

INTENDENCIA NACIONAL DE INVESTIGACIÓN Y CONTROL DE PRÁCTICAS DESLEALES

Expediente No. SCPM-IGT-INICPD-001-2021

SUPERINTENDENCIA DE CONTROL DEL PODER DE MERCADO.- INTENDENCIA NACIONAL DE INVESTIGACIÓN Y CONTROL DE PRÁCTICAS DESLEALES.- Quito D.M., 08 de abril de 2022.- **VISTOS.-** En mi calidad de Intendente Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales, conforme la acción de personal No. SCPM-INAF-DNATH-2021-093-A de 4 de febrero de 2021, en uso de mis facultades, dentro del presente proceso de investigación, en lo principal indico lo siguiente:

PRIMERO.- ANTECEDENTES

- La denuncia y anexos presentados por los señores GUSTAVO VÁSQUEZ MÉNDEZ, LIA RIVERA MOYANO, RONY XAVIER CHICO OBANDO, GRACE ALEXANDRA CAMPOS TIPANTUÑA, el día 6 de enero de 2020, las 12h13, con ID 181319, en contra del ingeniero Arturo Jaramillo, en su calidad de Gerente General del Consorcio Pichincha S.A. CONDELPI.
- La providencia de 19 de enero de 2021, mediante la que la INICPD dispuso a GUSTAVO VÁSQUEZ MÉNDEZ, LIA RIVERA MOYANO, RONY XAVIER CHICO OBANDO, GRACE ALEXANDRA CAMPOS TIPANTUÑA, aclarar y completar la denuncia en los literales c), d) y f) del artículo 54 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado.
- El escrito presentado por los señores GUSTAVO VÁSQUEZ MÉNDEZ, LIA RIVERA MOYANO, RONY XAVIER CHICO OBANDO, GRACE ALEXANDRA CAMPOS TIPANTUÑA, el día 22 de enero de 2020, las 12h40, con ID 182614, mediante el cual, los denunciantes aclararon y completaron la denuncia presentada en contra del ingeniero Arturo Jaramillo, en su calidad de Gerente General del Consorcio Pichincha S.A. CONDELPI.
- La providencia de 26 de enero de 2021, mediante la cual, la Intendencia calificó la denuncia, avocó conocimiento de la misma y ordenó:

PRIMERO.- *Abrir el presente expediente signado con el número No. SCPM-IGT-INICPD-001-2021.*

SEGUNDO.- *Agregar al expediente el escrito presentado por los señores GUSTAVO VÁSQUEZ MÉNDEZ, LIA RIVERA MOYANO, RONY XAVIER CHICO OBANDO, GRACE ALEXANDRA CAMPOS TIPANTUÑA, el día 22 de enero de 2021, las 12h40, con ID 182614, mediante el cual, los denunciantes han aclarado y completado la denuncia presentada en contra del operador económico Consorcio Pichincha S.A. CONDELPI.*



TERCERO.- A efectos de garantizar el debido proceso y al amparo de lo dispuesto en el artículo 55 de la LORCPM, en concordancia con el artículo 60 del Reglamento para la aplicación de la LORCPM, **córrase traslado** al denunciado con esta providencia y una copia de los siguientes documentos:

3.1. La denuncia y anexos presentados por los señores GUSTAVO VÁSQUEZ MÉNDEZ, LIA RIVERA MOYANO, RONY XAVIER CHICO OBANDO, GRACE ALEXANDRA CAMPOS TIPANTUÑA, el día 6 de enero de 2021, las 12h13, con ID 181319, en contra del Ing. Arturo Jaramillo, en su calidad de Gerente General del Consorcio Pichincha S.A. CONDELPI.

3.2. La providencia de 19 de enero de 2021, mediante la que esta Autoridad dispuso a GUSTAVO VÁSQUEZ MÉNDEZ, LIA RIVERA MOYANO, RONY XAVIER CHICO OBANDO, GRACE ALEXANDRA CAMPOS TIPANTUÑA, aclarar y completar la denuncia en los literales c), d) y f) del artículo 54 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado.

3.3. El escrito presentado por los señores GUSTAVO VÁSQUEZ MÉNDEZ, LIA RIVERA MOYANO, RONY XAVIER CHICO OBANDO, GRACE ALEXANDRA CAMPOS TIPANTUÑA, el día 22 de enero de 2021, las 12h40, con ID 182614, mediante el cual, los han aclarado y completado la denuncia presentada en contra del operador económico Consorcio Pichincha S.A. CONDELPI.

A fin de que el denunciado presente las explicaciones en el término de quince (15) días.

- La providencia de 28 de enero de 2021, mediante la cual, la INICPD ordenó:

PRIMERO. – En virtud de las facultades de investigación de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, previstas en los artículos 50 y 55 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, esta Intendencia dispone a CONSORCIO DEL PICHINCHA S.A., que en un término no mayor a cinco (5) días, contados a partir de la notificación con esta providencia, remita a esta autoridad la siguiente información:

1.1. Indique los productos y servicios que ofrece en el mercado, desde el año 2018 hasta la presente fecha.

1.2. Indique su modelo de negocio, es decir, la forma en que comercializa los bienes y/o servicios que ofrece en el mercado.

1.3. Remita copia de los contratos de adhesión (con sus anexos, de haberlos) que utiliza para la comercialización de sus productos, desde el año 2018 hasta la presente fecha.

1.4. Indicar, el desglose de los montos cancelados por los clientes al adquirir un vehículo con CODELPI, detallando comisiones, intereses, inscripciones y demás rubros, desde el año 2018 hasta la actualidad.

1.5. Remita una copia de la publicidad que utiliza para promocionar sus productos, a través de medios de comunicación, volantes, el script de llamadas, mailing, redes sociales, entre otros. En el caso de la publicidad a través de redes sociales e internet, remitir las respectivas



materializaciones realizadas ante notario público.

1.6. *Informar el número de contratos suscritos con sus clientes, desde el año 2018 hasta la actualidad, en una matriz en formato Excel, con el siguiente detalle: “Nombre del cliente”, “Número de cédula”, “Número de teléfono”, “Correo electrónico”, “Bien o servicio prestado o comercializado”, “Adquirió el vehículo (SÍ/NO)”.*

1.7. *En aquellos casos en que el usuario no haya adquirido el vehículo indicar en la misma matriz: “Razón por la que no se finiquitó”, “Número de cuotas pagadas vs. Número total de cuotas estipuladas en el contrato (en el formato x de y)”, “Presentó reclamo (SÍ/No)”, “Se ha devuelto o no las cuotas (SÍ/No/Parcialmente)”, “Razón de la no devolución o devolución parcial”.*

SEGUNDO.- *En virtud de las facultades de investigación de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, previstas en los artículos 50 y 55 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, remítase atento oficio a la Defensoría del Pueblo, al Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca y a la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, a fin de que en un término no mayor a cinco (5) días, contados a partir de la notificación con esta providencia, remita a esta autoridad la siguiente información:*

2.1. *Indicar si existen quejas, reclamos y/o denuncias en contra de Consorcio del*

Pichincha S.A., CODELPI, con número de RUC 1791287835001, en relación con la comercialización de sus bienes y servicios, desde el año 2018 hasta la presente fecha.

2.2. *En caso de ser afirmativa su respuesta, remitir el detalle de las quejas, denuncias y/o reclamos, en una matriz en formato Excel con el siguiente detalle: “Nombre del usuario”, “Cédula de ciudadanía”, “Número de teléfono”, “Correo electrónico”, “Motivo de la queja”, “Estado del procedimiento ante la Defensoría del Pueblo (Solucionado/ No solucionado/ En trámite”.*

- *Mediante escrito de 05 de febrero de 2021, las 15h13, con ID 184282, el operador económico CONSORCIO DEL PICHINCHA S.A. CONDELPI, dio contestación a los requerimientos de la INICPD mediante la providencia de 28 de enero de 2021.*
- *El Oficio No. SCVS-IRQ-SG-2021-00004971-O, presentado por la Abg. Amparo Fernández Maila SECRETARIA GENERAL, SUBROGANTE de la INTENDENCIA REGIONAL DE QUITO, de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, el día 09 de febrero de 2021, las 15h29, con ID 184683, mediante el cual remitió un archivo en formato PDF con la matriz detallada de las quejas, denuncias y/o reclamos ingresados relacionados con la compañía CONSORCIO DEL PICHINCHA S.A. CONDELPI, contenido en 2 fojas digitales.*
- *Mediante escrito de 12 de febrero de 2021, las 14h45, el operador económico CONSORCIO DEL PICHINCHA S.A. CONDELPI, presentó sus explicaciones respecto de la denuncia que dio inicio a este expediente.*



- El cuestionario 001, elaborado por la Dirección Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales, mediante el cual, la Intendencia solicitó a CONDELPI información relacionada con el listado de competidores, perfil del consumidor, activos necesarios, márgenes brutos y netos, ingresos por ventas.
- La providencia de 25 de febrero de 2021, mediante la cual, la Intendencia avocó conocimiento del expediente, y ordenó agregar al expediente los documentos referidos *ut supra*. Pero además dispuso:

SEXO.- *En virtud de las facultades de investigación de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, previstas en los artículos 50 y 55 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, esta Intendencia dispone al operador económico CONSORCIO DEL PICHINCHA S.A. CONDELPI., que en el término de 4 días contados a partir de la notificación de la presente providencia, remita la información contenida en el cuestionario No. I*

- El escrito presentado por CONSORCIO DEL PICHINCHA S.A. CONDELPI, el día 05 de marzo de 2021, las 12h42, con ID 187153, mediante el cual entregó la información solicitada mediante Cuestionario I.
- Mediante resolución de 08 de marzo de 2021, constante con Id. 187271, la INICPD resolvió:

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

PRIMERO.- *Ordenar el inicio de la investigación dentro del expediente No. SCPM-IGT-INICPD001-2021, en contra del operador económico CONSORCIO DEL PICHINCHA S.A. CONDELPI, por el presunto cometimiento de actos de engaño, por presuntamente existir contradicciones en su oferta publicitaria, a través de sus empleados, en relación con los derechos y obligaciones establecidos en su contrato de adhesión, al omitir a los usuarios las condiciones de la devolución de los valores pagados, y la forma de calcular la adjudicación de los bienes. Esta conducta se encuentra tipificada en el artículo 27, número 2 de la LORCPM.*

SEGUNDO.- *De conformidad con lo determinado en el artículo 62 del RLORCPM, el plazo de duración de la presente investigación no podrá exceder de 180 días, salvo que en caso de considerarlo pertinente, esta Autoridad podrá prorrogar dicho plazo hasta por 180 días adicionales.*

TERCERO.- *En cumplimiento de lo dispuesto en la letra b) del artículo 9 del Instructivo de Gestión Procesal Administrativa de la SCPM, y al amparo de lo dispuesto por el artículo 56, inciso tercero de la LORCPM, se declara el expediente como reservado, excepto para las partes directamente interesadas, salvaguardando la información que ha sido declarada como confidencial.*

CUARTO.- *Disponer al Director Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales,*



la realización de un plan de trabajo en el término de 15 días, el cual será de carácter confidencial y será notificado a la Intendencia General Técnica.

QUINTO.- *Se deja a salvo el derecho de los denunciantes, respecto de sus pretensiones diferentes al ámbito de competencia de la SCPM, a que acuda a las instancias correspondientes que prevé el ordenamiento jurídico...*

- El escrito y anexo presentados por Consorcio de Pichincha S.A. CONDELPI, el día 03 de marzo de 2021, las 11h23, con ID 186932, mediante el cual la abogada Lilián Dávila Portugal presentó su credencial profesional.
- El escrito y anexos presentados por Consorcio de Pichincha S.A. CONDELPI, el día 05 de marzo de 2021, las 12h42, con ID 187153, mediante el cual, presentó la respuesta al Cuestionario No. 001.
- Mediante providencia de 15 de marzo de 2021, la Intendencia atendió los escritos detallados anteriormente, y ordenó:

TERCERO. – *Mediante providencia de 28 de enero de 2021, esta Autoridad solicitó la colaboración de la Defensoría del Pueblo, al Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca y a la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros a fin de que remitan a esta dependencia información relacionada con las quejas, reclamos y/o denuncias presentadas en contra del operador económico Consorcio Pichincha S.A.; sin embargo, a pesar de haber sido notificadas en legal y debida forma, la Defensoría del Pueblo y el Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca no han remitido la información solicitada. En este sentido, en virtud de las facultades de investigación de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, previstas en el artículo 50 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, esta Intendencia solicita por segunda ocasión a la Defensoría del Pueblo y al Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca, a fin de que en un término no mayor a cinco (5) días, contados a partir de la notificación con esta providencia, remita a esta Autoridad la siguiente información:*

Indicar si existen quejas, reclamos y/o denuncias en contra de Consorcio del Pichincha S.A., CODELPI, con número de RUC 1791287835001, en relación con la comercialización de sus bienes y servicios, desde el año 2018 hasta la presente fecha.

En caso de ser afirmativa su respuesta, remitir el detalle de las quejas, denuncias y/o reclamos, en una matriz en formato Excel con el siguiente detalle: “Nombre del usuario”, “Cédula de ciudadanía”, “Número de teléfono”, “Correo electrónico”, “Motivo de la queja”, “Estado del procedimiento ante la Defensoría del Pueblo (Solucionado/ No solucionado/ En trámite)”.

- La razón con ID 191227 y el extracto no confidencial elaborado por el analista jurídico, respecto de la información constante en el ID 187153, ID anexo 340137.



- El escrito y anexo presentados por Consorcio de Pichincha S.A. CONDELPI, el día 19 de marzo de 2021, las 15h07, con ID 188689, mediante el cual, se remite la información de forma impresa.
- El Oficio Nro. MPCEIP-DCVM-2021-0538-O y su anexo, presentados por el magister Jaime Osvaldo Naranjo Iñiguez, en su calidad de DIRECTOR DE CONTROL Y VIGILANCIA DE MERCADO del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, el día 22 de marzo de 2021, las 16h31, con ID 188888, mediante el cual, remitió la información solicitada.
- Mediante providencia de 09 de abril de 2021, la Intendencia atendió los escritos detallados anteriormente, y ordenó:

CUARTO. – *Mediante providencias de 28 de enero y 15 de marzo de 2021, esta Autoridad solicitó la colaboración de la Defensoría del Pueblo a fin de que remita a esta dependencia cierta información. Sin embargo, hasta el momento de suscripción de la presente providencia, la Defensoría del Pueblo no ha entregado la información solicitada. En este sentido, en virtud de las facultades de investigación de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, previstas en los artículos 50 y 55 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, esta Intendencia solicita por tercera ocasión a la Defensoría del Pueblo, de que en un término no mayor a cinco (5) días, contados a partir de la notificación con esta providencia, dé contestación a las providencias de 28 de enero y 15 de marzo de 2021, es decir, que remita a esta Autoridad la siguiente información:*

Indicar si existen quejas, reclamos y/o denuncias en contra de Consorcio del Pichincha S.A., CODELPI, con número de RUC 1791287835001, en relación con la comercialización de sus bienes y servicios, desde el año 2018 hasta la presente fecha.

En caso de ser afirmativa su respuesta, remitir el detalle de las quejas, denuncias y/o reclamos, en una matriz en formato Excel con el siguiente detalle: “Nombre del usuario”, “Cédula de ciudadanía”, “Número de teléfono”, “Correo electrónico”, “Motivo de la queja”, “Estado del procedimiento ante la Defensoría del Pueblo (Solucionado/ No solucionado/ En trámite)”.

- El Oficio Nro. DPE-DNMPPUC-2021-0019-O, presentado por el magíster Rodrigo Fernando Varela Torres, en su calidad de DIRECTOR NACIONAL DEL MECANISMO DE PROTECCIÓN DE PERSONAS USUARIAS Y CONSUMIDORAS, de la Defensoría del Pueblo, el día 19 de abril de 2021, las 17h49, con ID 191906, mediante el cual, remitió la información solicitada.
- Mediante providencia de 21 de abril de 2021, la Intendencia atendió los escritos detallados anteriormente, y ordenó:

SEGUNDO. – *En virtud de las facultades de investigación de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, previstas en el artículo 50 de la Ley Orgánica de Regulación y Control*



del Poder de Mercado, esta Intendencia dispone a la Defensoría del Pueblo que en un término no mayor a veinte (20) días, contados a partir de la notificación con esta disposición, remita a esta Autoridad, los informes motivados o los actos administrativos respecto de cada una de las quejas detalladas en Oficio Nro. DPE-DNMPPUC-2021-0019-O.

- El Cuestionario No. 2, elaborado por la Dirección Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales, el día 22 de abril de 2021, y que consta en el expediente con ID 192501, en el cual solicitó información económica respecto el volumen de negocios y servicios ofertados en el mercado ecuatoriano.
- La providencia de 23 de abril de 2021, mediante la cual, la Intendencia agregó al expediente el cuestionario No. 002, y ordenó además:

SEGUNDO. – *Conforme las facultades de investigación de esta Intendencia, previstas en el artículo 50 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, remítase atento oficio a los operadores económicos: i) PLAN AUTOMOTOR ECUTORIANO S.A. CHEVYPLAN, ii) CONSORCIO ECUATORIANO AUTOMOTRIZ C.A. CONECA, iii) COMPRASIGMA S.A., iv) CONSORCIO SAFESTORE S.A., v) CONSORCIO AUTO FACIL CONAUTOFACIL S.A., vi) CASAPLAN-MOTORPLAN S.A., y vii) CONSORCIO DEL AUSTRO AUSTROCIRCULO S.A., acompañando una copia del Cuestionario N° 002, a fin de que en un término no mayor a veinte (20) días, contados a partir del 21 de mayo de 2021, de conformidad con la Resolución No. SCPM-DS-2021-14, de 22 de abril de 2021, emitida por el señor Superintendente de Control del Poder de Mercado. **TERCERO.** – **SUSPENSIÓN DE PLAZOS Y TÉRMINOS:** Esta Intendencia pone en conocimiento de las partes que, mediante Resolución No. SCPM-DS-2021-14, de 22 de abril de 2021, el señor Superintendente de Control del Poder de Mercado en su parte pertinente dispuso: “(...) Artículo 1.- Suspender el cómputo de los términos y plazos, tanto para los operadores económicos y ciudadanos así como para la administración, dentro de los procedimientos administrativos y procedimientos administrativos sancionadores, que se tramitan y sustancian en los distintos órganos de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, desde **el lunes 26 de abril hasta el jueves 20 de mayo del año en curso, inclusive**”. (Énfasis añadido). En tal virtud, los términos y plazos aplicables en este expediente continuaran discurriendo a partir del 21 de mayo de 2021. Finalmente, conforme lo referido, esta Intendencia pone en conocimiento de los operadores económicos que, se priorizará las notificaciones a los correos electrónicos señalados para el efecto, sin perjuicio de los otros medios que hayan sido señalados...*

- El oficio Nro. DPE-DNMPPUC-2021-0021-O, presentado por el Mgs. Rodrigo Fernando Varela Torres, en su calidad de DIRECTOR NACIONAL DEL MECANISMO DE PROTECCIÓN DE PERSONAS USUARIAS Y CONSUMIDORAS, de la Defensoría del Pueblo del Ecuador, el día 12 de mayo de 2021, las 19h08, con ID 193481, mediante el cual, remitió expedientes contentivos de quejas en contra de CONDELPI, señalando que:

... se adjunta al presente 21 expedientes. En relación a los demás, cabe señalar que todavía se encuentran en trámite porque recién ingresaron a la Institución y otros, porque los peticionarios no han continuado con el impulso del caso para dar continuidad a las



quejas/denuncias recibidas.

- Mediante providencia de 25 de mayo de 2021, la Intendencia atendió los escritos detallados anteriormente, y notificó la reanudación del cómputo de los términos y plazos.
- El escrito y anexo presentados por el operador económico CASAPLAN-MOTORPLAN S.A., el día 10 de junio de 2021, las 13h52, con ID 196156, mediante el cual remite la información solicitada respecto del cuestionario No. 002.
- El escrito y anexo presentados por el operador económico CONSORCIO ECUATORIANO AUTOMOTRIZ C. A. CONECA, el día 11 de junio de 2021, las 17h19, con ID 196310, mediante el cual remite la información solicitada respecto del cuestionario No. 002.
- Mediante providencia de 16 de junio de 2021, la Intendencia atendió los escritos detallados anteriormente.
- El escrito y anexo presentados por Ximena Monroy Ramírez, en calidad de representante legal de GLOBALPLAN S.A., presentado el día 17 de junio de 2021, las 12h11, con ID 197071, mediante el cual remite la información solicitada respecto del cuestionario No. 002.
- El escrito y anexos presentado por Pablo Ordoñez Baca, en calidad de Gerente General de la compañía COMPRASIGMA S.A., el día 17 de junio de 2021, las 12h29, con ID 197075, mediante el cual, remitió la información solicitada respecto del cuestionario No. 002.
- El escrito y anexo presentados por el operador económico CASAPLAN®-MOTORPLAN® S.A., el día 18 de junio de 2021, las 12h27, con ID 197202, mediante el cual, remitió la información solicitada respecto del cuestionario No. 002.
- El escrito y anexo presentados por CONSORCIO ECUATORIANO AUTOMOTRIZ C. A. CONECA, el día 18 de junio de 2021, las 17h01, con ID 197262, mediante el cual, remitió la información solicitada respecto de sus ingresos por ventas.
- Mediante providencia de 05 de julio de 2021, la Intendencia atendió los escritos detallados anteriormente.
- La razón y el extracto no confidencial con ID 200037, elaborados por el analista jurídico, respecto de la información constante en el ID 197262, ID anexo 361232 e ID anexo 361233.
- El escrito y anexo remitidos por GLOBALPLAN S.A., el día 07 de julio de 2021, las 15h46, con ID 200137, mediante el cual, remitió la información solicitada respecto del cuestionario No. 002.



- El escrito y anexo remitidos por COMPRASIGMA S.A., el día 08 de julio de 2021, las 15h04, con ID 200264. mediante el cual, remitió la información solicitada respecto del cuestionario No. 002.
- El escrito presentado por los operadores económicos GLOBALPLAN S.A., y COMPRASIGMA S.A., remitieron la documentación solicitada del cuestionario No. 002, mediante escritos de 17 de julio de 2021, con números de ID 197071 y 197075, en su orden
- Mediante providencia de 27 de julio de 2021, la Intendencia atendió los escritos detallados anteriormente, y ordenó:

CUARTO. – Conforme las facultades de investigación de esta Autoridad previstas en los artículos 49 y 50 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, esta Intendencia ordena: **4.1.** Remítase atento oficio, acompañando una copia del cuestionario II, a los siguientes operadores económicos: PLAN AUTOMOTOR ECUATORIANO S.A. PLANAUTOMOTOR con RUC No. 1791927966001, CONSORCIO AUTOMOTORES PICHINCHA PRONTIAUTO SOCIEDAD ANÓNIMA con RUC No. 1792420342001, CONSORCIO DE LAS AMERICAS con RUC No. 1792019818001, CONSORCIO AUTOMOTRIZ AUTOMOTORSCAPCAR S.A., con RUC No. 1793064884001, CONSORCIO AUTOMOTRIZ CONAIN RRCC S.A., con RUC No. 1792847397001, CONSORCIO DEL PACIFICO CONDELPACI S.A., con RUC No. 0993258865001, CONFINANSES S.A., con RUC No. 1391921551001, CONSORCIO AUTOMOTRIZ MENA YUCAILLA Y ASOCIADOS CONMYCARVYF C.A., con RUC No. 1792825016001, CONSORCIO-GANE S.A., con RUC No. 0993287687001, COMPAÑIA CALIFICADORA DE RIESGOS FINANCIEROS CREDIFINSA S.A., con RUC No. 0992995777001, ECUSUEÑA S.A., con RUC No. 0993135674001, GALARPLAN S.A., con RUC No. 1291780276001, C&M CONSORCIOMEDICO CIA. LTDA., con RUC No. 1792974674001, HABITACARS S.A., con RUC No. 1793033334001, PLANIFIKAR S.A.S., con RUC No. 1793079245001, PROGENTE SA SOCIEDAD ANÓNIMA con RUC No. 1792909449001, PROMOAUTO ECUADOR PROMOAUTOECUADOR S.A., con RUC No. 0993261564001, CONSORCIO AUTOMOTORES PICHINCHA PRONTIAUTO SOCIEDAD ANÓNIMA con RUC No. 1792420342001, CONSORCIO AUTOMOTRIZ SUDAMERICANO CONAUTSU CIA.LTDA., con RUC No. 1792673801001, CONSORCIOVIVE S.A., con RUC No. 1793106757001, CARSEGO CIA.LTDA., con RUC No. 1793028810001, CONSORCIO AUTOMOTRIZ CREDIMOVIL ECUADOR S.A., con RUC No. 1793052274001, AUTOMOTORES DE LOS ANDES MOTORAND S.A., con RUC No. 1793032141001, PLAN AUTOMOTOR ECUATORIANO S.A. PLANAUTOMOTOR, con RUC No. 1791927966001, COMERCIALIZADORA DE CARROS PERLA DEL PACIFICO COMCARPE S.A., con RUC No. 0992877634001, CONSORCIO CREDICARS CREDIVEHICULOS S.A., con RUC No. 1792971535001, CONSORCIO AUTOMOTRIZ SUDAMERICANO CONAUTSU CIA.LTDA., con RUC No. 1792673801001, CARSEGO CIA.LTDA., con RUC No. 1793028810001, CONSORCIO AUTOMOTRIZ CREDIMOVIL ECUADOR S.A., con RUC No. 1793052274001, PROGRAMAUTO PLANCAR S.A., con RUC No. 1891784046001, CONSORCIO AUTO FACIL CONAUTOFACIL S.A., con RUC No. 0993072613001, FINANMOTORS S.A., con RUC No. 1792931320001. **4.2.** A los operadores económicos enlistados en la disposición 4.1., que en un término no mayor a veinte (20) días, contados a partir de la notificación con esta providencia,



remitan a esta Intendencia la información requerida a través del cuestionario II, en formato Excel y sin restricción alguna. Esta información deberá ser ingresada en la Secretaría General de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, ubicada en la Av. de los Shyris N44-93 y Río Coca, Edificio Ocaña o en el caso de que los documentos sean suscritos con firma electrónica emitida por una entidad debidamente autorizada por la ARCOTEL, puede ingresarlo a través de la ventanilla virtual, disponible en el enlace electrónico <https://servicios.scpm.gob.ec/ventanilla/GesDocVirRegistro.aspx>. En caso de tener alguna duda, puede comunicarse con los servidores Franklin Arévalo y/o Andrea Suntaxi en los correos franklin.arevalo@scpm.gob.ec; y, andrea.suntaxi@scpm.gob.ec. **QUINTO.** – De la revisión del expediente se desprende que los operadores económicos GLOBALPLAN S.A., y COMPRASIGMA S.A., remitieron a esta dependencia la información requerida a través del cuestionario No. 002, mediante escritos de 17 de julio de 2021, con números de ID 197071 y 197075, en su orden. Sin embargo, los datos constan no constan en formato Excel, conforme lo solicitado por esta Autoridad. En tal virtud, esta Intendencia dispone a los operadores económicos GLOBALPLAN S.A., y COMPRASIGMA S.A., que en un término no mayor a tres (3) días, contados a partir de la notificación con esta disposición, remitan a esta Autoridad la información requerida mediante cuestionario No. 002, en formato Excel y sin restricción alguna, a efectos de que el equipo económico pueda trabajar con los datos proporcionados por los operadores económicos. **SEXTO.** – Conforme las facultades de investigación de esta Autoridad previstas en los artículos 49 y 50 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, esta Intendencia ordena al operador económico CONSORCIO DEL PICHINCHA S.A. CONDELPI, que en un término no mayor a tres (3) días contados a partir de la notificación con esta providencia, informe a esta autoridad lo siguiente: **6.1.** Enunciación y detalle de sus productos o servicios para la adquisición de vehículos, en especial los productos “Tu auto planificado” y “Tu auto programado”, explicando sus diferencias y desde cuándo han sido lanzados al mercado. **6.2.** Indicación de la dirección exacta de los puntos en los que realiza venta, atención al cliente y asesoramiento a usuarios para la gestión de compra de un vehículo, en todos sus productos, en especial Tu auto planificado” y “Tu auto programado”. **6.3.** Remitir la publicidad actualizada hasta la presente fecha empleada para la comercialización de sus servicios de gestión de compra de vehículos. Esta información deberá ser ingresada en la Secretaría General de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, ubicada en la Av. de los Shyris N44-93 y Río Coca, Edificio Ocaña o en el caso de que los documentos sean suscritos con firma electrónica emitida por una entidad debidamente autorizada por la ARCOTEL, puede ingresarlo a través de la ventanilla virtual, disponible en el enlace electrónico <https://servicios.scpm.gob.ec/ventanilla/GesDocVirRegistro.aspx>. En caso de tener alguna duda, puede comunicarse con los servidores Franklin Arévalo y/o Andrea Suntaxi en los correos franklin.arevalo@scpm.gob.ec; y, andrea.suntaxi@scpm.gob.ec.

- El escrito presentado por CONSORCIO DEL PICHINCHA S.A. CONDELPI, el día 02 de agosto de 2021, las 15h38, con ID 202835, mediante el cual, remitió la información solicitada.
- El escrito y anexo presentados por Monroy Ramírez Ximena, a nombre de GLOBALPLAN S.A., el día 03 de agosto de 2021, las 12h51, con ID 202941, mediante el cual, remitió la información solicitada respecto del cuestionario No. 002.



