



EXPEDIENTE No. SCPM-CRPI-015-2019

SUPERINTENDENCIA DE CONTROL DEL PODER DE MERCADO.- COMISIÓN DE RESOLUCIÓN DE PRIMERA INSTANCIA.- D.M. Quito, 05 de abril de 2021 a las 12h23.

Comisionado Sustanciador: Jaime Lara Izurieta

VISTOS

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

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

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

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

- [2] Las acciones de personal Nos. SCPM-INAF-DNATH-300-2019-A, SCPM-INAF-DNATH-299-2019-A y SCPM-INAF-DNATH-2020-374-A, correspondientes a Marcelo Vargas Mendoza, Presidente de la Comisión, Jaime Lara Izurieta, Comisionado, y Édison Toro Calderón, Comisionado, respectivamente.
- [3] El acta de la sesión extraordinaria del pleno de la Comisión de Resolución de Primera Instancia (en adelante “CRPI”) de 01 de marzo de 2021, mediante la cual se deja constancia de que la CRPI designó a la abogada Andrea Paola Yajamín Chauca secretaria Ad-hoc de la CRPI.
- [4] La Comisión de Resolución de Primera Instancia en uso de sus atribuciones legales para resolver, considera:

1. AUTORIDAD COMPETENTE

- [5] La CRPI es competente para conocer y resolver las solicitudes de medidas preventivas, conforme a lo señalado en el artículo 62 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (en adelante “LORCPM”), en concordancia con lo dispuesto en el artículo 70 del Instructivo de Gestión Procesal Administrativa de la SCPM (en adelante “IGPA”).

2. IDENTIFICACIÓN DE LA CLASE DEL PROCEDIMIENTO PRINCIPAL

- [6] El procedimiento es el determinado en la Sección Primera del Capítulo X del Instructivo de Gestión Procesal Administrativa de la SCPM.



3. IDENTIFICACIÓN DE LOS OPERADORES ECONÓMICOS INVOLUCRADOS

3.1 Operador económico denunciante y beneficiario de las medidas preventivas.

- [7] El operador económico amparado en las medidas preventivas es la sociedad **ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA "O.I.A." S.A.** (en adelante “**ORIENTAL**”), persona jurídica de derecho privado, identificada con Registro Único de Contribuyentes No. 1291710359001, representada legalmente por su Gerente General, señor Manuel Mondragón Zamora, y domiciliada en la vía a El Empalme, cantón Quevedo. El operador ha señalado que recibirá notificaciones en la casilla judicial 2297 del Palacio de Justicia de Quito y en las direcciones de correo electrónico: eesparza@pazhorowitz.com, brobayo@pazhorowitz.com, jpaz@pazhorowitz.com y legal@gruporiental.com
- [8] Su actividad económica es: “*La elaboración, fabricación, industrialización, comercialización interna o externa, importación, exportación, consignación, representación y distribución de productos alimenticios en general.*”¹

3.2 Operador económico denunciado y destinatario de las medidas preventivas.

- [9] El operador económico cuyo accionar se encuentra bajo las medidas preventivas es la compañía **SUMESA S. A.** (en adelante “**SUMESA**”), identificada con el Registro Único de Contribuyentes No. 0990129428001, representada legalmente por su Gerente General, señor Jorge García Miranda, y domiciliada en Vía Daule, Guayaquil. El operador señala en el expediente que recibirá las notificaciones en la casilla judicial No. 27 del ex Palacio de Justicia de Quito, así como en los correos electrónicos: marinsevilla@procompetencia.ec, n.srolis@procompetencia.ec, l.ramirez@procompetencia.ec, f.natera@procompetencia.ec, y jgonzalez@sumesa.com.ec
- [10] Su actividad económica es: “*la elaboración y venta dentro del país o del exterior de productos alimenticios, tales como fideos, sopas, especerías, gelatinas, refrescos instantáneos en polvo, helados (...)*”²

4. ANTECEDENTES DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO

- [11] Con escrito presentado el 07 de junio de 2019, signado con el Id. 134414, el operador económico **ORIENTAL** presentó una denuncia en contra del operador económico **SUMESA**, por el supuesto cometimiento de conductas que constituyen prácticas desleales, de conformidad con los numerales 1, 3 literal b), 4 literal a), 5 y 6 del artículo 27 de la LORCPM. Procedimiento en

¹ Datos tomados de la página de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/portaldeinformacion/consulta_cia_menu.zul?expediente=106517&tipo=1. Consultado el 18/03/2021.

² Datos tomados de la página de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/portaldeinformacion/consulta_cia_menu.zul?expediente=20616&tipo=1. Consultado el 18/03/2021.



trámite de la Intendencia Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales (en adelante “INICPD”).

