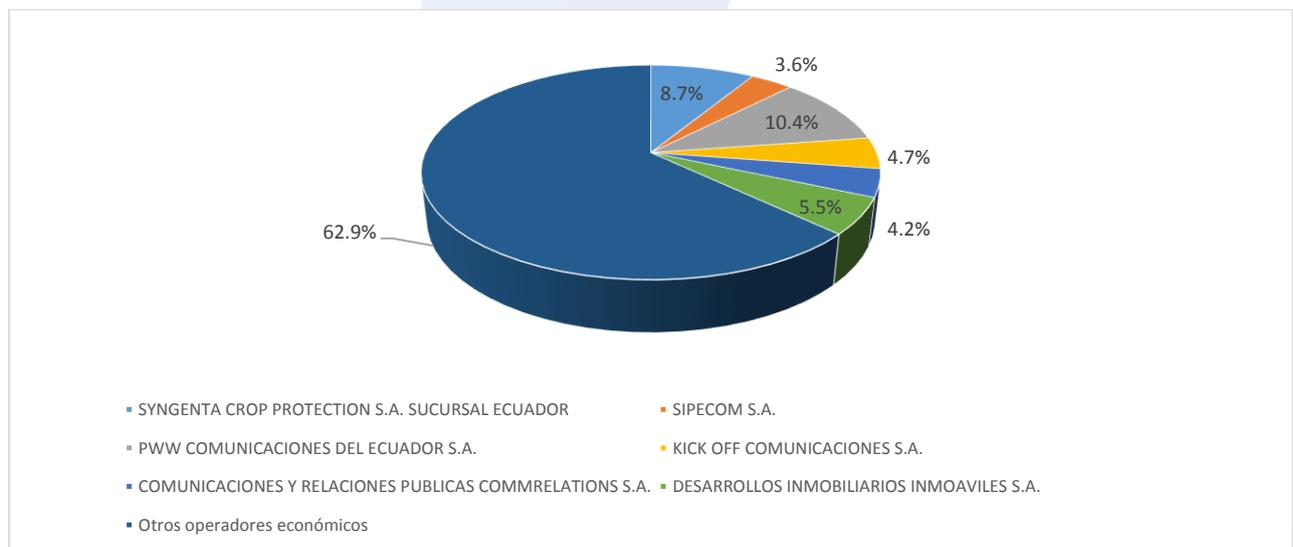
Además, manifestó que:

“... De ahí que en todo sentido la compañía ratifica que sus servicios no tienen nada que ver con la función de una entidad financiera y así lo ratifica en su Estatuto de constitución cuando menciona que: **La compañía, sin embargo, no podrá realizar las operaciones de captar recursos de terceros, intermediación financiera de ninguna otra específicamente reservada a otro tipo de entidades...**”

Finalmente, el 18 de septiembre de 2020, el operador denunciado habría hecho la reserva de la denominación de PRODUCREDIT ECUADOR S.A., en la actividad económica principal CIUU No. M7020.01, “servicios de asesoramiento, orientación y asistencia operativa a las empresas y a la administración pública en materia de relaciones públicas y comunicaciones...”

En tal sentido, a fin de identificar los operadores económicos que actuarían en el año 2020, en dicha actividad económica, esta Intendencia consultó la base de información pública de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, con el siguiente detalle:

Gráfico 1: Operadores económicos en la actividad M7020.01, año 2019



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros
Elaboración: Dirección Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales



En la actividad económica CIU No. M7020.01 “*Servicios de asesoramiento, orientación y asistencia operativa a las empresas y a la administración pública en materia de relaciones públicas y comunicación*”, estaría conformado por alrededor de 237 operadores económicos.

El operador económico con mayor participación es PWW COMUNICACIONES DEL ECUADOR S.A. con el 10%, seguido de SYNGENTA CROP PROTECTION S.A. SUCURSAL ECUADOR con el 9%, en tercer lugar se encuentra DESARROLLOS INMOBILIARIOS INMOAVILES S.A. con el 6%, el cuarto y quinto lugar esta KICK OFF COMUNICACIONES S.A. y COMUNICACIONES Y RELACIONES PUBLICAS COMMRELATIONS S.A., con participaciones de 4,7% y 4,2% respectivamente; el resto del sector conforman el 62,9% con porcentajes individuales menores al 1%.

Ahora bien, de acuerdo con el escrito presentado por el denunciado, el 16 de noviembre de 2020, a las 12h00, con Id 176577, describe a su actividad económica como: “*Diseñar, estructurar y asesorar a terceros en general, en la implementación de políticas, mecanismos y procesos para facilitar la compra venta programada de vehículo nuevos y/o usados, bienes muebles e inmuebles en general y/o servicios, a través de círculos, grupos o clubes de compra o cualquier otra forma de transferencia de dominio...*”.

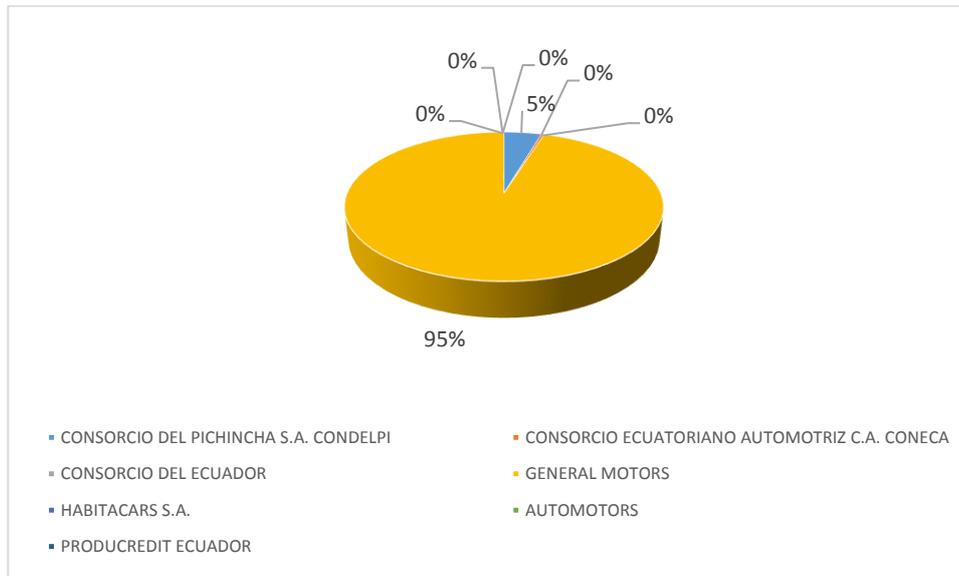
Así también, al consultar cuales serían sus competidores, el operador denunciado identificó que a las siguientes:

- Consorcio Pichincha
- Coneca
- Consorcio del Ecuador
- Chevy Plan⁸
- Habita Cars
- Automotors

Con esta información, esta Intendencia, en el mercado definido como “*venta de vehículos usados y nuevos bajo el sistema de consorcio, planificación, adquisición y venta de bienes muebles e inmuebles*” identificó las siguientes participaciones:

Gráfico 2: Operadores económicos que competirían con PRODUCREDIT

⁸ ChevyPlan.- empresa perteneciente a General Motors y a la red de concesionarios Chevrolet, su actividad se centra en el asesoramiento para la obtención de vehículos; Referencia <https://www.chevyplan.com.ec/quienes-somos/>; Acceso [16 de noviembre de 2020]



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros
Elaboración: Dirección Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales

El operador económico con mayor participación sería GENERAL MOTORS⁹ con el 95%, seguido de Consorcio del Pichincha S.A., CONDELPI con el 5% de participación, el resto de los participantes en este sector tendrían una participación menor del 0,3%.

El operador denunciado, en comparación con sus competidores identificados, **tendría una participación del 0,0001%.**

Así también, al incluir al operador económico PRODUCREDIT, en la actividad económica CIU No. M7020.01 “*Servicios de asesoramiento, orientación y asistencia operativa a las empresas y a la administración pública en materia de relaciones públicas y comunicación*”, el operador denunciado **tendría una participación del 0,001%, con una facturación única en el año 2020, de USD. 583.**¹⁰

Por el análisis realizado, esta Intendencia considera que, preliminarmente, dicho mercado estaría atomizado¹¹, y que existen operadores económicos con una participación importante; por lo que, hasta el momento, no existirían indicios de que el operador económico denunciado pudiera ejercer afectación en el mercado.

En adición, por las características del denunciado, esto es, el tamaño del operador, que estarían en el mercado menos de dos meses, el nivel de ingresos percibidos, y el número de oferentes en

⁹ La información considerada para el cálculo de participación, del operador económico General Motors, fue la variable Ingreso Total; esto debido a que ChevyPlan sería una empresa perteneciente a General Motors y a la red de concesionarios Chevrolet.; Referencia <https://www.chevy-plan.com.ec/quienes-somos/>; Acceso [16 de noviembre de 2020]

¹⁰ Información remitida por el operador económico PRODUCREDIT, cuestionario 1, pregunta 1, parte 2. Por el servicio denominado PRO VEHÍCULOS. De los servicios PROMOTOS y PROSCOOTERS dicho operador hasta la fecha no ha percibido ningún ingreso.

¹¹ Dividir algo en partes sumamente pequeñas. Definición tomada del Diccionario de la lengua española. Recuperado de: <https://dle.rae.es/atomizar>. Además, en términos económicos, se refiere a la existencia de un gran número de compradores y vendedores en el mercado.



los mercados preliminares, difícilmente su comportamiento podría distorsionar los mercados analizados.