- El escrito y anexos presentados por COMPAÑÍA CALIFICADORA DE RIESGOS FINANCIEROS CREDIFINSA S.A., el día 12 de agosto de 2021, con Id. 204072, mediante el cual, remitió la información solicitada respecto del cuestionario No. 002.
- El escrito y anexos presentados por CONSORCIO AUTOMOTRIZ CONAIN S.A, el día 13 de agosto de 2021, con Id. 204146, mediante el cual, remitió la información solicitada respecto del cuestionario No. 002.
- Mediante providencia de 13 de agosto de 2021, la Intendencia atendió los escritos detallados anteriormente, agregó el Cuestionario No. 003, y ordenó:

CUARTO. – De conformidad con las facultades de investigación establecidas en los artículos 48, 49 número 1 y 50 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, esta Intendencia ordena: 4.1. Remítase una copia del cuestionario No. 003 al operador económico CONSORCIO DEL PICHINCHA S.A. CONDELPI. 4.2. Esta Intendencia ordena al operador económico CONSORCIO DEL PICHINCHA S.A. CONDELPI, que en un término no mayor a cinco (5) días contados a partir de la notificación con esta providencia remita a esta Intendencia la información requerida a través del cuestionario No. 003, en formato Excel y sin restricción alguna (...)

SEXTO. – De la revisión del expediente se desprende que los operadores económicos detallados ut infra, no han sido notificados con el Cuestionario No. 002. En tal virtud, y al amparo de las facultades de investigación de la SCPM, previstas en los artículos 48, 49, número 1 y 50 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, esta Intendencia dispone: **6.1.** Notificar nuevamente con dicho cuestionario a los siguientes operadores económicos:

1. PLAN AUTOMOTOR ECUATORIANO S.A. PLANAUTOMOTOR, con RUC No. 1791927966001.
2. CONSORCIO DE LAS AMERICAS, con RUC No. 1792019818001.
3. CONSORCIO AUTOMOTRIZ AUTOMOTORSCAPCAR S.A., con RUC No. 1793064884001.
4. CONSORCIO DEL PACIFICO CONDELPACI S.A., con RUC No. 993258865001.
5. CONSORCIO AUTOMOTRIZ MENA YUCAILLA Y ASOCIADOS CONMYCARVYF C.A., con RUC No. 1792825016001.
6. CONSORCIO AUTOMOTRIZ SUDAMERICANO CONAUTSU CIA. LTDA., con RUC No. 1792673801001.
7. CONSORCIOVIVE S.A., con RUC No. 1793106757001.
8. CARSSSEGO CIA.LTDA., con RUC No. 1793028810001.
9. CONSORCIO AUTOMOTRIZ CREDIMOVIL ECUADOR S.A., 1793052274001.



10. AUTOMOTORES DE LOS ANDES MOTORAND S.A., 1793032141001.

11. COMERCIALIZADORA DE CARROS PERLA DEL PACIFICO COMCARPE S.A., con RUC No. 992877634001.

CONSORCIO CREDICARS CREDIVEHICULOS S.A., con RUC No. 1792971535001.

6.2. Esta Intendencia dispone a los operadores económicos enlistados en el numeral 6.1, que en un término no mayor a quince (15) días, contados a partir de la notificación con esta disposición, contesten el Cuestionario No. 002, y lo remitan a esta autoridad en formato Excel y sin restricción alguna. **6.3.** Esta información deberá ser ingresada en la Secretaría General de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, ubicada en la Av. de los Shyris N44-93 y Río Coca, Edificio Ocaña o en el caso de que los documentos sean suscritos con firma electrónica emitida por una entidad debidamente autorizada por la ARCOTEL, puede ingresarlo a través de la ventanilla virtual, disponible en el enlace electrónico <https://servicios.scpm.gob.ec/ventanilla/GesDocVirRegistro.aspx>. En caso de tener alguna duda, puede comunicarse con los servidores Franklin Arévalo y/o Andrea Suntaxi en los correos franklin.arevalo@scpm.gob.ec; y, andrea.suntaxi@scpm.gob.ec. **6.4.** En el caso de que los operadores económicos aludidos ut supra, remitiesen información sensible para su giro de negocio, como márgenes netos y brutos, o detalle de ingresos por ventas y canales de distribución, se solicita que en un CD aparte, remitan un extracto no confidencial de dicha información, en el que se oculten las celdas que contengan cifras de carácter confidencial.

- El escrito presentado por ECUASUEÑA S.A., con RUC 0993135674001, que consta en el expediente digital con número de ID 204540 de fecha 18 de agosto de 2021, mediante el cual, remitió la información solicitada.
- El escrito y anexo presentados por PROMOAUTO ECUADOR S.A., el día 19 de agosto de 2021, las 09h00, con ID 204647, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al Cuestionario No. 002.
- El escrito y anexo presentados por FINANMOTORS S.A., el día 19 de agosto de 2021, las 11h37, con ID 204677, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al Cuestionario No. 002.
- El escrito y anexos presentados por YASMINA VERONICA ZAMORA PINARGOTE en calidad de representante legal del operador económico CONFINANSES S.A., el día 20 de agosto de 2021, las 12h15, con ID 204872, mediante el cual, remitió la información referente al Cuestionario No. 002.
- Mediante providencia de 23 de agosto de 2021, la Intendencia atendió los escritos detallados anteriormente, y ordenó:

QUINTO. – Esta Intendencia verifica que, en la providencia de 13 de agosto de 2021, disposición 5.2., consta el siguiente texto: “esta Intendencia declara como confidencial el



documento con ID trámite 204072, desde el ID anexo 373912 al ID anexo 3739128”, siendo lo correcto “esta Intendencia declara como confidencial el documento con ID trámite 204072, desde el ID anexo 373912 al ID anexo 3739118”, por lo que se enmienda el mencionado lapsus clavis.

- El escrito y anexos presentados por el señor Edgar Rodríguez Jiménez, en su calidad de Gerente General de la compañía Consorcio del Pichincha S.A. CONDELPI, presentado el día 23 de agosto de 2021, las 15h31, con ID 205099, mediante el cual, remitió la información solicitada respecto del Cuestionario No. 003.
- El escrito y anexo presentados por el señor Hilario José Córdova Cabrera, quien compareció a nombre del operador económico HABITACARS S.A., el día 25 de agosto de 2021, las 15h22, con ID 205357, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al Cuestionario No. 002.
- El escrito y anexo presentados por JULIO ADRIAN PEÑAHERRERA MORALES en calidad de representante legal del operador económico CONSORCIO AUTOMOTORES PICHINCHA PRONTIAUTO SOCIEDAD ANÓNIMA, el día 26 de agosto de 2021, las 16h35, con ID 205573, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al Cuestionario No. 002.
- El escrito y anexos presentados por Gabriel Ignacio Ghersi Picón, en su calidad de representante legal de Progente Sociedad Anónima, el día 27 de agosto de 2021, las 15h33, con ID 205668, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al Cuestionario No. 002.
- El escrito y anexo presentados por Alba Rosa Lara, en su calidad de representante legal de ECUASUEÑA S.A., el día 31 de septiembre de 2021, las 14h20, con ID 205931, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al Cuestionario No. 002.
- El Memorando SCPM-DS-SG-2021-407, suscrito y presentado por Henry Fernando Jami Toca, en su calidad de Secretario General de la SCPM, el día 01 de septiembre de 2021, con ID 206004, mediante el cual, se certificó la fecha, hora y número de trámite del escrito ingresado por el operador económico ECUASUEÑA S.A, y certificó que el operador económico ingresó el escrito el día 18 de agosto 2021 a las 14:56 con número de ID 204540 el mismo que consta de 16 páginas de escrito, 16 páginas de anexo más 1 USB.
- El escrito y anexos presentados por Paulo Luis Segovia Herrera, en su calidad de representante legal de CARSSEGO CÍA. LTDA., el día 03 de septiembre de 2021, las 10h23, con ID 206262, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al Cuestionario No. 002.



- El escrito presentado por Francisco Javier Condor Apolo, con cedula de ciudadanía N. 1726681651, en su calidad de representante legal de la Compañía CONSORCIO AUTOMOTRIZ AUTOMOTORSCAPCAR S.A., el día 10 de septiembre de 2021, las 16h12, con ID 207043, mediante el, cual remitió la información solicitada
- El escrito presentado por Francisco Javier Condor Apolo, con cedula de ciudadanía N. 1726681651, en su calidad de representante legal de la Compañía CONSORCIO AUTOMOTRIZ AUTOMOTORSCAPCAR S.A., el día 10 de septiembre de 2021, las 16h25, con ID 207039, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al Cuestionario No. 002.
- El Cuestionario No. 004, elaborado por la Dirección Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales, el día 12 de septiembre de 2021, con ID 207108, mediante el cual, se solicitó al operador económico CONDELPI remita el listado de trabajadores, ex trabajadores, capacitadores y clientes vinculados a las áreas de ventas del servicio “TU AUTO”.
- El escrito presentado por Cristopher Maldonado, en su calidad de gerente general de PROMOAUTO ECUADOR PROMOAUTOECUADOR S.A., el día 22 de septiembre de 2021, las 16h22, con ID 208223, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al Cuestionario No. 002.
- Mediante providencia de 28 de agosto de 2021, la Intendencia atendió los escritos detallados anteriormente.
- Mediante resolución de 29 de septiembre de 2021, la Intendencia dispuso que se prorrogue la duración de la investigación, por un plazo máximo de ciento (180) días adicionales, computados a partir del fenecimiento del término de la investigación señalado en la resolución de 08 de marzo de 2021.
- Mediante providencia de 29 de septiembre de 2021, la Intendencia atendió los escritos detallados anteriormente y ordenó lo siguiente:

CUARTO. – *Esta Intendencia, conforme las atribuciones establecidas en la Constitución de la República y a las facultades conferidas en los artículos 38, 48, 49 y 50 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (LORCPM), dispone: 4.1. Remítase el Cuestionario No. 004, al operador económico Consorcio del Pichincha S.A. CONDELPI, a fin de que en un término no mayor a quince (15) días, contados a partir de la notificación con esta providencia, lo conteste y presente a esta Autoridad en formato Excel y sin ninguna restricción de accesibilidad.*

QUINTO. – *De la revisión de los medios de verificación que constan en este expediente, se desprende que los operadores económicos CONSORCIO GANE S.A., C&m CONSORCIO CIA.*



LTDA., PLANIFIKAR S.A.S., y CONSORCIO AUTO FACIL CONAUTOFACIL S.A., fueron notificados en sus direcciones físicas con la parte pertinente de la providencia de 27 de julio de 2021 y el cuestionario No. 002, a fin de que en un término no mayor a veinte (20) lo contesten y remitan a esta dependencia. Sin embargo, hasta la presente fecha, ninguno de los operadores económicos mencionados ha cumplido con lo dispuesto por esta autoridad. De conformidad con los artículos 49 y 50 de la LORCPM, que prevén el marco relativo a las facultades de investigación de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado (SCPM), esta Intendencia requiere por segunda ocasión y bajo prevenciones de ley, la colaboración de los operadores, que en un término no mayor a diez (10) días, contados a partir de la notificación con esta disposición, den contestación al Cuestionario No. 002, y lo remitan a esta dependencia en formato Excel y sin restricciones.

SEXO. – *De la revisión de los medios de verificación que constan en este expediente, se desprende que CONSORCIO AUTOMOTRIZ CREDIMOVIL ECUADOR S.A. y CONSORCIOVIVE S.A., fueron notificados en su dirección física con la parte pertinente de la providencia de 13 de agosto de 2021 y el cuestionario No. 002, a fin de que en un término no mayor a quince (15) lo conteste y remita a esta dependencia. Sin embargo, hasta la presente fecha, ninguno de los operadores económicos mencionados ha cumplido con lo dispuesto por esta autoridad. De conformidad con los artículos 49 y 50 de la LORCPM, que prevén el marco relativo a las facultades de investigación de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado (SCPM), esta Intendencia requiere por segunda ocasión y bajo prevenciones de ley, la colaboración de los operadores, que en un término no mayor a diez (10) días, contados a partir de la notificación con esta disposición, den contestación al Cuestionario No. 002, y lo remitan a esta dependencia en formato Excel y sin restricciones.*

- El escrito presentado por Francisco Javier Córdor Apolo, con cedula de ciudadanía N. 1726681651, en su calidad de Representante Legal de la Compañía CONSORCIO AUTOMOTRIZ AUTOMOTORSCAPCAR S.A., con RUC N. 1793064884001, el día 30 de septiembre de 2021, las 16h43, con ID 209150, mediante el cual, remitió la información solicitada.
- El escrito y anexo presentados por CONSORCIO AUTOMOTORES PICHINCHA PRONTIAUTO SOCIEDAD ANÓNIMA, el día 30 de septiembre de 2021, las 17h06, con ID 209160, mediante el cual, remitió la información solicitada.
- El escrito y anexo presentados por Pablo Luis Segovia Herrera, en su calidad de representante legal de Carsego Cía. Ltda., con RUC 1793028810001, el día 01 de octubre de 2021, las 09h12, con ID 209195, mediante el cual, remitió la información solicitada
- El escrito y anexo presentados por Edgar Rodríguez Jiménez, en mi calidad de Gerente General de la compañía Consorcio del Pichincha S.A. CONDELPI, el día 01 de octubre de 2021, las 11h27, con ID 209206, mediante el cual, remitió la información solicitada referente.



- El escrito y anexo presentados por Víctor Hermel Escobar Macías, en su calidad de Gerente General de la compañía Consorcio Auto Fácil S.A., el día 04 de octubre de 2021, las 15h04, con ID 209363, mediante el cual, remitió la información solicitada.
- El escrito y anexo presentados por Edgar Rodríguez Jiménez, en mi calidad de Gerente General de la compañía Consorcio del Pichincha S.A. CONDELPI, el día 20 de octubre de 2021, las 14h28, con ID 210918, mediante el cual, remitió la información solicitada.
- Mediante providencia de 21 de octubre de 2021, la Intendencia atendió los escritos detallados anteriormente.
- El escrito y anexo presentado por el operador económico CARSSEGO CIA. LTDA., el día 25 de octubre de 2021, las 15h02, con ID 211325, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al cuestionario No. 002
- El escrito y anexo presentados por Edgar Rodríguez Jiménez, en mi calidad de Gerente General de la compañía Consorcio del Pichincha S.A. CONDELPI, el día 26 de octubre de 2021, las 11h25, con ID 211382, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al cuestionario No. 003.
- El escrito y anexo presentados por el operador económico CONSORCIO AUTOMOTORES PICHINCHA PRONTIAUTO SOCIEDAD ANÓNIMA, el día 26 de octubre de 2021, las 16h28, con ID 211466, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al cuestionario No. 002.
- El “CUESTIONARIO N° 005”, emitido por la Dirección Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales, el día 18 de noviembre de 2021, constante con Id. 396335, mediante el cual, se solicitó información económica a las entidades financieras respecto de créditos para vehículos.
- Mediante providencia de 1 de diciembre de 2021, la Intendencia atendió los escritos detallados anteriormente y se ordena:

QUINTO. – *Conforme las facultades de investigación previstas en los artículos 48, 49 y 50 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, esta Intendencia dispone a la Secretaría de Sustanciación que remita atento oficio a los operadores económicos Banco del Pichincha C.A., Banco Internacional S.A., Banco de Guayaquil S.A., Banco Bolivariano C.A., y Banco de la Producción S.A. Produbanco, con una copia del Cuestionario No. 005. A su vez, se dispone a los aludidos operadores económicos, que dentro de un término no mayor a veinte (20) días, contados a partir de la notificación con esta providencia, contente el cuestionario, y lo remitan a esta dependencia en formato Excel y sin restricción alguna. Esta información deberá ser ingresada en la Secretaría General de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, ubicada en la Av. de los Shyris N44-93 y Río Coca, Edificio Ocaña o en el caso de que*



los documentos sean suscritos con firma electrónica emitida por una entidad debidamente autorizada por la ARCOTEL, puede ingresarlo a través de la ventanilla virtual, disponible en el enlace electrónico <https://servicios.scpm.gob.ec/ventanilla/GesDocVirRegistro.aspx>. En caso de tener alguna duda, puede comunicarse con los servidores Franklin Arévalo y/o Andrea Suntaxi en los correos franklin.arevalo@scpm.gob.ec; y, andrea.suntaxi@scpm.gob.ec.

- El escrito y anexo presentado por Edgar Rodríguez Jiménez, en su calidad de Gerente General de la compañía Consorcio del Pichincha S. A. CONDELPI, el día 07 de diciembre de 2021, las 09h34, con ID 218199, mediante el cual, remitió la información solicitada.
- El escrito presentado por CONSORCIO AUTOMOTORES PICHINCHA PRONTIAUTO SOCIEDAD ANÓNIMA, el día 07 de diciembre de 2021, las 10h52, con ID 218222, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al cuestionario No. 002.
- Mediante providencia de 22 de diciembre de 2021, la Intendencia atendió los escritos detallados anteriormente y ordenó:

TERCERO. – De la revisión de los medios de verificación que constan en este expediente, se desprende que, el operador económico CONSORCIO GANE S.A., fue notificado en sus direcciones físicas con la parte pertinente de la providencia de 27 de julio de 2021 y el cuestionario No. 002, a fin de que en un término no mayor a veinte (20) lo conteste y lo remita a esta Dependencia. En adición, fue notificado con la parte atinente de la resolución de 29 de septiembre de 2021, en la que esta Intendencia insistió por segunda ocasión y bajo prevenciones de ley al operador económico para que en un término no mayor a diez (10) días, contados a partir de la notificación con esta disposición, de contestación al Cuestionario No. 002, y lo remita a esta dependencia en formato Excel y sin restricciones. Sin embargo, hasta la presente fecha, no ha cumplido con lo dispuesto por esta Autoridad. En tal virtud, de conformidad con los artículos 49 y 50 de la LORCPM, que prevén el marco relativo a las facultades de investigación de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado (SCPM), esta Intendencia requiere por tercera ocasión y bajo prevenciones de ley, la colaboración del operador económico, disponiéndole que en un término no mayor a diez (10) días, contados a partir de la notificación con esta disposición, de contestación al Cuestionario No. 002, y lo remita a esta dependencia en formato Excel y sin restricciones, para dicho efecto, la Secretaria de Sustanciación remitirá nuevamente una copia del aludido cuestionario. La presente insistencia se realiza sin perjuicio de que esta Intendencia inicie el correspondiente procedimiento administrativo sancionador por falta de colaboración, conforme lo previsto en la Ley Orgánica de Regulación de Control del Poder de Mercado, cuyo artículo 79, inciso penúltimo específicamente determina que: “Quien no suministrare a la Superintendencia de Control del Poder de Mercado la información requerida por ésta o hubiere suministrado información incompleta o incorrecta, será sancionado con una multa de hasta 500 Remuneraciones Básicas Unificadas”. **CUARTO.** – De la revisión de los medios de verificación que constan en este expediente, se desprende que CONSORCIO AUTOMOTRIZ CREDIMOVIL ECUADOR S.A., fue notificado en su dirección física con la parte pertinente de la providencia de 13 de agosto de 2021 y el cuestionario No. 002, a fin de que en un término no mayor a quince (15) lo conteste y remita a esta dependencia. En adición, fue notificado con la



parte atinente de la resolución de 29 de septiembre de 2021, en la que esta Intendencia insistió por segunda ocasión y bajo prevenciones de ley al operador económico para que en un término no mayor a diez (10) días, contados a partir de la notificación con esta disposición, de contestación al Cuestionario No. 002, y lo remita a esta dependencia en formato Excel y sin restricciones. Sin embargo, hasta la presente fecha, no ha cumplido con lo dispuesto por esta autoridad. En tal virtud, de conformidad con los artículos 49 y 50 de la LORCPM, que prevén el marco relativo a las facultades de investigación de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado (SCPM), esta Intendencia requiere por tercera ocasión y bajo prevenciones de ley, la colaboración del operador económico, disponiéndole que en un término no mayor a diez (10) días, contados a partir de la notificación con esta disposición, de contestación al Cuestionario No. 002, y lo remita a esta Dependencia en formato Excel y sin restricciones, para dicho efecto, la Secretaria de Sustanciación remitirá nuevamente una copia del aludido cuestionario. La presente insistencia se realiza sin perjuicio de que esta Intendencia inicie el correspondiente procedimiento administrativo sancionador por falta de colaboración, conforme lo previsto en la Ley Orgánica de Regulación de Control del Poder de Mercado, cuyo artículo 79, inciso penúltimo específicamente determina que: “Quien no suministrare a la Superintendencia de Control del Poder de Mercado la información requerida por ésta o hubiere suministrado información incompleta o incorrecta, será sancionado con una multa de hasta 500 Remuneraciones Básicas Unificadas”. **QUINTO.** – Esta Intendencia dispone al operador económico Consorcio del Pichincha S. A. CONDELPI, que en un **término no mayor a tres (3) días** dé cumplimiento a lo ordenado mediante providencia de 21 de octubre de 2021, que señala: “6.4. En relación con las preguntas 5, 6 y 7, esta Intendencia aclara al operador económico que se refiere al producto “tu auto”, por lo que se solicita responder el cuestionario con la información de dicho producto”. **SEXTO.** – Esta Intendencia dispone al operador económico CONSORCIO AUTOMOTRIZ AUTOMOTORSCAPCAR que en un término no mayor a tres (3) días, remita la información presentada en el escrito de 10 de septiembre de 2021, con número de trámite 207043, conforme consta en las instrucciones que constan en el Cuestionario No. 02. **SÉPTIMO.** – Esta Intendencia convoca a una reunión de trabajo al operador económico Consorcio del Pichincha S. A. CONDELPI a llevarse a cabo el día 30 de diciembre de 2021, las 11h00, a través de la plataforma zoom. Para tal efecto, la secretaria de sustanciación que previo a la reunión de trabajo remita al operador económico las credenciales de acceso. En la reunión de trabajo se tratará temas relacionados con la comercialización del servicio “Tu Auto”, por lo que, esta Autoridad dispone al operador económico que pueda asistir con el asesoramiento técnico comercial necesario a fin de que este en la capacidad de responder todas las preguntas que plantee esta Intendencia. Del mismo modo, a fin de precautelar el debido proceso en el presente expediente, el operador económico deberá asistir a la reunión en compañía de su abogado patrocinador.

- El escrito y anexo presentado por la abogada Estefanía Fierro Valle, a nombre de Consorcio del Pichincha S.A. CONDELPI, el día 22 de diciembre de 2021, las 14h17, con ID 220709, mediante el cual, remitió la información solicitada.
- El escrito presentado por CONSORCIO AUTOMOTORES PICHINCHA PRONTIAUTO SOCIEDAD ANÓNIMA, el día 27 de diciembre de 2021, las 14h00, con ID 221084, mediante el cual, remitió la información solicitada.



- El escrito presentado por Santiago Bayas Paredes, en su calidad de Gerente General de Banco Pichincha C.A., el día 27 de diciembre de 2021, las 13h44, con ID 221081, mediante el cual, remitió la información solicitada.
- El escrito y anexo presentado por la George Lalama Rovayo en calidad de Vicepresidente Ejecutivo, a nombre de Banco Internacional S.A., el día 28 de diciembre de 2021, las 15h34, con ID 221230, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al cuestionario No. 5.
- El escrito y anexo presentado por la abogada Estefanía Fierro Valle, a nombre de Consorcio del Pichincha S.A. CONDELPI, el día 28 de diciembre de 2021, las 16h34, con ID 221255, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al cuestionario No. 4.
- Mediante providencia de 29 de diciembre de 2021, la Intendencia atendió los escritos detallados anteriormente.
- El escrito presentado por el abogado Aldo Márquez de la Plata, en su calidad de Secretario Corporativo de Banco Bolivariano C.A., el día 29 de enero de 2021, las 12h22, con ID 221371, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al cuestionario No. 5.
- El escrito presentado por la abogada Estefanía Fierro Valle, en su calidad de abogada patrocinadora de Consorcio del Pichincha S.A. CONDELPI, el día 03 de enero de 2022, las 10h37, con ID 221773, mediante el cual, remitió la información solicitada.
- El escrito y anexos presentados por Francisco Javier Muñoz, a nombre de Banco Guayaquil S.A., el día 03 de enero de 2022, las 13h56, con ID 221800, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al cuestionario No. 5.
- El acta de entrega recepción de copias del expediente, suscrita el 03 de enero de 2022, las 16h00, con ID 221820.
- El escrito presentado por el operador económico Banco Pichincha C.A., el día 04 de enero de 2022, las 15h15, con ID 221902, mediante el cual, remitió la información solicitada.
- Los Cuestionarios No. 006 con ID 221983, No. 007, con ID 221984. No008, con ID 221985 y No. 009 con ID 221986, elaborados por la Dirección Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales, mediante el cual, la Intendencia solicitó información del modelo de negocio ofertado por CONDELPI a trabajadores, ex trabajadores, capacitadores, clientes y consumidores que presentaron sus quejas.
- Mediante providencia de 05 de enero de 2022, la Intendencia atendió los escritos detallados anteriormente y ordenó:



SÉPTIMO. – En virtud de garantizar el derecho a la defensa de Consorcio del Pichincha CONDELPI S.A, esta Intendencia dispone correr traslado al operador CONDELPI S.A., con los cuestionarios No. 006 “LISTADO DE TRABAJADORES Y EX TRABAJADORES”, No. 007 “LISTADO DE CLIENTES”, No. 008 “LISTADO DE CAPACITADORES” y No. 009 “LISTADO DE PERSONAS QUE HAN PRESENTADO QUEJAS”, a fin de que en un término no mayor a tres (3) días, contados a partir de la notificación con esta providencia, presente, de considerarlo pertinente, las observaciones respecto de los cuestionarios. 7.1. Esta Intendencia pone en conocimiento del operador económico que el objetivo de los cuestionarios es contar con información aportada por trabajadores, ex trabajadores, clientes, capacitadores y consumidores que han presentado quejas, respecto del servicio objeto de investigación dentro del presente expediente, en relación la modalidad de venta, características del servicio, tramitación de quejas, información para captar potenciales clientes, entre otros.

- El escrito presentado por Banco Internacional S.A., el día 06 de enero de 2022, las 12h01, con ID 222104, mediante el cual, remitió la información solicitada.
- El escrito presentado por Juan Federico Monroy Cabiedes en calidad de representante Legal del operador económico Consorcio Gane S.A., el día 07 de enero de 2022, las 12h53, con ID 222266, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al cuestionario No. 2.
- El escrito y anexo presentados por la abogada Estefanía Fiero Valle, debidamente autorizada por la compañía Consorcio del Pichincha S. A. CONDELPI, el día 11 de enero de 2022, las 14h19, con ID 222586, mediante el cual, remitió la información solicitada referente a los cuestionarios 006, 007, 008 y 009.
- La razón sentada por la Secretaria de Sustanciación, constante en el ID. 222731, así como la grabación de la reunión de trabajo llevada a cabo, el 12 de enero de 2022, entre Consorcio del Pichincha S.A., CONDELPI, y la Intendencia.
- El escrito presentado por Banco Pichincha C.A., el día 14 de enero de 2022, las 11h43, con ID 223010, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al cuestionario No. 5.
- El escrito presentado por Banco Bolivariano C.A., el día 14 de enero de 2022, las 12h24, con ID 223031, mediante el cual remite la información solicitada referente al cuestionario 005.
- Mediante providencia de 17 de enero de 2022, la Intendencia atendió los escritos detallados anteriormente y ordenó:

SÉPTIMO. – Conforme las facultades de investigación previstas en los artículos 49, número 1 y 50 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, que disponen: “... Art. 49.- Facultad de investigación de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.- La Superintendencia de Control del Poder de Mercado, a través de sus órganos internos, tendrá las siguientes facultades investigativas, las mismas que se ejercerán en el marco de la



Constitución, la ley y el respeto a los derechos y garantías de los ciudadanos: 1. Exigir que se le presenten, para su examen, todos los valores, libros, comprobantes de contabilidad, correspondencia, registros magnéticos o informáticos, incluyendo sus medios de lectura, y cualquier otro documento relacionado con la conducta investigada o con las actividades inspeccionadas, sin que se pueda aducir reserva de ninguna naturaleza. Art. 50.- Obligación de colaborar con los órganos de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.- Toda persona natural o jurídica, pública o privada, así como las autoridades, funcionarios y agentes de la Administración Pública están obligados, sin necesidad de requerimiento judicial alguno, a suministrar los datos, la documentación, la información verdadera, veraz y oportuna, y toda su colaboración, que requiera la Superintendencia de Control del Poder de Mercado y sus servidores públicos, siempre que esto no violente los derechos ciudadanos. Las autoridades y servidores públicos a los que se refiere el inciso precedente están obligados a prestar su colaboración y ayuda, so pena de las sanciones previstas en la ley que regule el servicio público por el incumplimiento de sus deberes esenciales y la presente Ley. Tratándose de los particulares que no suministraren la información requerida, serán sancionados con las multas y sanciones previstas en esta Ley. La Superintendencia de Control del Poder de Mercado tiene la potestad de solicitar y practicar de oficio todas las pruebas y diligencias administrativas necesarias para el esclarecimiento de los actos, denuncias y de los procedimientos que conociere e investigare. Esta Intendencia requiere la colaboración de los siguientes operadores económicos: CASAPLAN MOTORPLAN S.A., con RUC 0992151854001, CHEVYPLAN - PLAN AUTOMOTOR ECUATORIANO S.A. PLANAUTOMOTOR, con RUC 1791927966001 y CONFINANSES CON FINANCIAMIENTO SEGURO S.A., con RUC 1391921551001, a fin de que en el término de diez (10) días, contados a partir de la notificación con esta disposición, contesten y remitan a esta Autoridad el Cuestionario No. 002. Para dicho efecto, la secretaria de sustanciación deberá notificar a los referidos operadores económicos con una copia del Cuestionario No. 002. Esta información deberá ser ingresada en la Secretaría General de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, ubicada en la Av. de los Shyrís N44-93 y Río Coca, Edificio Ocaña o en el caso de que los documentos sean suscritos con firma electrónica emitida por una entidad debidamente autorizada por la ARCOTEL, puede ingresarlo a través de la ventanilla virtual, disponible en el enlace electrónico <https://servicios.scpm.gob.ec/ventanilla/GesDocVirRegistro.aspx>. En caso de tener alguna duda, puede comunicarse con los servidores Franklin Arévalo y/o Andrea Suntaxi en los correos franklin.arevalo@scpm.gob.ec; y, andrea.suntaxi@scpm.gob.ec.