- [12] Mediante Resolución de 12 de julio de 2019 a las 08h50, la CRPI resuelve adoptar las medidas preventivas solicitadas por **ORIENTAL** y disponer a la INICPD realice el seguimiento de la aplicación y cumplimiento de dichas medidas preventivas.
- [13] Con escrito y anexos ingresados por Secretaría General de la SCPM el 04 de noviembre de 2020 a las 15h41, signado con Id. 175388, el operador económico **ORIENTAL** solicita a la CRPI que disponga el seguimiento de las medidas preventivas ante un posible incumplimiento.
- [14] Mediante Providencia de 09 de noviembre de 2020 a las 11h07, la CRPI solicita a la INICPD remita en el término de hasta veinte (20) días, el informe de seguimiento en relación con el cumplimiento de las medidas preventivas dispuestas mediante Resolución de 12 de julio de 2019.
- [15] Con escrito y anexos ingresados a través de Secretaria General de la SCPM el 03 de diciembre de 2020 a las 13h20, identificado con Id 178562, el operador económico **SUMESA** presenta sus alegaciones al escrito remitido por el operador económico **ORIENTAL** el 04 de noviembre de 2020.
- [16] Mediante Memorando No. SCPM-IGT-INICPD-100-2020-M y anexos de 03 de diciembre de 2020, signado con Id. 178606, la Intendencia Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales remite a la CRPI el Informe No. SCPM-IGT-INICPD-2020-039-I, de 03 de diciembre de 2020, respecto al seguimiento de las medidas preventivas adoptadas dentro del expediente SCPM-CRPI-015-2019.
- [17] Mediante Providencia de 11 de diciembre de 2020 a las 12h19, la CRPI pone en conocimiento de los operadores económicos el Informe No. SCPM-IGT-INICPD-2020-039-I y anexos de 03 de diciembre de 2020, y se les concede el término de cinco (5) días para que presenten sus observaciones respecto del contenido del mismo.
- [18] Con escrito ingresado por Secretaría General de la SCPM el 18 de diciembre de 2020 a las 16h45, signado con Id. 180089, el operador económico **ORIENTAL** presenta a este órgano de resolución un reclamo previo de incumplimiento para que se cumpla con lo establecido en el artículo 58 del Instructivo de Gestión Procesal Administrativa de la SCPM.
- [19] A través de escrito y anexo ingresados por Secretaría General de la SCPM el 21 de diciembre de 2020 a las 10h54, con Id 180153, el operador económico **SUMESA** presenta sus observaciones al Informe de Seguimiento de Medidas Preventivas.
- [20] Mediante resolución de 28 de diciembre de 2020 a las 12h55 la CRPI, una vez analizados los elementos constantes en el Informe No. SCPM-IGT-INICPD-2020-039-I y sus anexos, y de haber valorado los pronunciamientos presentados por los operadores económicos involucrados, resolvió solicitar a la INICPD que proceda a iniciar la etapa de investigación de conformidad con la LORCPM y su Reglamento, por el presunto incumplimiento de la resolución de 12 de julio de 2019 por parte de **SUMESA** en lo que se refiere a la letra a) de las medidas preventivas adoptadas.



- [21] Con Memorando No. SCPM-IGT-INICPD-019-2021-M de 08 de febrero de 2021 la INICPD informó lo siguiente:

“(...) esta Intendencia mediante providencia de 19 de enero de 2021, abrió el expediente de investigación por un presunto incumplimiento de medidas preventivas signado con el N.º SCPM-IGT-INICPD-022-2020, el mismo que conforme los criterios jurídicos expedidos por la Intendencia Nacional Jurídica, se encuentra siendo sustanciado por esta Intendencia. (...)”

- [22] Mediante providencia de 12 de febrero de 2021 a las 13h26, rectificando el ordinal TERCERO de la providencia de 03 de febrero de 2021, la CRPI dispuso a la INICPD conforme la disposición emitida mediante providencia de 17 de julio de 2019, remita en el momento procesal oportuno el informe trimestral correspondiente al período diciembre 2020 – febrero 2021, en relación con el cumplimiento de las medidas preventivas dispuestas en Resolución de 12 de julio de 2019.
- [23] La CRPI, a través de providencia emitida el 17 de marzo de 2021 a las 09h57, solicitó a la INICPD que remita a la CRPI en el término de diez (10) días el informe trimestral correspondiente al período diciembre 2020 - febrero 2021, en relación con el cumplimiento de las medidas preventivas dispuestas en Resolución de 12 de julio de 2019.
- [24] Con Memorando No. SCPM-IGT-INICPD-128-2021-M de 16 de marzo de 2021, la INICPD remite el Informe No. SCPM-IGT-INICPD-2021-025-I y anexos, de 16 de marzo de 2021 de seguimiento de medidas preventivas correspondiente al trimestre diciembre 2020 a febrero de 2021, trámite signado con Id. 188462 de 17 de marzo de 2021 a las 16h58.
- [25] Mediante Providencia de 19 de marzo de 2021 emitida a las 11h10, la CRPI con la finalidad de garantizar el derecho de contradicción y debido proceso dispuso trasladar a los operadores económicos **SUMESA** y **ORIENTAL**, el Memorando SCPM-IGT-INICPD-128-2021-M, el Informe Nro. SCPM-IGT-INICPD-2021-025-I y anexos de 16 de marzo de 2021.
- [26] A través de Providencia de 24 de marzo de 2021 emitida a las 11h25, la CRPI en consideración de que en Providencia de 19 de marzo de 2021 por un error involuntario no se estableció término para que los operadores económicos ejerzan su derecho de contradicción, dispuso el término de tres (3) días contados desde que reciban la providencia para que realicen las observaciones y alegaciones que consideren pertinentes.
- [27] La CRPI mediante Providencia de 31 de marzo de 2021 emitida a las 13h23, rechazó la solicitud del operador económico **SUMESA**, para presentar observaciones y alegaciones al informe trimestral de la INICPD, ya que contó con 6 días término para hacerlo.
- [28] Con escrito y anexo ingresados por Secretaría General de la SCPM el 31 de marzo de 2021 a las 15h58, con Id 189787, el operador económico **SUMESA** presenta sus observaciones al Informe de Seguimiento de Medidas Preventivas. Al respecto, la CRPI no tomará en cuenta el mencionado



escrito ya que el término para la presentación de observaciones y alegaciones venció el 29 de marzo de 2021, conforme la disposición emitida en Providencia de 24 de marzo de 2021.

5. FUNDAMENTOS DE DERECHO DE LA RESOLUCIÓN

5.1 Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado

[29] El artículo 62 de la LORCPM establece la figura de las medidas preventivas, e indica a manera ejemplificativa, algunas que se podrían adoptar, así:

“Art. 62.- Medidas preventivas.- El órgano de sustanciación de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, antes o en cualquier estado del procedimiento de investigación, podrá, a sugerencia del órgano de investigación o pedido de quien hubiere presentado una denuncia, adoptar medidas preventivas, tales como la orden de cese de la conducta, la imposición de condiciones, la suspensión de los efectos de actos jurídicos relacionados a la conducta prohibida, la adopción de comportamientos positivos, y aquellas que considere pertinentes con la finalidad de preservar las condiciones de competencia afectadas y evitar el daño que pudieran causar las conductas a las que el procedimiento se refiere, o asegurar la eficacia de la resolución definitiva. Las medidas preventivas no podrán consistir en la privación de la libertad, la prohibición de salida del país o el arraigo. Las medidas preventivas deberán ajustarse a la intensidad, proporcionalidad y necesidades del daño que se pretenda evitar.