- **Banco de la Producción S.A. PRODUBANCO**

Por otro lado, la actividad económica principal del operador PRODUBANCO, conforme la información pública del Servicio de Rentas Internas (en adelante SRI), corresponde a la “*Actividades de intermediación monetaria realizada por la banca comercial.*” como se detalla a continuación:

Consulta de RUC

RUC
1790368718001

Razón social
BANCO DE LA PRODUCCION S.A. PRODUBANCO

Estado contribuyente en el RUC
ACTIVO

Nombre comercial
PRODUBANCO

Representante legal

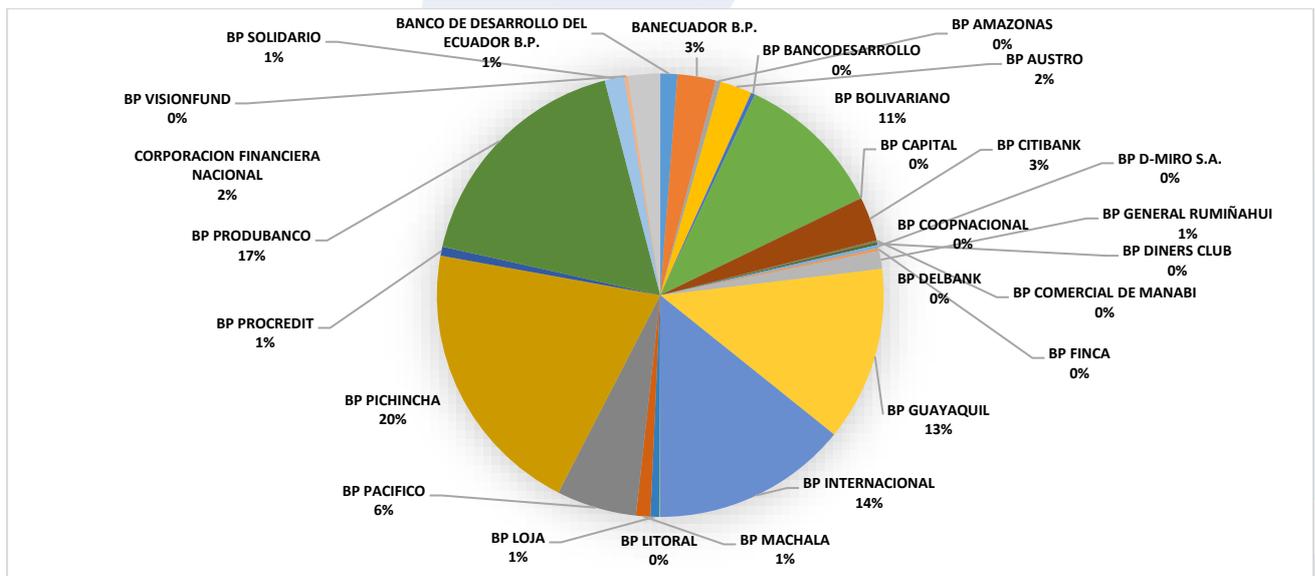
Nombre: PAREDES DIAZ MARTHA CECILIA
Cédula/RUC: 1704580123

Actividad económica principal

ACTIVIDADES DE INTERMEDIACION MONETARIA REALIZADA POR LA BANCA COMERCIAL.

En el gráfico 1, esta Intendencia identificó *a priori*, que en el mercado de entidades financieras que realizan operación de crédito existen 27 instituciones que brindan este servicio, como se detalla a continuación:

Gráfico 3: Volumen de Crédito – Entidades del sector financiero año 2019



Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Dirección Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales

La entidad con mayor participación es BP de Pichincha con el 20%, seguido de BP Produbanco con el 17%, en tercer lugar, el operador BP Internacional con el 14%, seguido por BP Guayaquil con el 13%, y en quinto lugar se encuentra el operador BP Bolivariano con el 11%, el resto del mercado tiene un porcentaje de participación menor al 10%.

Conforme los créditos solicitados a las entidades financieras, esta Intendencia identifica lo siguiente:

Gráfico 4: Volumen de Crédito – Tipo de crédito año 2019



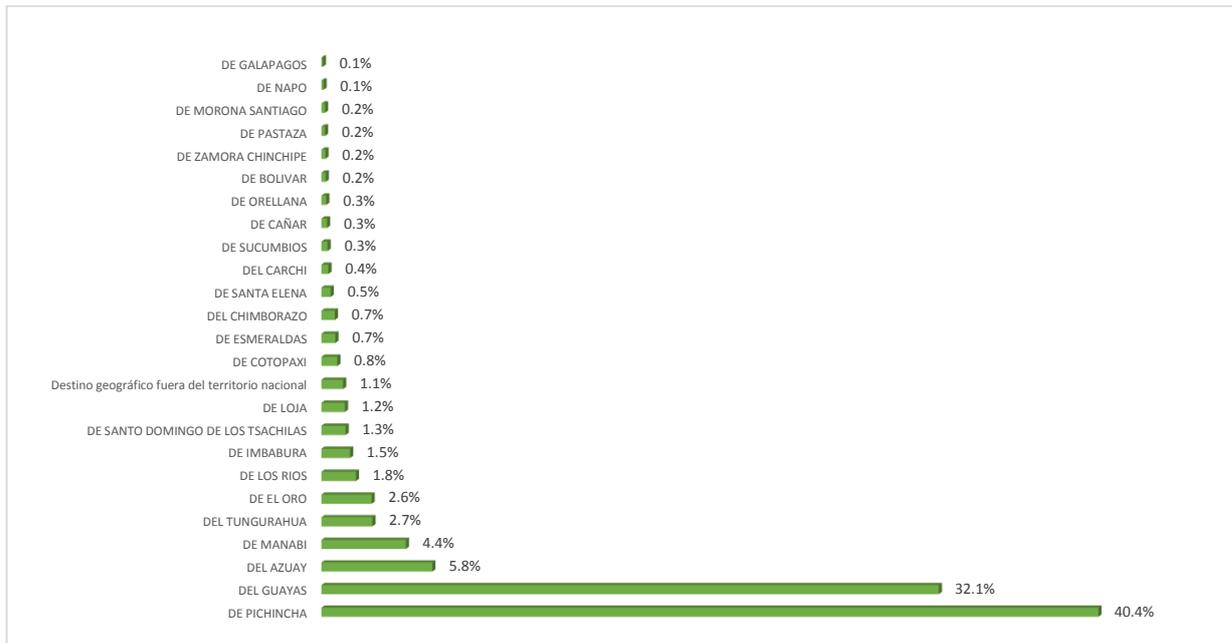
Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Dirección Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales

Los principales tipos de crédito demandados en el Ecuador, serían los siguientes: crédito comercial prioritario corporativo con el 49%; seguido por créditos de consumo prioritario con el 10%; en tercer lugar están los créditos comerciales prioritarios empresariales y de pymes con el 8,2% y 8,1% respectivamente; en el cuarto puesto se encuentran los créditos comerciales ordinarios con el 5,2%; y, en quinto lugar los microcréditos de acumulación amplia con el 4,8%, los demás créditos tienen porcentajes de participación menor al 4%.

Por otro lado, de acuerdo con el volumen de crédito, las provincias donde tienen mayores cuotas serían:

Gráfico 5: Volumen de Crédito –Por provincia año 2019



Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Dirección Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales

La provincia con mayor volumen de crédito es la provincia de Pichincha con el 40,4%; seguido de Guayas con el 32,1%; en tercer Azuay con el 5,8%; en cuarto lugar, se encuentra Manabí con el 5,8%; y, en quinto lugar Tungurahua con el 2,7%, las demás provincias tienen participaciones menores al 2%.

Por el análisis realizado, esta Intendencia considera que, conforme las actividades económicas identificadas donde participan tanto el denunciante como el denunciado, serían:

- De manera preliminar, esta Intendencia identifica que para el año 2019 dentro de la actividad: “*Actividades de intermediación monetaria realizada por la banca comercial.*”; en cuanto al volumen de créditos otorgados por entidades financieras; el operador BP de Pichincha tiene la mayor participación con el 20%; **seguido de BP Prodebanco con el 17%**; en tercer lugar el operador BP Internacional con el 14%; en cuarto lugar por BP Guayaquil con el 13%; y, en quinto lugar se encuentra el operador BP Bolivariano con el 11%, el resto del mercado tendrían una participación menor al 10%.
- Por otro lado, el operador económico denunciado, conforme consta en su página web, PRODUCREDIT S.A., sería una: *compañía direccionada al desarrollo socioeconómico brindando facilidades para la obtención de bienes (muebles e inmuebles)*. Conforme su escrito de explicaciones, el operador a partir de su constitución, octubre de 2020, participaría en la actividad económica CIIU No. M7020.01, “*Servicios de asesoramiento, orientación y asistencia operativa a las empresas y a la administración pública en materia de relaciones públicas y comunicación*”.

En dicha actividad, en el año 2019, los operadores económicos principales son: PWW COMUNICACIONES DEL ECUADOR S.A. con el 10%, seguido de SYNGENTA CROP PROTECTION S.A. SUCURSAL ECUADOR con el 9%, en tercer lugar se encuentra



DESARROLLOS INMOBILIARIOS INMOAVILES S.A. con el 6%, el cuarto y quinto lugar esta KICK OFF COMUNICACIONES S.A. y COMUNICACIONES Y RELACIONES PUBLICAS COMMRELATIONS S.A. con participaciones de 4,7% y 4,2% respectivamente; el resto del sector representarían el 62,9% con porcentajes individuales menores al 1%.

Así también, conforme los ingresos por ventas del operador recibidos por PRODUCREDIT, esta Intendencia identificó lo siguiente:

- En el mercado definido como “venta de vehículos usados y nuevos bajo el sistema de consorcio, planificación, adquisición y venta de bienes muebles e inmuebles” esta Intendencia, identificó que: El operador económico con mayor participación sería GENERAL MOTORS¹² con el 95%, seguido de Consorcio del Pichincha S.A., CONDELPI con el 5% de participación, el resto de participantes en este sector tendrían una participación de menor del 0,3%. El operador denunciado, en comparación con sus competidores identificados, **tendría una participación del 0,0001%.**
- Así también, al incluir al operador económico PRODUCREDIT, en la actividad económica CIIU No. M7020.01 “Servicios de asesoramiento, orientación y asistencia operativa a las empresas y a la administración pública en materia de relaciones públicas y comunicación”, el operador denunciado **tendría una participación del 0,001%, con una facturación única en el año 2020, de USD. 583.**¹³

En tal sentido, esta Intendencia evidencia que, tanto en los servicios de asesoramiento como la planificación de adquisición de bienes muebles e inmuebles, existen operadores que su conjunto representan más del 40% del mercado preliminar, y que incluso han mantenido su predominancia, conforme el análisis realizado con la información de la SUPERCIAS.

En adición, conforme la información correspondiente los ingresos por ventas percibidos por el operador denunciado, representaría menos del 0,001% del mercado. Así como también, al identificar que existen operadores importantes en cada actividad, y que, al compararlos incluso con el número de clientes del BP PRODUBANCO, las actuaciones del operador económico PRODUCREDIT, no tendrían la capacidad suficiente de distorsionar este mercado. En tal sentido, por sus características, *a priori*, no podría generar un falseamiento al régimen de competencia.

Mercado Geográfico

El artículo 5 de la LORCPM con relación al mercado geográfico establece:

“El mercado geográfico comprende el conjunto de zonas geográficas donde están ubicadas las fuentes alternativas de aprovisionamiento del producto relevante. Para determinar las alternativas

¹² La información considerada para el cálculo de participación, del operador económico General Motors, fue la variable Ingreso Total; esto debido a que ChevyPlan sería una empresa perteneciente a General Motors y a la red de concesionarios Chevrolet.; Referencia <https://www.chevy-plan.com.ec/quienes-somos/>; Acceso [16 de noviembre de 2020]

¹³ Información remitida por el operador económico PRODUCREDIT, cuestionario 1, pregunta 1, parte 2. Por el servicio denominado PRO VEHÍCULOS. De los servicios PROMOTOS y PROSCOOTERS dicho operador hasta la fecha no ha percibido ningún ingreso.

de aprovisionamiento, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado evaluará, entre otros factores, los costos de transporte, las modalidades de venta y las barreras al comercio existentes”.