OCTAVO. – Conforme las facultades de investigación previstas en los artículos 49, número 1 y 50 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, que disponen: “... Art. 49.- Facultad de investigación de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.- La Superintendencia de Control del Poder de Mercado, a través de sus órganos internos, tendrá las siguientes facultades investigativas, las mismas que se ejercerán en el marco de la Constitución, la ley y el respeto a los derechos y garantías de los ciudadanos: 1. Exigir que se le presenten, para su examen, todos los valores, libros, comprobantes de contabilidad, correspondencia, registros magnéticos o informáticos, incluyendo sus medios de lectura, y cualquier otro documento relacionado con la conducta investigada o con las actividades inspeccionadas, sin que se pueda aducir reserva de ninguna naturaleza. (...) Art. 50.- Obligación de colaborar con los órganos de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.- Toda persona natural o jurídica, pública o privada, así como las autoridades, funcionarios y agentes de la Administración Pública están obligados, sin necesidad de



requerimiento judicial alguno, a suministrar los datos, la documentación, la información verdadera, veraz y oportuna, y toda su colaboración, que requiera la Superintendencia de Control del Poder de Mercado y sus servidores públicos, siempre que esto no violente los derechos ciudadanos. Las autoridades y servidores públicos a los que se refiere el inciso precedente están obligados a prestar su colaboración y ayuda, so pena de las sanciones previstas en la ley que regule el servicio público por el incumplimiento de sus deberes esenciales y la presente Ley. Tratándose de los particulares que no suministraren la información requerida, serán sancionados con las multas y sanciones previstas en esta Ley. La Superintendencia de Control del Poder de Mercado tiene la potestad de solicitar y practicar de oficio todas las pruebas y diligencias administrativas necesarias para el esclarecimiento de los actos, denuncias y de los procedimientos que conociere e investigare...” Esta Intendencia requiere la colaboración de las siguientes personas: CEDENO MARTIN ISABEL CRISTINA con cédula de identidad 0921098638, RUIZ LIMA DIANA PIEDAD con cédula de identidad 0923553457, ALARCON LOMAS ESTEFANIA FERNANDA con cédula de identidad 1720740453, TORRES SAN ANTONIO JOVITA PIEDAD con cédula de identidad 0912994043, OLIVERO QUISHPE DARIO FERNANDO con cédula de identidad 1715901276, MUNOZ ARROYO IRIS NORELA con 0917572851, SOTOMAYOR FLORES HELENN HENNESY, con cédula de identidad 0702917071, TAPIA GUTIERREZ PAULINA ELIZABETH con cédula de identidad 1716906423, JARAMILLO VACA VERONICA PAMELA con cédula de identidad 2000033486, ANDRADE ARIZAGA LUIS ENRIQUE con cédula de identidad 0921930921, VINUEZA MOSCOSO VINICIO MICHAEL con cédula de identidad 0602986879, PASQUEL ARIAS CRISTIAN ALBERTO con cédula de identidad 1719652610, MUNOZ GUTIERREZ WILLY GUSTAVO con cédula de identidad 0915169601, FIERRO GUZMAN ANGELA ELIZABETH con cédula de identidad 0917383507, NAVARRETE LITARDO LEONOR INES con cédula de identidad 0902070218, CHILA TREJO JAIRO JULIAN con cédula de identidad 1315729010, GONZALEZ FLORES JESSICA KARINA con cédula de identidad 0916013915, NAGUAS VITERI LUIS HUMBERTO con cédula de identidad 0704963156, MEJIA CRISPIN YANETH ELIZABETH con cédula de identidad 0921167524, y CASTILLO ROSERO FAUSTO ADOLFO con cédula de identidad 0802236935, a fin de que en el término de tres (3) días, contados a partir de la notificación con esta disposición, contesten y remitan a esta Autoridad el **Cuestionario No. 006**. Para dicho efecto, la secretaria de sustanciación deberá notificar a los referidos ciudadanos con una copia del Cuestionario No. 006, en sus direcciones de correo electrónico. Esta información deberá ser ingresada en la Secretaría General de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, ubicada en la Av. de los Shyris N44-93 y Río Coca, Edificio Ocaña o en el caso de que los documentos sean suscritos con firma electrónica emitida por una entidad debidamente autorizada por la ARCOTEL, puede ingresarlo a través de la ventanilla virtual, disponible en el enlace electrónico <https://servicios.scpm.gob.ec/ventanilla/GesDocVirRegistro.aspx>. En caso de tener alguna duda, puede comunicarse con los servidores Franklin Arévalo y/o Andrea Suntaxi en los correos franklin.arevalo@scpm.gob.ec; y, andrea.suntaxi@scpm.gob.ec. **NOVENO.** – Conforme las facultades de investigación previstas en los artículos 49, número 1 y 50 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, que disponen: “... Art. 49.- Facultad de investigación de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.- La Superintendencia de Control del Poder de Mercado, a través de sus órganos internos, tendrá las siguientes facultades investigativas, las mismas que se ejercerán en el marco de la Constitución, la ley y el respeto a los derechos y garantías de los ciudadanos: 1. Exigir que se



le presenten, para su examen, todos los valores, libros, comprobantes de contabilidad, correspondencia, registros magnéticos o informáticos, incluyendo sus medios de lectura, y cualquier otro documento relacionado con la conducta investigada o con las actividades inspeccionadas, sin que se pueda aducir reserva de ninguna naturaleza. (...) Art. 50.- Obligación de colaborar con los órganos de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.- Toda persona natural o jurídica, pública o privada, así como las autoridades, funcionarios y agentes de la Administración Pública están obligados, sin necesidad de requerimiento judicial alguno, a suministrar los datos, la documentación, la información verdadera, veraz y oportuna, y toda su colaboración, que requiera la Superintendencia de Control del Poder de Mercado y sus servidores públicos, siempre que esto no violente los derechos ciudadanos. Las autoridades y servidores públicos a los que se refiere el inciso precedente están obligados a prestar su colaboración y ayuda, so pena de las sanciones previstas en la ley que regule el servicio público por el incumplimiento de sus deberes esenciales y la presente Ley. Tratándose de los particulares que no suministraren la información requerida, serán sancionados con las multas y sanciones previstas en esta Ley. La Superintendencia de Control del Poder de Mercado tiene la potestad de solicitar y practicar de oficio todas las pruebas y diligencias administrativas necesarias para el esclarecimiento de los actos, denuncias y de los procedimientos que conociere e investigare...” Esta Intendencia requiere la colaboración de las siguientes personas: EDWIN ALBEIRO ORREGO VERGARA con cédula de identidad 06100238077, LUIS ANGEL MOLINA ROSADO con cédula de identidad 2350428450, LISSETH CRISTINA DIAZ URIBE con cédula de identidad 2300224777, KATTY ALEXANDRA CHARIGUAMAN CHANALUISA con cédula de identidad 2200079800, JAYRO GEOVANNY BORJA CAMPOVERDE con cédula de identidad 2100339775, JOSE JAVIER LOPEZ MARTINEZ con cédula de identidad 2100073119, CARLOS LUIS MAZON ROMO con cédula de identidad 0905472155, ANDREA VANESSA QUINTERO VALENZUELA con cédula de identidad 0929100683, MERCY YOCONDA MARTINEZ ARTEAGA con cédula de identidad 0928825868, y LUZ AMERICA ARBOLEDA SUAREZ con cédula de identidad 0914872973, a fin de que en el término de tres (3) días, contados a partir de la notificación con esta disposición, contesten y remitan a esta Autoridad el **Cuestionario No. 007**. Para dicho efecto, la secretaria de sustanciación deberá notificar a los referidos ciudadanos con una copia del Cuestionario No. 007, en sus direcciones de correo electrónico. Esta información deberá ser ingresada en la Secretaría General de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, ubicada en la Av. de los Shyris N44-93 y Río Coca, Edificio Ocaña o en el caso de que los documentos sean suscritos con firma electrónica emitida por una entidad debidamente autorizada por la ARCOTEL, puede ingresarlo a través de la ventanilla virtual, disponible en el enlace electrónico <https://servicios.scpm.gob.ec/ventanilla/GesDocVirRegistro.aspx>. En caso de tener alguna duda, puede comunicarse con los servidores Franklin Arévalo y/o Andrea Suntaxi en los correos franklin.arevalo@scpm.gob.ec; y, andrea.suntaxi@scpm.gob.ec. **DÉCIMO.** – Conforme las facultades de investigación previstas en los artículos 49, número 1 y 50 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, que disponen: “... Art. 49.- Facultad de investigación de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.- La Superintendencia de Control del Poder de Mercado, a través de sus órganos internos, tendrá las siguientes facultades investigativas, las mismas que se ejercerán en el marco de la Constitución, la ley y el respeto a los derechos y garantías de los ciudadanos: 1. Exigir que se le presenten, para su examen, todos los valores, libros, comprobantes de contabilidad,



correspondencia, registros magnéticos o informáticos, incluyendo sus medios de lectura, y cualquier otro documento relacionado con la conducta investigada o con las actividades inspeccionadas, sin que se pueda aducir reserva de ninguna naturaleza. Art. 50.- Obligación de colaborar con los órganos de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.- Toda persona natural o jurídica, pública o privada, así como las autoridades, funcionarios y agentes de la Administración Pública están obligados, sin necesidad de requerimiento judicial alguno, a suministrar los datos, la documentación, la información verdadera, veraz y oportuna, y toda su colaboración, que requiera la Superintendencia de Control del Poder de Mercado y sus servidores públicos, siempre que esto no violente los derechos ciudadanos. Las autoridades y servidores públicos a los que se refiere el inciso precedente están obligados a prestar su colaboración y ayuda, so pena de las sanciones previstas en la ley que regule el servicio público por el incumplimiento de sus deberes esenciales y la presente Ley. Tratándose de los particulares que no suministraren la información requerida, serán sancionados con las multas y sanciones previstas en esta Ley. La Superintendencia de Control del Poder de Mercado tiene la potestad de solicitar y practicar de oficio todas las pruebas y diligencias administrativas necesarias para el esclarecimiento de los actos, denuncias y de los procedimientos que conociere e investigare...” Esta Intendencia requiere la colaboración de los siguientes operadores económicos: GRUPO MACRO S.A., y XIMENA MONROY RAMIREZ con nombre comercial: IMPULSATE, a fin de que en el término de tres (3) días, contados a partir de la notificación con esta disposición, contesten y remitan a esta Autoridad el **Cuestionario No. 008**. Para dicho efecto, la secretaria de sustanciación deberá notificar a los referidos operadores económicos con una copia del Cuestionario No. 008, en sus direcciones de correo electrónico. Esta información deberá ser ingresada en la Secretaría General de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, ubicada en la Av. de los Shyris N44-93 y Río Coca, Edificio Ocaña o en el caso de que los documentos sean suscritos con firma electrónica emitida por una entidad debidamente autorizada por la ARCOTEL, puede ingresarlo a través de la ventanilla virtual, disponible en el enlace electrónico <https://servicios.scpm.gob.ec/ventanilla/GesDocVirRegistro.aspx>. En caso de tener alguna duda, puede comunicarse con los servidores Franklin Arévalo y/o Andrea Suntaxi en los correos franklin.arevalo@scpm.gob.ec; y, andrea.suntaxi@scpm.gob.ec. **DÉCIMO PRIMERO.** – Conforme las facultades de investigación previstas en los artículos 49, número 1 y 50 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, que disponen: “... Art. 49.- Facultad de investigación de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.- La Superintendencia de Control del Poder de Mercado, a través de sus órganos internos, tendrá las siguientes facultades investigativas, las mismas que se ejercerán en el marco de la Constitución, la ley y el respeto a los derechos y garantías de los ciudadanos: 1. Exigir que se le presenten, para su examen, todos los valores, libros, comprobantes de contabilidad, correspondencia, registros magnéticos o informáticos, incluyendo sus medios de lectura, y cualquier otro documento relacionado con la conducta investigada o con las actividades inspeccionadas, sin que se pueda aducir reserva de ninguna naturaleza. (...) Art. 50.- Obligación de colaborar con los órganos de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.- Toda persona natural o jurídica, pública o privada, así como las autoridades, funcionarios y agentes de la Administración Pública están obligados, sin necesidad de requerimiento judicial alguno, a suministrar los datos, la documentación, la información verdadera, veraz y oportuna, y toda su colaboración, que requiera la Superintendencia de Control del Poder de Mercado y sus servidores públicos, siempre que esto no violente los



derechos ciudadanos. Las autoridades y servidores públicos a los que se refiere el inciso precedente están obligados a prestar su colaboración y ayuda, so pena de las sanciones previstas en la ley que regule el servicio público por el incumplimiento de sus deberes esenciales y la presente Ley. Tratándose de los particulares que no suministraren la información requerida, serán sancionados con las multas y sanciones previstas en esta Ley. La Superintendencia de Control del Poder de Mercado tiene la potestad de solicitar y practicar de oficio todas las pruebas y diligencias administrativas necesarias para el esclarecimiento de los actos, denuncias y de los procedimientos que conociere e investigare...” Esta Intendencia requiere la colaboración de las siguientes personas: QUIMI GARCÍA BRYAN ARIEL con cédula de identidad 0953008315, NARVAEZ ESTRADA JOSE MESIAS con cédula de identidad 1102586060, CHUCHUCA FAJARDO GLORIA FANNY con cédula de identidad 0102741196, CAMACHO GUERRERO PAOLA KARINA con cédula de identidad 1721108023, AGUIRRE CAICEDO BORIS MAURICIO con cédula de identidad 0400876843, ARREAGA IZQUIERDO DAVID AGUSTÍN con cédula de identidad 1205909789, RUALES AVILA GISSELA FERNANDA con cédula de identidad 1712195898, VASQUEZ ASPIAZU GABRIEL MANUEL con cédula de identidad 1721284386 y CALVA ALVARADO ANDY SANTIAGO con cédula de identidad 0927564179 y GUAMBA INGA JUANA con cédula de identidad 0200969327, a fin de que en el término de tres (3) días, contados a partir de la notificación con esta disposición, contesten y remitan a esta Autoridad el **Cuestionario No. 009**. Para dicho efecto, la secretaria de sustanciación deberá notificar a los referidos ciudadanos con una copia del Cuestionario No. 009, en sus direcciones de correo electrónico. Esta información deberá ser ingresada en la Secretaría General de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, ubicada en la Av. de los Shyris N44-93 y Río Coca, Edificio Ocaña o en el caso de que los documentos sean suscritos con firma electrónica emitida por una entidad debidamente autorizada por la ARCOTEL, puede ingresarlo a través de la ventanilla virtual, disponible en el enlace electrónico <https://servicios.scpm.gob.ec/ventanilla/GesDocVirRegistro.aspx>. En caso de tener alguna duda, puede comunicarse con los servidores Franklin Arévalo y/o Andrea Suntaxi en los correos franklin.arevalo@scpm.gob.ec; y, andrea.suntaxi@scpm.gob.ec.

DÉCIMO SEGUNDO. – De la revisión de los medios de verificación que obran en este expediente, se desprende que CONSORCIO AUTOMOTRIZ CREDIMOVIL ECUADOR S.A., fue notificado en su dirección física con la parte pertinente de la providencia de 13 de agosto de 2021 y el cuestionario No. 002, a fin de que en un término no mayor a quince (15) días lo conteste y remita a esta dependencia. En adición, fue notificado con la parte atinente de la resolución de 29 de septiembre de 2021, en la que esta Intendencia insistió por segunda ocasión y bajo prevenciones de ley al operador económico para que en un término no mayor a diez (10) días, contados a partir de la notificación con esta disposición, dé contestación al Cuestionario No. 002, y lo remita a esta dependencia en formato Excel y sin restricciones. Mediante providencia de 22 de diciembre de 2021, esta Autoridad insistió por tercera vez al operador económico que entregue la información solicitada. Sin embargo, hasta la presente fecha, no ha cumplido con lo dispuesto por esta Autoridad. En tal virtud: **11.1.** De conformidad con los artículos 49 y 50 de la LORCPM, que prevén el marco relativo a las facultades de investigación de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado (SCPM), esta Intendencia requiere **por cuarta ocasión y bajo prevenciones de ley**, la colaboración del operador económico, disponiéndole que en un término no mayor a cinco (5) días, contados a partir de la notificación con esta disposición, dé contestación al Cuestionario No. 002, y lo remita a esta dependencia en formato Excel y sin restricciones. Para dicho efecto, la Secretaria



de Sustanciación remitirá nuevamente una copia del aludido cuestionario. **DÉCIMO TERCERO.** – De la revisión de los medios de verificación que constan en este expediente, se desprende que CONSORCIOVIVE S.A., fue notificado en su dirección física con la parte pertinente de la providencia de 13 de agosto de 2021 y el cuestionario No. 002, a fin de que en un término no mayor a quince (15) días lo conteste y remita a esta dependencia. En adición, fue notificado con la parte atinente de la resolución de 29 de septiembre de 2021, en la que esta Intendencia insistió por segunda ocasión y bajo prevenciones de ley al operador económico para que en un término no mayor a diez (10) días, contados a partir de la notificación con esta disposición, dé contestación al Cuestionario No. 002, y lo remita a esta dependencia en formato Excel y sin restricciones. Sin embargo, hasta la presente fecha, no ha cumplido con lo dispuesto por esta Autoridad. En tal virtud: **13.1.** De conformidad con los artículos 49 y 50 de la LORCPM, que prevén el marco relativo a las facultades de investigación de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado (SCPM), esta Intendencia requiere **por tercera ocasión y bajo prevenciones de ley**, la colaboración del operador económico, disponiéndole que en un término no mayor a cinco (5) días, contados a partir de la notificación con esta disposición, de contestación al Cuestionario No. 002, y lo remita a esta dependencia en formato Excel y sin restricciones. Para dicho efecto, la Secretaría de Sustanciación remitirá nuevamente una copia del aludido cuestionario. **DÉCIMO CUARTO.** – Conforme las facultades de investigación previstas en los artículos 49, número 1 y 50 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, esta Intendencia dispone al Servicio de Rentas Internas y a la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, que en un término no mayor a cinco (5) días, contados a partir de la notificación con esta providencia, informen a esta dependencia sobre las direcciones actualizadas de los siguientes operadores económicos: C&M CONSORCIOMEDICO CIA.LTDA., con RUC 1792974674001, PLANIFIKAR S.A.S. con RUC 1793079245001, AUTOMOTORES DE LOS ANDES MOTORAND S.A. con RUC 1793032141001, GALARPLAN S.A. con RUC 1291780276001, CONSORCIO DE LAS AMERICAS con RUC 1792019818001, CONSORCIO DEL PACIFICO CONDELPACI S.A., con RUC 0993258865001, COMERCIALIZADORA DE CARROS PERLA DEL PACIFICO COMCARPE S.A., con RUC 0992877634001, PROGRAMAUTO PLANCAR S.A. con RUC 1891784046001, CONSORCIO CREDICARS CREDIVEHICULOS S.A., con RUC 1792971535001 y CONSORCIO AUTOMOTRIZ MENA YUCAILLA Y ASOCIADOS CONMYCARVYF C.A. con RUC 1792825016001. Esta información deberá ser ingresada en la Secretaría General de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, ubicada en la Av. de los Shyris N44-93 y Río Coca, Edificio Ocaña o en el caso de que los documentos sean suscritos con firma electrónica emitida por una entidad debidamente autorizada por la ARCOTEL, puede ingresarlo a través de la ventanilla virtual, disponible en el enlace electrónico <https://servicios.scpm.gob.ec/ventanilla/GesDocVirRegistro.aspx>. En caso de tener alguna duda, puede comunicarse con los servidores Franklin Arévalo y/o Andrea Suntaxi en los correos franklin.arevalo@scpm.gob.ec; y, andrea.suntaxi@scpm.gob.ec. Para dicho efecto, la Secretaría de Sustanciación se servirá remitir atentos oficios a las entidades aludidas. **DÉCIMO QUINTO.** – Conforme las facultades de investigación previstas en los artículos 49, número 1 y 50 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, esta Intendencia dispone al operador económico Consorcio del Pichincha CONDELPI S.A., que el término de 3 días remita las grabaciones en audio de las confirmaciones posventa que haya realizado CONDELPI S.A., conforme el listado de clientes adjunto a la presente solicitud. Es importante señalar que, esta Autoridad requiere los audios de manera completa y clara para



su análisis. En caso de tener alguna duda, puede comunicarse con los servidores Franklin Arévalo y/o Andrea Suntaxi en los correos franklin.arevalo@scpm.gob.ec; y, andrea.suntaxi@scpm.gob.ec. Para dicho efecto, la Secretaria de Sustanciación se servirá remitir anexo el listado de clientes respectivo.

- El escrito presentado por Ángela Elizabeth Fierro Guzmán, con cédula de identidad 0917383507, el día 19 de enero de 2022, las 11h47, con ID 223703, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al Cuestionario 006.
- El escrito y anexo presentados por Vinicio Michael Vinueza Moscoso, con cédula de identidad 0602986879, el día 19 de enero de 2022, las 13h02, con ID 223750, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al Cuestionario 006.
- El escrito y anexos presentados por Fausto Adolfo Castillo Rosero, con cédula de identidad 0802236935, el día 19 de enero de 2022, las 13h31, con ID 223752, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al Cuestionario 006.
- El escrito y anexo presentados por Cristian Alberto Pasquel Aria, con cédula de identidad 1719652610, el día 19 de enero de 2022, las 14h05, con ID 223760, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al Cuestionario 006.
- El escrito y anexos presentados por Luis Enrique Andrade Arízaga, con cédula de identidad 0921930921, el día 19 de enero de 2021, las 15h04, con ID 223772, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al Cuestionario 006.
- El escrito y anexo presentados por Fernando Alberto Miño Andrade, en calidad de representante legal de Grupo Macro S.A., con cédula de identidad 1705284923, el día 20 de enero de 2022, las 11h50, con ID 223900, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al Cuestionario 008.
- El escrito presentado por Ximena Monroy Ramírez, con cédula de identidad 1757794480, el día 20 de enero de 2022, las 12h44, con ID 223915, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al Cuestionario 008.
- El escrito presentado por David Agustín Arreaga Izquierdo, con cédula de identidad 1205909789, el 20 de enero de 2022, las 14h08, con ID 223955, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al Cuestionario 009.
- El escrito y anexo presentados por Yaneth Elizabeth Mejía Crispín, con cédula de identidad 0921167524, el día 20 de enero de 2022, las 14h32, con ID 223962, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al Cuestionario 006.



- El escrito presentado por Boris Mauricio Aguirre Caicedo, con cédula de identidad 0400876843, el día 20 de enero de 2022, las 12h51, con ID 223923, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al Cuestionario 009.
- El escrito y anexo presentados por Diana Piedad Ruiz Lima, con cédula de identidad 0923553457, el día 20 de enero de 2022, las 14h52, con ID 223968, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al Cuestionario 006.
- El escrito y anexos presentados por la abogada Estefanía Fierro Valle, en su calidad de abogada patrocinadora de Consorcio del Pichincha S. A. CONDELPI, el día 20 de enero de 2022, las 14h15, con ID 223958, mediante el cual, remitió la información solicitada.
- El escrito presentado por Isabel Cristina Cedeño Martin, con cédula de identidad 0921098638, el día 21 de enero de 2022, las 11h52, con ID 224089, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al Cuestionario 006.
- El escrito presentado por Willy Gustavo Muñoz, el día 21 de enero de 2022, las 12h43, con ID 224119, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al Cuestionario 006.
- El escrito presentado por Leonor Inés Navarrete Litardo con cédula de identidad 0902070218, el día 21 de enero de 2022, las 12h52, con ID 224123, mediante el cual, se remitió la información solicitada referente al Cuestionario 006.
- El escrito y anexos presentados por Gissela Fernanda Ruales Ávila, con cédula de identidad 1712195898, el día 21 de enero de 2022, las 14h06, con ID 224142, mediante el cual, se remitió al Cuestionario 009.
- El escrito y anexos presentados por Darío Fernando Olivero, con cédula de identidad 1715901276, el día 21 de enero de 2022, las 13h35, con ID 224136, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al Cuestionario 009.
- Mediante providencia de 21 de enero de 2022, la Intendencia atendió los escritos detallados anteriormente y ordenó:

DÉCIMO CUARTO. – *Conforme las facultades de investigación, previstas en los artículos 49, número 1 y 50 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, esta Intendencia requiere la colaboración de las siguientes personas: CRESPIR ROCA SILVIA MARYORY con cédula de identidad 0906582051, CUNNINGHAM RANGEL NATALY JULIETH con cédula de identidad 0923977581, ERAZO ERAZO MELBA MARIA con cédula de identidad 1202798656, ROMAN LOAIZA KATHY JULIANA con cédula de identidad 1721289799, ROMERO DELGADO MARIA DEL CISNE con cédula de identidad 0704590926, SALTOS LOOR DANIEL ALEJANDRO con cédula de identidad 1720456332, SANTANDER CEVALLOS LORENA DEL ROCIO con cédula de identidad 1711275642, SANTILLAN*



MOPOSITA INES BEATRIZ con cédula de identidad 0201648102, TANDALLA ROBLEZ CHRISTIAN SANTIAGO con cédula de identidad 1713842860, TOAPANTA CHASI SEGUNDO JORGE con cédula de identidad 0502603343, a fin de que en el término de tres (3) días, contados a partir de la notificación con esta disposición, contesten y remitan a esta Autoridad el Cuestionario No. 006.

Para dicho efecto, la secretaria de sustanciación deberá notificar a los referidos ciudadanos con una copia del Cuestionario No. 006, en sus direcciones de correo electrónico remitidas por CONDELPI S.A.

Esta información deberá ser ingresada en la Secretaría General de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, ubicada en la Av. de los Shyris N44-93 y Río Coca, Edificio Ocaña o en el caso de que los documentos sean suscritos con firma electrónica emitida por una entidad debidamente autorizada por la ARCOTEL, puede ingresarlo a través de la ventanilla virtual, disponible en el enlace electrónico <https://servicios.scpm.gob.ec/ventanilla/GesDocVirRegistro.aspx>. En caso de tener alguna duda, puede comunicarse con los servidores Franklin Arévalo y/o Andrea Suntaxi en los correos franklin.arevalo@scpm.gob.ec; y, andrea.suntaxi@scpm.gob.ec.

DÉCIMO QUINTO. – Conforme las facultades de investigación previstas en los artículos 49, número 1 y 50 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, esta Intendencia requiere la colaboración de las siguientes personas: DARWIN ERNESTO ARREAGA MARTILLO con cédula de identidad 1203687858, CESAR AUGUSTO NAVARRO RUIZ con cédula de identidad 1203698590, ROBERT GUALBERTO ACOSTA LUCAS con cédula de identidad 1203719842 y RUDY MERCEDES BAZAN PILAY con cédula de identidad 0928413657, a fin de que en el término de tres (3) días, contados a partir de la notificación con esta disposición, contesten y remitan a esta autoridad el Cuestionario No. 007.

Para dicho efecto, la secretaria de sustanciación deberá notificar a los referidos ciudadanos con una copia del Cuestionario No. 007, en sus direcciones de correo electrónico remitidas por CONDELPI S.A.

Esta información deberá ser ingresada en la Secretaría General de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, ubicada en la Av. de los Shyris N44-93 y Río Coca, Edificio Ocaña o en el caso de que los documentos sean suscritos con firma electrónica emitida por una entidad debidamente autorizada por la ARCOTEL, puede ingresarlo a través de la ventanilla virtual, disponible en el enlace electrónico <https://servicios.scpm.gob.ec/ventanilla/GesDocVirRegistro.aspx>. En caso de tener alguna duda, puede comunicarse con los servidores Franklin Arévalo y/o Andrea Suntaxi en los correos franklin.arevalo@scpm.gob.ec; y, andrea.suntaxi@scpm.gob.ec.

DÉCIMO SEXTO. – Conforme las facultades de investigación previstas en los artículos 49, número 1 y 50 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, esta Intendencia requiere la colaboración de las siguientes personas: MARTINEZ VILLARES WILSON RENE con cédula de identidad 1203083595, PIMENTEL PUGA JULIO ENRIQUE con cédula de identidad 1201300769, MANOBANDA FLORES ANGIE ANALY con cédula de



identidad 0928472950, REYES TIBAN IRMA SUSANA con cédula de identidad 1802470896 y TOBAR VERA CARLOS RUBEN con cédula de identidad 0922682075, a fin de que en el término de tres (3) días, contados a partir de la notificación con esta disposición, contesten y remitan a esta autoridad el Cuestionario No. 009.

Para dicho efecto, la secretaria de sustanciación deberá notificar a los referidos ciudadanos con una copia del Cuestionario No. 009, en sus direcciones de correo electrónico remitidas por CONDELPI S.A.