En igual sentido, podrá disponer, a sugerencia del órgano de investigación o a pedido de parte, la suspensión, modificación o revocación de las medidas dispuestas en virtud de circunstancias sobrevinientes o que no pudieron ser conocidas al momento de emitir la resolución.

Cuando la medida preventiva se adopte antes del inicio del procedimiento de investigación, dicha medida caducará si no se inicia el referido procedimiento en un plazo de 15 días contados a partir de la fecha de su notificación.

En caso de desacato, podrá ordenar la clausura de los establecimientos en los que se lleve a cabo la actividad objeto de la investigación hasta por noventa días.”

5.2 Reglamento para la Aplicación de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (en adelante “RLORCPM”)

[30] El artículo 73 del RLORCPM, determina las clases de medidas en el cual se detalla una lista no taxativa de las medidas a imponerse:

“Art. 73.- Clases de medidas preventivas.- Según lo dispuesto en el artículo 62 de la Ley el órgano de sustanciación y resolución podrá establecer, entre otras, las siguientes medidas preventivas tendientes a evitar una grave lesión que afecte la libre concurrencia de los operadores:



a) *Ordenes de cese inmediato de la conducta en que se podrá incluir el apercibimiento de sanción de conformidad con la Ley.*

b) *La imposición de condiciones.*

c) *La suspensión de los efectos de actos jurídicos relacionados a la conducta prohibida.*

d) *La adopción de comportamientos positivos.*

e) *Las demás que considere pertinente para preservar las condiciones de competencia afectadas y evitar el daño que pudieren causar las conductas investigadas o asegurar la eficacia de la resolución definitiva.*

No se podrán dictar medidas preventivas que puedan originar daños irreparables a los presuntos responsables o que impliquen violación de derechos fundamentales.

En ningún caso la propuesta, adopción, suspensión, modificación o revocación de medidas preventivas suspenderá la tramitación del procedimiento.”

[31] En relación con el procedimiento de aplicación de las medidas preventivas y su adopción, el artículo 74 del RLORCPM señala ciertas reglas básicas del mismo, así:

“Art. 74.- Adopción de medidas preventivas.- *El órgano de sustanciación y resolución, durante cualquier etapa del procedimiento podrá, a sugerencia del órgano de investigación o a solicitud del denunciante, dictar la adopción de medidas preventivas por el plazo que estimare conveniente.*

Si las medidas preventivas hubieran sido solicitadas por el denunciado, el órgano de sustanciación y resolución enviará una consulta sobre su procedencia al órgano de investigación, quien deberá emitir su informe en el término de quince (15) días desde que la consulta fuera recibida.

El órgano de sustanciación y resolución emitirá su resolución debidamente motivada en el término de diez (10) días contados a partir de la fecha en que se hubiere recibido el informe del órgano de investigación.

La falta de pronunciamiento del órgano de sustanciación y resolución dentro del plazo establecido en el inciso anterior, no podrá ser entendida como aceptación tácita de la petición de las medidas cautelares.

Las medidas preventivas deberán ajustarse a la intensidad, proporcionalidad y necesidades del daño que se pretenda evitar.”



5.3 Instructivo de Gestión Procesal Administrativa de la SCPM

[32] La primera sección del capítulo X del Instructivo regula el procedimiento de aplicación y gestión de las medidas preventivas, en lo pertinente, los artículos 58 y 70 señalan:

“Art. 58.- PROCEDIMIENTO Y APLICACIÓN DE LA SANCIÓN POR INCUMPLIMIENTO DE RESOLUCIONES DE LA CRPI.- La Intendencia emitirá un informe a la CRPI, sobre el presunto incumplimiento de una resolución de la CRPI; para lo cual, deberá adjuntar los indicios con los que cuente.

Hecho esto, la CRPI ordenará a la Intendencia, dentro del término de cinco (5) días de recibido el informe, que abra un expediente de investigación.

Una vez abierto el expediente, en el término de tres (3) días, deberá iniciar una etapa de investigación cuyo trámite se realizará de conformidad a la LORCPM y su Reglamento.; etapa que terminará con la emisión del informe respectivo a la CRPI.

En caso que se establezca conforme a la ley, la existencia del incumplimiento de una Resolución de la CRPI, se aplicará la sanción dispuesta en los artículos 78 y 79 de la LORCPM.

De haberse determinado la existencia de incumplimiento de las resoluciones de la CRPI se deberá observar lo previsto en la normativa aplicable sobre las multas coercitivas; teniendo en cuenta que el informe que sirvió de base para la apertura del expediente de investigación (previsto en el primer inciso de este artículo), también servirá de base para que la Comisión disponga a la Intendencia la apertura de un nuevo expediente para, de ser el caso, imponer la multa coercitiva respectiva, de conformidad con lo señalado en este instrumento; y, en el Instructivo de la materia.”

“Art. 70.- SEGUIMIENTO DE LAS MEDIDAS PREVENTIVAS.- La Intendencia competente realizará el seguimiento de las medidas preventivas dispuestas a fin de verificar su cumplimiento, para el efecto abrirá un expediente que contenga las actuaciones administrativas y la documentación que sustente el respectivo informe. La Comisión de Resolución de Primera Instancia podrá solicitar a la Intendencia competente en cualquier momento, un informe de cumplimiento que deberá ser entregado en el término de hasta veinte (20) días.”

6. MEDIDAS PREVENTIVAS ADOPTADAS

[33] La Resolución de 12 de julio de 2019 a las 08h50 dispuso claramente y bajo prevenciones de ley, el cumplimiento de las siguientes medidas preventivas:



*“2. **ADOPTAR** y disponer el cumplimiento de las siguientes medidas preventivas:
a) EL operador económico **SUMESA S.A.** a partir de notificación con la presente Resolución deberá cesar cualquier tipo de publicidad que aluda de manera directa o indirecta a **ORIENTAL S.A.** y a sus productos. Esta prohibición aplica a la publicidad difundida en cualquier medio de comunicación incluida redes sociales, correo electrónico, mensajería instantánea, etc.; y, b) El operador económico **SUMESA S.A.**, a partir de la notificación con la presente Resolución deberá cesar cualquier tipo de publicidad en la que se identifique de manera directa o indirecta que los productos de sus competidores contienen colorantes. Esta prohibición aplica a la publicidad que se difunda en cualquier medio de comunicación*

7. ANÁLISIS DEL CUMPLIMIENTO DE LAS MEDIDAS PREVENTIVAS EN EL TRIMESTRE DICIEMBRE 2020 A FEBRERO DE 2021

[34] Las medidas preventivas se refieren a la obligación que tiene el operador económico **SUMESA** de cesar cualquier tipo de publicidad que aluda de manera directa o indirecta a la empresa **ORIENTAL** y a sus productos, así como cualquier tipo de publicidad en la que se indique de manera directa o indirecta que los productos de sus competidores contienen colorantes.