Respecto del mercado geográfico, éste comprende la zona geográfica en que los operadores económicos que conforman el mercado del producto desarrollan sus actividades, en condiciones suficientemente homogéneas, pero en condiciones de competencia distintas de otros territorios próximos o vecinos.¹⁴

Ahora bien, en cuanto al alcance geográfico, conforme consta en la dirección de la página web del denunciado¹⁵, sería en la ciudad de Quito, en la Av. Diego de Almagro 1101, en tal sentido, de manera preliminar el mercado geográfico sería de ámbito local en la ciudad de Quito.

Es importante indicar, que el alcance geográfico, estaría delimitado por las zonas donde estarían ubicadas las fuentes alternativas de aprovisionamiento de los productos investigados, en tal sentido, al identificar que la comercialización de los servicios del denunciado sería, *a priori*, prestados en la ciudad de Quito, no se observarían costos significativos de transporte o barreras de comercio existentes.

En tal sentido, el mercado geográfico de la presente investigación estaría en la ciudad de Quito, es decir, sería de alcance local. Lo indicado, sin perjuicio de que se pueda precisar dicha definición con la aplicación de las herramientas contempladas en Resolución N.º 11 de la Junta de Regulación de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado.

5.3. Los bienes o servicios similares presuntamente afectados

En este sentido, como lo manifiesta Jiménez y Cañizares, uno de los recursos más utilizados para fundamentar la definición de mercado relevante es el de realizar el análisis de las características técnicas de los productos o del precio¹⁶. Por este motivo, a continuación, la Intendencia realiza un análisis descriptivo de las propiedades y finalidad de uso del producto investigado y sus eventuales competidores.

Al respecto, de manera general, el denunciante manifestó que los servicios objeto de investigación estarían relacionados con los: “... Servicios financieros aprobados y autorizados por los Organismos de Control competentes”. Así también, señaló que el artículo 194 del Código Monetario y Financiero determina las operaciones que pueden realizar las entidades del sistema financiero conforme con la autorización que le otorgue el respectivo organismo de control.

Por otro lado, el operador económico denunciado, comercializaría “*servicios de gestión y asesoramiento para facilitar la compraventa un bien*”.

¹⁴ Comunicación relativa a la definición del mercado relevante a efectos de la normativa comunitaria en materia de competencia. Eur-Lex, Diario Oficial de la Unión Europea, Diario Oficial n.º C372, 09/12/1997, p. 0005 – 0013, [Online], disponible: [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31997Y1209\(01\):ES:HTML](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31997Y1209(01):ES:HTML) [Accedido 5 septiembre 2013].

¹⁵ Información obtenida de : <https://www.producreditsa.com/contacto.html>

¹⁶ Jiménez, F. y Cañizares, E. (2005) *Dificultades para la definición del mercado relevante*. Recuperado de: <http://www.uv.es/~frequena/estructura/NERA.pdf>. Accedido: [12 de diciembre de 2016].



En tal sentido, tanto en el eslabón de asesoramiento, como el de otorgamiento de crédito, podrían existir diversos servicios similares, de conformidad con los tipos de crédito establecidos en el Código Monetario Financiero.

En consecuencia, la necesidad que buscaría satisfacer el consumidor por estos servicios sería: en primer lugar obtener el asesoramiento para la obtención de un crédito; y en segundo lugar, el otorgamiento de créditos, dependiendo de las diferentes líneas de crédito, características del bien, plazo, y distintas especificidades para cada solicitante.

Por lo que esta Intendencia identifica, de manera preliminar, como posibles productos sustitutos a los demás créditos con sus productos diferenciados que se quiera adquirir, situación que deberá ser verificada por esta Autoridad con la aplicación de las pruebas de sustitución de la demanda y oferta contempladas en Resolución N.º 11 de la Junta de Regulación de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado.

En tal sentido, es importante considerar que, en la definición de este mercado, por la etapa procesal en la que se encuentra el expediente, esta Intendencia, de ser necesario, podrá identificar elementos cualitativos y cuantitativos para la definición precisa de los bienes similares afectados dentro de los mercados relevantes pertinentes.

5.4. La duración de la conducta

En cuanto al periodo de tiempo aproximado de la duración de la conducta, el denunciado indicó:

“La conducta desleal del DENUNCIADO continúa hasta la presente fecha. Sin embargo, por las investigaciones que se han realizado, especialmente en las redes sociales del DENUNCIADO, la conducta denunciada inició el 24 de agosto de los corrientes. Esta fecha consta como primera publicación en redes sociales (Facebook) del DENUNCIADO.”

Por su parte, el operador denunciado, dentro de su escrito de explicaciones, señaló:

“Cabe destacar que si bien es cierto la compañía PRODUCREDIT ECUADOR S.A., tuvo su primera publicación en su Página de Facebook el 24 de Agosto de 2020 fue debido a que se encontraba un estudio de mercado donde se evaluó las necesidades y principales dudas que el cliente tiene al momento de adquirir un vehículo u otro bien, pero al no estar Constituidos aun como una persona jurídica no se encontraban haciendo operaciones económicas de ningún tipo, porque mal podría considerarse que se ha estado aprovechando de la reputación o engañando al consumidor bajo parámetros que no estuvieron ofertando en ningún momento...”

Además, manifestó que el periodo de la duración de la conducta debería considerarse a partir de, 18 de septiembre de 2020, que se habría hecho la reserva de la denominación de PRODUCREDIT ECUADOR S.A., en la actividad económica principal CIU No. M7020.01, “servicios de asesoramiento, orientación y asistencia operativa a las empresas y a la administración pública en materia de relaciones públicas y comunicaciones...”

Por lo mencionado, es importante señalar, que el artículo 3 de la LORCPM, establece:



“...Para la aplicación de esta Ley la autoridad administrativa determinará **la naturaleza de las conductas investigadas, atendiendo a su realidad y efecto económico**. La forma de los actos jurídicos utilizados por los operadores económicos no enerva el análisis que la autoridad **efectúe sobre la verdadera naturaleza de las conductas subyacentes a dichos actos...**”
(Énfasis añadido)

En tal sentido, esta Intendencia identifica que, si bien el operador económico, en su escrito ingresado el 16 de noviembre de 2020, a las 12h00, con Id 176577; menciona que la fecha de constitución sería el 07 de octubre de 2020, así también aclara:

“... como consta en la absolución de denominación de fecha 18 de septiembre de 2020, con número de reserva; 7899229 fue aprobada la denominación de PRODUCREDIT ECUADOR S.A.; con lo que se inició el proceso el proceso de constitución y formación de la compañía antes mencionada, proceso que de acuerdo el tramite No. 82277-0041-20 de la Superintendencia de Compañías, se encuentran en revisión para su posterior resolución y aprobación”

Esta Intendencia también verificó, conforme consta en el expediente, habría realizado su primera publicación en redes sociales Facebook, a partir del mes agosto de 2020; en tal sentido, de acuerdo con la verdadera naturaleza de las presuntas conductas, la temporalidad, estaría comprendida desde el mes de agosto de 2020 hasta la actualidad.

Esto sin perjuicio, de que, en una eventual etapa de investigación, de ser necesario, se identifiquen nuevos elementos que permitan a esta Autoridad precisar la temporalidad de las conductas denunciadas.

5.5. La identificación de las partes

En calidad de denunciante: *“Doctor Jorge Iván Alvarado Carrera, portador de la cédula de ciudadanía No. 1710540368 (...) en mi calidad de Secretario General de **Banco de la Producción S.A. PRODUBANCO** con domicilio en el Centro Corporativo Ecopark, Torre Uno, Avenida Simón Bolívar y Vía a Nayón (...)*”

En calidad de denunciado: “PRODUCREDIT ECUADOR S.A.” domiciliado en la ciudad de Quito, en las calles Diego de Almagro y Pinta 1101, parroquia La Mariscal.

5.6. La relación económica existente con conducta

Respecto de la relación económica existente con la conducta, el denunciante, mediante su escrito de complemento, señaló que:

“... PRODUCREDIT aprovechándose de la reputación de PRODUBANCO, intenta posicionarse en el mercado confundiendo a los consumidores. Esto, constituye un peligro inminente a PRODUBANCO por dos razones fundamentales:

1. El consumidor podría considerar a PRODUCREDIT relacionado con PRODUBANCO ya que la imagen del primero es casi exacta a la del Banco. El comportamiento natural de los consumidores se vería afectado ya que estaría en duda la procedencia de los servicios que brinda el DENUNCIADO.
2. La reputación del BANCO podría verse gravemente afectada si los consumidores relacionan a PRODUBANCO con el denunciado. La razón por la que el DENUNCIADO utiliza una imagen casi



idéntica a la del BANCO, es porque dicha imagen genera confianza y seguridad en los consumidores. Confianza que es un activo invaluable para PRODUBANCO.

Por todo lo mencionado, las conductas desleales que se han mencionado tienen directa relación con PRODUCREDIT por tanto es el operador económico a través de su publicidad, imagen, empleados y administradores, quien las comete...”

5.7.- La relación de los elementos de prueba presentados.-

El denunciante adjuntó la siguiente documentación:

- Título No. SENADI_2020_TI_724 otorgado por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales a favor de PRODUBANCO. (ANEXO 1).
- Título No. SENADI_2018_TI_8032 por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales a favor de PRODUBANCO. (ANEXO 2).
- Título No. SENADI_2018_TI_8033 por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales a favor de PRODUBANCO. (ANEXO 3).
- Título No. SENADI_2018_TI_8581 por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales a favor de PRODUBANCO. (ANEXO 4).
- Título No. SENADI_2018_TI_8584 por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales a favor de PRODUBANCO. (ANEXO 5).
- Título No. SENADI_2018_TI_9292 por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales a favor de PRODUBANCO. (ANEXO 6).
- Título No. SENADI_2018_TI_10539 por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales a favor de PRODUBANCO. (ANEXO 7).
- Título No. SENADI_2018_TI_10894 por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales a favor de PRODUBANCO. (ANEXO 8).
- Título No. SENADI_2018_TI_7695 por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales a favor de PRODUBANCO. (ANEXO 9).
- Fotografía de parte frontal de almacén de PRODUCREDIT S.A. ubicado en la calle Diego de Almagro 1101 y Pinta en la ciudad de Quito (ANEXO 10).
- Captura de pantalla de página de Facebook (ANEXO 11).
- Captura de pantalla de página web de PRODUCREDIT. (ANEXO 12).