Esta información deberá ser ingresada en la Secretaría General de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, ubicada en la Av. de los Shyris N44-93 y Río Coca, Edificio Ocaña o en el caso de que los documentos sean suscritos con firma electrónica emitida por una entidad debidamente autorizada por la ARCOTEL, puede ingresarlo a través de la ventanilla virtual, disponible en el enlace electrónico <https://servicios.scpm.gob.ec/ventanilla/GesDocVirRegistro.aspx>. En caso de tener alguna duda, puede comunicarse con los servidores Franklin Arévalo y/o Andrea Suntaxi en los correos franklin.arevalo@scpm.gob.ec; y, andrea.suntaxi@scpm.gob.ec.

- El escrito y anexo presentado por el señor Segundo Toapanta Chasi, el 03 de febrero de 2022, las 10h35, con ID 226611, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al cuestionario 006.
- El escrito y anexo presentado por la señora Blanca Caguana Bautista, el 03 de febrero de 2022, las 10h57, con ID 226623, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al cuestionario 007.
- El escrito y anexo presentado por la señora Rita Espinosa Miranda, el 03 de febrero de 2022, las 11h16, con ID 226624, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al cuestionario 006.
- El escrito y anexo presentado por la señora Yadira García Vinces, el 03 de febrero de 2022, las 17h08, con ID 226712, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al cuestionario 009.
- El escrito y anexos presentado por el operador PLAN AUTOMOTOR ECUATORIANO S.A., el 04 de febrero de 2022, las 10h32, con ID 226774, mediante el cual, remitió la información solicitada.
- El escrito y anexo presentado por el señor Sergio Calle Urgiles, el 04 de febrero de 2022, las 16h01, con ID 226843, mediante el cual, remitió la información solicitada.
- El escrito y anexo presentado por la señora Lisseth Díaz Uribe, el 07 de febrero de 2022, las 12h24, con ID 226928, mediante el cual, remitió la información solicitada referente al cuestionario 007.



- El escrito y anexo presentado por el operador Consorcio del Pichincha S. A., el 07 de febrero de 2022, las 12h31, con ID 226930, mediante el cual, remitió la información solicitada.
- El escrito presentado por la señora Rosa Sigua Sigua, el 09 de febrero de 2022, las 16h20, con ID 227265, mediante el cual, remitió la información solicitada referente cuestionario 007.
- El cuestionario N.º 10 elaborado por la analista económica Andrea Suntaxi y aprobado por la economista Gabriela Arias Barros, Directora Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales, ingresado al expediente con ID 227886, mediante el cual, se solicitó información por provincia de los ingresos por ventas a CONDELPI.
- Mediante providencia de 16 de febrero de 2022, la Intendencia atendió los escritos detallados anteriormente y ordenó:

DÉCIMO PRIMERO.- De conformidad con los artículos 49 y 50 de la LORCPM, que prevén el marco relativo a las facultades de investigación de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado (SCPM), se requiere la colaboración del operador económico **CONDELPI** con la finalidad de que en el término de 5 días remita en formato digital a esta Autoridad, la información contenida en el cuestionario N.º 10 adjunto a la providencia que se despacha. La información solicitada deberá ser ingresada en la Secretaría General de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado (SCPM), ubicada en la Av. de los Shyris N44-93 y Río Coca, Edificio Ocaña, planta baja, o en las oficinas zonales ubicadas en las ciudades de Guayaquil, Cuenca, Loja y Portoviejo. En el caso de que los documentos sean suscritos con firma electrónica debidamente autorizada por el ARCOTEL, deberá ser remitida a través de la ventilla virtual de la SCPM (<https://servicios.scpm.gob.ec/ventanilla/GesDocVirRegistro.aspx>), conforme lo dispuesto en el artículo 3 de la Resolución N.º SCPM-DS-2020-27, de 13 de julio de 2020.

- El escrito y anexo presentado por el señor Edison Abad Quishpe, el 21 de febrero de 2022, las 15h31, con ID 228472, mediante el cual, remitió la información solicitada.
- El escrito y anexo presentado por la señora Emperatriz Abarca, el 22 de febrero de 2022, las 11h57, con ID 228537, mediante el cual, remitió la información solicitada.
- El escrito presentado por el operador económico CONDELPI, el 24 de febrero de 2022, las 09h19, con ID 228758, mediante el cual, solicitó, “...se me conceda una prórroga de 5 días laborales adicionales para recolectar y presentar la información solicitada.”, la Intendencia concede el término de 3 días para que el operador remita la información conforme lo dispuesto en providencia de 16 de febrero de 2022.
- Mediante providencia de 24 de febrero de 2022, la Intendencia atendió los escritos detallados anteriormente.

- El escrito presentado por Estefanía Fierro Valle, a nombre de Consorcio del Pichincha S.A., CONDELPI, el día 03 de marzo de 2022, las 16h13, con ID 229370, mediante el cual, entregó información del cuestionario 10.
- Mediante providencia de 11 de marzo de 2022, la Intendencia atendió el escrito detallado anteriormente.
- El Informe de Resultados de la Investigación N.º SCPM-INICPD-DNICPD-001-2022, emitido por la Dirección Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales, el día 25 de marzo de 2022, y que consta en el expediente con ID 231501.
- Mediante providencia de 25 de marzo de 2022, esta Intendencia agregó al expediente el referido informe de resultados, y dispuso que sea tomado en cuenta en el momento procesal oportuno.
- El escrito presentado por Consorcio del Pichincha S.A. CONDELPI, el día 25 de marzo de 2022, las 14h38, con ID 231585, mediante el cual solicitó una copia electrónica del Informe de Resultados de la Investigación, emitido por la Dirección Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales, el día 25 de marzo de 2022.
- El escrito presentado por Consorcio del Pichincha S.A. CONDELPI, el día 25 de marzo de 2022, las 17h17, con ID 231639, mediante el cual el operador económico presentó alegatos respecto de la investigación.
- La providencia de 28 de marzo de 2022, mediante la cual esta Intendencia agregó al expediente y atendió los escritos mencionados.
- El escrito presentado por Consorcio del Pichincha S.A. CONDELPI, el día 05 de abril de 2022, las 12h27, con ID 232557, mediante el cual el operador económico solicitó copia electrónica del expediente.
- La providencia de 06 de abril de 2022, mediante la cual esta Intendencia atendió la solicitud de copias requeridas en el escrito *ut supra*.
- El escrito presentado por Consorcio del Pichincha S.A. CONDELPI, el día 08 de abril de 2022, las 10h57, con ID 234083, mediante el cual, autorizó a un delegado para el retiro de copias del informe de resultados.
- La providencia de 08 de abril de 2022, mediante la cual esta Intendencia consideró la autorización conferida por CONDELPI para el retiro de copias referidas *ut supra*.

SEGUNDO.- COMPETENCIA

2.1. Constitución de la República del Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador, en el título IV “Participación y Organización del Poder”; Capítulo Quinto “Función de Transparencia y Control Social”, sección cuarta “Superintendencias”, artículo 213, inciso primero, se determina:

Art. 213.- 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 226 de la Constitución de la República del Ecuador establece:

“Las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, las servidoras o servidores públicos y las personas que actúen en virtud de una potestad estatal ejercerán solamente las competencias y facultades que les sean atribuidas en la Constitución y la ley. Tendrán el deber de coordinar acciones para el cumplimiento de sus fines y hacer efectivo el goce y ejercicio de los derechos reconocidos en la Constitución”.

2.2. Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (en adelante LORCPM)

El artículo 1 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (en adelante 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 misma norma 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 señalado en el artículo 3 de la LORCPM correspondiente al Principio de Primacía de la realidad dispone:

Art. 3.- Primacía de la realidad.- 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.

La costumbre o la costumbre mercantil no podrán ser invocadas o aplicadas para exonerar o eximir las conductas contrarias a esta Ley o la responsabilidad del operador económico.

Así también, lo dispuesto en el artículo 4 de la LORCPM determina:

Art. 4.- Lineamientos para la regulación y principios para la aplicación.- En concordancia con la Constitución de la República y el ordenamiento jurídico vigente, los siguientes lineamientos se aplicarán para la regulación y formulación de política pública en la materia de esta Ley:

1. El reconocimiento del ser humano como sujeto y fin del sistema económico.
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. (...)

En adición, el artículo 5 de la LORCPM precisa:

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.

El mercado del producto o servicio comprende, al menos, el bien o servicio materia de la conducta investigada y sus sustitutos. Para el análisis de sustitución, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado evaluará, entre otros factores, las preferencias de los clientes o consumidores; las características, usos y precios de los posibles sustitutos; los costos de la sustitución; así como las posibilidades tecnológicas y el tiempo requerido para la sustitución.

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

La determinación del mercado relevante considerará las características particulares de los vendedores y compradores que participan en dicho mercado. Los competidores de un mercado relevante deberán ser equiparables, para lo cual se considerará las características de la superficie de venta, el conjunto de bienes que se oferta, el tipo de intermediación y la diferenciación con otros canales de distribución o venta del mismo producto.

El artículo 25 de la LORCPM determina:

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 establece:



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 número 2 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. [...]

Al respecto, cabe señalar que la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, en el artículo 37 inciso segundo, dispone:

"La Superintendencia de Control del Poder de Mercado tendrá facultad para expedir normas con el carácter de generalmente obligatorias en las materias propias de su competencia, sin que puedan alterar o innovar las disposiciones legales y las regulaciones expedidas por la Junta de Regulación".

Cabe señalar que la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, en el numeral 2 del artículo 38, dispone: "La Superintendencia de Control del Poder de Mercado, a través de sus órganos, ejercerá las siguientes atribuciones: (...) 2. Sustanciar los procedimientos en sede administrativa para la imposición de medidas y sanciones por incumplimiento de esta Ley".

Asimismo, el artículo 58 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (en adelante LORCPM), determina:

Art. 57.- Archivo de la denuncia.- Si el órgano de sustanciación considera satisfactorias las explicaciones del denunciado, o si concluida la investigación no existiere mérito para la prosecución de la instrucción del procedimiento, mediante resolución motivada ordenará el archivo de la denuncia. (Énfasis añadido)

2.3. Reglamento para la aplicación de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (en adelante RLORCPM)

El artículo 4 del Reglamento de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado establece:

Art. 4.- Criterio general de evaluación.- La Superintendencia de Control del Poder de Mercado, para determinar el carácter restrictivo de las conductas y actuaciones de los operadores económicos, analizará su comportamiento caso por caso, evaluando si tales conductas y actuaciones, tienen por objeto o efecto, actual o potencialmente, impedir, restringir, falsear o distorsionar la competencia, o atentar contra la eficiencia económica, el bienestar general o los derechos de los consumidores o usuarios.

En concordancia con los artículos 63 y 67 del RLORCPM establecen:

Art. 63.- Resolución de archivo de la denuncia.- Cuando, de los hechos investigados, no existiere mérito para la prosecución de la instrucción del procedimiento, o las explicaciones presentadas por los denunciados sean satisfactorias, el órgano de investigación, mediante resolución motivada que será notificada al o los denunciantes, ordenará el archivo de la denuncia.

Art. 67.- Informe de resultados de la etapa de investigación.- Concluido el plazo de duración de la investigación, el órgano de investigación emitirá un informe sobre los resultados de la investigación realizada. En su informe propondrá, de ser el caso, las medidas correctivas y sanciones que a su criterio se deberían imponer.

2.4. Instructivo de Gestión Procesal de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado (SCPM)

En este orden de ideas, el artículo 11 del Instructivo de Gestión Procesal Administrativa de la SCPM, determina:

Art. 11.- ARCHIVO POR FALTA DE CARGOS.- Recibido el informe de resultados el Intendente en el término de diez (10) días, lo analizará y en caso que dicho informe de resultados concluya que no se ha determinado infracciones anticompetitivas, mediante resolución motivada dispondrá el archivo del caso.

Con base en las normas legales señaladas esta Autoridad tiene la competencia para emitir la siguiente resolución.

TERCERO.- VALIDEZ PROCESAL

En la tramitación del presente expediente, esta Autoridad no ha omitido solemnidad sustancial alguna que pueda viciar el procedimiento administrativo, por lo que se declara su validez.

CUARTO.- DETERMINACIÓN PRECISA DE LOS INVESTIGADOS

El operador económico denunciado es la Compañía Consorcio del Pichincha S.A., CONDELPI, con RUC 1791287835001 representado legalmente por el señor Edgar Alfredo Rodríguez Jiménez, con cédula de identidad 1713037883 en su calidad de Gerente General.

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 LAS CONDUCTAS - MERCADO RELEVANTE

5.1 Las conductas objeto de investigación

De acuerdo a la resolución de 08 de marzo de 2021, la Intendencia Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales (en adelante INICPD) dispuso abrir una investigación por la presunta práctica desleal de actos de engaño, imputadas al operador económico CONSORCIO DEL PICHINCHA S.A. CONEDLPI., (en adelante CONDELPI).

Por consiguiente, corresponde en la presente etapa procesal, la definición del mercado relevante identificando generalidades del producto y la identificación de sustitutos. Para de esta manera determinar los posibles efectos por el presunto cometimiento de las conductas desleales denunciadas por el operador CONDELPI.

5.2 Características de los bienes o servicios que serían objeto de la conducta, los bienes o servicios similares presuntamente afectados.

De acuerdo con lo previsto en el artículo 5 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (en adelante LORCPM), a efectos de aplicar esta Ley, el órgano de investigación debe determinar para cada caso el mercado relevante.

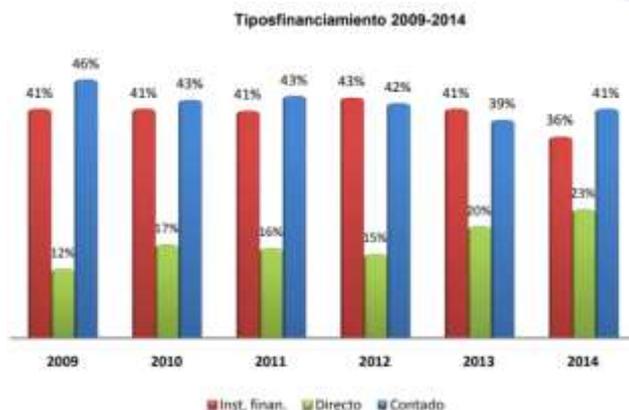
Asimismo, esta Intendencia considera el artículo 5 de la Resolución No. 11, esto es: *“para la determinación del mercado del producto o servicio, se debe hacer una evaluación técnica que comprenda, un análisis de sustitución de la demanda, y un análisis de sustitución de la oferta y competencia potencial”*, así como el análisis contenido en el informe de resultados elaborado por la Dirección Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales (en adelante DNICPD o la Dirección), la cual identificó:

Tipo de financiamiento

“...Para el 2014 el gobierno ecuatoriano estableció a las personas naturales y jurídicas, tipos de garantías que deben presentar para poder acceder a crédito de entidades financieras, directo o al contado, debido al endurecimiento de las políticas de crédito y las condiciones por parte de las entidades financieras o casas comerciales (concesionarios), que se enfocan principalmente en la capacidad de pago de los clientes (ingresos, egresos, patrimonio) y su comportamiento crediticio a través del tiempo (buros).

Al respecto, en el Ecuador, los créditos por entidades financieras decrecieron en un 46% en el 2009 al 41% en 2014, por otro lado el segmento de crédito directo y al contado crecieron en este mismo periodo.

(...) Participación de venta de vehículos por tipo de financiamiento 2009 - 2014



Fuente: Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador – AEADE

Ahora bien, una vez contratado el sector y los tipos de financiamiento, esta Dirección identificó que existen varias formas para adquirir un vehículo en el Ecuador, dentro las cuales están:

- **De contado.-** De acuerdo a la definición técnica (...), este se entiende como:

Una compra-venta al contado es una operación donde el pago de los productos o bienes que se han adquirido se realiza en el momento de la entrega. Es opuesta a la compra-venta a crédito, donde se abona el dinero después de que se haya recibido lo que se ha comprado, generalmente, a cambio de unos intereses.

Pueden comprarse al contado todo tipo de productos que estén englobados en el comercio, e incluso las acciones negociables; de hecho, y aunque son más comunes en transacciones de escaso valor económico, nada impide que se hagan operaciones al contado con objetos que mantengan precios elevados. En este sentido, es importante recordar que no necesariamente el pago al contado se realiza en efectivo, ya que puede hacerse mediante cheque, tarjeta de débito o transferencia bancaria, entre otras alternativas.

Es decir, para esta modalidad, el cliente adquiere un bien sin ningún tipo de financiamiento o garantía de por medio, ya que esta modalidad se basa en ahorro continuo por parte de la persona durante un periodo determinado.

• **Instituciones Financieras.**- De acuerdo a la Superintendencia de Bancos, un crédito bancario se define como:

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.

Esta modalidad de financiamiento, tiene como principal característica que los clientes que desean adquirir un vehículo, deben contar con el 30% de valor de entrada del bien y la aceptación de la entidad bancaria, quienes realizan un análisis económico e identifica la capacidad de pago del cliente, previa asignación del crédito; además el pago de crédito considera el pago de intereses, y el plazo máximo de pago de los valores de 48 a 60 meses dependiendo de la entidad.

• **Crédito Directo.**- Esta modalidad está relacionada directamente con el financiamiento implementado por concesionarios, para la asignación del crédito directo, el cliente debe entregar del 20% al 40% del monto asignado, a un interés variante del 13% al 20%, la cual, dependerá de la compañía.

Los concesionarios, realizan un análisis económico y la capacidad de pago del cliente, con el fin de garantizar el pago futuro del crédito y el retorno de la inversión, el periodo de pago del crédito se determina entre 36 a 48 meses.

• **Autofinanciamiento.**- la definición de autofinanciamiento (...) , se considera de la siguiente manera:

El autofinanciamiento es un sistema de comercialización de bienes y servicios que consiste en formar un grupo de personas que periódicamente aportan sumas de dinero a un fondo común, el cual es administrado por un tercero, en este caso la empresa con la que se decida contratar. Estas empresas no tienen permitido otorgar créditos o préstamos, por lo que no pueden ofrecerte dinero en efectivo.

Para disponer del bien se deben realizar eventos de adjudicación, cuya periodicidad deberá establecerse en el contrato. Conoce los más comunes:

Sorteo: Los consumidores que se encuentran al corriente de sus pagos participan en un procedimiento aleatorio.

Liquidación: Cuando se liquide al proveedor el total del bien o servicio contratado.

Por antigüedad: Se determina en función de la antigüedad del contrato de adhesión del consumidor respecto al de los demás participantes del grupo.

Por puntuación: Es para aquellos contratos que reúnan la mayor cantidad de puntos al día

de la adjudicación.

Subasta: Se ofrecen cuotas por adelantado y se asignan los recursos al consumidor que con el número mayor de mensualidades subastadas tenga más puntos.

Para esta modalidad, es importante mencionar que se ha comercializado bajo el nombre de: Sistemas de Compra Programada, Administración de Fondos colectivos, Consorcios, y Plan de Ahorro.

En este sentido, esta Intendencia identifica que, existen varios tipos de financiamiento a los que un consumidor puede acceder para la compra de un vehículo, entre los cuales se encuentran, créditos otorgado por instituciones financieras, créditos directo, y la modalidad de autofinanciamiento.

Respecto del servicio objeto de investigación, la DNICPD analizó los siguientes:

En el caso concreto, con relación a los servicios de autofinanciamiento, conforme señaló el operador económico CONDELPI, identificó a su modelo de negocio de la siguiente manera:

Consocio Pichincha cuenta con una fuerza comercial a nivel nacional, ubicada en diferentes islas de centros comerciales y en oficinas.

Adicionalmente el cliente puede contactarnos a través de nuestra página Web www.consorciopichincha.com o a través de redes sociales como Consorcio Pichincha.

El Cliente es contactado por nuestra fuerza comercial quienes se encargan de explicar cada uno de nuestros productos y asesorar al cliente de acuerdo a sus necesidades. El cliente escoge el producto, el monto y el plazo, y se genera el contrato digital mismo es enviado por correo electrónico al cliente para que lo puedo firmar.

Mensualmente y con la presencia de un notario público realizamos la asamblea de adjudicación a nuestros productos. Una vez adjudicado el cliente es contactado por nuestros ejecutivos para comenzar el proceso de entrega del bien.

De acuerdo a su folleto informativo, y a la pregunta ¿En qué consiste el sistema de autofinanciamiento?, el operador CONDELPI, detalló lo siguiente:

Consiste en la conformación de Grupos de Cliente que tienen como objetivo común la compra planificada de vehículos y bienes inmuebles.

Los clientes aportan mensualmente pagos fijos de dinero, establecidos en montos y plazos predeterminados, con el fin de formar en el Grupo, un fondo común que permite la adjudicación y entrega de bienes en forma mensual

La asamblea de adjudicación se realiza en eventos mensuales, **a través de las modalidades de Sorteo y Licitación...**

Los montos cancelados por los clientes al adquirir un vehículo con CONDELPI, se detallan a continuación:

Desde 2018 a la fecha las condiciones en cuanto a porcentajes de inscripción, tasa administrativa no



han sido modificadas, dichos costos son:

Tasa de inscripción: 4%

Tasa de Administración TU AUTO: 17,50% sobre el certificado de compra durante todo el periodo.

Tasa de Administración TU CASA: 20,00% sobre el certificado de compra durante todo el periodo

El impuesto al Valor Agregado (IVA) es cancelado por el cliente sobre tasa de inscripción y tasa administrativa ya que se trata del servicio prestado por parte de CONDELPI al cliente.

Adicional en el 2018 y 2019 se cobraba tasa de interés en mora, considerando no sobrepasar la máxima permitida de acuerdo a lo establecido por Banco Central, cuyo cobro esta soportado en el respectivo contrato de gestión de compra suscrito con el cliente, durante 2020 a la fecha se excluye el cobro de estos valores a los clientes.

Así también, en el escrito del 02 de agosto del 2021, con número de ID 202835, el operador económico CONDELPI identificó las siguientes características de sus productos:

(...) Características de los programas de autofinanciamiento

Tu Auto Planificado	Tu Auto Programado
<ul style="list-style-type: none">• Certificados de Compra desde \$10.000 hasta \$50.000.• Plazos de 24, 36, 48, 60 y 72 meses.• Todas las marcas y modelos disponibles en el mercado.• Vehículos nuevos y seminuevos (Máximo con 3 años de antigüedad a la fecha de la adjudicación).• Cuota de inscripción equivalente al 4% del Certificado de Compra más IVA.	<ul style="list-style-type: none">• Certificados de compra desde \$13.000.• Plazos de 24, 36, 48, 60, 72 y 84 meses.• De Todas las marcas y modelos disponibles en el mercado.• Vehículos nuevos.• Entrega del bien al completar el 30% del monto del certificado de compra.
Este producto fue lanzado al mercado hace 26 años, cuando empezó la empresa en 1996.	El producto TU AUTO PROGRAMADO fue lanzado al mercado en marzo del 2020.

Ahora bien, en cuanto a la promoción y socialización de los servicios, el operador CONDELPI, lo realiza a través de varios medios, como por ejemplo:

• **Material Impreso:**



AUTO SIN ENTRADA	AUTO CON ENTRADA
<ul style="list-style-type: none">Sorteo, Remate / LicitaciónPlazo hasta 72 mesesAutos nuevos y seminuevos	<ul style="list-style-type: none">Entrega con el 30%Sin carga administrativa hasta completar el 30%Plazo hasta 84 mesesAutos nuevos
 Chevrolet Spark GT Cuotas mensuales desde: \$233.00	 Chery Tiggo 2 Cuotas mensuales desde: \$279.00

*Las imágenes y precios son referenciales. Consulta con nuestros asesores.

Visita WWW.CONSORCIOPICHINCHA.COM o descarga nuestra APP CONSORCIO PICHINCHA

Fuente: Operador económico CONDELPI, mediante escrito del 02 de agosto del 2021, número ID 202835.

TU AUTO SIN ENTRADA	Modelos y Precios						
<ul style="list-style-type: none">Certificados de Compra desde \$10.000 hasta \$50.000.Plazos de 24, 36, 48, 60 y 72 meses.Vehículos de todas las marcas y modelos disponibles en el mercado.	<table border="1"><tbody><tr><td> Chevrolet Beat Cuotas mensuales desde: \$225.00</td><td> Kia Sportage R Cuotas mensuales desde: \$432.00</td></tr><tr><td> Renault Duster Cuotas mensuales desde: \$233.00</td><td> Mazda CX3 Cuotas mensuales desde: \$449.00</td></tr><tr><td> Chery Tiggo 2 Cuotas mensuales desde: \$266.00</td><td> NISSAN VERSA Cuotas mensuales desde: \$333.00</td></tr></tbody></table>	 Chevrolet Beat Cuotas mensuales desde: \$225.00	 Kia Sportage R Cuotas mensuales desde: \$432.00	 Renault Duster Cuotas mensuales desde: \$233.00	 Mazda CX3 Cuotas mensuales desde: \$449.00	 Chery Tiggo 2 Cuotas mensuales desde: \$266.00	 NISSAN VERSA Cuotas mensuales desde: \$333.00
 Chevrolet Beat Cuotas mensuales desde: \$225.00	 Kia Sportage R Cuotas mensuales desde: \$432.00						
 Renault Duster Cuotas mensuales desde: \$233.00	 Mazda CX3 Cuotas mensuales desde: \$449.00						
 Chery Tiggo 2 Cuotas mensuales desde: \$266.00	 NISSAN VERSA Cuotas mensuales desde: \$333.00						

*Las imágenes y precios son referenciales aplica para Producto Tu Auto Certificado. Consulta con nuestros asesores o comercialista.

Fuente: Operador económico CONDELPI, mediante escrito del 05 de febrero del 2021, número ID 184282

• Afiches



Superintendencia
de Control del
Poder de Mercado



Fuente: Operador económico CONDELPI, mediante escrito del 02 de agosto del 2021, número ID 202835.

- **Redes Sociales**



Fuente: Operador económico CONDELPI, mediante escrito del 05 de febrero del 2021, número ID 184282; y escrito del 02 de agosto del 2021, número ID 202835.



Fuente: Operador económico CONDELPI, mediante escrito del 05 de febrero del 2021, número ID 184282.

En este sentido, conforme la descripción de los servicios ofertados por el operador investigado, esta Dirección identificó que, el operador **realiza la comercialización “servicios de autofinanciamiento o ahorro programado vehicular”, por lo que, en el presente caso, corresponde identificar la sustitución de la demanda y oferta para estos servicios, conforme las herramientas contempladas en la resolución N°. 11, análisis realizado a continuación. (Énfasis añadido)**

Por lo expuesto por la Dirección, se puede evidenciar que la definición de autofinanciamiento es un sistema de comercialización de bienes y servicios, el cual consiste en formar grupos que periódicamente aportan sumas de dinero a un fondo común, el cual es administrado por terceros, dichas empresas no pueden otorgar créditos o préstamos.

Es importante señalar que estas compañías no pueden ofrecer dinero en efectivo, contrario a los sistemas de financiamiento tradicionales, y entre las modalidades más comunes se encuentran: i) sorteo, que consiste en adquirir un bien a través de un proceso aleatorio, una vez se verifique que se encuentre al día con sus pagos conforme contempla el contrato; ii) liquidación, que se adquiere el bien cuando se liquida al proveedor el total del valor contratado, iii) subasta, es decir, cuando el cliente ofrece cuotas por adelantado y la adquisición del bien, sería de acuerdo con el mayor número de mensualidades subastadas tenga más puntos, entre otras.

En este sentido, en el caso concreto, conforme la información remitida por el operador denunciado mediante escrito de 05 de febrero de 2021, con Id. 184282, señaló que, el sistema de autofinanciamiento consiste en la conformación de grupos de clientes que tienen como objetivo común la compra planificada de vehículos y bienes inmuebles, donde los clientes aportan mensualmente pagos fijos de dinero, previamente establecidos, en cuanto a monto y plazos. Además, que actualmente comercializa dos tipos de programas que son: Tu Auto Planificado y Tu Auto Programado.

Así también, del análisis de la publicidad, se identifica que se promociona los dos tipos de programas donde se detalla: Auto sin entrada, sorteo, remate/licitación, plazo hasta 72 meses,

autos nuevos y seminuevos; y, auto con entrada, entrega con el 30%, sin carga administrativa hasta completar el 30%, plazo hasta 84 meses y autos nuevos. Tu Auto sin entrada, certificados de compra desde USD. 10.000 hasta USD. 50.000, plazos de 24, 36, 48, 60 y 72 meses, vehículos de todas las marcas y modelos disponibles en el mercado. Por lo que, esta Intendencia identifica que en la práctica CONDELPI comercializa el servicio de autofinanciamiento conforme comunica en su publicidad.

En este contexto, la Intendencia coincide con la DNICPD, para el presente caso denominar al mercado producto como la comercialización de los servicios de autofinanciamiento o ahorro programado vehicular, en consecuencia, correspondería identificar si los consumidores podrían considerar a otros medios de financiamiento sustitutos entre sí, teniendo en cuenta las diferentes características de cada servicio.

En este contexto, a continuación, se realiza el análisis correspondiente conforme las herramientas contempladas en la Resolución No. 11 expedida por la Junta de Regulación de la LORCPM.

Sustitución cualitativa y cuantitativa de la demanda

Para determinar qué productos podrían ser considerados como sustitutos, la LORCPM en su artículo 5 considera que “para el análisis de sustitución, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado evaluará, entre otros factores, las preferencias de los clientes o consumidores; las características; usos y precios de los posibles sustitutos (...)”.

En complemento, para el análisis de sustitución de la demanda, esta Intendencia considera lo referido en el artículo 6 de la Resolución N° 11, esto es: “... *el análisis de sustitución de la demanda implica determinar todos aquellos bienes que el consumidor o usuario considere como sustitutos del producto o servicio materia de análisis. Se deberá utilizar criterios, tantos cuantitativos como cualitativos (...)*”.