[35] La INICPD en su Informe, haciendo uso de lo establecido en la Ley Orgánica de Comunicación y Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, hace referencia a la definición legal de publicidad, así:

“(...) el numeral 91.6 del artículo 91 de la LOC define a la publicidad como:

“...Toda forma de comunicación realizada en el marco de una actividad comercial, industrial, artesanal o liberal con el fin de promover el suministro de bienes o la prestación de servicios, incluidos los bienes inmuebles, sus derechos y obligaciones...” (Énfasis añadido)

(...)

Así también, el artículo 2 de la LODC, respecto de la definición de publicidad establece como:

“...La comunicación comercial o propaganda que el proveedor dirige al consumidor por cualquier medio idóneo, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio. Para el efecto la información deberá respetar los valores de identidad nacional y los principios fundamentales sobre seguridad personal y colectiva...” (Énfasis añadido)

[36] La CRPI, respecto al alcance de la publicidad de **SUMESA** que se rige por las medidas preventivas, aclaró mediante providencia de 03 de febrero de 2021 a las 12h33 lo siguiente:

*“**CUARTO.- ACLARAR** a la INICPD de acuerdo con la petición realizada por **ORIENTAL S.A.** que la Resolución de 12 de julio de 2019 se refiere a cualquier*



tipo de publicidad y no en específico a la de los productos SUMESA ORIENTAL y SUMESA CHINITO.”

[37] A continuación se detallará la información respecto a los medios de comunicación y productos publicitarios usados por **SUMESA** para la promoción de sus productos, para posteriormente valorar si a través de la emisión de dichos productos se ha inobservado lo dispuesto por la CRPI.

7.1 Levantamiento de información respecto de los productos publicitarios que a través de los medios de comunicación podría haber publicitado SUMESA.

[38] De la información remitida por la INICPD como anexos al Informe No. SCPM-IGT-INICPD-2021-025-I, la CRPI verificó la información presentada por los diferentes medios de comunicación respecto a la publicidad realizada con el operador económico **SUMESA**, así como la revisión de varias redes sociales, del período comprendido entre diciembre 2020 a febrero de 2021.

No.	Canales de Televisión	Id. del trámite	Productos promocionados entre diciembre 2020 y febrero de 2021
1	CADENA ECUATORIANA DE TELEVISIÓN C.A. CANAL 10	186212	Ha transmitido publicidad de los productos “TALLARINES O PASTAS SUMESA”, respecto de una campaña publicitaria denominada “DONACIÓN NAVIDAD” del 17 al 22 de diciembre del 2020
2	LA NUEVA TELEVISIÓN SUR	185247	No ha contratado ningún servicio de publicidad con SUMESA.
3	ANDIVISION	186646	No ha contratado ningún servicio de publicidad con SUMESA.
4	TELECUATRO RTS	186467	Ha pautaado publicidad con SUMESA respecto a los productos “TALLARINES O PASTAS SUMESA” en el mes de diciembre de 2020.
5	TELEDOS	186430	No ha pautaado publicidad con SUMESA, respecto a los productos tallarines.
6	TELEAMAZONAS	185680	Ha transmitido publicidad de los productos “TALLARINES o PASTAS SUMESA”, respecto de dos publicidades denominadas: “DONACIÓN NAVIDAD” en el mes de diciembre 2020 y “F Y T CARAPAZ OFERTA \$ 1” en el mes de enero 2021.
7	TELEVICENTRO	185801	Ha transmitido publicidad de los productos “TALLARINES o PASTAS SUMESA”, respecto de dos publicidades denominadas: “F Y T CARAPAZ OFERTA \$ 1 y “DONACIÓN NAVIDAD” desde el mes de dic. 2020.
8	TELESUCESOS CANAL 29	185576	No ha contratado ningún servicio de publicidad con SUMESA.
9	CANAL RTU	186060	No ha contratado ningún servicio de publicidad con SUMESA.
No.	Medios Radiales	Id. del trámite	Productos promocionados entre diciembre 2020 y febrero de 2021
10	RADIO CENTRO	185583	No ha pautaado publicidad con SUMESA, respecto a los productos TALLARINES o PASTAS SUMESA.



11	RADIO FM MUNDO	Correo electrónico 17/02/2021	No ha pautado publicidad con SUMESA, respecto a los productos TALLARINES o PASTAS SUMESA.
12	RADIO AMÉRICA	185359	No ha pautado publicidad con SUMESA, respecto a los productos TALLARINES o PASTAS SUMESA.
13	RADIO VISIÓN	185390	No ha pautado publicidad con SUMESA, respecto a los productos TALLARINES o PASTAS SUMESA.
14	RADIO EXA	185081	No ha pautado publicidad con SUMESA, respecto a los productos TALLARINES o PASTAS SUMESA.
15	PICHINCHA COMUNICACIONES	185472	No ha pautado publicidad con SUMESA, respecto a los productos TALLARINES o PASTAS SUMESA.
No.	Prensa Escrita	Id. del trámite	Producto publicitario entre may-nov 2020
16	EL UNIVERSO	186351	No ha pautado publicidad con SUMESA, respecto a los productos TALLARINES o PASTAS SUMESA
17	ONE METRO	185693	No ha pautado publicidad con SUMESA, respecto a los productos TALLARINES o PASTAS SUMESA.
18	EL COMERCIO	185413	No ha pautado publicidad con SUMESA, respecto a los productos TALLARINES o PASTAS SUMESA.
No.	Agencias de Publicidad	Id. del trámite	Producto publicitario entre may-nov 2020
19	AKTIVARMED	185492	No ha pautado publicidad con SUMESA, respecto a los productos TALLARINES o PASTAS SUMESA
20	NURA S.A.	186388	Ha transmitido publicidad de los productos “TALLARINES O PASTAS SUMESA”, respecto de una publicidad denominada “DONACIONES” del 17 al 21 de diciembre del 2020 por televisión y otra denominada “CARAPAZ A \$ 1” del 6 al 28 de enero de 2021 por televisión y del 11 al 31 de enero 2021 por radio.
21	LETRASIGMA	180220	No ha pautado publicidad con SUMESA, respecto a los productos TALLARINES o PASTAS SUMESA
22	MARKPLAN	185961	No ha pautado publicidad con SUMESA, respecto a los productos TALLARINES o PASTAS SUMESA

Fuente: Informe No. SCPM-IGT-INICPD-2021-025-I de 16 de marzo de 2021.