Por otro lado, el denunciado adjuntó a su escrito de explicaciones losiguiente:

- Informe técnico de marca realizado por BIG DIGITAL EC.
- Certificado de Registro de Título, del señor Romero Cardenas Henry
- Absolución de denominaciones de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, de 18 de septiembre de 2020.
- Nombramiento del gerente general, de 23 de octubre de 2020
- Copia de la inscripción en el registro mercantil, del nombramiento con No. 41444, de 28 de octubre de 2020.
- Escritura No. 2020171046p02410 de la Constitución de la Compañía, de 07 de octubre de 2020.
- Copia de la inscripción en el registro mercantil, de la constitución de la compañía, con No. 39825, de 18 de octubre de 2020.
- Tres fotografías de la nueva imagen del operador denunciado.

SEXTO.- ANÁLISIS JURÍDICO



A efectos de realizar el análisis jurídico sobre los documentos que obran del expediente, esta Intendencia ha considerado necesario resumir los parámetros de la denuncia y escrito de aclaración presentado por el denunciante; así como el escrito de explicaciones presentado por el denunciado. Con base en ello, se identificará si existen indicios sobre el presunto cometimiento de las presuntas prácticas desleales denunciadas.

6.1. DE LA DENUNCIA

En su denuncia, PRODUBANCO señaló como conductas denunciadas a los actos de confusión y explotación de la reputación ajena, conductas tipificadas en los números 1 y 6 artículo 27 de la LORCPM.

En relación con los actos de confusión, manifestó que:

“(…) Como se puede observar en los Anexos 10, 11 y 12 de la presente denuncia, los signos distintivos y gama de colores que utiliza el DENUNCIADO son similares a los de PRODUBANCO y a sus marcas registradas para identificar sus productos financieros, por lo que podría acarrear una confusión entre PRODUCREDIT y PRODUBANCO en los consumidores. Como ya se mencionó en el punto cuarto de los antecedentes de esta denuncia, PRODUBANCO es titular de las marcas de servicios PRODUBANCO GRUPO PROMERICA & DISEÑO VERTICAL, PRODUBANCO PROMERICA & DISEÑO HORIZONTAL, entre otros. Las marcas mencionadas se encuentran debidamente registradas en el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales con números de título SENADI_2018_TI_8032, SENADI_2018_TI_8033, SENADI_2018_TI_8581, SENADI_2018_TI_8584, SENADI_2018_TI_9292, SENADI_2018_TI_10539, SENADI_2018_TI_10894 y SENADI_2019_TI_7695. Adicionalmente, el DENUNCIADO utiliza la composición de PRODU y CREDIT al igual que PRODUBANCO utiliza PRODU y BANCO (…).”

En adición el denunciante señaló que PRODUBANCO sería el titular de la denominación PRODUCREDITO AUTOLIQUIDABLE PRODUBANCO, la cual, también estaría registrada en el SENADI con el título SENADI_2020_TI_724.

Además, respecto de los signos distintivos determinó:

(…) Los signos distintivos de PRODUBANCO, corresponden a la identificación comercial y empresarial del Banco; el mercado reconoce a PRODUBANCO por los signos mencionados, los relaciona directamente con su impecable trayectoria en más de cuarenta años, su solidez y reconocida solvencia. Las enormes similitudes entre signos distintivos podrían conllevar a confusión en los clientes que quisieran relacionarse con el Banco, afectando de manera directa el comportamiento económico de los consumidores (…)

Son los proveedores de servicios, quienes tienen la obligación legal de entregar al consumidor información fidedigna y veraz, que no cause confusión. Los consumidores deben estar plenamente conscientes del servicio contratado y del operador económico que presta dicho servicio, actuaciones desleales, ilegítimas e ilegales como las de PRODUCREDIT, impiden que los consumidores realicen decisiones educadas generando inseguridad en el mercado. Es más, PRODUBANCO enfrenta un inminente riesgo de asociación poniendo en peligro su clientela y reputación en el mercado (…)



Respecto, de la supuesta explotación de la reputación ajena, en lo principal, manifestó que:

PRODUBANCO es un Banco que se **ha posicionado en el mercado y es reconocido de manera nacional e internacional por ser un Banco de excelencia que pertenece al Grupo regional Promerica**, preocupado por sus clientes, sus operaciones y el desarrollo del país. El DENUNCIADO está aprovechando de manera ilegítima la reputación que PRODUBANCO ha construido con el mercado financiero nacional. El actuar del DENUNCIADO pone en riesgo el bienestar de los usuarios, de los consumidores, del mercado, de la competencia leal y la eficiencia económica.

PRODUBANCO **no mantiene ninguna relación estratégica comercial, convenio de presencia de marcas u algún otro acuerdo comercial con PRODUCREDIT, por lo cual no existe autorización expresa o tácita de PRODUBANCO para el uso de su marca, nombre y logotipo por parte de PRODUCREDIT**. De igual manera, PRODUBANCO no ha autorizado el uso total o parcial de manera tácita o expresa de su marca, nombre o logotipo PRODUCREDITO AUTOLIQUIDABLE PRODUBANCO al DENUNCIADO. (Énfasis añadido)

Sin embargo, al considerar que la denuncia no era clara y estaba incompleta, esta Intendencia ordenó al denunciante que complete y aclare la denuncia. Al respecto, el denunciante realizó las siguientes aclaraciones, sobre la conducta de explotación de la reputación ajena:

En el caso que nos ocupa, si bien el DENUNCIADO no menciona que los servicios que utiliza son de similares a los que presta PRODUBANCO, el hecho que esté utilizando una denominación casi idéntica a la que es de titularidad de PRODUBANCO, ya constituye un aprovechamiento de la reputación del Banco ya que induce al error al consumidor. Si esto no fuera cierto, el DENUNCIADO no usaría la misma paleta de colores y signos que PRODUBANCO.

Finalmente, respecto de los bienes o servicios afectados, el denunciante señaló que los servicios constantes en la página web del denunciado: *“El lenguaje utilizado por el DENUNCIADO en la oferta de servicios puede ser confundido por los servicios que ofrece de manera autorizada el sistema financiero en el país...”*.

6.2. Del escrito de explicaciones presentado por la compañía PRODUCREDIT ECUADOR S.A.

El denunciado manifestó que su denominación sería PRODUCREDIT ECUADOR S.A., de acuerdo con la escritura pública de constitución de compañía de 7 de octubre de 2020 que adjuntó a su escrito de explicaciones.

Añadió que, de conformidad con su escritura de constitución, tendría un objeto social distinto al de la intermediación financiera y que realizaría políticas para facilitar a terceros la compraventa de vehículos, así como de bienes muebles e inmuebles en general. Es decir, no tendría la misma actividad económica de PRODUBANCO.

También argumentó que la denominación PRODUCREDIT, habría sido reservada en la Superintendencia de Compañías. Para el efecto, adjuntó las copias de la reserva de nombre, realizada ante la Superintendencia de Compañías. Por otra parte, indicó que cuando PRODUBANCO adujo que las denominaciones de ambas compañías son casi idénticas se contradice con su pretensión sobre la explotación de la reputación ajena toda vez que reconocería que existe cierta diferencia entre los logos. Además, recalcó que el nombre de la denunciada es PRODUCREDIT Ecuador S.A., con la siguiente leyenda: “Financiamiento Automotriz & Bienes Inmuebles”, por lo que sus actividades económicas serían distintas.

Respecto de la duración de la conducta mencionó que, si bien su primera publicación en Facebook se realizó el 24 de agosto de 2020, se debió a la realización de un estudio de mercado, pero que recién se constituyó como compañía en octubre de 2020.

Finalmente, PRODUCREDIT ECUADOR S.A., señaló que:

“... es una compañía que desde su creación ha actuado bajo los parámetros que la ley establece, empieza siendo una idea que se materializa independientemente de la actividad económica pues para nosotros ha sido importante conocer cuál es el criterio de nuestros clientes previo a lanzarnos a ofertar nuestros servicios (...) por lo que suena absurdo creer que PRODUCREDIT ECUADOR S.A., supuestamente pretenda engañar a sus clientes utilizando el renombre del cual PRODUBANCO obtiene no solo a nivel nacional sino también a nivel internacional. Recalcando que nuestra empresa no se atribuye en ningún momento servicios que califican dentro de los establecido con el artículo 194 del Código Monetario Financiero...”

6.2.1. Petición

El operador denunciado, manifestó:

“... se tenga en cuenta por su Autoridad que la Compañía PRODUCREDIT ECUADOR S.A., tal y como se demuestra por la documentación que adjuntamos se encuentra recién constituida el 07 de octubre del presente año...”

Además, solicitó:

- Se acepten las modificaciones realizadas en la publicidad de PRODUCREDIT ECUADOR S.A., por un Tecnólogo de Diseño Gráfico Calificado de acuerdo al registro SENESCYT (...)
- Se acepten las disculpas que ofrece la Compañía PRODUCREDIT ECUADOR S.A., a PRODUBANCO por las molestias que derivaron de la presente situación



- Se desechen las pretensiones solicitadas por el Denunciante en su denuncia y se archive el Expediente.

6.3. Análisis Jurídico

Con base en las principales argumentaciones de los operadores económicos denunciante y denunciado, esta Intendencia formula el siguiente problema jurídico:

PJ1: ¿Existen indicios sobre el cometimiento actos de confusión y explotación de la reputación ajena por parte del operador económico PRODUCREDIT ECUADOR S.A., en el marco de la LORCPM?

A fin de dar solución al problema jurídico planteado esta Autoridad realiza el presente análisis.

6.3.1. Actos de confusión

En relación con la conducta de competencia desleal de confusión, el artículo 27 de la LORCPM determina:

“Art. 27.- Prácticas Desleales.- Entre otras, se consideran prácticas desleales, las siguientes: (...)

1.- Actos de confusión.- Se considera desleal toda conducta que tenga por objeto o como efecto, real o potencial, crear confusión con la actividad, las prestaciones, los productos o el establecimiento ajenos.

En particular, se reputa desleal el empleo o imitación de signos distintivos ajenos, así como el empleo de etiquetas, envases, recipientes u otros medios de identificación que en el mercado se asocien a un tercero”.

Respecto de los actos de confusión, Massaguer manifiesta que:

“... el acto de confusión como comportamiento de toda clase idóneo para crear confusión con la actividad, las prestaciones o el establecimiento ajenos, circunstancia que se atiende producida ya cuando es apto para crear un riesgo de asociación por parte de los consumidores respecto de su procedencia empresarial. De este modo, el centro de gravedad de la deslealtad parece situarse en la expropiación de las ventajas competitivas ligadas a otro sujeto, sea a su actividad, establecimiento o prestaciones (deslealtad frente a los competidores); sin embargo, el reproche de deslealtad se asienta en la reacción de los consumidores ante el suministro de una información que no se corresponde con la realidad (deslealtad frente a los consumidores)”.