- **Análisis de sustitución cualitativo de la demanda**

En relación al análisis de sustitución cualitativo por parte de la demanda, la Dirección en el informe de resultados, explicó que:

“...Con el fin de realizar el análisis de sustitución cualitativo, es importante evaluar la demanda y conocer qué tipo de consumidores optan por este tipo de servicios.

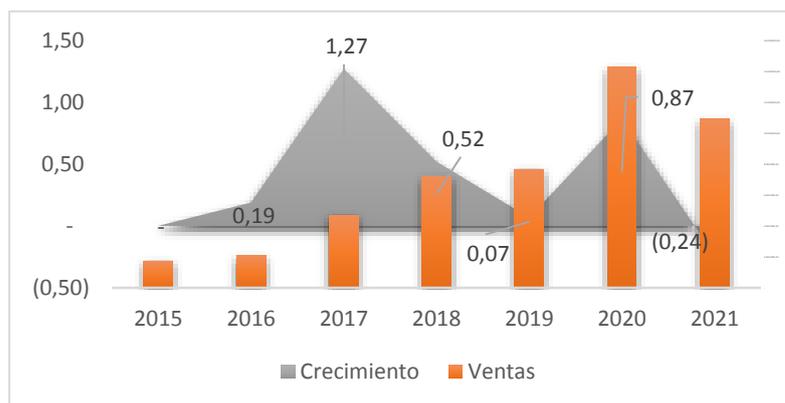
El sistema de autofinanciamiento grupal ha mantenido un importante crecimiento, logrando convertirse en una alternativa de compra para clientes de bajos y medianos recursos.

La demanda actual del sistema de autofinanciamiento grupal, básicamente se debe a los incrementos de precios en los bienes a adquirir, y las dificultades que se presentan en el mercado para adquirir dicho bien, esto vinculado también, al incremento en las tasas de interés que ofrece el sistema financiero, y las restricciones del gobierno impuestas en el proceso de garantía para la entrega de

bienes automotrices.

De acuerdo a la información presentada por los operadores económicos, que son parte del sistema de autofinanciamiento, el comportamiento de las ventas totales, han variado en los últimos 6 años.

(...)Ventas del sistema de autofinanciamiento vehicular a nivel nacional



Fuente: Operadores económicos – Sistema Autofinanciamiento

De acuerdo al gráfico N°6, se aprecia una tendencia creciente desde el 2015 al 2020, los años con más incremento en ventas fueron 2018, 2019 y 2020; mientras que los años 2015 y 2016 fueron años que se identificaron pequeñas disminuciones. Es decir, con el paso del tiempo es un mercado que ha captado mayor cantidad de ingresos.

• Funcionamiento del sistema de autofinanciamiento vehicular

El modelo de autofinanciamiento consiste en la administración de grupos de alrededor de 144 clientes; los cuales son agrupados de acuerdo a un orden y plazo de financiamiento, mediante un (sic) opción de entrega del bien, esto es por sorteo o licitación.

A modo de referencia, las empresas de este sector, brindan las siguientes alternativas a sus clientes:

- Multiplazo: El cliente escoge el tiempo en el que desea financiar su bien, mediante los siguientes plazos, 12, 24, 36, 48, 60 y 72 meses
- Multimarca: Muchas de las empresas ofrecen al cliente la oportunidad de adjudicarse cualquier bien o km. que exista en el mercado, un ejemplo claro es que el cliente puede escoger cualquier modelo y marca vigentes en la fecha de adjudicación.

Los grupos son un conjunto de clientes integrados por contrato, cuyo objetivo principal es adquirir un bien o servicio, con plazos de financiamiento desde 12 hasta 72 meses, además, en cada grupo dependiendo del monto aportado, el bien podría ser de distintos rangos de precios.

Los tipos de clientes que acceden a este sistema de financiamiento, de acuerdo a la información que

obra del expediente, mantendrían una edad promedio, mayores de 18 años en adelante, de sexo, y nivel de instrucción indistinto, y nivel social medio - medio bajo, a nivel nacional.

Con el fin de adjudicar a los clientes los vehículos, los operadores económicos del sector, realizan asambleas mensuales, que a través de eventos públicos realizan la entrega de los bienes; al respecto, el operador económico CONDELPI señaló:

Mecanismo de entrega del bien: Todos los meses, el último jueves del mes, a las 10:30 H, en la ciudad que determine Consorcio del Pichincha S.A. CONDELPI, con la presencia de un Notario Público, **se realiza la Asamblea de Adjudicación, que es un acto público al que pueden asistir los integrantes del sistema, en el que, a través de los mecanismos establecidos, se determinan los clientes adjudicados en ese mes. La asistencia de la Asamblea es opcional** (Énfasis añadido)

En este orden de ideas, en el escrito del 12 de febrero del 2021 con número de ID 185113, el operador CONDELPI, describe sus modalidades de adjudicación, de la siguiente manera:

Sorteo: Con un procedimiento **aleatorio, que permite a todos los clientes que se encuentren al día en sus pagos y que aún no han sido adjudicados, iguales posibilidades de resultar adjudicados, teniendo la opción de obtener su bien antes de tiempo planificado.** El sorteo es un premio al pago puntual, que se realizará en base a lo estipulado en el Contrato de Gestión de Compra.

Remate: Es una mecanismo opcional que consiste en que el **cliente puede realizar una oferta, siendo esta, una promesa de pago del número de cuotas que desea anticipar en su plan (mínimo una cuota).** Esta oferta, de acuerdo al plazo del plan, se traduce en un puntaje de Remate Total, para que sean comprables las ofertas. Mensualmente se adjudican por este mecanismo los remates con mayores puntajes, hasta que el fondo acumulado del grupo lo permita. (Énfasis añadido)

En este sentido, al existir varias modalidades de programas de autofinanciamiento, es importante identificar las características de los servicios que ofrece la empresa CONDELPI, conforme la información constante en el expediente, así como la reunión mantenida con el operador económico CONDELPI, el 12 de enero de 2022, en este sentido, esta Dirección realiza el siguiente análisis:

Tabla (...) Características de las modalidades de servicio de programas de autofinanciamiento

Programa	Descripción	Diferencia	Semejanzas
Auto Planificado	Adjudicación por oferta y sorteo	Define montos y plazos desde los \$10.000 hasta 72 meses plazo	Ingreso al sistema: Una vez que el cliente elige el producto que necesita y define los parámetros de ingreso al sistema se realiza el siguiente proceso: <ul style="list-style-type: none"> • Recibe llamada de verificación.- Confirmación datos, aclara



			<p>dudas y acepta el ingreso al sistema</p> <ul style="list-style-type: none">• Forma parte de un grupo.- Paga las cuotas de Inscripción del 4% del certificado de Compra más IVA y la primera cuota mensual• Participación del evento de adjudicación.- Evento mensual público con la presencia de un Notario y transmitido en vivo a través de Facebook• Adjudicación.- Completar documentos y entrega del auto
Tu auto Programado	Adjudicación completando el 30% de entrada	Define montos y plazos desde \$13.000 hasta 84 meses plazos	<p>Ingreso al sistema: Una vez que el cliente elige el producto que necesita y define los parámetros de ingreso al sistema se realiza el siguiente proceso:</p> <ul style="list-style-type: none">• Recibe llamada de verificación.- Confirmación datos, aclara dudas y acepta el ingreso al sistema• Forma parte de un grupo.- Paga las cuotas de Inscripción del 4% del certificado de Compra más IVA y la primera cuota mensual• Participación del evento de adjudicación.- Adjudicación.- Completar documentos y entrega del auto

Fuente: Operador Económico CONDELPI – reunión mantenida con la Intendencia de Prácticas Desleales el 12 de enero del 2022.

De lo antes referido, la principal diferencia radica en que en el servicio “tu auto planificado” el cliente sería adjudicado, de acuerdo al monto con el que se inscribió por la modalidad de oferta o por la modalidad de sorteo; mientras que el servicio “tu auto programado” el cliente es adjudicado con el monto del bien completando el 30% del valor del bien.

En este sentido, se identifica que la única diferencia entre estas modalidades son las formas de adjudicación, sin embargo, existen más semejanzas como por ejemplo: i) el cliente elige el producto que necesita y define los parámetros de ingreso al sistema; ii) recibe llamada de verificación.- Confirmación datos, aclara dudas y acepta el ingreso al sistema; iii) forma parte de un grupo, paga las cuotas de Inscripción del 4% del certificado de Compra más IVA y la primera cuota mensual; iv) Cumple los requisitos y se adjudica el monto del bien.

En consecuencia, esta Dirección identifica que, más allá de la forma de adjudicación de manera planificada o programada, la necesidad que busca el consumidor de este tipo de servicios, es lograr el monto de financiamiento para la adquisición de un vehículo, es decir, no existe una necesidad inmediata de éste bien, así también, serían consumidores que valoran las facilidades de pertenecer al sistema de autofinanciamiento, en relación con la adquisición de un crédito en entidades financieras o concesionarios, las cuales incluyen tasas de interés, necesidad de garantes, la documentación engorrosa, y requisitos mínimos exigidos por dichas entidades.

Por lo mencionado, esta Dirección identifica que, desde lado de la demanda, el consumidor no valora mayoritariamente las modalidades del servicio de autofinanciamiento, lo que valora es las características de este sistema o modelo de ahorro planificado o programado frente a cualquier servicio del sistema financiero o por parte de las concesionarias, por lo que, no amerita una definición propia por las modalidades referidas.

En este sentido, esta Intendencia, al identificar las características de las modalidades del sistema de autofinanciamiento vehicular sea por sorteo o remate, conforme el análisis de las principales semejanzas y diferencias de cada uno, evidencia que prevalecen las semejanzas, en lo principal, que el cliente decide las condiciones de ingreso al sistema, reciben las llamadas de verificación, deberán cubrir el valor de inscripción y valor de la primera cuota.

Por lo que, coincide con la DNICPD, respecto de que la modalidad del sistema de autofinanciamiento vehicular no sería un factor relevante para el consumidor, por el contrario, el usuario valoraría los beneficios como al no existir tasas de interés del monto, pocos requisitos de acceso al sistema y no se requieren garantías o garantes. En consecuencia, esta Autoridad ratifica que, desde el lado de la demanda, no es necesario una definición por modalidad, caso contrario, el mercado estaría definido por la comercialización del sistema de autofinanciamiento, independientemente de su modalidad.

Ahora bien, quedaría por demostrarse si desde el punto de vista del consumidor, podría considerar como servicios sustitutos al sistema de autofinanciamiento vehicular, frente a la adquisición de un crédito ofertado por entidades financieras o concesionarios, en este sentido, la DNICPD manifestó:

En este punto, es importante referirse a que, el financiamiento de vehículos realizado por medio de entidades financieras, concesionarios, tarjetas de crédito o crédito directo por casas comerciales ha crecido durante los últimos años, debido a que las casas comerciales y Bancos han otorgado financiamientos hasta 60 meses plazo, y tasas de interés comercial de 17%; por otro lado, los consorcios al utilizar el sistema de fondo común para facilitar la compra de un vehículo nuevo o usado, sin la necesidad de entregar un (sic) cuota mensual, financiarían el momento a cambio de una tasas administrativa que va del 2 al 4% anual.

En este sentido, a fin de identificar el tipo de financiamiento que recurren los consumidores para la adquisición de un vehículo, esta Dirección tuvo en cuenta lo siguiente:

(...) Ventas del sector automotriz por tipo de financiamiento

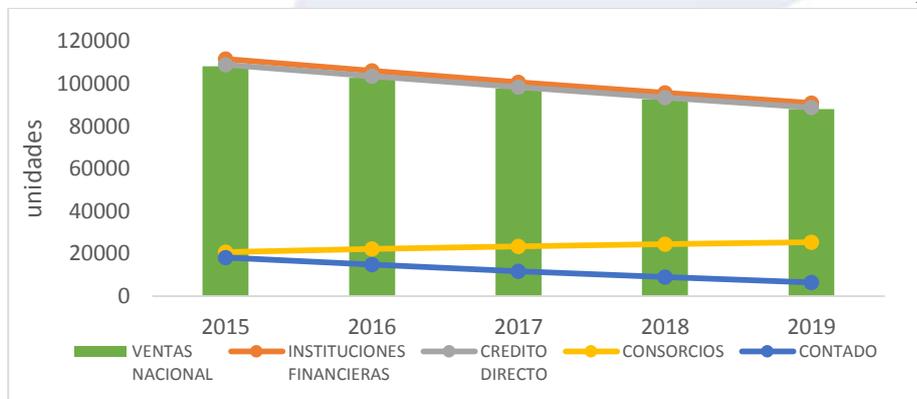
AÑO	INSTITUCIONES FINANCIERAS	CREDITO DIRECTO	CONSORCIOS	CONTADO	VENTAS NACIONAL
2015	46492	45411	8650	7568	108121
2016	44168	43140	9244	6163	102715
2017	41959	40983	9758	4879	97580
2018	39861	38934	10197	3708	92701
2019	37868	36988	10568	2642	88066
TOTAL UNIDADES	210348	205457	48417	24960	489182
% DE PARTICIPACION	43%	42%	10%	5%	100%

Fuente: Operadores económicos – fuentes de información varias

Como se puede observar, las instituciones financieras, como las casas comerciales que brindan crédito directo, son el tipo de financiamiento más usado por los consumidores, con el 43% y 42% respectivamente; mientras que el financiamiento de consorcios y pago al contado tienen una participación del 10% y el 5% respectivamente, lo referido, a nivel global en un periodo comprendido entre 2015 y 2019.

En línea con lo anterior, la tendencia de estos tipos de financiamientos ha variado de la siguiente manera:

(...) Ventas del sistema de autofinanciamiento vehicular a nivel nacional por año



Fuente: Operadores económicos – fuentes de información varias

El financiamiento otorgado por las entidades bancarias y crédito directo, ha decrecido en el periodo 2015 - 2019, en un promedio de 5%; mientras que el sistema de autofinanciamiento otorgado por consorcios ha crecido llegando a 0,07 puntos porcentuales en el 2016, teniendo en este año su mayor crecimiento, para el 2017 tuvo un crecimiento promedio de 0,05 puntos porcentuales.

Ahora bien, a fin de identificar si los servicios de financiamiento otorgado por las entidades financieras, concesionarios, o casas comerciales cualitativamente, podrían ser sustitutos del servicio de autofinanciamiento ofertado por los consorcios, esta Dirección conforme la información remitida por



los operadores económicos, identificó lo siguiente:

(...) Características de tipos de financiamiento en el sector automotriz

Tipo de Financiamiento	Semejanzas	Diferencias	Documentación	Rubros
Instituciones financieras	Medio para adquisición de bien (vehículo)	<p>Aspectos legales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Este tipo de financiamiento, requiere garantías exigibles para el consumidor ligadas a los contratos de reserva de dominio • Controladas por la Superintendencia de Compañías y Superintendencia de Bancos <p>Modalidad de entrega del bien y servicio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Copia de la cédula de identidad del deudor y su cónyuge, del garante. • Respaldo del patrimonio declarado (copia de pago impuesto predial y/o matrícula de vehículo). • Copia de la declaración del impuesto a la renta. • Copia planilla de servicios básicos. • Certificado de ingresos. • Certificados bancarios y tarjeta de crédito. <p>Una vez aprobado dicho análisis por parte de la institución financiera, la asignación de los términos económicos bajo los cuales se asignará el fondo serán:</p> <p>A. Financiamiento hasta el 75% del valor del vehículo B. Entrada desde el 25% C. Plazo hasta 60 meses D. Forma de pago mensual E. Garantía: Fideicomiso en Garantía / Prenda Industrial / Reserva de Dominio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gastos Legales, dentro de este rubro se considera los valores correspondientes a legalización de los documentos para la prenda industrial, dependiendo del tipo de bien, usado o nuevo, las instituciones financieras o Bancos utilizan la Reserva de Dominio o Prenda Industrial. • Matriculación, este valor corresponde al pago del impuesto por rodaje del vehículo, adicionalmente este rubro se cancela una vez al año y bordea un 3% o 4% del valor del bien, y sucesivamente este valor decrece dependiendo la depreciación que tenga el bien en el mercado. • Gasto de Matriculación, este valor permite a las instituciones financieras o Bancos, cubrir todo el gasto generado para la legalización de la matrícula, como son copias, tramitador, movilización, etc. Cabe mencionar que este valor no es reembolsable. • Seguro, este rubro pertenece a una cobertura contra accidentes o robo, sea parcial o total, este valor se cancela anualmente y su vigencia muchas veces está ligada al tiempo del plazo financiado. • Dispositivo, este rubro permite la instalación de un dispositivo satelital, el cual permite la ubicación del bien en cualquier momento. Es una alternativa para recuperar un bien cuando éste ha sido sustraído, adicionalmente las instituciones financieras, muchas veces ocupan este sistema para realizar la recuperación del bien en caso de mora. • Soat, este rubro permite cubrir el valor de una póliza de seguros contra terceros, este impuesto fue implementado por el gobierno con el fin de asegurar y cubrir accidentes de tránsito a nivel nacional.



<p>Consortio operadores que oferta de servicio autofinanciamiento</p>	<p>Modo de adquisición de bien (vehículo)</p>	<p>Aspectos legales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si bien están supervisadas por la Superintendencia de Compañías, no existe una normativa expresa que controle el mercado y el producto autofinanciado por parte de las mismas. <p>Aspectos Económicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No necesita una entrada del 30% del bien a adquirir, ni el pago de intereses por el préstamo del dinero para la adquisición del mismo. Permite bajo una cuota mensual fija o reajutable, adquirir un bien sin la necesidad de una entrada o garantía adicional. <p>Modalidad de entrega del bien y servicio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contrato de Gestión de Compra, • Copia de la cédula de identidad del deudor y su cónyuge, • Croquis del Domicilio • Un pago de servicio básico. <p>La entrega del vehículo se realizará de forma cronológica mediante la asignación por sorteo, el único requisito previo a la asignación del bien es estar al día en sus cuotas mensuales.</p> <p>Una vez entregada dicha adjudicación, el cliente deberá entregar a la empresa la siguiente documentación:</p> <p>a) Certificados de ingresos, b) Respaldo de los bienes adquiridos hasta la fecha, c) Pago del porcentaje de adjudicación que es del 1% del bien, d) Formulario declaración fondos lícitos, e) Formulario de crédito f) Certificados Bancarios</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gastos Legales: Dentro de este rubro se considera los valores correspondientes a legalización de los documentos para la prenda industrial, dependiendo del tipo de bien, usado o nuevo • Matriculación: Este valor corresponde al pago del impuesto por rodaje del vehículo, adicionalmente este rubro se cancela una vez al año y bordea un 3% o 4% del valor del bien, y sucesivamente este valor decrece dependiendo la depreciación que tenga el bien en el mercado. • Seguro: Este rubro pertenece a una cobertura contra accidentes o robo, sea parcial o total, este valor se cancela anualmente y su vigencia muchas veces está ligada al tiempo del plazo financiado, con el fin de que mientras se mantenga la deuda, el bien este asegurado. • Dispositivo: Este rubro permite la instalación de un dispositivo satelital el cual indica la ubicación del bien en cualquier momento, es una alternativa para recuperar un bien cuando éste ha sido sustraído. • Soat: Este rubro permite cubrir el valor de una póliza de seguros contra terceros, este impuesto fue implementado por el gobierno con el fin de asegurar y cubrir accidentes de tránsito a nivel nacional.
<p>Concesionarios</p>	<p>Modo de adquisición de bien (vehículo)</p>	<p>Aspectos legales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Este tipo de financiamiento, requiere garantías exigibles para el consumidor ligadas a los contratos de reserva de dominio <p>Modalidad de entrega del bien y servicio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Copia de la cédula de identidad del deudor y su cónyuge, • Un garante solidario de ser el caso. • Respaldo del patrimonio declarado (copia de pago impuesto predial y/o matrícula de vehículo). • Copia de la declaración del impuesto a la renta. • Copia planilla de servicios básicos. • Croquis del domicilio o vivienda donde habita. • Certificado de ingresos. • Tres últimos roles de pagos • Certificados bancarios y tarjeta de crédito. Esta aprobación tiene un tiempo aproximado de 48 horas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gastos Legales: Dentro de este rubro se considera los valores correspondientes a legalización de los documentos para la prenda industrial, dependiendo el tipo de bien, usado o nuevo, las instituciones financieras o Bancos utilizan la Reserva de Dominio o Prenda Industrial. • Matriculación: Este valor corresponde al pago del impuesto por rodaje del vehículo, adicionalmente este rubro se cancela una vez al año y bordea un 3% o 4% del valor del bien, y sucesivamente este valor decrece dependiendo la depreciación que tenga el bien en el mercado. • Gasto de Matriculación: Este valor permite a las instituciones financieras o Bancos, cubrir todo el gasto generado para la legalización de la matrícula como son: copias,



			<p>Una vez aprobado dicho crédito directo, los términos del financiamiento son:</p> <p>a) Tasa del 1.49% mensual b) Entrada del 20% al 30% del bien a adquirir.</p> <p>c) Plazo de financiamiento hasta 60 meses.</p> <p>d) Ingresos mínimos de \$2.000.00 mensuales.</p>	<p>tramitador, movilización, etc. Cabe mencionar que este valor no es reembolsable.</p> <ul style="list-style-type: none">• Seguro: Este rubro pertenece a una cobertura contra accidentes o robo, sea parcial o total, este valor se cancela anualmente y su vigencia muchas veces está ligada al tiempo del plazo financiado, con el fin de que mientras se mantenga la deuda, el bien esté asegurado.• Dispositivo Este rubro permite la instalación de un dispositivo satelital el cual indica la ubicación del bien en cualquier momento. Es una alternativa para recuperar un bien cuando éste ha sido sustraído, adicionalmente las 61 instituciones financieras, muchas veces ocupan este sistema para realizar la recuperación del bien en caso de mora.• Soat: Este rubro permite cubrir el valor de una póliza de seguros contra terceros, este impuesto fue implementado por el gobierno, con el fin de asegurar y cubrir accidentes de tránsito a nivel nacional.
--	--	--	---	--

Fuente: Operadores económicos – fuentes de información

Elaboración: DNICPD

De la información analizada, esta Dirección evidencia que los tipos de financiamiento otorgado a través de Instituciones financieras y concesionarias frente a los Consorcio – operadores que oferta servicio de autofinanciamiento, difieren principalmente, en los requisitos legales que requieren las primeras, mientras, que los consorcio mantienen unos requisitos básicos, que cualquier persona, que no mantenga historial crediticio podría acceder.

Esto se daría, en virtud de que para acceder al financiamiento otorgado por las instituciones financieras, el cliente es analizado a través de una matriz de riesgo, que contiene variables como ingreso, egresos, bienes, garantías, entre otros. Así como también, deberá presentar los respaldos necesarios de la declaración patrimonial y garantías necesarias para respaldar la asignación del monto solicitado. En este sentido, una vez se realiza el análisis de riesgo, se determina la solvencia del posible deudor, se determina el tiempo y monto acorde a su capacidad de pago.

En contraste, en cuanto al crédito directo, a través de casas comerciales y concesionarios, se otorga el financiamiento directo después de realizar un análisis al cliente, asumiendo el riesgo del crédito por parte de la empresa, en el caso de los concesionarios el cliente debe cancelar una entrada que va desde 25% a 30%; por medio de este tipo de financiamiento la casa comercial o concesionaria realiza un análisis del perfil del cliente en base al patrimonio, al valor de entrada, el monto de financiamiento y el tiempo del mismo.

Ahora bien, el sistema de autofinanciamiento o compra programada consiste en la conformación de

grupos de clientes que mediante el pago de cuota mensual determinada, adquieren un vehículo, a través de la asignación cronológica de la entrega del vehículo. Este tipo de financiamiento está diseñado para facilitar la compra de un bien a través de cuotas mensuales, de acuerdo a la capacidad de pago de cada cliente en base a un ahorro planificado, un factor importante en este tipo de financiamiento es que el cliente no necesita cubrir una entrega inicial importante, ni el pago de intereses por el préstamo del dinero, o garantías adicionales. Únicamente los costos asociados a este tipo de financiamiento, serían: la cuota de inscripción, cuota administrativa y porcentaje de adjudicación, así como los rubros establecidos en el contrato de adhesión, estos rubros tienen el objetivo de cubrir la operación y funcionamiento del sistema.

Por lo mencionado, al evidenciar las diferentes características con cada tipo de financiamiento para la adquisición de un bien - vehículo, así como la especificidad que tiene la modalidad de autofinanciamiento o ahorro programado, esta Dirección, del análisis cualitativo por parte de la demanda, define al mercado producto como un único mercado comprendido por la comercialización de los “*servicios de autofinanciamiento o ahorro programado vehicular*”, sin identificar sustitutos adicionales, sino solamente, los servicios que mantengan el mismo tipo de financiamiento, distintos a los de entidades financieras o concesionarios.

En este sentido, esta Intendencia considera que, bajo los parámetros técnicos analizados, una diferencia fundamental del sistema de autofinanciamiento consiste en la integración de grupos de consumidores, respecto a un sistema tradicional de financiamiento, el sistema de autofinanciamiento programa cuotas de pago mensuales, las cuales los consumidores están obligados a pagarlos; mientras que por su lado, los sistemas tradicionales están determinados por un sistema de amortización que incluye monto, plazo, tasa y forma de pago hasta la liquidación del saldo.

En virtud del análisis realizado, esta Autoridad concuerda con la DNICPD, en cuanto que de la información cualitativa aportada por los consumidores, y operadores, no consideran a los sistemas tradicionales de crédito sustitutos del sistema de autofinanciamiento, por consiguiente, esta Intendencia determina que el mercado donde se generan los efectos competitivos, corresponde al mercado de comercialización de los servicios de autofinanciamiento o ahorro programado para la adquisición de vehículos.

Análisis de sustitución cuantitativo de la demanda

A fin de realizar el análisis de sustitución cuantitativo de la demanda, esta Autoridad tiene en cuenta las herramientas contenidas en la Resolución No. 11 que establece, entre otras, las siguientes:

Artículo 9. Elasticidad precio cruzado de la demanda.- Es una medida de la sensibilidad que presenta la cantidad demanda de un producto o servicio frente a variaciones en el precio de otro. Se le estima generalmente con la siguiente fórmula:

$$\eta_{ij} = \frac{\Delta Q_i}{\Delta P_j} \times \frac{P_j}{Q_i}$$

Donde:

η_{ij} : es la elasticidad del bien o servicio i con respecto al bien o servicio j;

Q_i : es la cantidad demandada del bien o servicio i;

P_j : es el precio del bien o servicio j; y,

$\frac{\Delta Q_i}{\Delta P_j}$: es la variación de la cantidad de i con respecto a una variación en el precio de j.

Si la elasticidad cruzada de un producto o servicio con respecto a otro tiene un valor positivo y significativo, se tiene evidencia a favor de que los dos bienes o servicio son sustitutos ; en sentido opuesto, si la elasticidad cruzada es cercana a cero (0) o negativa, se tiene evidencia en contra de dicha hipótesis.

En aplicación de esta prueba y con referencia al análisis de sustitución cuantitativo de la demanda, la DNICPD, en su informe de resultados, manifestó que:

Para el presente ejercicio la Dirección consideró la información remitida por los operadores económicos; Consorcio Pichincha, reportó los ingresos referentes al “4% de Inscripción sobre monto del Certificado del sistema de autofinanciamiento”; por parte de las Entidades Financieras se utilizó la tasa promedio de créditos vehiculares livianos nuevos y usados; y por parte de Concesionarios se consideró el “4.5% de la tasa de inscripción del monto definido en los planes de compra para vehículos”.

Los resultados de la regresión sugieren que el sistema de autofinanciamiento no actúa como un sustituto de entidades financieras y concesionarios, debido a que el coeficiente de estimación presenta un valor negativo, lo que indicaría que ante un posible aumento del precio de los sistema de autofinanciamiento, la cantidad demandada de créditos por entidades financieras o concesionario se mantendría o conforme el coeficiente incluso disminuiría, en consecuencia, estos servicios no se comportarían como sustitutos.

Ilustración (...) Regresión logarítmica demanda de sistema de autofinanciamiento frente a créditos a través de entidades financieras y concesionarios

```
. reg log_DCHCONDELPIPRECIO log_DCHBPICHINCHAPRECIO log_DCHPLANAUTOMOTORPRECIO log_SALARIOREAL, robust
```

Linear regression

	Coef.	Robust Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
log_DCHBPICHINCHAPRECIO	-.0551099	.0557463	-0.99	0.329	-.1676106	.0573907
log_DCHPLANAUTOMOTORPRECIO	-.42371	.174072	-2.43	0.019	-.7750016	-.0724184
log_SALARIOREAL	3.427949	1.937556	1.77	0.084	-.482197	7.338094
_cons	-13.0342	8.777314	-1.48	0.145	-30.74754	4.679134

Number of obs = 46
F(3, 42) = 4.47
Prob > F = 0.0082
R-squared = 0.2878
Root MSE = .04719

Elaboración: Dirección Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales.



Por lo tanto, con base en la evidencia analizada, esta Dirección confirma el análisis cualitativo, y concluye que el sistema de autofinanciamiento no se ha comportado como sustitutos de los créditos de entidades financieras y concesionarios por parte de la demanda.

En tal sentido, de las pruebas realizadas la Dirección verifica la existencia de un solo mercado comprendido por: “la comercialización de los servicios de autofinanciamiento o ahorro programado vehicular”.