Elaboración: CRPI

- [39] La INICPD en el Informe de seguimiento señala que ha podido constatar en las redes sociales que se describen a continuación, la publicidad realizada por **SUMESA** en el período comprendido entre diciembre 2020 y febrero 2021, conforme el siguiente detalle:

Red Social	Link	Resultado revisión INICPD
FACEBOOK	https://www.facebook.com/search/top/?q=sumesa%20chinito&epa=SEARCH_BOX , https://www.facebook.com/FideosSumesa/	“En la cuenta de Sumesa se encontró publicaciones, respecto de tallarines sumesa al instante y de tallarines sumesa, en las cuales no hacen referencia al operador económico Oriental S.A., en el período comprendido de diciembre de 2020 hasta febrero de 2021.”
INSTAGRAM	https://www.instagram.com/chinitosumesa/?hl=es-la	“En la cuenta de sumesa se encontró una publicación de fecha: 06-12-2020, que hace referencia a la publicidad denominada CARAPAZ y además existe publicidad de la



	https://www.instagram.com/fideossumesa_ec/?hl=es-la	<i>variedad de fideos y tallarines sumesa, en el período comprendido de diciembre de 2020 hasta febrero de 2021.”</i>
TWITTER	https://twitter.com/SumesaEc/status/595966598881607681	<i>“No se encontró publicaciones en el período comprendido de diciembre de 2020 hasta febrero de 2021.”</i>

Fuente: Informe No. SCPM-IGT-INICPD-2021-025-I de 16 de marzo de 2021.

Elaboración: CRPI

7.2 Información remitida por ORIENTAL

[40] Por su parte el operador **ORIENTAL**, conforme consta de los medios de verificación mediante escrito de 28 de enero de 2021 con Id. 183248, remitió a la INICPD archivos multimedia respecto a la publicidad de los productos del operador **SUMESA** según el siguiente detalle:

- i. Spot publicitario³ que habría sido transmitido el 06 de enero de 2021 en el canal TELEAMAZONAS, así como en los canales de ECUAVISA y TELEVICENTRO durante el mes de enero de 2021. El producto es un video de 21 segundos respecto del producto tallarines SUMESA. A continuación se muestra un fotograma del producto:



Fuente: Anexo a escrito de 28 de enero de 2021, con Id. 183248.

- ii. Cuñas radiales que habrían sido transmitidas en los medios Radios ELITE; I-99 y HUANCAVILCA C.A. De la revisión del archivo de audio, que tiene una duración de 22 segundos se destaca el siguiente mensaje:

³ Un spot publicitario es un anuncio formado por un mensaje persuasivo, elementos visuales, auditivos, imágenes y música que sirven para estimular a los usuarios para que compren o se identifiquen con una marca. Consultado de: <https://economipedia.com/definiciones/spot-publicitario.html>.



- Voz masculina: *Tenga veci.*
- Voz femenina: *Más de un dólar setenta por los tallarines blancos nooo, yo prefiero los nuevos tallarines sumesa a \$1 dólar.*
- Voz masculina: *aaah, será que los tallarines blancos son más caros por esta tarrina plástica.*
- Voz masculina: *el plástico contamina.*
- Voz femenina: *mijines mi Richard Carapaz, me pide los nuevos tallarines sumesa, que le dan energía son riquísimos y están en oferta a \$1 dólar.*

[41] De la revisión de los medios de verificación adjuntos al escrito de **ORIENTAL** se destaca que los productos publicitarios se enmarcarían dentro de las campañas con denominación “CARAPAZ”.

7.3 Información remitida por SUMESA

[42] A petición de la Intendencia, el operador económico **SUMESA** remitió el detalle de la publicidad transmitida y pauta durante el periodo diciembre 2020 a febrero de 2021, a través de escrito de 22 de febrero de 2021 con Id 185937, de acuerdo al siguiente detalle:

“(...) me permito entregar en Cd anexo al presente escrito las pautas publicitarias correspondiente al período de Diciembre 2020 hasta febrero 2021, las cuales se detallan a continuación:

1. *Pauta Tv Fideos Sumesa Donaciones Navidad (17 al 21 de diciembre de 2020)*
2. *Pauta TV Fideos Sumesa Carapaz (6 al 28 de enero 2021)*
3. *Pauta Radio Fideos Sumesa Carapaz (11 al 31 de enero 2021)*
4. *Material Publicitario en puntos de venta en los Supermercados El Coral y El Rosado (Mes de Febrero 2021)*
5. *Página Web – Campaña Valentin Carnavalero – El coral (Mes de Febrero de 2021)*

(...)”

[43] Los productos publicitarios remitidos por **SUMESA** pueden representarse a través de las siguientes imágenes:

1. Pauta Tv Fideos Sumesa Donaciones Navidad:



Fuente: Anexo a escrito de 22 de febrero de 2021, con Id. 185937.