En ese orden de ideas, los actos de confusión se configuran cuando un operador económico realiza actos encaminados a que los consumidores asocien sus prestaciones, actividades o establecimientos con un tercero, es decir, el infractor crea confusión en el consumidor cuando utiliza en sus productos, servicios o establecimientos determinadas características con las que se identifica a un tercero en el mercado.

Al realizar un análisis de derecho comparado, esta Intendencia evidencia que de acuerdo con el Tribunal Justicia de la Comunidad Andina:



La marca tiene como función principal la de identificar los productos o servicios de un fabricante, con el objeto de diferenciarlos de los de igual o semejante naturaleza, pertenecientes a otra empresa o persona.¹⁷

Así mismo, los actos de confusión marcaria impiden al consumidor que diferencie el origen del bien o servicio, objeto de comercio. Al respecto, esta Intendencia tiene en consideración, también como referencia de Derecho Comparado, lo señalado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, dentro del proceso 85-IP-2004,¹⁸ en el cual consideró que los actos de confusión en materia marcaria se refieren a la falta de claridad en los consumidores respecto del real oferente del bien o servicio.

En el mismo sentido, dentro del proceso 312-IP-2014, el Tribunal de Justicia sostuvo que la identidad o semejanza entre signos puede dar lugar a dos tipos de confusión marcaria. En primer lugar, la directa. Este tipo de confusión se daría cuando el vínculo de identidad o semejanza induce al comprador a adquirir un producto o usar un servicio determinado en la creencia de que está comprando o usando otro, lo que implica la existencia de un cierto nexo también entre los productos o servicios.¹⁹

Por otro lado, se encuentra la confusión indirecta. Al respecto, el Tribunal ha señalado que esta se caracteriza porque el vínculo hace que el consumidor atribuya, sin ser cierto, a dos productos o servicios que se le ofrecen, un origen empresarial común.

A efectos de determinar la existencia de indicios sobre acto de confusión, el referido tribunal ha utilizado las siguientes reglas de cotejo marcario:

Regla 1.- La confusión resulta de la impresión de conjunto despertada por las marcas.

Regla 2.- Las marcas deben examinarse sucesivamente y no simultáneamente.

Regla 3.- Deben tenerse en cuenta las semejanzas y no las diferencias que existen entre las marcas.

Regla 4.- Quien aprecie el parecido debe colocarse en el lugar del comprador presunto y tener en cuenta la naturaleza de los productos.²⁰

En relación con el significado de estas reglas, el Tribunal, al citar al tratadista Breuer Moreno, ha señalado lo siguiente:

“La primera regla y la que se ha considerado de mayor importancia, es el cotejo en conjunto de la marca, criterio que se adopta para todo tipo o clase de marcas.

¹⁷ Tribunal Andino de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 46-IP-2000, marca: “CAMPO VERDE”, publicado en la Gaceta Oficial N° 594, de 21 de agosto del 2000.

¹⁸ Tribunal Andino de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 85-IP-2005, Sentencia de 1 de septiembre de 2004.

¹⁹ Tribunal Andino de Justicia de la Comunidad andina, Proceso 312-IP-2014, publicado en la Gaceta en 2 de septiembre de 2020.

²⁰ Tribunal Andino de Justicia de la Comunidad andina, PROCESO 105-IP-2007, 17 de octubre de 2007.

Esta visión general o de conjunto de la marca es la impresión que el consumidor medio tiene sobre la misma y que puede llevarle a confusión frente a otras marcas semejantes que se encuentren disponibles en el comercio.

En las marcas es necesario encontrar la dimensión que con mayor intensidad penetra en la mente del consumidor y determine así la impresión general que el distintivo causa en el mismo.

La regla de la visión en conjunto, a más de evitar que sus elementos puedan ser fraccionados en sus partes componentes para comparar cada componente de una marca con los componentes o la desintegración de la otra marca, persigue que el examen se realice a base de las semejanzas y no por las diferencias existentes, porque éste no es el camino de comparación utilizado por el consumidor ni aconsejado por la doctrina.

En la comparación marcario, y siguiendo otro criterio, debe emplearse el método de un cotejo sucesivo entre las marcas, esto es, no cabe el análisis simultáneo, en razón de que el consumidor no analiza simultáneamente todas las marcas sino lo hace en forma individualizada. El efecto de este sistema recae en analizar cuál es la impresión final que el consumidor tiene luego de la observación de las dos marcas. Al ubicar una marca al lado de otra se procederá bajo un examen riguroso de comparación, no hasta el punto de 'disecarlas', que es precisamente lo que se debe obviar en un cotejo marcario.

La similitud general entre dos marcas no depende de los elementos distintos que aparezcan en ellas, sino de los elementos semejantes o de la semejante disposición de esos elementos”.

En el presente caso, PRODUBANCO registró ante SENADI una marca de servicios mixta. Las marcas mixtas se encuentran integradas por dos elementos que forman parte del conjunto: una denominación, y un gráfico, definido como un signo visual que evoca una figura con una forma externa característica.²¹

En el presente caso, PRODUBANCO denunció el presunto cometimiento de actos de confusión y de explotación de la reputación ajena, sobre la base de la supuesta utilización de signos distintivos similares a aquellos de los que el denunciante es titular de conformidad con los respectivos registros en el SENADI.

Entre los anexos de la denuncia constan varias resoluciones de registro de marcas ante SENADI. Así por ejemplo, consta la Resolución No. IEPI_2018_RS_2572 de 27 de febrero de 2018, mediante la cual la autoridad de propiedad intelectual otorgó el título que acredita el registro MARCA DE SERVICIOS, trámite número IEPI-2017-53018, del 14 de agosto de 2017, correspondiente al denunciante. Esta protección se encuentra dentro de la Clase Internacional 36, para Servicios bancarios y financieros.

La marca de servicio registrada es la siguiente:



²¹ *Ibíd.*

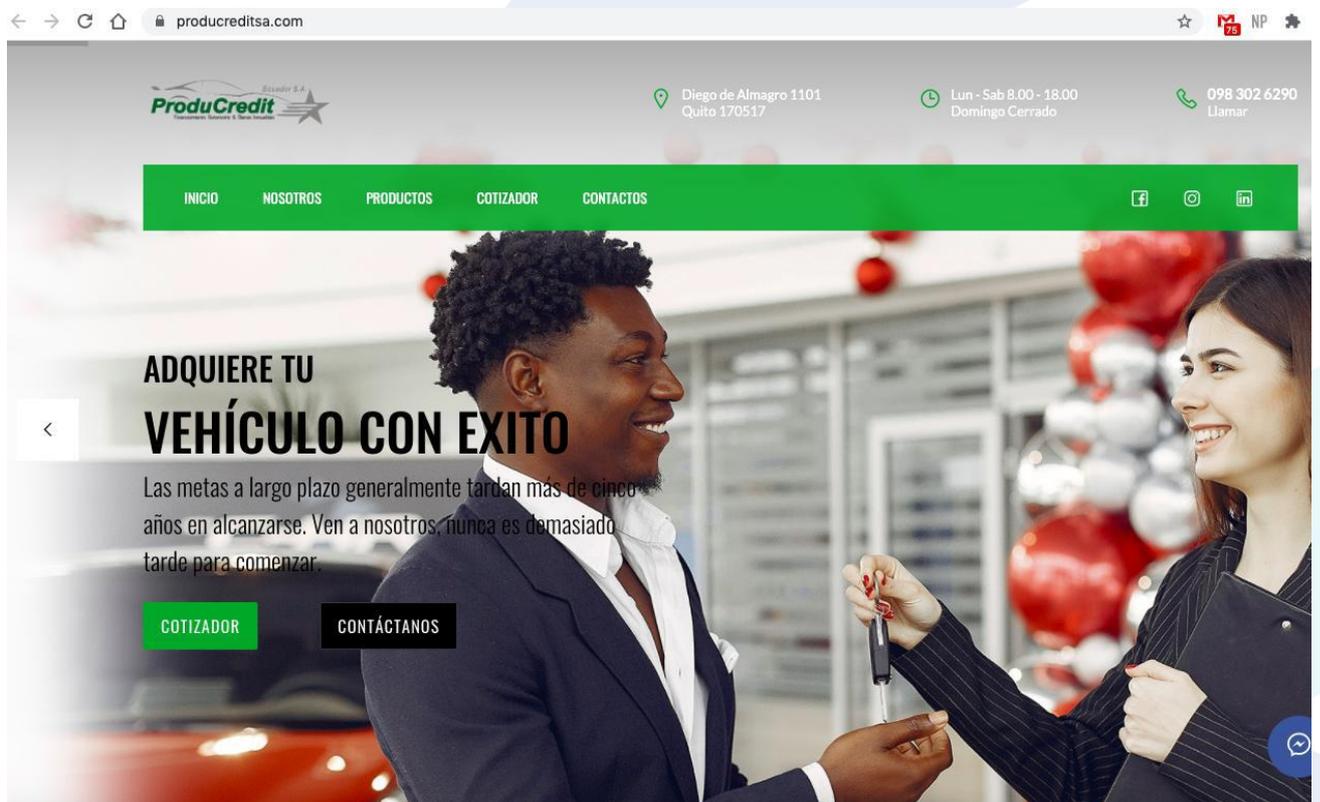


**Superintendencia
de Control del
Poder de Mercado**

En adición, adjuntó copias digitales simples de la supuesta página web de PRODUCREDIT S.A., en la red social Facebook, misma que se copia a continuación.



También adjuntó capturas de pantalla de la supuesta página web del denunciado.





← → ↻ 🏠 🔒 producreditsa.com ☆ 📧 NP ⚙️

INICIO NOSOTROS PRODUCTOS COTIZADOR CONTACTOS [f](#) [@](#) [in](#)

Aliados Corporativos



¿Quiénes somos?

Somos una compañía direccionada al desarrollo socioeconómico brindando facilidades para la obtención de bienes (muebles e inmuebles).
Juntos entenderemos los desafíos y la importancia de tomar buenas decisiones firmes le ayudaremos a encontrar las soluciones adecuadas de manera rápida y efectiva.