De lo indicado, esta Intendencia considera que, conforme los resultados de la prueba de elasticidad, al obtener resultados negativos, respecto a los sistemas de financiamiento a través de instituciones financieras no podría considerarse servicios sustitutos con el de autofinanciamiento. Por otro lado, respecto de los concesionarios, se obtuvo también resultados negativos, lo que significa, que éstos no serían sustitutos directos del sistema de autofinanciamiento de vehículos.

Además, de los resultados obtenidos en la regresión, esta Intendencia evidencia que, ante cambios en el precio de los tasas de autofinanciamiento, el consumidor no sustituiría directamente por otro tipo de financiamiento, ya sea por el crédito de bancos o concesionarios, ya que seguirían enfrentándose a la solicitud de los requisitos exigidos por estas entidades, los mismos que incluyen tasa de intereses y documentación que respalden sus antecedentes financieros. Por lo que, desde el punto de vista cuantitativo, se ratifica que el mercado está determinado por la comercialización de servicios de autofinanciamiento o ahorro programado vehicular.

Análisis de sustitución de la oferta y competencia potencial

Con respecto al análisis de sustitución de la oferta y competencia potencial, esta Autoridad considera lo referido en el artículo 11 de la Resolución 011 de la Junta de Regulación de la LORCPM, que establece:

“... El análisis de sustitución de la oferta implica determinar todos aquellos bienes ofertados por operadores económicos, denominados potenciales competidores, quienes ante incrementos en precios del producto o servicios materia de análisis, podrían fabricarlo y comercializarlo en un periodo de tiempo tal que no suponga ajustes significativos de activos materiales e inmateriales, y sin incurrir en costos o riesgos adicionales excesivos (...)”

Al respecto, una de las pruebas para determinar la existencia o no de sustituibilidad por lado de la oferta es la Prueba de Sustitución de la Oferta SSS, tal como lo señala el artículo 12 de la referida resolución: “(...) *esta prueba consiste en evaluar el cumplimiento de condiciones que demuestran la existencia de potenciales competidores desde la perspectiva de la oferta (...)*”.

En este sentido, la DNICPD identificó los siguientes resultados:



a) Los potenciales competidores deben poseer los activos tanto materiales como inmateriales para trasladar su producción de un bien o servicio determinado a otros, en caso de no poseer alguno, debe ser capaz de adquirirlo sin la necesidad de incurrir en costos que sean irre recuperables

De acuerdo con el análisis realizado, esta Dirección identifica que existen potenciales competidores que poseen todos los activos tanto materiales (instalaciones, materiales, etc.) como inmateriales (know how), en este caso, todas las empresas que se encuentran en el servicio de autofinanciamiento; podrían brindar el servicio.

De la identificación del mercado producto esta Dirección evidenció que existen alrededor de 37 empresas que se dedicarían a brindar servicios de autofinanciamiento, entre los que se encuentran: CONECA, ECUASUEÑA, CASAPLAN MOTORPLAN, GLOBALPLAN, y otros. (...)

Estos operadores al ser compañías con varios años en el mercado, mantendrían un respaldo a fin de que faciliten la captación de otros insumos y/o tecnología, lo cual permitiría expandir operaciones, como el servicio o la administración de líneas de negocio, de manera más rápida, en comparación con un negocio nuevo o un emprendimiento.

Conforme la información suministrada por los operadores económicos, con relación a los activos materiales necesarios para realizar su actividad económica, manifestaron los siguientes: Infraestructura tecnológica (plataformas digitales - sistemas tecnológicos, alojamiento en la nube), softwares (gestión de fondos grupales, firewalls), Instalaciones adecuadas (Equipos y muebles de oficina), capital de trabajo, recursos humanos, etc.

En cuanto a los activos inmateriales, los operadores mencionaron: conocimiento y experiencia en el mercado de autofinanciamiento, know how en

b) Los potenciales competidores deben tener la oportunidad de acceder a sistemas logísticos y canales de distribución adecuados para la comercialización del producto o servicio materia de análisis

De igual manera, esta Dirección identificó que, el principal canal de distribución de este tipo de servicios serían: los puntos de ventas, comprendidos por locales o islas en centros comerciales; agencias; la páginas web y redes sociales, ferias y eventos, captaciones móviles, redes de conexiones de vehículos, acuerdos comerciales, puerta a puerta, a través de visitas a hogares (...)

Por lo mencionado, la DNICPD evidenció que la oportunidad del acceso a los sistemas logísticos y canales de distribución, estaría limitada únicamente a la base o listado de clientes que deberá obtener cualquier operador económico que quiera incursionar en esta actividad económica, en virtud de que los canales de distribución del sistema de autofinanciamiento, se caracterizan en su mayoría, por establecer una comunicación directa entre vendedores y consumidores.

Lo indicado demuestra, **que en el corto plazo, los potenciales competidores no mantendrían altas probabilidades de acceder a los sistemas logísticos y canales de distribución adecuados para la comercialización de los servicios de autofinanciamiento o ahorro programado vehicular, por lo que, requerirían de una inversión inicial, para obtener potenciales clientes interesados en este servicio, y en fuerza de venta y call centers.**



ventas efectivas, entre otras.

El operador económico ECUASUEÑA en su escrito ID 204540, considera el know how, cuidando la información confidencial, del servicio de compra programada, se concentraría principalmente en tres fases: una de ellas sería, “el conocimiento especializado de ventas” el cual resalta la importancia de conocer el sector automotriz, así como el mercado de ventas programas, y a su público objetivo; esto con el propósito de establecer identificar a los principales competidores así como sus fortalezas y oportunidades, y finalmente establecer parámetros de costos que permitan captar clientes dando a conocer los beneficios de este servicio.

Otra fase importante que destaca el operador económico ECUASUEÑA, sería la forma de recaudación de pago del servicio; en este contexto actúan otros intermediarios como entidades financieras y entidades no financieras, así como el pago directo en ventanilla; esto sería relevante a fin de tener una logística eficiente para funcionar dentro del mercado.

Finalmente, como tercera fase estaría el “conocimiento especializado en Marketing digital, y manejo de redes”, este se enfoca a la relación que las redes sociales tienen actualmente con los consumidores, ya que tienen acceso visual y rápido a la comercialización de servicios.

Al respecto, esta Dirección identifica que, entre los principales activos inmateriales que requiere esta actividad de autofinanciamiento, se encuentra principalmente, el conocimiento especializado en ventas, en servicios de recaudación, en Marketing digital, mando de redes sociales, que sería un factor importante para los operadores del sector. Mientras que en relación, a los activos materiales, únicamente se requieren herramientas tecnológicas para realizar dicha actividad y, mantener un departamento de ventas, que demandaría un alto gasto fijo para las compañías.



<p>En adición, esta Dirección ha identificado varios operadores económicos que, mantendrían actividades económicas relacionadas con el sector automotriz, los cuales actuarían bajo las siguientes actividades económicas (...)</p> <p>En el caso de posibles competidores por actividad económica, esta Dirección identifica que la mayoría de los operadores actúan en actividades económicas dedicadas a la comercialización de bienes o intermediación de servicios administrativos, por lo que su ingreso al mercado de autofinanciamiento, en corto plazo, si estaría condicionado, debido a que no poseerían los activos tantos materiales como inmateriales para trasladar su servicio de comercialización de bienes o intermediación de servicios, de manera inmediata, al servicio de autofinanciamiento o ahorro programado, ya que incurrirían en costos altos para ingresar a ese mercado.</p> <p>En consecuencia, esta Dirección identifica que, los potenciales competidores relacionados con otras actividades como la comercialización de vehículos o intermediación de servicios administrativos, estarían limitados al no poseer los activos materiales como inmateriales para trasladar su actividad al mercado relevante, comprendido por la comercialización de los servicios de autofinanciamiento o ahorro programado vehicular.</p>	
<p><i>c) Los potenciales competidores no deben incurrir en costos hundidos significativos al momento de trasladar su producción o prestación de servicios</i></p> <p>Esta Dirección ha evidenciado que, el mercado de autofinanciamiento o compra programada, al no tener barreras legales que regule esta actividad a diferencia de otros mercados altamente regulados, ha mantenido una tendencia creciente con el paso del tiempo, de tal manera que, históricamente en el año 2015 al 2016, únicamente existían cuatro</p>	<p><i>d) Cualquier barrera de entrada debe ser superada en un período razonablemente corto de tiempo y sin que esto conlleve altos costos operacionales</i></p> <p>De acuerdo con la información constante en el expediente, entre las principales barreras de entrada identificadas por los operadores económicos, se encontrarían: los costos de inversión en tecnología y fuerzas de ventas, y alto grado de competencia en el mercado.</p> <p>Al respecto, el operador económico CONDELPI, en</p>



<p>empresas dedicadas a ésta actividad, sin embargo, en el año 2017, pasaron a ser seis compañías, hasta el año 2021 que son alrededor de treinta siete compañías que se dedican a dicha actividad en el mercado ecuatoriano.</p> <p>Además, conforme la información reportada por los operadores económicos, en su totalidad, informaron que su actividad económica no representaría costos hundidos significativos (...)</p> <p>En consecuencia, en este mercado al no existir costos hundidos significativos, relacionados a gastos en investigación y desarrollo, y al identificar el aumento de participantes en el sector, se concluye que los potenciales competidores no deberían incurrir en costos hundidos en el caso de querer incursionar en el mercado de la comercialización de los servicios de autofinanciamiento o ahorro programado vehicular.</p>	<p>su escrito con número de ID 187153, en referencia a las barreras de entrada, mencionó:</p> <p>Inversión de capital de trabajo para el inicio de operaciones, contar con un sistema tecnológico especializado para la atención de clientes (Énfasis añadido)</p> <p>Por su parte, el operador económico ECUASUEÑA, en su escrito ID 204540, mencionó:</p> <p>No existe impedimento más que el capital necesario para cubrir los costos de inversión y el conocimiento en ventas para convencer al cliente de acceder al plan de venta programada. (Énfasis añadido)</p> <p>Así también, el operador económico GLOBALPLAN, en su escrito ID 197071, referente a las barreras de entradas del mercado, detalló:</p> <p>No existen barreras para poder incentivar a empresas a iniciar esta actividad. Solo es requerido contar con el suficiente capital de trabajo para iniciar la operación, inversión en tecnología y en recurso humano. (Énfasis añadido)</p> <p>De acuerdo al operador económico CONCESA, en su escrito ID 197262, describe a las limitaciones del mercado, de la siguiente manera:</p> <p>Costo de inversión, ya que se requiere vehículos para exhibición, si el suscriptor no los ve a los vehículos, no tiene una atracción por inscribirse en el pan de compra programada.</p> <p>Barreras de entrada: Existe competencia maliciosa que propone propuestas irreales sobre la compra programada, lo cual hace perder la credibilidad a las demás empresas que realizamos este servicio de forma real y confiable (Énfasis añadido)</p> <p>Para la OCDE, las barreras de entrada se definen, en</p>
--	---



	<p>términos generales , como:</p> <p>(...) los elementos que obstaculizan la entrada de nuevas empresas al mercado relevante. Evaluar la magnitud de las barreras a la entrada es importante, pues proporciona una perspectiva del grado de competencia potencial que pueden enfrentar las empresas que ya participan en el mercado.</p> <p>Dentro del análisis de una estructura de mercado, esta Dirección no identificó barreras de entrada relacionadas a economía de escala que se generan por la existencia de costos fijos, tampoco identifique barreras relacionadas a costos hundidos (relacionadas a regulaciones, investigación, etc.), por lo que, dentro del mercado de la comercialización de los servicios de autofinanciamiento o ahorro programado vehicular, no se identifican barreras de entrada significativas, sin embargo, en caso de que los potenciales competidores, a corto plazo, quieran trasladarse a ésta actividad económica, si conllevaría altos costos operacionales, en virtud de las inversiones iniciales que se deberá considerar para operar en el sector.</p>
<p><i>e) Los potenciales competidores deben poseer los incentivos económicos necesarios para producir el producto o prestar los servicios materia de análisis</i></p> <p>Al respecto, esta Dirección evidencia que, los operadores que actúan dentro de este mercado poseerían incentivos económicos necesarios para comercializar estos servicios, al reportar ingresos positivos y tasas de rentabilidad que generan un margen neto promedio 31,51%.</p> <p>Entendiéndose al margen neto como la relación entre la utilidad neta frente a los ingresos operacionales, con ello se concluye que en promedio, en la comercialización de los servicios de autofinanciamiento o ahorro programado</p>	<p><i>f) Los potenciales competidores deben poseer capacidad instalada inutilizada que puede ser puesta en marcha sin incurrir en costos significativos</i></p> <p>De la revisión de la información aportada dentro del expediente por los operadores económicos, esta Dirección observa que los competidores potenciales corresponden a empresas establecidas a nivel nacional relacionadas con las actividades CIU: G4510.01; G4610.04; G4610.09; L6810.01; L6820.02; L6820.03; M7020.01; M7020.04; N7710.00; N8211.00; y, N8220.02, que, tendrían la capacidad instalada, en la línea logística, canales de comercialización, relaciones comerciales, capacidad instalada material. Por lo que, se podría señalar que la incorporación de un nuevo servicio</p>



<p>vehicular, por cada dólar vendido, a los operadores económicos les quedaría 0,32 centavos de dólar, después de cubrir los costos y gastos propios de la actividad económica.</p> <p>Esto demuestra que, el sector si generaría incentivos económicos para los operadores que permanecen en este mercado, o generarían incentivos a los operadores potenciales que quisieran incursionar en el mismo.</p>	<p>como de autofinanciamiento, existirá la capacidad para la comercialización del servicio, sin la necesidad de incurrir en costos significativos.</p> <p>Ahora bien, en relación con los activos inmateriales, como la base de clientes de éste tipo de servicios, el know how, el conocimiento y captación de la fuerza de ventas, si devendrían costos significativos, por lo que, los potenciales competidores deberían considerar estos costos en caso de incursionar en el mercado de la comercialización de los servicios de autofinanciamiento o ahorro programado vehicular.</p>
<p><i>g) Los consumidores deben percibir a los bienes o servicios de los potenciales competidores como sustitutos válidos del producto o servicio material de análisis</i></p> <p>Del análisis de la demanda antes realizado, esta Dirección identificó que la oferta disponible en el mercado de la comercialización de los servicios de autofinanciamiento o ahorro programado vehicular, no se percibirían como sustitutos válidos otros servicios de financiamiento otorgado por instituciones financieras o concesionarias. Por lo que, no podrían ser considerados como parte del mismo mercado. En consecuencia, estos servicios de financiamiento no serían sustitutos válidos para el consumidor, que busca servicios de autofinanciamiento o ahorro programado, y que no mantiene historia crediticia o que difícilmente cumpliría con los requisitos exigidos por estas entidades crediticias.</p>	<p>Conclusión:</p> <p>En consecuencia, en cumplimiento de la Resolución N° 11, esta Dirección evidencia con respecto al análisis de sustitución de la oferta, que existen competidores potenciales que, en el corto plazo, si estarían condicionados, ya que no poseerían los activos tantos materiales como inmateriales para trasladar su servicio de comercialización de bienes o intermediación de servicios, de manera inmediata al servicio de autofinanciamiento o ahorro programado, ya que incurrirían en costos altos para ingresar a ese mercado, por lo que, no se cumpliría con la rapidez para su sustitución.</p> <p>Además, los potenciales operadores no tendrían altas probabilidades de acceder a los sistemas logísticos y canales de distribución adecuados para dicha actividad, en virtud de que necesitarían una inversión inicial significativa, por lo que, no se cumpliría con el parámetro de eficacia.</p> <p>Por otro lado, esta Dirección identificó que no existirían costos hundidos que deben ser asumidos por los potenciales competidores, tampoco barreras de entrada significativas, además, se identificaron altos márgenes de rentabilidad y se demostró que existen incentivos económicos, por lo que, se</p>

	<p>cumpliría con el factor de rentabilidad.</p> <p>Finalmente, en relación a los sustitutos válidos, esta Dirección identificó que la oferta disponible en el mercado de la comercialización de los servicios de autofinanciamiento o ahorro programado vehicular, no se percibirían como sustitutos válidos con otros servicios de financiamiento otorgado por instituciones financieras o concesionarias, por lo que, no se cumpliría con la eficacia de la sustitución de la oferta.</p> <p>En conclusión, del análisis de la sustitución de la oferta al no cumplirse con los factores de rapidez y eficacia, se concluye que no es pertinente ampliar la definición del mercado relevante, y se ratifica la definición del mercado realizado en la sustitución de la demanda, siendo el mercado de la comercialización de los servicios de autofinanciamiento o ahorro programado vehicular.</p>
--	---

Fuente: Informe de resultados N.º SCPM-INICPD-DNICPD-001-2022

Elaboración: INICPD

Por lo mencionado, esta Intendencia considera que, la Dirección al aplicar el artículo 12 de la Resolución 011 de la Junta de Regulación de la LORCPM, tomó en cuenta los siguientes elementos:

- a. Los potenciales competidores deben poseer los activos tanto materiales como inmateriales para trasladar su producción de un bien o servicio determinado a otro; en caso de no poseer alguno, debe ser capaz de adquirirlo sin la necesidad de incurrir en costos que sean irrecuperables. Al respecto, esta Intendencia considera que dentro del mercado de sistema de autofinanciamiento o ahorro programado, a corto plazo, los potenciales competidores estarían condicionados, ya que conforme lo demostró la DNICPD, no poseerían los activos materiales e inmateriales para trasladar su servicio, en virtud de que incurrirían en altos costos para ingresar al mercado de autofinanciamiento, por lo que, coincide con la Dirección, en que no se cumpliría el parámetro de rapidez.
- b. Los potenciales competidores deben tener la oportunidad de acceder a sistemas logísticos y canales de distribución adecuados para la comercialización del producto o servicio materia de análisis. En este punto, la INICPD considera que los potenciales competidores no tendrían altas probabilidades de acceder a los sistemas logísticos y canales de distribución, debido a que, necesitarían de una inversión inicial significativa, en consecuencia, no se cumple con el parámetro de eficacia.



- c. Los potenciales competidores no deben incurrir en costos hundidos significativos al momento de trasladar su producción o prestación de servicios. Esta Autoridad coincide con la DNICPD, por cuanto no se evidenció costos hundidos significativos, al identificar que los competidores potenciales no incurrirán en gastos de investigación y desarrollo; así también se identifica que la mayoría de los operadores no reportaron costos hundidos significativos, por lo que, se cumpliría con el parámetro de rentabilidad.
- d. Cualquier barrera de entrada debe ser superada en un periodo razonablemente corto de tiempo y sin que esto conlleve altos costos operacionales. Al respecto, esta Intendencia no evidenció barreras de entrada importantes, por lo que, no se advierte limitantes para la entrada de nuevos oferentes; no obstante, a corto plazo, se identificó inversiones iniciales importantes, por lo que, podría existir barreras económicas que deberán ser superadas por los potenciales competidores en el caso de querer realizar esta actividad económica.
- e. Los potenciales competidores deben poseer los incentivos económicos necesarios para producir el producto o prestar los servicios materia de análisis. Respecto de este punto, la INICPD evidenció que existirían indicadores de rentabilidad, por lo que, se evidencia incentivos económicos para participar en este mercado.
- f. Los potenciales competidores deben poseer capacidad instalada inutilizada que puede ser puesta en marcha sin incurrir en costos significativos. La Intendencia considera que los potenciales competidores si mantendrían capacidad instalada como para incluir una línea nueva de comercialización. Sin embargo, en cuanto a los activos inmateriales, coincide con la DNICPD, que se requerirán costos significativos por parte de los competidores potenciales.
- g. Los consumidores deben percibir a los bienes o servicios de los potenciales competidores como sustitutos válidos del producto o servicio materia de análisis. Finalmente, en relación a éste punto, se evidenció que no existiría probabilidades que los consumidores consideren a otros tipos de financiamiento como sustitutos de la comercialización del servicio de autofinanciamiento.

En conclusión, esta Intendencia evidencia que existirían competidores potenciales que si tendrían incentivos económicos, sin embargo, no contarían, al menos a corto plazo con los activos requeridos, sistemas logísticos de la comercialización de autofinanciamiento para la adquisición de vehículos. Por otro lado, no se evidencian barreras de entrada ni costos hundidos significativos. Respecto de los consumidores se evidenció que no identificarían como productos sustitutos válidos otros tipos de sistema de financiamiento, ya que acceder a estos servicios requiere de presentación de documentación que respalde su historial crediticio y tasa de interés altas.

Por lo que, esta Autoridad confirma la definición del mercado relevante obtenido del análisis de

sustitución de la demanda, como el mercado comprendido por la comercialización de los servicios de autofinanciamiento o ahorro programado vehicular.

Mercado geográfico

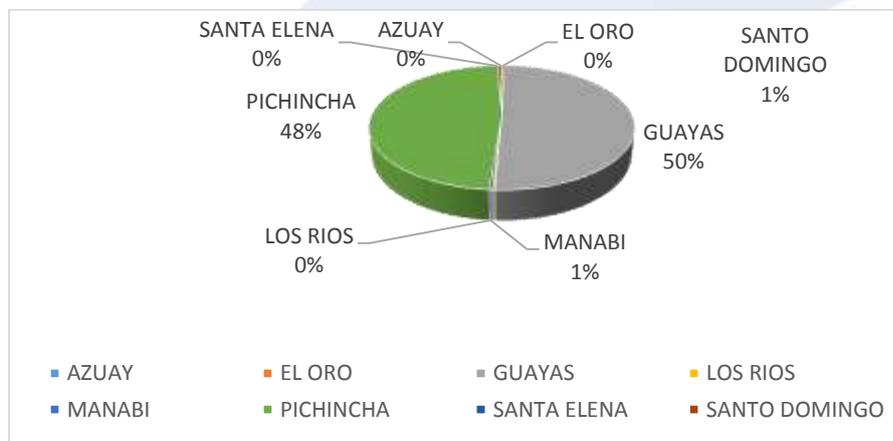
El artículo 5 de la LORCPM, en relación al mercado geográfico, establece:

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

Dentro de la definición de mercado geográfico, la DNICPD realizó las siguientes consideraciones:

De acuerdo con la información remitida por el operador económico investigado, mediante escrito del 03 de marzo de 2022, con ID 229370, respecto de la comercialización geográfica del servicio de autofinanciamiento del producto “TU AUTO PLANIFICADO”, esta Dirección identificó que, la mayor parte de ventas se realiza en las provincias de Guayas y Pichincha, con un porcentaje del 50% y 48% respectivamente, seguido por la provincia de Santo Domingo con un porcentaje del 0,5% y Manabí con el 0,3%, los Ríos, y Santa Elena representarían menos del 0,3%.

(...)Participación provincial- cantidad de ventas del producto “TU AUTO PLANIFICADO”



Fuente: Información operadores económicos

Elaboración: Dirección Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales.

Del servicio “TU AUTO PROGRAMADO”, esta Dirección pudo evidenciar que la cantidad de ventas se concentra en dos provincias, Guayas y Pichincha, con una participación del 83% y 17% respectivamente.

(...)Participación provincial- cantidad de ventas del producto “TU AUTO



Fuente: Información operadores económicos

Elaboración: Dirección Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales.

Por lo referido, esta Intendencia, conforme los resultados cualitativos, identifica que la comercialización del programa “TU AUTO PLANIFICADO”, estaría principalmente, en la provincia del Guayas y Pichincha, entre otras; por parte del programas “TU AUTO PROGRAMADO” se comercializaría exclusivamente en las provincias de Guayas y Pichincha, en tal sentido, la comercialización del sistema de autofinanciamiento en los programas de tu auto planificado y programas, sería a nivel local.

En complemento, esta Intendencia considera la prueba Elzinga – Hogarty, la cual según el artículo 21 de la Resolución N°11 estable que:

“(…) consiste en evaluar los flujos comerciales entre zonas geográficas pre-establecidas de manera justificada. Si en una zona geográfica cualquiera, para el producto o servicio materia de análisis, se reporta poco o escaso el flujo comercial desde y hacia otras zonas, existe evidencia a favor de que dicha zona geográfica es un mercado geográfico por sí mismo.”

La doctrina establece que, si el indicador resulta alto (los porcentajes de referencia están entre 75%-90%), significa que el área geográfica analizada es considerada un único mercado relevante. Por el contrario, un resultado bajo a los porcentajes mencionados significaría que el área geográfica analizada puede ser considerada un mercado más amplio. (Massey, 2000)¹

En tal sentido, se considera LIFOUT (“Un poco adentro desde afuera”, por sus siglas en ingles) y LOFI (“Un poco de afuera hacia dentro”, por sus siglas en inglés) se utiliza para evaluar la existencia de un mercado geográfico único. La primera hace referencia a la situación de que un solo pequeño

¹ Massey, P (2000): Market definition and market power in competition analysis: some practical issues. The Economic and Social Review.

porcentaje del consumo de la zona es “importada” de otra zona. Mientras que la segunda se refiere a la situación en la que un pequeño porcentaje de la producción local es “exportada” a otra zona. (Elzinger, K, and T. Hogarty, 1973)².

$$LIFOUT = 1 - \frac{\text{Compras de los consumidores en un área}}{\text{Producción del área candidata}} \leq 0.25$$

$$LOFI = 1 - \frac{\text{Envíos de la empresa en una zona para adentro}}{\text{Producción del área candidata}} \leq 0.25$$

En línea con lo anterior, al obtener un resultado menor o igual a 0,25: quiere decir que todas las compras que ocurren dentro de una zona geográfica que forma parte del mercado geográfico. Mientras que cualquier valor superior a 0,25 significa que la región geográfica no es un único mercado relevante, sino más bien una parte de un mercado más amplio.

De igual manera, para determinar un factor débil o fuerte, en caso de que el factor de las pruebas sea inferior al 0,10, puede considerarse que el área geográfica es un mercado relevante "fuerte"; si es superior a 0,10 pero no superior al 0,25, se trata de un mercado relevante "débil". (Kostic, 2014)³.

En aplicación de la prueba referida, de los resultados obtenidos por la DNICPD, se identificó:

(...) Índice Elzinga – Hogarty

PROVINCIA	%	FACTOR	
Guayas	51%	0,51	0,49
Pichincha y Guayas	98,4%	0,98	0,02
Pichincha, Guayas, Santo Domingo	98,8%	0,98	0,01

Fuente: Información operadores económicos

Elaboración: Dirección Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales.

En la prueba Elzinga – Hogarty, esta Dirección calculó el factor por provincia y evidenció que las provincias Guayas y Pichincha representarían en conjunto un coeficiente fuerte de 0,02 que representa el 98,4% de las ventas; mientras que para las provincias de Azuay, El Oro, Los Ríos, Manabí, Santa Elena y Santo Domingo, en conjunto tienen un factor débil y ninguna por sí sola llega a un factor inferior a 0,25, representando menos del 2% de las ventas, en consecuencia, esta Dirección concluye que, el mercado geográfico tendría un alcance de nivel local .

En resumen de lo indicado por la Dirección en su informe de resultados, esta Intendencia, con base

² Elzinger, K, and T hogarty (1973) The problema of geographic market delineation in antimerger suits. Antitrust Bulletin.

³ Kostic, Milan(2014), Testing The Boundaries Of The Relevant Market In The Competition Policy, Faculty of Economics, University of Kragujevac.

en la información y el análisis cualitativo como cuantitativo expuesto, concuerda con que el mercado geográfico de la presente investigación tendría un alcance local⁴.

Mercado Temporal

En cuanto a la temporalidad y estacionalidad de la conducta, el artículo 14 de la Resolución N°. 11 de la LORCPM, determina: *“Marco Temporal y marco estacional.- Al momento de delimitar el mercado de producto o servicio, se debe considerar, además de la sustitución de la demanda y de la oferta, otros aspectos como la temporalidad y la estacionalidad bajo los cuales funciona el mercado”*.

Al respecto, la DNICPD en su informe de resultados, señaló lo siguiente:

Respecto de la temporalidad de la conducta, esta Dirección ha identificado que de acuerdo al Servicio de Rentas Internas el operador económico se encuentra en el mercado ecuatoriano desde el 17 de marzo del 1995.

De acuerdo a la Resolución de inicio de investigación, de 8 de marzo del 2021, referente a la duración de la conducta, la INICPD señaló:

Los denunciantes, al completar su denuncia, indicaron el **periodo aproximado de duración de la presunta conducta, la cual estaría comprendida desde el 31 de mayo de 2018 hasta la actualidad**, en el caso de Gustavo Vásquez y Lía Rivera; y, **desde el 20 de junio de 2018 hasta la presente fecha**, en el caso de Rony Chico y Grace Campos.

Lo mencionado, incluso sin perjuicio, de que, en una eventual etapa de investigación, se identifiquen nuevos elementos que permitan a esta Autoridad precisar la temporalidad de la conducta denunciada. (Énfasis añadido)

Al respecto, esta Dirección identificó que, en el oficio DPE-DNMPPUC-2021-2019-0 de 19 de abril de 2021, y en su anexo presentado por el magister Rodrigo Fernando Varela Torres, en calidad de Director Nacional del Mecanismo de Protección de Personas Usuaras y Consumidoras, adjuntó: **“...la información referente a quejas, reclamos y/o denuncias en contra del Consorcio del Pichincha S.A. CODELPI, con RUC 1791287835001; adjunto al presente la información recabada a nivel nacional en formato Excel solicitado”**. (Énfasis

⁴ Conforme establece el artículo 7 de la resolución Nro. 12 de la Junta de Regulación de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, el alcance de la infracción: “...corresponde a la cobertura geográfica que tuvo la infracción, considerando de mayor a menor, un alcance nacional, regional o local” Asimismo el artículo 16 de la Determinación del importe base cuando es posible determinar el volumen total de negocio estable como parámetro: “... cobertura geográfica de la infracción nacional (...) cobertura geográfica de la infracción regional (3 o más provincias) (...) cobertura geográfica de la infracción local (menos 3 provincias)...”



añadido)

De la información revisada y analizada, esta Dirección evidenció, que las quejas presentadas por usuarios del operador CONDELPI, databan desde el año 2018 hasta el año 2021.