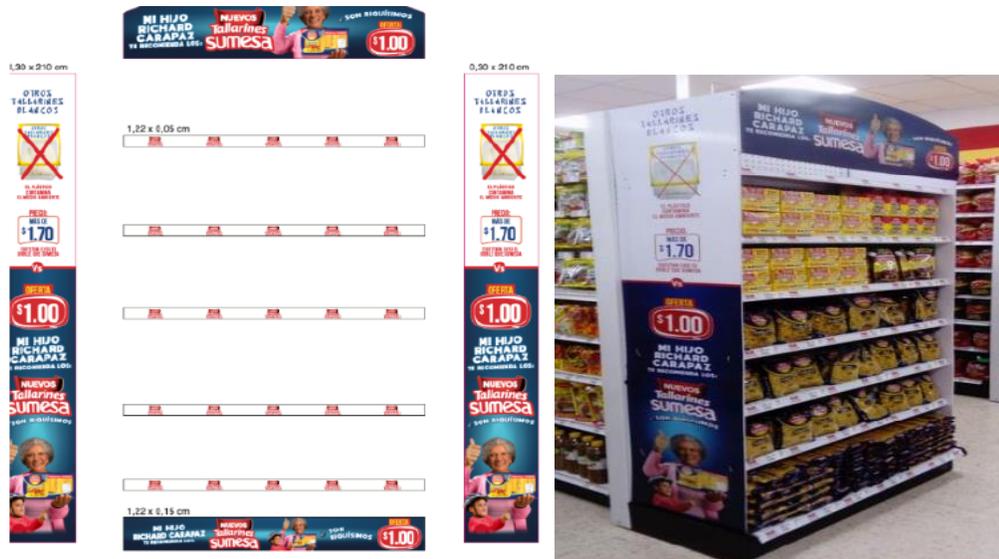
2. Pauta TV Fideos Sumesa Carapaz:



Fuente: Anexo a escrito de 22 de febrero de 2021, con Id. 185937.



3. Material Publicitario en puntos de venta:



Fuente: Anexo a escrito de 22 de febrero de 2021, con Id. 185937.

4. Banner de Página Web – Campaña Valentin Carnavalero publicitado a través del sitio web: <https://www.coralhipermercados.com/>



Fuente: Anexo a escrito de 22 de febrero de 2021, con Id. 185937.

5. En relación con la pauta radial “Fideos Sumesa Carapaz” tiene idéntica duración y contenido que el presentado por **ORIENTAL** y que ha sido señalado con anterioridad.

[44] De la revisión de la información proporcionada por los diferentes medios de comunicación y los provistos por los operadores económicos involucrados, se desprende que el operador económico **SUMESA**, pautó publicidad dentro del periodo de análisis bajo las denominaciones: “DONACIÓN NAVIDAD” (*Sumesa Donaciones Navidad*) y “CARAPAZ” (*Sumesa Carapaz, F Y T CARAPAZ OFERTA \$ 1, CARAPAZ A \$ 1*) a través de los medios televisivos CANAL



10, TELECUATRO RTS, TELEAMAZONAS Y TELEVICENTRO, numerados como 1, 4, 6 y 7 respectivamente, y de la agencia de publicidad NURA S.A. numerado con 20 en el levantamiento de información detallado previamente.

- [45] De igual forma, **SUMESA** habría realizado pautajes radiales y campañas en supermercados que entrarían dentro de la campaña con denominación “CARAPAZ”. Finalmente, se destaca de la revisión de las redes sociales del operador que, a través de la plataforma de Instagram se transmitió el producto publicitario con la denominación: “CARAPAZ”.
- [46] A manera de resumen en concordancia con la investigación realizada por la INICPD, y con la finalidad de tener mayor claridad en relación con la información analizada, a continuación se exponen ciertos aspectos que son importantes tomar en cuenta:
- La publicidad transmitida a través del CANAL 10 Y RTS haría referencia a una campaña de donaciones y de premios obtenidos por el operador económico, de lo cual se desprende que no se aludiría de manera directa o indirecta a los productos de sus competidores.
 - TELEAMAZONAS informó que transmitió publicidad de los productos “TALLARINES o PASTAS SUMESA”, respecto de dos publicidades denominadas: “DONACIÓN NAVIDAD” en el mes de diciembre 2020 y “F Y T CARAPAZ OFERTA \$ 1” en el mes de enero 2021.

No existe alusión directa o indirecta a los productos de sus competidores dentro de la campaña “DONACIÓN NAVIDAD”. En relación con la publicidad “F Y T CARAPAZ OFERTA \$ 1” el contenido del mismo fue analizado por la INICPD en el Informe Nro. SCPM-IGT-INICPD-2020-039-I, el comercial en la parte pertinente hace referencia a lo siguiente: “PVP más de \$. 1,70, será que los tallarines blancos son más caros por la tarrina”, se representa de la siguiente manera:



Fuente: Anexo a escrito de TELEAMAZONAS de 19 de febrero de 2021, con Id. 185937.



- iii. De la información provista por TELEVICENTRO, se puede inferir que el análisis es similar al que se realizó en torno a TELEAMAZONAS; de igual manera el comercial en la parte pertinente hace referencia a: “PVP más de \$. 1,70, será que los tallarines blancos son más caros por la tarrina”, cuya representación gráfica es la misma.
- iv. De la revisión de las redes sociales, la CRPI verificó en concordancia con lo señalado por la INICPD, que constaría en Instagram una publicación de 06 de diciembre de 2020 coincidente con el comercial Richard # Carapaz, muestra la siguiente imagen:



Fuente: Red Social Instagram

La publicación mencionaría lo siguiente:

*“Otros tallarines blancos”, gráfico de empaque amarillo, con tarrina plástica
“Más de \$1.70”
“Cuesta casi el doble que SUMESA”
“Nuevos tallarines sumesa” empaque de tallarines sumesa
“Oferta \$1,00”*

7.4 Del Informe No. SCPM-IGT-INICPD-2021-025-I de seguimiento al cumplimiento de medidas preventivas período diciembre 2020 a febrero 2021.

- [47] La INICPD en su Informe No. SCPM-IGT-INICPD-2021-025-I de 16 de marzo de 2021, luego de realizar la revisión de la información proporcionada por los medios de comunicación, así como de los operadores económicos involucrados, concluyó lo siguiente:

“• De la publicidad analizada en TV, radio, redes sociales y material físico analizado en las consideraciones del presente informe, esta Autoridad observó que SUMESA utiliza en su publicidad “CARAPAZ” de manera física y se refiere, a una “tarrina” de plástico y los PVP más de \$1.70, además utilizaría colores un empaque con combinación de colores: amarillo, azul, rojo y blanco, lo cual podría ser una manera indirecta de referirse al producto del operador



ORIENTAL S.A., en este sentido, la publicidad se podría contraponer a los dispuesto por la CRPI en el literal a) de la resolución de 12 de julio de 2019.