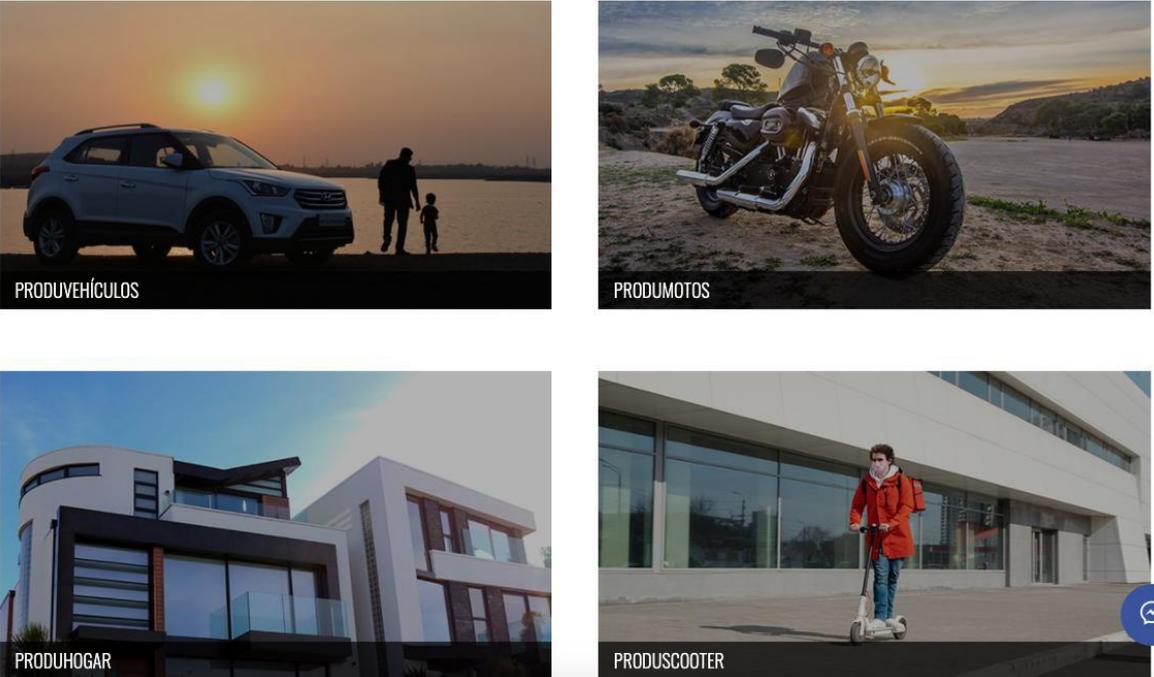
[CONTACTO DIRECTO +](#)

Productos

PRODOVEHICULOS PRODUMOTOS PRODUHOGAR

← → ↻ 🏠 🔒 producreditsa.com/productos.html ☆ 📧 NP ⚙️

 INICIO NOSOTROS PRODUCTOS COTIZADOR CONTACTOS



PRODOVEHICULOS PRODUMOTOS PRODUHOGAR PRODUSCOOTER

En tal sentido, la Intendencia considera que, de los títulos emitidos por el SENADI, resulta evidente la existencia de los derechos de propiedad intelectual de PRODUBANCO. Ahora bien,



queda por establecer si, preliminarmente, de acuerdo con las reglas de cotejo marcario señaladas por el Tribunal de Justicia, existiría riesgo de confusión hacia el consumidor.

El denunciado manifestó que su denominación sería PRODUCREDIT ECUADOR S.A., de acuerdo con la escritura pública de constitución de compañía de 7 de octubre de 2020 que adjuntó a su escrito de explicaciones.

Añadió que, de acuerdo con su escritura de constitución, tienen objeto social distinto al de la intermediación financiera, y que realizaría *“políticas para facilitar a terceros la compraventa de vehículos nuevos o usados y de bienes muebles e inmuebles en general”*. Sin embargo, en sus anexos consta el Informe Técnico de Marca. En dicho informe, al describir el “signo distintivo” de PRODUCREDIT, manifiesta: “ProduCredit Ecuador S.A. es una entidad que brinda servicios de **financiamiento** para adquisición de bienes, propiedades o inmuebles” (Énfasis añadido).

Asimismo, de la revisión de la página web, que supuestamente le pertenece al denunciado, se desprende que ofrece servicios **de financiamiento para la adquisición de bienes muebles e inmuebles**. (Énfasis añadido).

Mencionó que cuando PRODUBANCO adujo que las denominaciones de ambas compañías son casi idénticas se contradice toda vez que reconocería que existe cierta diferencia entre los logos. Además, recalcó que el nombre de la denunciada es PRODUCREDIT Ecuador S.A., con la siguiente leyenda: “Financiamiento Automotriz & Bienes Inmuebles”.

A continuación, los signos en cuestión:



Esta Intendencia identifica que, de manera preliminar, el signo utilizado por PRODUCREDIT ECUADOR S.A., contendría elementos que podrían ser semejantes a los registrados por PRODUBANCO, como, por ejemplo, la similitud en término PRODU, la predominancia de los colores verde y gris, así como el uso de una estrella en la parte final del nombre.

En relación con el hecho de que PRODUCREDIT realizó la búsqueda y reserva del nombre “PRODUCREDIT”, ante la Superintendencia de Compañías, esta Autoridad tiene en consideración que la reserva de nombre no concede los derechos sobre el uso de la marca o signo distintivo. Incluso, en el supuesto que un operador hubiere registrado ante el SENADI un signo distintivo, dicho registro no le concede per sé derecho exclusivo y absoluto de la marca.

Este criterio ha sido recogido por el Comité de Desarrollo y Propiedad Intelectual (CDPI) de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI), que ha considerado:

Los derechos exclusivos conferidos por las marcas están limitados en varios aspectos, en particular, respecto de la utilización en el comercio, la utilización como marca y la utilización que **implique riesgo de confusión en los consumidores**, debilitamiento del carácter distintivo o daño a la



reputación de la marca, o **aprovechamiento indebido de la marca**. Aun en el caso de protección como marca, estarán disponibles las formas de utilización que no estén comprendidas dentro de esas esferas protegidas.²² (Énfasis añadido)

Con base en lo expuesto, a partir de la documentación adjunta por el denunciante y de la revisión que esta autoridad ha realizado del portal web <https://www.producreditsa.com/productos.html>, esta Intendencia puede establecer en forma preliminar la existencia de un riesgo de confusión entre la marca de servicios de PRODUBANCO y el uso del signo que utilizaría el denunciado para la comercialización de sus servicios. Lo indicado obtiene especial relevancia, porque la actividad económica que realiza el denunciado guardaría una cercana relación con la prestación de servicios financiero, es decir, dentro del mercado de otorgamientos de créditos.

En tal virtud, esta Intendencia considera que existen indicios respecto de los actos de confusión por parte del operador PRODUCREDIT ECUADOR S.A., al utilizar diseños similares que podrían generar en los consumidores confusión respecto de los servicios ofertados por PRODUBANCO, lo que amerita la apertura de la etapa de investigación en el presente expediente para su profundo análisis. Sin embargo, conforme los parámetros de cualificación exigidos en el artículo 26 de la LORCPM, esta Autoridad no identifica indicios del falseamiento al régimen de competencia y afectación al interés general por parte del operador denunciado.

6.3.2. Actos de explotación de la reputación ajena

Esta conducta desleal está tipificada en el artículo 27, número 6 de la LORCPM, que establece:

6.- Explotación de la reputación ajena.- Se considera desleal el aprovechamiento indebido, en beneficio propio o ajeno, de las ventajas de la reputación industrial, comercial o profesional adquirida por otro en el mercado.

El Tribunal Andino de Justicia de la Comunidad Andina, en el ejercicio de su competencia consultiva, ha esgrimido varios criterios acerca de los elementos que configuran esta práctica desleal. Así, en su Interpretación Prejudicial emitida dentro del Proceso No. 43-IP-2018, consideró que:

La mencionada conducta desleal no sólo está dirigida a aprovecharse de la notoriedad de un signo distintivo, sino del posicionamiento de un producto como tal, de la fama y prestigio de la organización empresarial, o inclusive de la honestidad y transparencia en la venta de un producto o en la prestación de un servicio, entre otras situaciones que podrían constituir la imagen de una empresa.

Posicionarse empresarialmente es una fuerte tarea logística. Permitir que de manera velada otro competidor se aproveche de dicha situación, es en últimas permitir que el posicionamiento en el mercado se vaya diluyendo, generando con estos una erosión sistémica de la ubicación de un empresario en el mercado.

²² Comité de Desarrollo y Propiedad Intelectual, Estudio sobre la apropiación indebida de signos – Resumen, 2019, CDIP/9/INF/5



... es muy importante tener en cuenta que la acción de aprovechar; es decir, de utilizar en su beneficio el prestigio ajeno es lo que se debe sancionar, ya que esto genera un deterioro sistemático de la posición empresarial. (Énfasis añadido)

Sin embargo, los actos de explotación de la reputación ajena no siempre guardan relación con la violación de derechos marcarios. Así, por ejemplo, al realizar un análisis de Derecho Comparado, se advierte que la Ley de Defensa de la Competencia de España (en adelante LCD), tipifica esta conducta de la siguiente forma:

Artículo 12. Explotación de la reputación ajena.

Se considera desleal el aprovechamiento indebido, en beneficio propio o ajeno, de las ventajas de la reputación industrial, comercial o profesional adquirida por otro en el mercado.

En particular, se reputa desleal el empleo de signos distintivos ajenos o de denominaciones de origen falsas acompañados de la indicación acerca de la verdadera procedencia del producto o de expresiones tales como «modelos», «sistema», «tipo», «clase» y similares.

De acuerdo con BARRERA E., MANZANOS E., & SANCHEZ L,²³ al analizar el alcance de esta conducta mencionan "... que uno de los ejemplos más relevantes en este tipo de conducta es el "caso Gillete", en el que se declaró desleal la comercialización de sus cabezales adaptables a las máquinas de afeitar de la marca Gillete, por el aprovechamiento de la reputación de esa marca en el mercado.

Para llegar a esta conclusión, la autoridad de competencia española habría establecido que: "... la actuación de 'Lascaray' se ha demostrado claramente ilegítima y no amprada en las normas de la libre y leal competencia entre empresas, siendo ésta la que **pretende aprovecharse del esfuerzo económico, de investigación y publicitario** de su competidora..."²⁴ (Énfasis añadido)

A su vez, a manera de derecho comparado internacional y en consideración con las diferencias con el marco jurídico ecuatoriano, en la Ley 256 de Colombia, el legislador ha tipificado esta conducta en los siguientes términos:

ARTÍCULO 15. EXPLOTACIÓN DE LA REPUTACIÓN AJENA. Se considera desleal el aprovechamiento en beneficio propio o ajeno de las ventajas de la reputación industrial, comercial o profesional adquirida por otro en el mercado.

Sin perjuicio de lo dispuesto en el Código Penal y en los tratados internacionales, se considerará desleal el empleo no autorizado de signos distintivos ajenos o de denominaciones de origen falsas o engañosas aunque estén acompañadas de la indicación acerca de la verdadera procedencia del producto o de expresiones tales como "modelo", "sistema", "tipo", "clase", "género", "manera", "imitación", y "similares".