Así también, mediante oficio MPCEIP-DCVM-2021-0538-O de 19 de marzo de 2021, el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca remitió las quejas referentes al operador económico CONDELPI, registradas desde el año 2018 al 2020.

Así también, de acuerdo al oficio No. SCVS-IRQ-SG-2021-00004971-O, emitido el 04 de febrero del 2021, de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, con número de ID 184683, remitió el detalle de quejas, las cuales se registran desde el año 2018 al 2020.

Por último, el operador económico CONDELPI en su escrito del 05 de febrero del 2021, numero de ID 184282, remitió el detalle de quejas, las cuales se registran desde el año 2018 al 2020.

Por lo mencionado, conforme la información constante en el expediente, esta Dirección concluye que, la temporalidad de la conducta investigada, estaría delimitada desde enero 2018 hasta la actualidad.

De la información analizada, esta Intendencia considera la temporalidad de la supuesta conducta denunciada, estaría comprendida, de acuerdo a la información suministrada por CONDELPI, y las diferentes entidades públicas; desde enero 2018 hasta la actualidad.

Por otro lado, respecto de la estacionalidad del servicio analizado, la DNICPD, señaló:

Uno de los elementos más influyentes en la dinámica de suscripción del ramo de automóviles es la existencia previa de un vehículo, que si bien no es el único aspecto tenido en cuenta al momento de la tarificación², es claro que el riesgo que se pretende amparar se materializa únicamente ante la existencia física del automóvil (Rodríguez, 2014). En este sentido, es posible afirmar que las fluctuaciones en la producción del ramo dependen, en mayor medida, del crecimiento y renovación del parque automotor, representado en la venta de vehículos nuevos.

En la literatura es posible encontrar una gran cantidad de modelos predictivos de ventas, asociados a variables macroeconómicas y demográficas, tales como la tasa de cambio, el precio de los vehículos y el combustible, la densidad vial y poblacional, etc. En algunos de estos casos, es necesario esperar largos periodos de tiempo para conocer la serie estadística oficial que los representa. (Énfasis añadido)

Entre los factores que determinan las ventas de automóviles, se relacionan con: tipo de cambio, planes de financiamiento, niveles de producción, precio de los factores de producción, políticas comerciales, etc.

En el caso ecuatoriano el comportamiento del mercado automotriz tuvo una caída en ventas



de vehículos lo que provocó un decrecimiento del 35% para el año 2020, de acuerdo a la AEADE, el mercado automotriz ecuatoriano tuvo la siguiente tendencia:

Durante el 2020, el sector automotor nacional decreció un 35,1% con relación al 2019, es decir, se vendieron 85.818 vehículos en un contexto marcado por el COVID-19, lo que afectó el comercio durante los últimos tres trimestres del año.

Entre el 2007 y el 2020, en promedio, se comercializaron 109.249 unidades anuales.

Tras la reapertura comercial y la expansión del crédito automotor a través de las instituciones financieras, en el 2017, el país experimentó una recuperación del nivel de ventas de vehículos y superó nuevamente los 130.000 vehículos en los años 2018 y 2019.

La fuerte contracción que sufrió el mercado en 2020, debido a la pandemia y los cambios estructurales que conllevó a nivel económico y social, generó cambios en el sector automotor ecuatoriano que persistirán en el mediano plazo y reducirán el tamaño de la demanda en el mercado nacional. Debido a las dificultades económicas evidenciadas en el 2019, el 2020 inició con previsiones de un ligero decrecimiento en la venta de vehículos.

En marzo, la incertidumbre por la llegada de la COVID-19 al país se intensificó y, finalmente, tras la declaratoria de emergencia el 16 de marzo cambió completamente el panorama para el sector automotor. El cierre de las actividades comerciales prácticamente anuló las ventas durante marzo, abril y mayo. A partir de junio hubo una recuperación sostenida en la venta de vehículos, hasta alcanzar su cifra más alta (9.941 unidades) en noviembre...

Considerando la relación directa de la venta de vehículos y la comercialización de los servicios de autofinanciamiento o ahorro programado vehicular, esta Dirección identifica que si bien como efecto de la pandemia se produjo un decrecimiento en la venta de vehículos, el tiempo y duración del sistema de autofinanciamiento, permite que los vehículos se mantenga disponibles durante todo el año. Por lo que, este mercado relevante no respondería a factores estacionales que deban considerarse.

Finalmente, en cuanto a la estacionalidad, esta INICPD coincide con la Dirección, debido a que la comercialización del sistema de autofinanciamiento para la adquisición de vehículos, estaría vinculado directamente con el mercado de venta de vehículos en el Ecuador, la misma es susceptible a tipos de cambio, niveles de producción y precios en cuanto a producción, políticas comerciales, entre otros, no obstante se ha identificado la disponibilidad de la comercialización de vehículos durante todo el año, por lo que, se concluye que dicho mercado no respondería a factores estacionales.

Mercado relevante

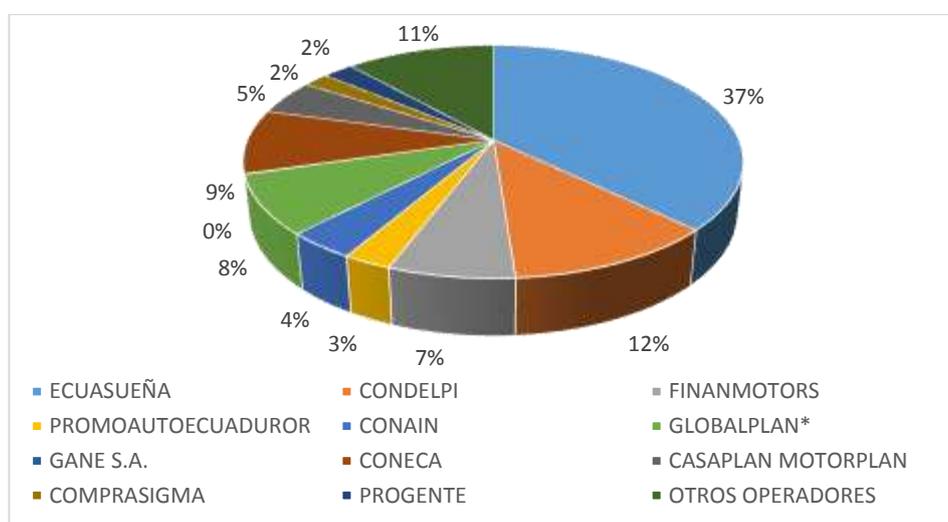
La DNICPD dentro del informe de resultados definió el siguiente mercado relevante:

En virtud de la definición del mercado de producto y el alcance del mercado geográfico, en donde los operadores económicos desarrollan sus actividades económicas, la DNICPD define al mercado relevante como: la comercialización de los servicios de autofinanciamiento o ahorro programado

vehicular, con un alcance a nivel local.

Para el 2020, el mercado de comercialización de los servicios de autofinanciamiento o ahorro programado vehicular estuvo comprendido por 17 operadores económico; esta Dirección identificó que el operador económico ECUASUEÑA S.A., es líder del mercado con un participación del 37,3%, el operador CONDELPI se ubica en el segundo lugar con una participación del 11,5%, en tercer lugar se encuentra el operador económico CONECA, con una participación de 8,9%; en cuarto lugar se encuentra el operador económico GLOBALPLAN con una participación del 8,2%, en quinto lugar se encuentra el operador económico FINANMOTORS con el 6,9%, el resto de operadores mantienen participaciones menores al 6% que en conjunto representan una participación del 27,2%

(...) Participación de operadores económicos en el Mercado Relevante por ingresos- año 2020

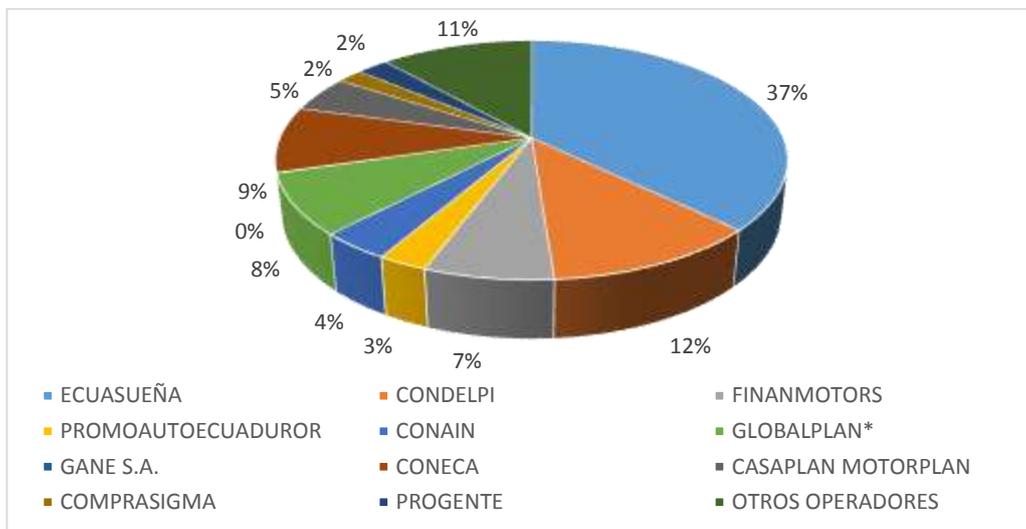


Fuente: Información operadores económicos

Elaboración: Dirección Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales.

Para el 2021, esta Dirección concluyó que el mercado relevante, está comprendido por alrededor 13 operadores económicos ; el operador económico ECUASUEÑA S.A., es líder del mercado con un participación del 41,7%, el operador económico CONDELPI se ubica en el segundo lugar con una participación del 14,2%, en tercer lugar se encuentra el operador económico FINANMOTORS con el 8,7%; en cuarto lugar se encuentra el operador económico PROMOAUTO con una participación del 6,7%, en quinto lugar se encuentra el operador económico CONAIN 6,4%, en sexto lugar se encuentra GLOBALPLAN con una participación de 6,1% el resto de operadores mantienen participaciones menores al 6%, sumando una participación conjunta del 16,2%.

(...) Participación de operadores económicos en el Mercado Relevante por ingresos- año 2021



Fuente: Información operadores económicos
Elaboración: Dirección Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales.

Al respecto, esta Intendencia concluye que, en el mercado relevante comprendido por la comercialización del sistema de autofinanciamiento para la adquisición de vehículos, con un alcance de nivel local, en el que para el año 2020 el operador económico ECUASUEÑA S.A., es líder del mercado con una participación del 37,3%, el operador CONDELPI se ubica en el segundo lugar con una participación del 11,5%, en tercer lugar se encuentra el operador económico CONECA, con una participación de 8,9%; en cuarto lugar se encuentra el operador económico GLOBALPLAN con una participación del 8,2%, en quinto lugar se encuentra el operador económico FINANMOTORS con el 6,9%, el resto de operadores representan una participación del 27,2%.

De igual manera en el año 2021, esta Intendencia identifica el operador económico ECUASUEÑA S.A., mantiene el primer lugar, con el 41,7%, el operador CONDELPI se ubica en el segundo lugar con una participación del 14,2%, en tercer lugar se encuentra el operador económico FINANMOTORS con el 8,7%; en cuarto lugar se encuentra el operador económico PROMOAUTO con una participación del 6,7%, en quinto lugar se encuentra el operador económico CONAIN 6,4%, en sexto lugar se encuentra GLOBALPLAN con una participación de 6,1% el resto de operadores mantienen participaciones menores al 6%, en conjunto representando una participación del 16,2%.

Falseamiento a la libre competencia

Respecto del falseamiento a la libre competencia o el régimen de competencia, esta Intendencia considera indispensable señalar que, el artículo 5 de la LORCPM establece que, para cada caso, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado deberá determinar el respectivo 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 investigación.

En este sentido, es importante señalar que, tanto la cláusula general y las conductas específicas de competencia desleal se encuentran necesariamente concatenadas con los parámetros de cualificación contenidos en el artículo 26, y en el ya referido artículo 5 del mismo cuerpo legal.

Abundando el análisis, el artículo 26 de la LORCPM, prohíbe y sanciona aquellas conductas desleales que afecten el orden público económico. Por lo que, 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 competencia, 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.

Por lo que, esta Intendencia tiene en cuenta 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 en el mercado relevante, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 5 de la LORCPM.

Por lo indicado, 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.

Respetando el ordenamiento jurídico, respecto del análisis del falseamiento de la libre competencia, la Dirección utilizó el siguiente esquema:

- Naturaleza de las conductas investigadas;
- Público objetivo; y,
- Cuantificación de las posibles afectaciones por las presuntas prácticas desleales investigadas.

Al respecto, la Dirección manifestó lo siguiente:

- **En relación con la naturaleza de la conducta investigada:**

“...Con relación al análisis de la naturaleza de las conductas investigadas para determinar el posible falseamiento al régimen de competencia, a manera de experiencia internacional, la agencia de competencia española, ha considerado analizar si las prácticas desleales tienen la capacidad de atentar contra la apertura de mercados, la igualdad de condiciones de los operadores, y al principio de libre elección de los consumidores. En este sentido, la DNICPD debe identificar si como consecuencia de la conducta desleal se ha impedido, restringido, falseado o distorsionado la competencia, atentó contra la eficiencia económica, o el bienestar general o los derechos de los consumidores o usuarios.

En este sentido, resulta relevante analizar la estructura de mercado de la comercialización de los servicios de autofinanciamiento o ahorro programado vehicular, así como las características del operador económico investigado, con la finalidad de determinar, por un lado, las



probabilidades que tendría éste mercado de ser afectado, y por otro, la capacidad del operador económico para influir en el régimen de competencia.

(...) con base en la determinación del mercado relevante, esta Dirección aprecia, en el año 2021, un mercado altamente concentrado en este sector, con un índice HHI de 2.193,37, con una participación 13 operadores a nivel nacional.

En este sentido, con base en la determinación del mercado relevante, esta Dirección aprecia, desde el año 2015 hasta el 2021, se ha mantenido con un mercado altamente concentrado, con excepción de los años 2018 y 2019. En particular, esta Dirección identifica, que la concentración ha tenido variaciones pasando de tener, en el año 2015 un C2 de 73%, para actualmente, año 2021, un 56%; de igual manera, respecto de la razón de concentración C4, ha disminuido pasando, en el año 2015, de representar 96%, mientras que en el año 2021, tiene el 71%, lo que significaría que los 4 principales operadores del sector, en conjunto, representan más concentración respecto del resto de sus competidores, conforme se detalla a continuación:

(...) **Tabla Índices**

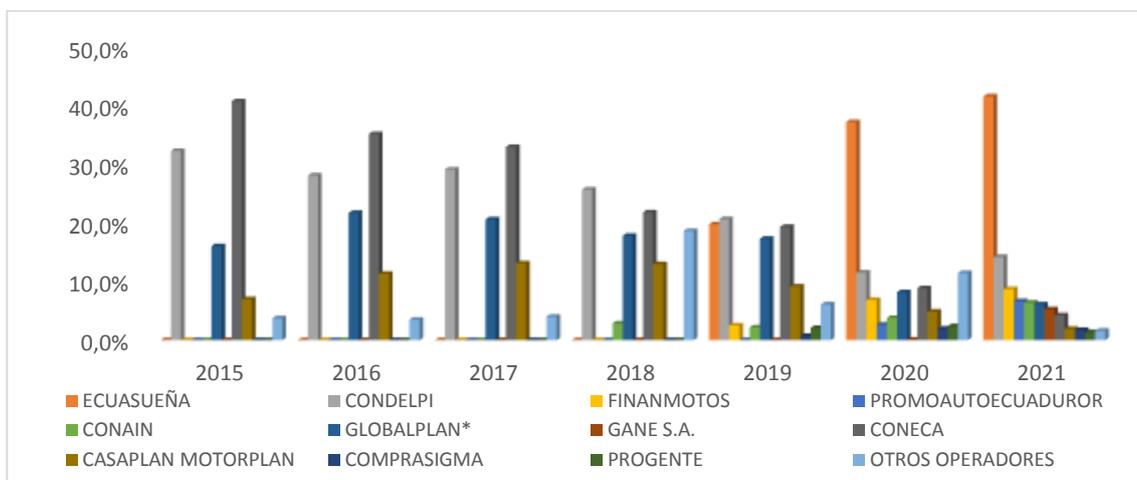
Indicador	Sector o Variable						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Total participación acumulada	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Razón de concentración							
(CR2)	73	63	62	48	40	49	56
(CR4)	96	96	96	78	77	66	71
Hirschman-Herfindahl	3.027,51	2.640,84	2.554,13	1.757,17	1.604,39	1.814,73	2.193,37
Hirschman-Herfindahl Normalizado	0,187	0,159	0,149	0,107	0,104	0,133	0,159

Fuente: Información operadores económicos (2015 al 2021)

Elaboración: DNICPD

Ahora bien, respecto de la actuación del operador investigado dentro del mercado analizado, la Dirección determinó la temporalidad de las presuntas conductas, desde enero 2018 hasta la actualidad. En este sentido, se analizó la participación histórica, a fin de identificar la incidencia del operador económico CONDELPI frente a sus competidores, conforme consta a continuación:

(...) **Participación histórica del mercado año 2015-2021**



Fuente: Información operadores económicos

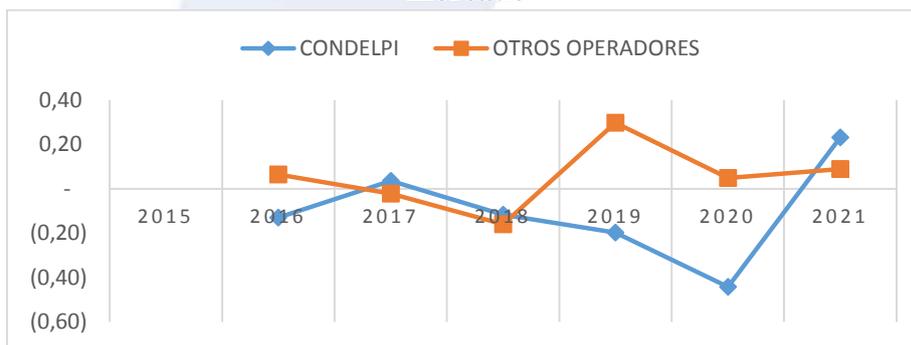
Elaboración: Dirección Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales.

Al respecto, esta Dirección identificó que el operador económico investigado desde el año 2015 en el mercado relevante, ha tenido una participación importante, ubicándose dentro de los primeros puestos.

A pesar de que la participación de CONDELPI ha decrecido, pasando del 32,4% en el 2015 a una participación del 14,2% en el 2021, ha mantenido su posición en el sector siendo el segundo operador económico con mayores ingresos en el mercado relevante.

Por otro lado, respecto de las tasas de crecimiento del operador económico investigado frente el resto del mercado, conforme la información aportada CONDELPI, esta Dirección identifica lo siguiente:

(...) Tasas de crecimiento del operador económico investigado frente el resto del mercado



Fuente: Información operadores económicos

Elaboración: Dirección Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales.

Como se evidencia en el Gráfico N°13, el mercado tuvo un a decrecimiento en los años 2016 al 2018, sin embargo para el 2019 tuvo un crecimiento significativo de 0,30 puntos porcentuales, para los años 2020 y 2021 el mercado se ve afectado especialmente por la pandemia COVID -



19. Por otro lado el operador económico CONEDLPI, tuvo un incremento de ventas en el 2017, sin embargo decreció significativamente, desde el año 2018, 2019, llegando a caer en 0,44 puntos porcentuales en el 2020, y con una leve recuperación al 2021.

Lo que quiere decir que, **a pesar de ser un operador importante en el mercado relevante, respecto de sus competidores, e incluso durante la temporalidad de la conducta, ha registrado tasas de decrecimiento, mientras que el resto del mercado, ha mantenido tasa de crecimiento, principalmente, el último trimestre analizado. (Énfasis añadido)**

- **Respecto del público objetivo, la DNICPD señaló:**

... La Dirección identificó, de acuerdo a la información suministrada por los operadores económicos, que el perfil del consumidor del servicio de compra programada se caracteriza por ser personas de género indistinto, mayores de 18 años, de un nivel socio económico medio, medio-bajo con un nivel de instrucción indistinto, a nivel nacional .

El sistema de compra programada, es una opción para compra de vehículos, diferente a la compra al contado, crédito bancario o crédito por concesionarios; a través del sistema de autofinanciamiento grupal, el consumidor no paga un interés bancario, no debe presentar garantes, y mantiene cuotas mensuales elegidas por el cliente.

Uno de los factores que considera el sistema de compra programada, y sus clientes, es que la entrega del vehículo no son inmediatas, la entrega del bien dependerá de la modalidad con la que el cliente desea entrar al sistema, si es por sorteo o completando la entrada de 30% del valor del vehículo, este periodo se ajusta al valor que el cliente planeó dar de entrada y del monto de cuotas determinado.

Ahora bien, a fin de identificar las características del público objetivo en particular su rol y relacionamiento con el mercado relevante y la oferta realizada por el operador CONDELPI, esta Dirección consideró las grabaciones de confirmación postventa y Cuestionarios enviados a trabajadores, ex trabajadores, capacitadores, clientes y personas que remitieron algún tipo de queja en contra del operador económico, esto con el objetivo de identificar, las necesidades, preguntas e información en el momento de contacto con los clientes, y evidenciar la información brindada, así como el grado de vulnerabilidad o desconocimiento generalizado del público objetivo, respecto del servicio de autofinanciamiento vehicular ofertado por el denunciado.

En este punto de análisis, la DNICPD consideró necesario referirse a las grabaciones de las llamadas realizadas por el método de ventas del operador económico denunciado, así como, las principales respuestas en relación a las encuestas a trabajadores, ex trabajadores, clientes, personas que presentaron quejas, y las grabaciones de las audiencias públicas de adjudicación de vehículos, con el fin de identificar las características del público objetivo en particular su rol y relacionamiento con el mercado relevante y la oferta realizada por el operador CONDELPI, las necesidades, preguntas e información en el momento de contacto con los clientes, así como evidenciar el grado de vulnerabilidad o desconocimiento generalizado del público objetivo, respecto del servicio de

autofinanciamiento vehicular ofertado por el denunciado, las cuales se detallan a continuación:

- **Grabaciones de audio de confirmación de posventa de los servicios ofertados por el operador económico CONDELPI:**

Del total de 101 grabaciones, esta Dirección no pudo considerar 11 grabaciones por las observaciones detalladas previamente, que representa el 11%, habiéndose revisado el 89% del total de grabaciones presentadas en este expediente, es decir, una muestra representativa de la información requerida.

Del análisis de las grabaciones de audio de confirmación de posventa, se evidenció lo siguiente:

1. Las llamadas realizadas por el *contac center* de CONDELPI, tienen la finalidad de realizar una verificación de venta, a través de confirmación de datos del cliente, ratificación y aceptación de políticas descritas en el contrato que CONDELPI proporciona a su cliente.
2. Se identificó que los puntos de contacto por parte del operador económico a los clientes son: Centros comerciales a través de islas comerciales, oficinas de Consorcio Pichincha, Concesionarios, punto pagos, bancos, referencia de otros clientes, etc.
3. Las preguntas que se realizaron para la confirmación posventa, fueron:
 - a. ¿Cómo realizó el pago de la inscripción y primera cuota?;
 - b. ¿Cómo va a realizar su pago de cuotas mensuales?;
 - c. ¿Le entregaron el formulario informativo de Consorcio Pichincha?;
 - d. ¿Tienen usted claro las modalidades de adjudicación que realiza Consorcio Pichincha, que es por sorteo y oferta?;
 - e. ¿Conoce usted en que consiste la asamblea de adjudicación y cuando se la realiza?;
 - f. Conoce usted que su pago debe reflejarse 48 horas antes de la asamblea para que su oferta pueda ser ingresada?;
 - g. Conoce usted que debe encontrarse al día en su cuota mensual para participar en la asamblea?;
 - h. Se le informó que ningún asesor comercial funcionario de la empresa CONSORCIO DEL PICHINCHA le puede dar una fecha estimada aproximada o exacta para la entrega del bien o a su vez un monto a ofertar para que salga favorecido inmediatamente?;
 - i. Conoce usted las penalizaciones que estipula en su contrato por falta de pago?;
 - j. Conoce usted que en el caso de salir favorecido y no cumpla con el 40 % de su deuda total Consorcio Pichincha le va a solicitar un garante?;
 - k. Usted fue informado que una vez adjudicado el bien inmueble será hipotecado a favor de Consorcio Pichincha?;
 - l. Usted fue informado que una vez adjudicado el bien inmueble será prendado a favor de Consorcio Pichincha sea el vehículo nuevo o usado hasta que la deuda sea liquidada?;
 - m. Se le informó que deben ser cancelados con fondos propios, una vez adjudicado, el valor de la matrícula y los gastos de legalización del vehículo,



- n. Se le informo a usted que los gastos de legalización corren por su cuenta en el momento de la adjudicación;
 - o. Usted fue informado que una vez adjudicado su producto, a la cuota mensual a pagar se le va a sumar la cuota del seguro del vehículo;
 - p. Usted conoce que se Solicitara un dispositivo GPS si así lo requiere Consorcio Pichincha,
 - q. Indique la actividad económica que desempeña;
 - r. ¿Qué tiempo lleva desarrollando la actividad económica?;
 - s. ¿Cuál es el ingreso mensual que percibe, incluyendo su familia?
4. Si el cliente tenía duda de alguna de las preguntas planteadas, o menciona no haber sido informado, el asesor procedía a explicar nuevamente el funcionamiento de la modalidad y el sistema de autofinanciamiento, o procedía a dirigirlo nuevamente con el vendedor para que sea explicado el producto, una vez que el cliente daba respuestas afirmativas a todas las preguntas se procede a ingresar al Contrato al sistema.
 5. Las dudas más comunes que presentaban los clientes se relacionaban con el tiempo de entrega del vehículo, las penalidades que estipula el contrato por falta de pago, la solicitud garante en caso de no cumplir con el 40% de la deuda total que mantenga el cliente, y los pagos adicionales requeridos de salir adjudicado, como seguro de vehículos, pago de matrícula, etc.
- **Cuestionarios a ex trabajadores, trabajadores, capacitadores y clientes del operador económico CONDELPI**

Cuestionario 6 remitido a trabajadores y ex trabajadores	Del Cuestionario 7 dirigido a clientes
<p>(...) De la revisión de las respuestas dadas por los trabajadores y ex trabajadores, esta Dirección identifica, principalmente, que los clientes presentarían dificultad para entender el funcionamiento del servicios de autofinanciamiento o ahorro programado vehicular, en relación al tiempo de entrega del bien, los interés o garantías que necesitan, por lo que, en la respuesta a las dudas más frecuentes de los clientes, los referidos serían los temas más tratados.</p> <p>Por su parte, de acuerdo con los trabajadores y ex trabajadores encuestados, al consultarles ¿En qué tiempo, en promedio, los clientes reciben su vehículo luego de haber suscrito el contrato? y ¿De qué depende el tiempo en el que el cliente recibirá su vehículo?; esta Dirección identifica que, el común de las</p>	<p>(...) Del cuestionario 7, esta Dirección identificó que, los clientes conocieron acerca del sistema de autofinanciamiento a través de oficinas de CONDELPI, redes sociales y concesionarios; de la revisión integral de las respuestas, únicamente un cliente se retiró del proceso, solicitando la devolución de su dinero, sin embargo, hasta la fecha aún no ha recibido respuesta.</p> <p>De acuerdo al cuestionario constante en ID 226928, el cliente informó que adquirió el servicio de “plan de ahorro para adquisición de un auto”, que si recibió información clara, que, además, se encuentra satisfecho con la adquisición del servicio, de igual manera asegura que si recibió información adecuada referente a las condiciones del contrato, plazos de entrega del vehículo, modalidades de adjudicación; también confirmó el haber</p>



<p>respuestas fueron: <i>“que de acuerdo a la modalidad elegida por el cliente se establece los parámetros para la entrega de bien”</i>.</p> <p>En complemento, indicaron que en la modalidad de sorteo o licitación no existe un tiempo establecido, para ser parte de dicho proceso el cliente debe mantener sus pagos al día, así entrará a la elección aleatoria dentro del grupo en el que participa, por la modalidad de remate el cliente deberá presentar la licitación de acuerdo al número de cuotas. En relación a la modalidad TU AUTO programado, el cliente ingresa al sistema y cuando logra completar el 30% del monto ingresado, se adjudicaría el vehículo.</p> <p>Por otro lado, en cuanto a la pregunta, <i>¿explique las políticas de retiro del programa?</i>, los encuestados respondieron que el cliente debe presentar una carta de renuncia, y se aplica la deducciones detalladas en el contrato, éstas consideran el no reembolso de la inscripción y primera cuota entregada por el cliente, y la reposición de los aportes mensuales.</p> <p>Finalmente, del protocolo que siguen los empleados de CONDELPI, al tener alguna queja o por parte de los clientes, se detalló que se realiza un acercamiento con el cliente, y el supervisor del departamento, para poderle darle posibles soluciones y direcciona al departamento de servicio al cliente.</p>	<p>recibido llamada por parte de un asesor para la verificación de datos y la ampliación de la información del servicio TU AUTO.</p> <p>En el cuestionario constante en ID 226843, el cliente menciona haber aplicado para la adquisición de un vehículo, “Ford Ranger 2022”, que si recibió una explicación clara y concisa del servicio que adquirió, menciona estar satisfecho con el servicio y que el agente vendedor le informó adecuadamente de todas las condiciones del contrato, plazos de entrega del vehículo, modalidades de adjudicación, el cliente confirma el haber recibido llamada por parte de un asesor para la verificación de datos y la ampliación de la información del servicio TU AUTO.</p>
<p>Del cuestionario 8 dirigido a las empresas capacitadoras de fuerza de ventas de CONDELPI</p> <p>De la información remitida por las empresas capacitadoras, se identificó que, entre los temas a capacitar a la fuerza de venta de CONDELPI, están: abordaje al cliente, generación de confianza, escucha activa, presentación de beneficios, manejo de objeciones, técnicas de cierre, motivación y</p>	<p>Del Cuestionario 9 dirigido a clientes que presentaron sus quejas</p> <p>De acuerdo al análisis realizado por la Dirección, se evidenció, que por parte del agente de ventas; la principal queja se refiere a la desinformación sobre el tiempo en el que el cliente adquiriría el vehículo; sin embargo, en la mayoría de</p>



<p>contagio positivo, retroalimentación, acompañamiento efectivo, y desarrollo de personal.</p> <p>Además, serían cursos de 10-20 horas, de acuerdo con el requerimiento de la compañía, y respecto del seguimiento, una de las empresas capacitadoras informó que: “<i>Si, realizado directamente por el supervisor a través de la plataforma Feedback propiedad de GRUPO MACRO...</i>”.</p>	<p>llamadas estas quejas habrían sido solventadas.</p>
---	--

Fuente: Informe de resultados DNICPD

De acuerdo al análisis realizado por la Dirección, se evidenció, que:

(...)