- *Por otro lado, de la publicidad analizada, esta Intendencia no identifica elementos que podrían ser contrarios a la medida preventiva contenida en el literal b) de la resolución de 12 de julio de 2019, respecto de referencias al uso de colorante en los productos de sus competidores.”*

[48] Dentro del mismo informe la Intendencia realiza la siguiente recomendación:

“Del análisis contenido en el presente Informe, esta Intendencia recomienda a la Comisión de Resolución de Primera Instancia considerar su contenido.

Además, en virtud de que se tratan de los mismos hechos, con diferente temporalidad, esta Intendencia recomienda que el presente informe sea incorporado dentro del expediente SCPM-IGT-INICPD-022-2020.”

7.5 Valoración de los productos publicitarios

[49] Se ha comprobado que el operador **SUMESA**, en el periodo de análisis ha realizado publicidad respecto a sus productos a través de spots publicitarios en los canales de televisión y cuñas radiales, así como publicaciones en redes sociales digitales.

[50] En consideración con lo establecido en las medidas preventivas de 12 de julio de 2019, se debe avanzar en el análisis respecto de si, a través de estos productos publicitarios, **SUMESA** se ha referido de manera directa o indirecta al operador económico **ORIENTAL** y a sus productos, o si ha realizado alusión respecto del uso de colorante en los productos de los operadores económicos competidores.

[51] Para el análisis pertinente se ha clasificado los productos publicitarios acorde a lo siguiente:

7.5.1 Producto publicitario bajo la denominación “DONACIÓN NAVIDAD”

[52] Se destaca que la publicidad identificada con esta denominación fue transmitidas de acuerdo con el siguiente detalle:

1. A través del medio televisivo TC TELEVISIÓN entre el 17 y 22 de diciembre de 2020.
2. El operador RTS informó que la publicidad fue transmitida en diciembre de 2020.
3. A través del medio TELEAMAZONAS, acorde a los señalado por el canal, entre el 17 y 22 de diciembre de 2020.
4. A través del medio televisivo TELEVICENTRO entre el 17 y 22 de diciembre de 2020.
5. La agencia publicitaria NURA S.A. indicó a la Intendencia que intervino en la contratación de medios publicitarios para la difusión del producto “DONACIONES” en medios televisivos entre 17 al 21 de diciembre de 2020.

[53] De la revisión de los spots publicitarios bajo esta denominación se destaca que se trata de un video con duración de 30 segundos a través del cual se hace referencia a los premios obtenidos



por la marca **SUMESA** y los deseos de navidad, se concluye de la revisión del contenido de estos productos que, tanto a criterio de la Intendencia, como de la CRPI, no existe evidencia respecto de que a través de esta publicidad **SUMESA** haya hecho alusión directa o indirecta a productos de sus competidores. A continuación se muestran capturas de las imágenes que componen el spot:



Fuente: Informe No. SCPM-IGT-INICPD-2021-025-I de 16 de marzo de 2021.

7.5.2 Productos Publicitarios bajo la denominación “CARAPAZ”

[54] Se incluye dentro del presente análisis los siguientes productos publicitarios: a) *Pauta TV Fideos Sumesa Carapaz*, b) *Material Publicitario en puntos de venta*, c) *Banner Página Web – Campaña Valentin Carnalero*, d) *Pauta radial Fideos Sumesa Carapaz* y e) *Publicación en Instagram*. Dado que los productos publicitarios comparten características comunes, harían que se considere parte de una misma campaña publicitaria. A través de esta, el operador económico **SUMESA** busca posicionar en el mercado su producto TALLARINES SUMESA, que se presenta como un producto nuevo frente a los competidores.

[55] Algunas de las publicidades físicas y digitales incluidas son:





Fuente: Informe No. SCPM-IGT-INICPD-2021-025-I de 16 de marzo de 2021.

- [56] En relación con los comerciales televisivos, estos habrían sido transmitidos a través de los medios TELEVICENTRO y TELEAMAZONAS en los meses de diciembre 2020 y enero de 2021, asimismo publicados por la Agencia de publicidad NURA en el mes de enero de 2021 a través de radio y televisión⁴. Los archivos multimedia entregados por los medios de comunicación, como por el operador **SUMESA** coinciden con el archivo de video entregado por **ORIENTAL** en su escrito de 28 de enero de 2021 con Id. 183248.
- [57] De la revisión de los archivos de video, se puede determinar que el spot simula el desarrollo de una compra de tallarines en una tienda, a través de la interacción de los sujetos y la inclusión de imágenes, se compara el producto TALLARINES SUMESA frente al producto genérico OTROS TALLARINES BLANCOS, destacando que el producto competidor genérico tiene mayor precio y en su empaque se usa una tarrina plástica. Algunos de los fotogramas de los videos se muestran a continuación:

⁴ De acuerdo con los medios de verificación, anexos del escrito presentado por TELEVICENTRO el 22 de febrero de 2021 con Id 185801, escrito de TELEAMAZONAS el 19 de febrero de 2021 con Id. 185680 y escrito de NURA el 25 de febrero de 2021 con Id. 186388.



Fuente: Spot publicitario remitido por Canal TELEAMAZONAS, duración 22 segundos, mediante escrito de 19 de febrero de 2021, con Id. 185680

- [58] El producto publicitario ya fue analizado y sirvió de sustento principal para que la CRPI emita el 28 de diciembre de 2020 a las 12h55 la resolución que da paso a la etapa de investigación por el presunto incumplimiento de la resolución de 12 de julio de 2019 por parte de **SUMESA**, en lo que se refiere a la letra a) de las medidas preventivas adoptadas. A través del análisis pertinente, la CRPI determinó que la publicidad utilizada por **SUMESA** presentaría indicios de realizar comparación respecto de los productos de **ORIENTAL**.
- [59] Dado que el mismo spot publicitario, así como la publicidad escrita y en redes sociales se encuentran siendo analizados dentro del expediente de la Intendencia, no se analizará nuevamente el contenido del comercial televisivo en la presente resolución.
- [60] En el mismo sentido se encuentran el resto de productos publicitarios, que como se indicó con anterioridad formarían parte de una misma campaña. Es adecuado señalar que, a través de los medios publicitarios **SUMESA** compara su producto con otro denominado “OTROS TALLARINES BLANCOS” que en los medios visuales, se identifica principalmente con los colores: amarillo, rojo y blanco, y que en parte de su empaque usa una tarrina plástica. Además, se hace énfasis en el precio de este producto, señalado que cuesta más de 1.70 dólares⁵ como se señala en la publicidad en locales de comercio, banner de página web y publicación de red social. De igual forma la publicidad radial hace alusión al precio del producto competidor y el uso de una tarrina plástica.