²³ BARRERA E., MANZANOS E., & SANCHEZ L., Competencia Desleal, Ediciones Fracis Lefbreve, Madrid, 2011, pág. 126.

²⁴ *Ibidem*.



En este sentido, es correcto que el aprovechamiento indebido de la reputación ajena con base en la utilización de signos distintivos, u otros derechos marcarios, sería únicamente ejemplificativo. De ahí que lo esencial de esta conducta es el hecho de aprovecharse ilícitamente, de la reputación de otro agente en el mercado, con independencia de los medios empleados para el efecto.

En el caso peruano, la normativa si diferencia entre actos de explotación de la reputación ajena, y actos de confusión. Al respecto, la Ley de Represión de la Competencia Desleal establece como acto de competencia desleal:

“Artículo 10.- Actos de explotación indebida de la reputación ajena. – 10.1.- Consisten en la realización de actos que, no configurando actos de confusión, tienen como efecto, real o potencial, el aprovechamiento indebido de la imagen, el crédito, la fama, el prestigio o la reputación empresarial o profesional que corresponde a otro agente económico, incluido los actos capaces de generar un riesgo de asociación con un tercero.

10.2.- Los actos de explotación indebida de la reputación ajena pueden materializarse mediante la utilización de bienes protegidos por las normas de propiedad intelectual.”

En relación con esta disposición, el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) ha sido reiterativo en sus resoluciones al precisar que:

... en los casos de explotación indebida de la reputación ajena, un agente económico busca aprovecharse de la imagen, el crédito, la fama, el prestigio o reputación empresarial o profesional que corresponde a otro agente económico. Sin embargo, corresponde indicar que la infracción se configurará siempre que se trate de un acto distinto a aquel que sea capaz de generar confusión en el mercado.²⁵

Cómo se desprende de la doctrina citada el alcance del tipo “Explotación de la reputación ajena”, no devendría solamente en el hecho de utilizar las marcas o signos distintivos de otros, sino también del esfuerzo (económico, investigativo, de marketing, canales de distribución, entre otros) de un competidor en el mercado.

De acuerdo con la legislación ecuatoriana, y de la revisión del Derecho Comparado revisado *ut supra*, uno de los elementos de esta conducta consiste en que el operador económico afectado, tenga una reputación en el mercado, de la cual se valga el infractor. Al respecto, la RAE considera que la reputación es: “*Prestigio o estima en que son tenidos alguien o algo*”.

De no comprobarse dicha situación, la autoridad de competencia no puede realizar el análisis de la configuración de los demás elementos. Este criterio ha sido empleado por agencias de competencia pares, como la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia (SIC), que consideró:

Acorde con la Ley 256 de 1996, el acto desleal de explotación de la reputación ajena se configura por “el aprovechamiento en beneficio propio o ajeno, de las ventajas de la reputación industrial, comercial o profesional adquirida por otro en el mercado”. Así definida la conducta en cuestión, es claro que en

²⁵ Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, *Resolución No. 033-2019/CCD-INDECOPI*, expediente No. 014-2018/CCD, Lima Perú, 10 de abril de 2019.

este caso no se verificó, pues la parte demandante no demostró, **como le correspondía, que tuviera una reputación en el mercado.** En efecto, Grupo CBC no aportó elemento de prueba alguno que permitiera acreditar que goza de algún tipo de reconocimiento o reputación en el mercado de prestación de servicios de restaurante para el ofrecimiento de ciertos productos alimenticios; en esa medida, **dada la inexistencia de una reputación en cabeza de la accionante, no puede afirmarse que su contraparte la hubiera aprovechado de alguna manera.**²⁶ (Énfasis añadido)

En el presente caso, el operador económico denunciante manifestó que:

A lo largo de sus 41 años de exitosa trayectoria, PRODUBANCO ha sido merecedor de diversos reconocimientos, locales e internacionales, que ratifican su prestigio, entre ellos: Institución Financiera más Respetada del Ecuador (2018), conferido por el Comité Empresarial Ecuatoriano; Premio Ekos de Oro – Primer Lugar Calidad de Servicio Categoría Bancos por tercer año consecutivo (2017-2019), designado por el Índice Ekos de Satisfacción al Cliente; Best Bank Ecuador (2017-2019), otorgado por Global Finance; Bank of the Year Ecuador por décima primera ocasión (2002, 2007, 2009-2015, 2017 y 2019), concedido por la revista The Banker; Best Innovation in Retail Banking Ecuador (2017-2018) y Customer Service Provider of the Year, South America (2019), por la revista International Banker; Bank of the Year Ecuador (2017- 2019), por la revista The European, y Best Bank Governance Ecuador (2017-2019), por Capital Finance International. Adicionalmente, PRODUBANCO ha recibido la calificación de riesgo AAA de PCR - Pacific Credit Rating y AAA- de BankWatch Ratings.

PRODUBANCO, al cierre del ejercicio del 2019, se consolidó como el tercer banco más grande del país, segundo entre las instituciones financieras privadas, con el 11.6% de participación de mercado (market share) ecuatoriano y con miles de clientes a nivel nacional...

De acuerdo con Diario el Universo, en el año 2019 PRODUBANCO se ubicó en el quinto lugar, entre las instituciones financieras con mayor margen de utilidades, con USD. 54 097 230.²⁷ En el portal web de la Superintendencia de Bancos, consta que PRODUBANCO cerró el año 2019 con una calificación de riesgo de AAA / AAA-.²⁸ En la publicación “Evolución de la Banca Privada, Octubre 2020”, de la Asociación de Bancos del Ecuador (ASOBANCA), PRODUBANCO ha sido calificado como uno de los bancos más grandes del país, conforme sus activos, y se ubicó el cuarto lugar.²⁹

En tal virtud, esta Intendencia colige preliminarmente que el denunciante goza de un prestigio y reputación importante en el mercado de servicios financieros. Por este motivo, corresponde realizar el análisis acerca de la posible existencia de un aprovechamiento indebido de tal circunstancia por parte del denunciado. Este hecho no es controvertido por el denunciado, quien lo acepta en sus explicaciones.

²⁶ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Superintendencia de Industria y Comercio, Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales, *Sentencia No. 4849*, expediente No. 10-0116814, Bogotá, Colombia, 2012.

²⁷ Diario el Universo, <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/12/29/nota/7658967/diez-bancos-ecuador-mas-utilidades-2019>.

²⁸ Superintendencia de Bancos, <https://www.superbancos.gob.ec/bancos/calificacion-de-riesgo-instituciones-financieras-2019/>.

²⁹ ASOBANCA, <https://www.asobanca.org.ec/cifras>



En su escrito de explicaciones PRODUCREDIT ECUADOR S.A., mencionó que no ha tenido la intención de lucrar del reconocimiento del que goza, sino que, por el contrario, su giro de negocio sería distinto al del denunciado. En tal virtud, expuso:

...razón por la cual con el ánimo de que esto se solucione de manera pacífica PRODUCREDIT ECUADOR S.A., propone el rediseño del logo presentado una propuesta avalada por un Tecnólogo en Diseño Gráfico que se ha encargado de estructurar la nueva imagen de la Sociedad tal y como se desprende del ANEXO 3 adjunto a la presente. Así mismo ofrece disculpas a PRODUBANCO por las posibles afectaciones que se hayan generado producto de una indebida interpretación de la publicidad de la Compañía PRODUCREDIT ECUADOR S.A.

De la cita transcrita se desprende que el operador económico reconoció el prestigio de PRODUBANCO, pero niega el aprovechamiento indebido de la reputación ajena aduciendo que no realizan las mismas actividades. Sin embargo, en el informe técnico de la marca que acompañó a su escrito de explicaciones, consta que la actividad del denunciado consiste en “financiamiento”. El denunciado no mencionó que los productos ofertados en su página web, como vehículos, bicicletas, monopatines, entre otros, sean de su pertenencia, sino que financiaría a sus clientes para que los adquieran de casas comerciales distintas.

El Código Orgánico Monetario y Financiero, define las actividades financieras en los siguientes términos:

Art. 143.- Actividad financiera. Para efectos de este Código, actividad financiera es el conjunto de operaciones y servicios que se efectúan entre oferentes, demandantes y usuarios, para facilitar la circulación de dinero y realizar intermediación financiera; tienen entre sus finalidades preservar los depósitos y **atender los requerimientos de financiamiento** para la consecución de los objetivos de desarrollo del país. Las actividades financieras son un servicio de orden público, reguladas y controladas por el Estado, que pueden ser prestadas por las entidades que conforman el sistema financiero nacional, previa autorización de los organismos de control, en el marco de la normativa que expida la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera. (Énfasis añadido)

De conformidad con el artículo 144 del mismo Código, para la realización de estas actividades es necesario la autorización de la Superintendencia de Bancos.

En este sentido, y atendiendo al principio de primacía de la realidad establecido por el artículo 3 de la LORCPM, esta Intendencia considera preliminarmente que la actividad de financiamiento de PRODUCREDIT ECUADOR S.A., guardaría relación con las actividades financieras descritas.

Por este motivo, al concurrir el denunciante y denunciado en el mercado de créditos y financiamiento, el denunciado podría aprovecharse del prestigio de PRODUBANCO a través de la utilización de signos distintivos similares.

Por lo mencionado, esta Intendencia considera que existen indicios respecto de la explotación de la reputación ajena por parte del operador PRODUCREDIT ECUADOR S.A. Sin embargo, conforme los parámetros de cualificación exigidos en el artículo 26 de la LORCPM, le corresponde a esta Autoridad evidenciar además la existencia de indicios del falseamiento al régimen de competencia y afectación al interés general.

Consideración sobre el falseamiento de la competencia

Es importante anotar que la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, a través de esta Intendencia, conoce de actos de competencia desleales; sin embargo, sus facultades y atribuciones están limitadas por las distintas disposiciones normativas contenidas en la Ley.

En consecuencia, la norma establece aquellas conductas, que conforme su cualificación, constituyen una infracción que merece ser sancionada.

En tal virtud, el bien jurídico tutelado por la LORCPM, entre otros, es precisamente la concurrencia justa y competitiva de los operadores económicos en el mercado.

En este orden de ideas, el artículo 25 de la LORCPM, en su parte pertinente establece:

Art. 25.- Definición.- Se considera desleal a todo hecho, acto o práctica contrarios a los usos o costumbres honestos en el desarrollo de actividades económicas, incluyendo aquellas conductas realizadas en o a través de la actividad publicitaria. La expresión actividades económicas se entenderá en sentido amplio, que abarque actividades de comercio, profesionales, de servicio y otras.