⁵ Únicamente en el banner web de la campaña Valentín Carnavaleiro del Operador CORAL HIPERMERCADOS se compara con un producto cuyo precio sería superior a \$0,95 dólares.



- [61] Considerando que estas publicidades, al igual que el spot, se enfocan en transmitir el mismo mensaje, la CRPI recomendará que se incluyan dentro del análisis que lleva a cabo la Intendencia, sin realizar una valoración adicional.
- [62] Respecto a lo determinado en el literal b) de medidas preventivas de la resolución de 12 de julio de 2019, tanto la Intendencia como la CRPI no han encontrado elementos por los cuales la publicidad de **SUMESA** haga alusión al uso de colorantes por parte de otros competidores.

7.6 Alegaciones de SUMESA respecto a la presencia de otros productos en el mercado.

- [63] El operador **SUMESA** señala, tanto en su escrito de 03 de diciembre de 2020 como de 21 de diciembre de 2020, que existe al menos otra marca que comercializa el mismo tipo de tallarines y que en sus empaques usan los mismos colores, esta se trataría de tallarines de **Marca SUPERMAXI**, en sus presentaciones “**FIDEO CHINO GRUESO**” y “**FIDEO CHINO FINO**”. Productos que se muestran en la siguiente imagen.



Fuente: Escrito presentado el 21 de diciembre de 2020 por SUMESA, Id. 180153.

- [64] Por su parte, la CRPI en resolución de 28 de diciembre de 2020 a las 12h55 advirtió que, si bien la publicidad puede referirse a otros productos similares, la conjunción de los elementos analizados conlleva a establecer que existe una presunta alusión a los productos de **ORIENTAL** al momento de referirse en la publicidad al producto “**OTROS TALLARINES BLANCOS**”. En virtud de lo cual solicitó a la Intendencia proceder con el inicio de la investigación correspondiente, por el presunto incumplimiento de las medidas preventivas.
- [65] En este punto es importante señalar la posición de la INICPD respecto al argumento del operador **SUMESA**, el cual en la emisión de la resolución de 28 de diciembre de 2020 no pudo ser considerado y que ha sido presentado a través del Informe No. SCPM-IGT-INICPD-2021-025-I de 16 de marzo de 2021 de la siguiente forma:

“Es importante señalar, que como fue referido por SUMESA S.A., esta Intendencia no desconoce lo siguiente:



- *En el mercado existirían dos productos adicionales, FIDEO CHINO GRUESO SUPERMAXI (con empaque rojo-blanco), y FIDEO CHINO FINO SUPERMAXI (con empaque rojo, amarillo y blanco), que mantendrían colores similares, y usarían tarrinas plásticas y también tendrían similares precios.*
- *Sin embargo, esto no descarta el hecho que, SUMESA S.A., por las características similares, de tarrina, colores y precios, no haga alusión de manera INDIRECTA a su competidor ORIENTAL S.A.”*

- [66] Por lo expuesto, el criterio de esta Comisión no cambiará de sentido y se recomendará a la INICPD proceda a incluir el contenido del Informe No. SCPM-IGT-INICPD-2021-025-I de 16 de marzo de 2021 y sus anexos en el procedimiento de investigación SCPM-IGT-INICPD-022-2020 al contener productos publicitarios que con anterioridad se han resuelto contienen indicios de incumplimiento.
- [67] Del análisis de la publicidad señalada en el apartado 7.5.1, se desprende que no contraviene las medidas preventivas contenidas en los numerales a) y b) de la resolución de 12 de julio de 2019.
- [68] La publicidad realizada dentro del presente período de análisis agrupada en el apartado 7.5.2 forma parte de la campaña publicitaria que mediante resolución de 28 de diciembre de 2020 se determinó contiene indicios de incumplimiento a lo dispuesto en el literal a) de la resolución de 12 de julio de 2019.
- [69] Finalmente, la CRPI debe aclarar que conforme la evaluación realizada, el contenido de los comerciales analizados se tratarían de los mismos hechos que ya se encuentran en investigación por parte de la INICPD. Por lo tanto, se solicitará a la Intendencia que la publicidad señalada en el apartado 7.5.2 se incluya en el proceso de investigación.

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

RESUELVE

PRIMERO.- AGREGAR al expediente el escrito y anexo ingresados por el operador económico **SUMESA** a través de Secretaría General de la SCPM el 31 de marzo de 2021 a las 15h58, con Id 189787.

SEGUNDO.- SOLICITAR a la Intendencia Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales proceda a incluir dentro del expediente de investigación SCPM-IGT-INICPD-022-2020, el Informe No. SCPM-IGT-INICPD-2021-025-I y anexos, así como la presente Resolución por tratarse del análisis de los mismos hechos, por el presunto incumplimiento de la resolución de 12 de julio de 2019 en lo que se refiere a la letra a) de las medidas preventivas adoptadas, correspondiente al período diciembre 2020 a febrero de 2021.



TERCERO.- TRASLADAR al operador económico **ORIENTAL** el escrito y anexo ingresados por el operador económico **SUMESA** a través de Secretaría General de la SCPM el 31 de marzo de 2021 a las 15h58, con Id 189787.

CUARTO.- NOTIFICAR la presente Resolución a los operadores económicos **ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA "O.I.A. "S.A., SUMESA S.A.**, a la Intendencia General Técnica y a la Intendencia Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales.

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE.-

Édison Toro Calderón
COMISIONADO

Jaime Lara Izurieta
COMISIONADO

Marcelo Vargas Mendoza
PRESIDENTE