Conforme la cláusula general contenida en el artículo 25 de la LORCPM, constituyen prácticas desleales todos los hechos, actos o prácticas contrarios a los usos o costumbres honestos en el desarrollo de actividades económicas. Por lo que, las conductas enlistadas en el artículo 27 de la LORCPM, son aquellas que el legislador ha catalogado como deshonestas, sin que dicho catálogo sea taxativo.

Por su parte, el artículo 26 de la LORCPM, establece en su parte pertinente:

Art. 26.- Prohibición.- Quedan prohibidos y serán sancionados en los términos de la presente Ley, los hechos, actos o prácticas desleales, cualquiera sea la forma que adopten y cualquiera sea la actividad económica en que se manifiesten, cuando impidan, restrinjan, falseen o distorsionen la competencia, atenten contra la eficiencia económica, o el bienestar general o los derechos de los consumidores o usuarios.

En tal virtud, las prácticas desleales, en el marco de la LORCPM, son aquellas conductas contrarias a los usos o costumbres honestos que impidan, restrinjan, falseen o distorsionen la competencia, atente contra la eficiencia económica, o el bienestar general o los derechos de los consumidores o usuarios, de ahí que el elemento principal de la deslealtad en materia económica es la contravención a la buena fe comercial, que a su vez, es causa del falseamiento del régimen de competencia económica, tutelado por la LORCPM.

Al respecto, el señor Superintendente de Control del Poder de Mercado, en calidad de la máxima autoridad administrativa, al conocer un recurso de apelación presentado dentro del expediente No. SCPM-DS-INJ-RA-016-2019 dentro del caso SCPM-IGT-INICPD-004-2019, consideró:

... [E]n general, como se desarrollaba la concurrencia en el mercado antes del supuesto cometimiento de las prácticas desleales, y si éste por concepto de la anti competitividad, cambió. **En este aspecto, y conforme el análisis realizado por la Intendencia Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales no se observa afectación alguna al mercado de prestadores de**



servicios de internet autorizados por la ARCOTEL en el mercado geográfico determinado, así como, tampoco en el ámbito temporal referido. (...)

... [P]uesto que del escrito de denuncia se desprende que las supuestas prácticas fueron realizadas por el señor XXX en contra el operador económico XXX, **a pesar de que este organismo técnico de control no tiene competencia para dirimir conflictos entre particulares, se realizó la investigación respecto de la competitividad en el mercado relevante y afectación al mismo.** (Énfasis añadido).

En tal sentido, esta Intendencia concuerda con el criterio expresado por la máxima autoridad de esta institución, en que de manera general es correcto afirmar que las normas de defensa de la competencia, o normas antimonopolio, regulan la competencia desde un prisma de protección al interés público, es decir, la eficiencia económica, el bienestar mercado y consumidores.

Al respecto, es indispensable anotar que el artículo 5 de la LORCPM establece que, para cada caso, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado deberá determinar el mercado relevante, en particular la disposición indicada establece:

Art. 5.- Mercado relevante.- **A efecto de aplicar esta Ley la Superintendencia de Control del Poder de Mercado determinará para cada caso el mercado relevante.** Para ello, considerará, al menos, el mercado del producto o servicio, el mercado geográfico y las características relevantes de los grupos específicos de vendedores y compradores que participan en dicho mercado... (Énfasis añadido)

Es decir, en todos los casos, incluidos aquellos en los que se traten asuntos relativos a conductas de competencia desleal, la SCPM debe necesariamente determinar un mercado relevante. Por tal razón, para que la autoridad de competencia pueda conocer y eventualmente sancionar una conducta anticompetitiva, ésta deberá ocasionar un efecto real o potencial, en el mercado relevante determinado dentro de la investigación³⁰.

Por lo indicado, tanto la cláusula general y las conductas de competencia desleal se encuentran necesariamente concatenadas con los parámetros de cualificación contenidos en el artículo 26, y en el ya indicado, artículo 5 del mismo cuerpo legal.

En particular, el artículo 26 de la LORCPM ordena la prohibición y sanción de aquellas conductas desleales que afecten el orden público económico:

Art. 26.- Prohibición.- **Quedan prohibidos y serán sancionados en los términos de la presente Ley,** los hechos, actos o prácticas desleales, cualquiera sea la forma que adopten y cualquiera sea la actividad económica en que se manifiesten, **cuando impidan, restrinjan, falseen o distorsionen la competencia, atenten contra la eficiencia**

³⁰ Al respecto, el artículo 2 de la LORCPM establece que están sujetos a las disposiciones de la Ley todas las personas, en la medida en que sus actos, actividades o acuerdos produzcan o puedan producir efectos perjudiciales en el mercado nacional.



económica, o el bienestar general o los derechos de los consumidores o usuarios.

Los asuntos en que se discutan cuestiones relativas a la propiedad intelectual entre pares, públicos o privados, sin que exista afectación al interés general o al bienestar de los consumidores, serán conocidos y resueltos por la autoridad nacional competente en la materia. (Énfasis añadido)

Por lo que, en virtud del artículo 26 de la LORCPM, solo serán objeto de prohibición y sanción en el marco de la LORCPM, los actos de competencia desleal que afecten real o potencialmente el régimen de competencia³¹; es decir, cuando impidan, restrinjan, falseen o distorsionen la competencia, atenten contra la eficiencia económica, o el bienestar general o los derechos de los consumidores o usuarios dentro del mercado relevante determinado.

En tal sentido, resulta evidente que el artículo 26 de la LORCPM restringe la competencia de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado únicamente para aquellos casos en que exista una afectación al orden público económico.

Al respecto, la doctrina ha señalado:

... el requisito de afeción al orden público, que en el caso colombiano y en la mayoría de países es excepcional, en Ecuador es la regla. En efecto, en el caso ecuatoriano todo acto de competencia desleal que se conoce por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado debe tener por característica impedir, restringir, falsear o distorsionar la competencia, atentar contra la eficiencia económica, o el bienestar general o los derechos de los consumidores o usuarios (art. 26, LORCPM). De no encontrarse en esta situación, se convierte en un acto de competencia desleal para conocimiento ante jueces de lo civil, que no cuenta con todos los mecanismos preventivos que pueden ser dispuestos por la SCPM.³²

En tal sentido, para que una conducta desleal sea prohibida o sancionable, a la luz de la LORCPM, no basta con acreditar la simple existencia del acto o hecho, sino que, además, resulta indispensable determinar si la conducta investigada impide, restringe falsea o distorsiona el orden público en el mercado relevante.

En adición, conforme el segundo inciso del artículo 26 de la LORCPM, los casos de competencia desleal en que se discutan cuestiones relativas a la propiedad intelectual entre pares, sin que exista afectación al interés general o al bienestar de los consumidores, serán conocidos y resueltos por la autoridad nacional competente en la materia.

En el caso concreto, conforme el análisis realizado en la presente resolución, el operador económico únicamente ha percibido por ingresos por ventas USD. 583 en lo que va del año 2020, es decir, tanto en los servicios de asesoramiento como la planificación de adquisición de bienes muebles e inmuebles, representa menos del 0,001% de estos mercados.

³¹ En concordancia con los artículos 1, 25 y 78, numeral 2, letra c) de la LORCPM.

³² María Elena Jara, *La protección contra la competencia desleal en la LORCPM*, en “Derecho Económico Contemporáneo”, (Quito: Corporación Editora Nacional, 2017), 225.



Además, esta Intendencia identificó que dentro de estas actividades económicas existirían operadores que en su conjunto representan más del 40%, y que incluso han mantenido su predominancia, conforme el análisis realizado con la información de la SUPERCIAS.

Finalmente, que el operador denunciado, realizaría sus actividades comerciales, únicamente en la ciudad de Quito, y por aproximadamente dos meses, lo que demostraría sus actuaciones estarían limitadas a dicho alcance.

De igual manera, al compararlo incluso con el número de clientes del BP PRODUBANCO, las actuaciones del operador económico PRODUCREDIT, no tendrían la capacidad suficiente de distorsionar este mercado.

En consecuencia, es criterio que de esta Autoridad que, *a priori*, dada la pequeña cuota de mercado calculado preliminarmente, la estructura del mercado, la permanencia del denunciado en el mercado ecuatoriano y por características, el operador denunciado no tendría la capacidad suficiente de falsear el régimen de competencia, de conformidad con lo establecido en los artículos 5 y 26 de la LORCPM.

Al respecto, el primer inciso del artículo 31 del Reglamento de la Ley Orgánica de Control del Poder de Mercado determina:

“Art. 31.- Denuncia ante la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.- Si presentada una denuncia por la presunta comisión de prácticas desleales ante la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, dicha autoridad determina, durante la etapa preliminar o al concluir la etapa de investigación, **que únicamente se discuten cuestiones relativas a la propiedad intelectual entre pares y que tales prácticas no podrían producir una afectación negativa al interés general o al bienestar de los consumidores o usuarios, remitirá el expediente a la autoridad competente en materia de propiedad intelectual**, la que avocará conocimiento y resolverá de conformidad con la ley que regule la propiedad intelectual y con el ordenamiento jurídico. (Énfasis añadido)

En tal virtud, al identificar posibles prácticas desleales que **no podría producir una afectación negativa al interés general o al bienestar de los consumidores o usuarios** y está relacionada con la infracción de derechos de propiedad intelectual, la INICPD considera que la autoridad de derechos de propiedad intelectual sería competente para conocer la presente causa.

SÉPTIMO.- RESOLUCIÓN:

Por los fundamentos de hecho, de derecho y análisis económico realizado por esta Autoridad **RESUELVE:**

PRIMERO.- Con base en las consideraciones expuestas en esta resolución y en virtud de que únicamente se discuten cuestiones relativas a la propiedad intelectual entre pares y que tales prácticas no podrían producir una afectación negativa al interés general o al bienestar de los consumidores o usuarios, ordénese el archivo de la investigación en contra del operador económico PRODUCREDIT ECUADOR S.A., por el presunto cometimiento de actos de engaño, y



explotación de la reputación ajena, de conformidad con los números 2 y 6 del artículo 27 de la LORCPM.

SEGUNDO.- De conformidad con el artículo 26 de la LORCPM y el artículo 31 del Reglamento a la LORCPM, remítase el presente expediente al Servicio Nacional de Derechos Intelectuales SENADI, a fin de actúe en el marco de sus competencias.

TERCERO.- Una vez que el presente acto administrativo haya causado estado, notifíquese la presente resolución a la Intendencia General Técnica y se proceda a la publicación de la presente resolución conforme lo dispuesto en la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado y su Reglamento.

CUARTO.- Continúe actuando la abogada Nathally Sarmiento V., como Secretaria de Sustanciación dentro del presente expediente.- **NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE.-**



Mgs. Pablo Carrasco Torrontegui

**INTENDENTE NACIONAL DE INVESTIGACIÓN Y CONTROL DE PRÁCTICAS
DESLEALES**