Una vez analizado los elementos recabados por la Dirección en este proceso, se puede evidenciar que la percepción por parte de los clientes que contratan el servicios de autofinanciamiento se enfoca al giro del negocio; es decir el sistema de autofinanciamiento que mantiene como objetivo el vender un servicio en el que el cliente adquiere un bien por modalidad de sorteo o adjudicación, sin que este determine la entrega de vehículo en un tiempo específico. Por otro lado el cliente tendría la percepción de que este sistema le permite acceder a un bien, de manera inmediata y sin tener que acceder a un sistema de financiamiento tradicional, sin tasas de interés altas, garantes y documentos que respalden sus antecedentes financieros.

Además, queda claro que en caso de requerir abandonar el sistema, conforme consta en el contrato, se descontaría el valor de inscripción y primera cuota mensual; que si bien, representaría una pérdida para el cliente irrecuperable, serían las condiciones comerciales de la relación con CONDELPI.

Sin embargo, conforme se analizará *ut infra*, después de suscrito el contrato y hasta antes de la primera asamblea, si el cliente al recibir la llamada de verificación considera que no es un servicio que se adapte a sus intereses, puede retirarse del programa con derecho a la devolución absoluta de todos los valores. Los cargos administrativos y la no devolución de la inscripción se aplicarían, si el cliente se retira cuando ya está participando de las asambleas.

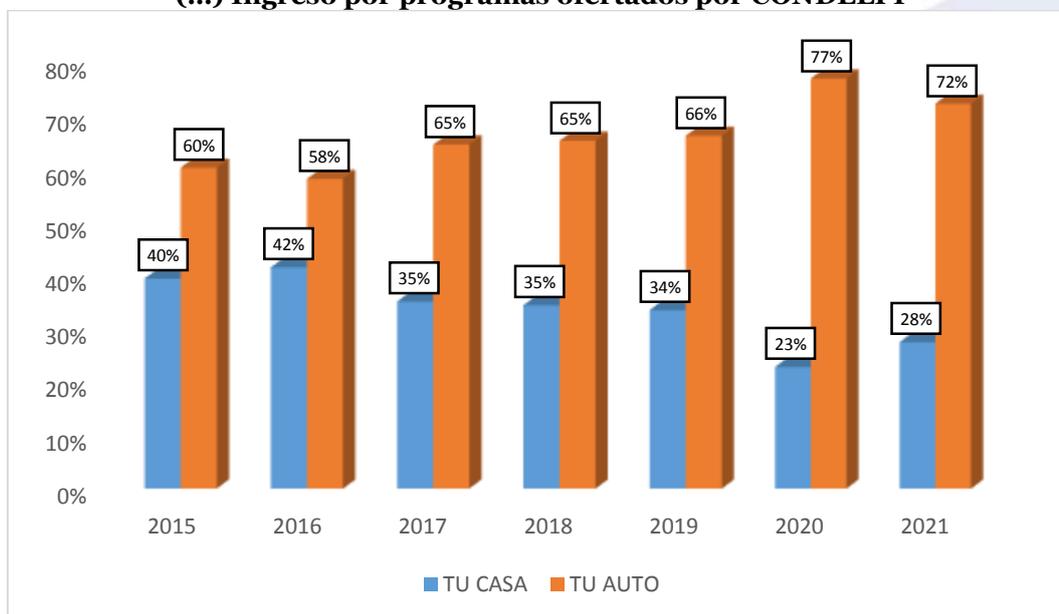
En consecuencia, al identificar el perfil del consumidor, que en particular, busca un financiamiento de fácil acceso a diferencia de los sistemas tradicionales y que no pretenden adquirir el bien de manera inmediata, esta Dirección evidencia que es primordial que el público objetivo obtenga toda la información necesaria para que la toma de decisión no sea mermada con información errónea o falsa, sin embargo, **en este caso, se identifica que en varias ocasiones el operador económico CONDELPI, realizó llamadas de seguimiento con el fin de que la información esté clara para el cliente, por lo que, conforme la información analizada difícilmente podría existir un grado de vulnerabilidad del público, por cuanto, el**

operador se encarga en varias etapas del proceso de adjudicación del vehículo en entregar información en relación al servicio TU AUTO. (Énfasis añadido)

- Finalmente, en relación con la cuantificación de la posibles afectaciones por la práctica desleal investigada, la DNICPD manifestó:

... En relación con la cuantificación de las posibles afectaciones generadas por la supuesta conducta desleal denunciada, la DNICPD identificó que dentro del sistema de autofinanciamiento, el operador económico CONDELPI, del total de ventas el programado “TU AUTO” representa en promedio más del 60% de ingresos, en el periodo de tiempo del 2015 al 2021 ha mantenido un crecimiento constante pasando del 60% de ventas en el 2015 al 77% de ventas en el año 2020, como se visualiza en el siguiente gráfico:

(...) Ingreso por programas ofertados por CONDELPI

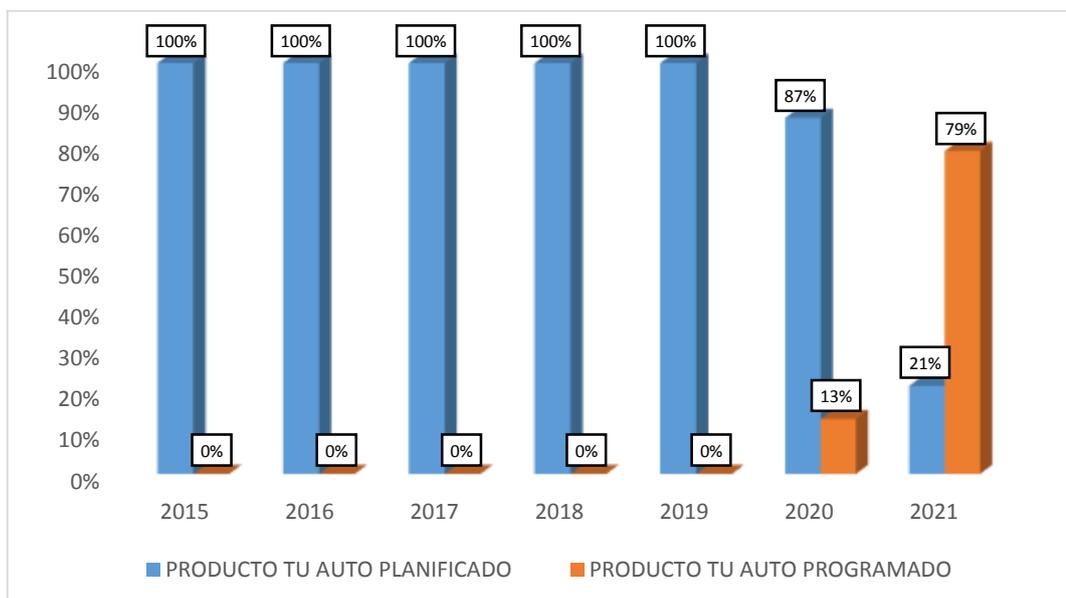


Fuente: Operador Económico CONDELPI número de ID 229370

Elaboración: Dirección Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales.

Dentro del programa “TU AUTO”, se identifican los productos “TU AUTO PLANIFICADO” y “TU AUTO PROGRAMADO”, el operador económico CONDELPI, registra ingresos por el producto “TU AUTO PROGRAMADO”, a partir del año 2020 creciendo su participación, llegando a representar el 79% de ingresos para el 2021, durante el periodo 2015-2019, se registran ingresos solo para el producto “TU AUTO PLANIFICADO”, conforme consta a continuación:

(...) Ingresos por productos “TU AUTO PROGRAMADO” y “TU AUTO PLANIFICADO”



Fuente: Operador Económico CONDELPI número de ID 229370

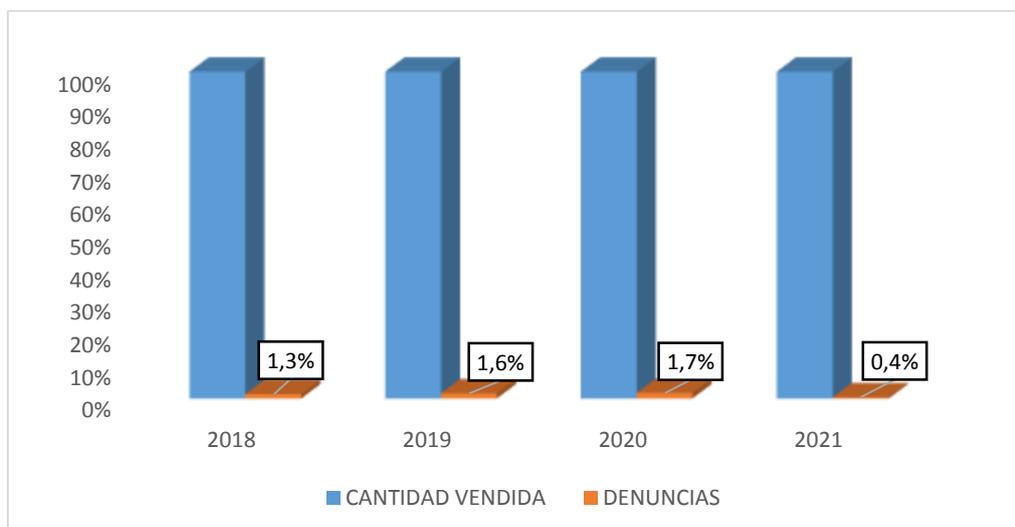
Elaboración: Dirección Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales.

Por otro lado, en cuanto a las denuncias presentadas, en contra del operador económico CONDELPI, esta Dirección considero la siguiente información:

1. Oficio de la Defensoría del Pueblo Nro. DPE-DNMPPUC-2021-0019-O, del 19 de Abril del 2021, en la que constan un reporte de 120 registros en contra del operador económico CONDELPI
2. Oficio de la Defensoría del Pueblo Nro. DPE-DNMPPUC-2021-0021-O, del 12 de mayo del 2021, en la que constan 21 expedientes en contra del operador económico CONDELPI.
3. Oficio del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca Nro. MPCEIP-DCVM-2021-0538-O, del 19 de Marzo del 2021, en la que constan 7 registros en contra del operador económico CONDELPI.
4. Oficio de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros No. SCVS-IRQ-SG-2021-00004971-O, del 09 de febrero del 2021, con numero de ID. 184683.
5. Escrito del operador económico CONDELPI, del 05 de febrero del 2021, con número de ID 184683, en donde se reportan 10 quejas, todas reportadas desde Defensoría del Pueblo

Una vez analizadas las quejas, la DNICPD determina un total de 158 quejas registradas en diferentes órganos de función pública, representan en promedio 1,2% frente al total de clientes de CONDELPI, esto sin perjuicio, de que este porcentaje significaría únicamente los clientes que se habrían quejado en distintas instancias, como se evidencia en el siguiente gráfico:

(...) Cantidad Vendida vs Denuncias



Fuente: Operador Económico CONDELPI número de ID 229370 – Información remitida por Instituciones Públicas

Elaboración: Dirección Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales...”

En este sentido, del análisis del informe de resultados elaborado por DNICPD y de la información constante en el expediente, esta Intendencia, en relación al falseamiento del régimen de competencia, concluye lo siguiente:

- Respecto de la posición del operador denunciando, es importante señalar que el operador económico CONDELPI, mantiene una posición importante en el mercado relevante, ubicándose entre los 3 primeros operadores más relevantes en el mercado durante 6 años; para el 2020, se ubica en el segundo con una participación de 11,5% del mercado, y para el año 2021 registró una participación de 14,2%.
- En cuanto a la estructura de mercado, la comercialización de sistema de autofinanciamiento o ahorro programado para la adquisición de vehículos, mantendría una estructura altamente concentrada con un C2 de 56% y C4 de 71%, para el año 2021.
- Respecto de la naturaleza de las conductas desleales denunciadas, y la estructura de mercado, la DNICPD, identificó que el operador CONDELPI se ha mantenido en el segundo lugar dentro del mercado relevante, no obstante, esta Intendencia concuerda con la DNICPD, que dicha posición, la ha mantenido CONDELPI incluso antes de la temporalidad de la conducta denunciada, en otras palabras, su posición en el mercado respondería a otros factores distintos al de la posible práctica desleal.
- Además, la DNICPD demostró que la comercialización de los servicios de autofinanciamiento o ahorro programado vehicular, desde el año 2015 hasta el año 2021, se ha caracterizado por ser un mercado altamente concentrado, es decir, esta Intendencia tiene en cuenta que conforme la temporalidad de la conducta desleal denunciada, desde el año 2018 en adelante las condiciones del servicio no han variado, sino que a partir del año 2016 al 2020, el índice HHI fue disminuyendo debido al ingreso de nuevos operadores y



permanencia de otros.

- Con relación al análisis del público objetivo, la Intendencia coincide con la DNICPD, al considerar que el sistema de autofinanciamiento para la adquisición de un vehículo está dirigido a personas nivel socio económico medio, medio-bajo, que no pueden o no desean pagar tasas de interés bancario, o no tienen acceso a garantías o cuotas establecidas por otras entidades que brindan servicios de préstamos o financiamientos; así como que tampoco el consumidor requiere adquirir el vehículo inmediatamente.
- En adición, esta Intendencia identificó que dentro del proceso de acercamiento con el cliente, en varias ocasiones el operador económico CONDELPI, realizó llamadas de seguimiento con el fin de que la información esté clara para el cliente. En consecuencia, difícilmente podría existir un grado de vulnerabilidad del público, por cuanto, CONDELPI realiza el acercamiento en varias etapas del proceso de adjudicación del vehículo al entregar información en relación al servicio TU AUTO.
- Finalmente, respecto a la cuantificación de las posibles afectaciones por la presunta práctica desleal denunciada, esta Intendencia concuerda con la DNICPD, por cuanto, del análisis económico se evidenció que: 1.- la cuota de participación del operador CONDELPI en el mercado relevante se ha mantenido durante varios años, incluso antes de la temporalidad de la conducta, por lo que, su posición no sería consecuencia de la conducta denunciada; 2.- De los ingresos totales del sistema de autofinanciamiento del operador denunciado, en promedio el programa “TU AUTO” representa más del 60% de ingresos; mientras que el programa “TU AUTO PLANIFICADA” representa el 100% de ingresos del programas desde el año 2015 – al 2020, para el 2021 el producto “TU AUTO PROGRAMADO” supera las ventas llegando al 79%; 3.- Del total de denuncias se identificó que en promedio representaría menos 1,2% respecto del total de clientes del operador CONDELPI.
- En conclusión, de los parámetros analizados como son la naturaleza de la conducta desleal, público objetivo y a la cuantificación de los efectos de la conducta desleal denunciada; esta Intendencia no evidencia que el operador económico CONDELPI tenga la capacidad de falsear el régimen de competencia en el presente mercado relevante de conformidad con el artículo 26 de la LORCPM.

SEXTO.- ANÁLISIS JURÍDICO

A efectos de realizar el análisis jurídico sobre el fondo de la investigación, esta Intendencia considera necesario resumir las argumentaciones de las partes procesales, la resolución de inicio de investigación, así como el criterio de la DNICPD, recogido en su Informe de Resultados, a fin de analizar estos elementos y esbozar la argumentación que permita resolver conforme a derecho.

6.1. Denuncia presentada por los señores GUSTAVO VÁSQUEZ MÉNDEZ, LIA RIVERA MOYANO, RONY XAVIER CHICO OBANDO, GRACE ALEXANDRA CAMPOS TIPANTUÑA, el día 6 de enero de 2020, las 12h13, con ID 181319, en contra del Ing. Arturo Jaramillo, en su calidad de Gerente General del Consorcio Pichincha S.A. CONDELPI



Los denunciantes señalaron los siguientes hechos, conforme consta en la denuncia presentada dentro del expediente:

2.1.-Caso señores Gustavo Vásquez y Lía Rivera.- Nuestra hija Lía Annel Vásquez Rivera, firmó 1 contrato con la empresa Consorcio del Pichincha S.A. Condelpi el 31 de mayo del 2018, pagó puntualmente las mensualidades hasta mayo del 2019, cuotas mensuales de \$ 299,02; luego nosotros, Gustavo Vásquez Méndez y Lía Rivera Moyana el 13 de junio del 2019 asumimos 1 contrato de Gestión de Compra 127481, del Grupo D-73, Orden 66.00, por el que mi hija nos cedió los derechos y obligaciones, para la adquisición de un vehículo con un cupo de \$ 15.000. El total del valor cancelado hasta la presente fecha es de, \$ 9.043,92 usd. Cuando mi hija firmó el contrato la vendedora del Consorcio Pichincha en las oficinas de la calle Zamora y Av. De La Prensa, de la ciudad de Quito, le indicó que en 6 meses oferte 2.500 usd. Y que más lo aportado mensualmente le otorgaban los 15.00 para el vehículo.

Cuando ya nos cedió los derechos nuestra hija, en diciembre del 2019 nos acercamos a las oficinas del Consorcio mencionado, y una señora del área ejecutiva indicó verbalmente que teníamos que aportar el 50% del total de las cuotas mensuales o sea el pago de 30 cuotas del total de 60, para que se me otorgue el valor del cupo. El día 14 de octubre del 2020 nos acercamos a las oficinas del Consorcio en la calle Zamora de esta ciudad, y hablamos con el Sr. Jonathan Buitrón, quien indicó que nos han informado mal, que si no salimos en el sorteo o por oferta adjudicados, tendremos que esperar y pagar hasta la última cuota. Como no tenemos 1 copia del contrato le solicitamos al Sr. Buitrón, pero no quiso entregarnos. Los vendedores que nos atendieron en su momento nos engañaron, no se ha cumplido lo que dijeron. Con el valor pagado fácil ente en cualquier concesionario o almacén de autos podemos sacar un vehículo en este momento, sin ninguna condición más, habiendo empresas que incluso tienen intereses mucho más bajos, y solo solicitan el valor del 30% de entrada o menos para vender el vehículo al interesado.

Además, expusieron el siguiente caso:

2.2.-Caso señores Rony Chico y Grace Campos .- "Nos dirigimos personalmente al Consorcio del Pichincha ubicado en la avenida de la prensa y calle Zamora de esta ciudad de Quito, donde solicitamos información, y nos asignaron la asesora Sra. Paulina Mena, la cual nos explicó el procedimiento que debíamos seguir para firmar el contrato y de la facilidad para obtener un vehículo; unos por sorteo mensualmente y otros por oferta, y que en cinco o seis meses podríamos ofertar dos o tres mil dólares, ya que según ella bajarían las ofertas y obtendríamos el vehículo. Nosotros ingresamos al grupo Nro. D74-orden143 por un cupo de vehículo de 13.000 usd. (trece mil dólares usd) por el plazo de sesenta meses. Una de las múltiples preguntas que realizamos fue que sucede si nos quisiéramos retirar del programa de compra y la asesora nos informó que podríamos retirarnos fácilmente sin ningún problema y que nos devolverán el dinero abonado sin intereses, por el bien que aún no teníamos, pero la asesora omitió que el tiempo del reembolso del dinero sería en sesenta meses, situación que nos enteramos meses después.

Una vez que habíamos aceptado cerrar el contrato de compra la Sra. Mena muy diligentemente y personalmente nos acompañó al banco de Pichincha ubicado frente al centro comercial El



Bosque para realizar el pago de inscripción. Después de varios meses de cancelación de la cuota decidimos retirarnos ya que nos dimos cuenta que las ofertas que querían en este Consorcio eran demasiado altas que prácticamente casi llegaban a la totalidad del valor de 13.000 dólares solicitados. Consecuentemente no habíamos recibido el vehículo por el que aún estábamos cancelando y nos sentíamos engañados.

Nos contactamos con la Sra. Mena y no recibimos ninguna respuesta sobre el procedimiento para retirarnos del programa de compra, razón por la cual decidimos acercarnos personalmente al Consorcio Pichincha y pedir información sobre los requisitos para el retiro del programa. Lugar en el cual nos informaron que nos habían dado una pésima información y que la realidad era que debíamos seguir pagando las cuotas hasta que salgamos sorteados o se completen las sesenta cuotas y que debíamos presentar una carta de renuncia al programa.

También nos detallaron que no iba a ser desembolsado el dinero en su totalidad porque un porcentaje de este dinero es retenido por el consorcio debido a gastos administrativos, que no se devolvería la cuota de ingreso de 600 usd, que nos aplicarían multas adicionales y que el resto que queda nos devolverían en sesenta meses. Esta realidad es totalmente diferente a lo que nos plantearon inicialmente para que ingresemos a este plan. Simplemente nos engañaron, nos sentimos perjudicados. Cuando solicitamos la copia del contrato, el Consorcio del Pichincha nos entregó la solicitud de ingreso No. 0126839 de fecha 20 de junio de 2018, la cual fue firmada por la señora Grace Campos, mas no la copia del contrato que suscribimos con el Consorcio del Pichincha.

En este sentido, los denunciantes acusaron el supuesto cometimiento de actos de engaño, por parte del Consorcio del Pichincha. Asimismo, el denunciante aclaró su denuncia en los siguientes términos:

En el caso de los señores Gustavo Vásquez y Lía Rivera, los demás hechos denunciados fueron publicidad engañosa, pues el Consorcio del Pichincha omitió señalar las contradicciones de los servicios que ofrece y no cumplió con los ofrecimientos.

El periodo aproximado de duración de la conducta denunciada es desde el 20 de junio del 2018 hasta la presente fecha.

En el caso de los señores Rony Chico y Grace Campos, los demás hechos denunciados fueron publicidad engañosa, el Consorcio Pichincha nos informó de las verdaderas condiciones para la obtención de un vehículo.

6.2. Explicaciones del operador económico Consorcio Pichincha S.A. CONDELPI

El escrito de explicaciones del operador económico CONSORCIO DEL PICHINCHA S.A. CONDELPI, fue presentado mediante escrito de 12 de febrero de 2021, las 14h45, con ID 185113.

El denunciado recalcó que su giro de negocio consiste en patrocinar o promocionar la adquisición de bienes, en particular vehículos y viviendas, a través de un sistema de compra programada. Este sistema incluiría la modalidad de sorteos y licitaciones, a través de la conformación de grupos de

adherentes que realizarían una cuota mensual. Una vez efectuado el pago de la cuota mensual, el operador económico denunciado organizaría asambleas de adjudicación, a través de las cuales sortea un certificado de compra por grupo, y de haber fondos en el mismo, adjudica más certificados a los usuarios, a través de un sistema de licitación que toma en cuenta el número de aportaciones, la oferta, entre otros factores.

Según argumenta el denunciado, este sistema habría sido ampliamente explicado al cliente, quien habría suscrito un “Contrato de Gestión de Compra”, y además una declaración en la que consta que la explicación e información proporcionada ha sido “clara, precisa y veraz”.

Acuñó también que cuenta con una trayectoria de más de 25 años en el mercado ecuatoriano, lapso en el que habría adjudicado a 41,565 clientes, hasta la fecha en que presentó sus explicaciones. Bajo esta modalidad habría adjudicado tanto bienes muebles como inmuebles.

En sucinto, negó que Consorcio del Pichincha perjudique los derechos de los consumidores, mediante la suscripción del contrato de adhesión. En su criterio, su sistema de autofinanciamiento ha cumplido cada mes con la adjudicación de bienes muebles e inmuebles a un gran número de clientes. Señaló también que las asambleas de adjudicación se realizan de forma pública, con la presencia de un notario.

Resaltó también el hecho de que sus clientes suscriben un “Resumen del Contrato de Gestión de Compra”, en donde se plasmarían las cláusulas que el operador económico considera más importantes, dado que explicarían las condiciones y funcionamiento del sistema de compra planificada, de forma corta y clara.

En el caso en concreto de los denunciados, el operador económico señaló lo que a continuación se cita de forma textual:

3.1. La señora LIA RIVERA, recibió como cesionario en junio de 2019, el PLAN, identificado con el grupo y orden D73-66, por el producto TU AUTO por el PLAZO de 60 MESES, el Contrato cedido, fue suscrito por su hija LIA VASQUEZ RIVERA, el 24 de mayo de 2018, el cual actualmente tiene status rescindido.

3.2. La señora GRACE CAMPOS, suscribió el Contrato de Gestión de Compra, el 20 de junio de 2018, el cual se encuentra actualmente con status renunciado.

4. Ahora, en lo que respecta a la devolución de valores, los denunciados solicitan se les devuelva el dinero en una forma distinta a lo estipulado contractualmente, debiendo usted por el contrario actuar en aras de precautelar la seguridad jurídica, el principio de la autonomía de la voluntad, de la libertad de contratación, y lo que es más importante, el no sacrificar derechos de terceros que evidentemente están involucrados en el sistema, pues el mismo depende para su normal funcionamiento del aporte puntual que deben realizar los miembros de aquellos.

Añadió que en el caso de los señores Gustavo Vásquez y Lía Rivera, dejaron de pagar sus cuotas



mensuales. En tal virtud, para proceder con la devolución de las cuotas aportadas, se debió observar lo establecido en la cláusula 5.5.4, estipulación según la cual el usuario autoriza:

... expresamente a El Consorcio que, de su liquidación final, debido a su incumplimiento, se le retenga el 2.778% sobre el monto del Certificado de Compra vigente, y los valores devengados por Cuota de Inscripción, Cuota Administrativa, moras, costos operativos y los impuestos que se hubieren generado.

Asimismo, en la cláusula 5.5.5., determina que el adherente excluido tiene derecho a recibir la devolución de sus valores, con las deducciones indicadas. La misma se efectuaría treinta (30) días después de que el grupo al que perteneció el adherente haya sido liquidado, es decir, que se hayan llevado a cabo todas las asambleas de adjudicación y se hayan entregado los vehículos a todos los miembros que cumplieron cabalmente con los pagos cada mes.

De acuerdo con lo señalado por CONDELPI, esta cláusula encontraría su razón de existir en el hecho de que dichos fondos son destinados a la compra de bienes para los adjudicados, de tal suerte que, si se empezaría a devolver el dinero antes de la liquidación del grupo a los usuarios que se hayan retirado por cualquier evento, el sistema implementado por el operador económico estaría en riesgo.

Por otra parte, los señores Rony Chico y Grace Campos, habrían presentado su carta de renuncia al sistema con fecha 10 de abril de 2019, por razones de índole económica, mas no por inconformidad con el sistema de compra planificada. En su caso, la devolución de los valores aportados se debería llevar a cabo aplicando la cláusula 10.1 del contrato de gestión de compra, cláusulas según las cuales, el adherente que se encuentre al día en sus cuotas podrá renunciar a sus derechos y obligaciones derivados del contrato, si lo comunica con una carta suscrita y comunicada al consorcio con al menos setenta y dos horas antes de la fecha máxima de pago de la siguiente cuota mensual.

En este caso, la cláusula 10.3 estipula:

10.3. El Adherente No Adjudicatario que presente la carta de renuncia, recibirá la suma a la que asciendan las Cuotas Capitales por él entregadas a El Concesionario, a excepción del valor correspondiente al 1.389% sobre el monto del Certificado de Compra vigente, y de los valores devengados por Cuota de Inscripción, Cuota Administrativa, mora, costos operativos y los impuestos que se hubieren generado. La devolución de los valores indicados se realizará, después de que se liquide o termine el Grupo de Gestión de Compra al cual pertenezca, sin que pueda exigir El Adherente a El Consorcio, el pago de indemnización alguna o la entrega o restitución de intereses, impuestos, rendimientos financieros, ni indemnización por tipo de cambio a la pérdida del poder adquisitivo de la moneda, durante el periodo de tiempo que transcurra entre la presentación de su solicitud y la fecha de restitución de sus recursos, en razón de que los valores aportados por los Adherentes son destinados a la compra de los bienes adjudicados mensualmente a los Adherentes que conforman cada Grupo, **lo que permite mantener la estructura y funcionamiento del mismo y adicionalmente, en razón**



de que son los Adherentes Adjudicatarios los que devuelven estos valores a los Adherentes que se retiraron o fueron excluidos del Sistema de Autofinanciamiento por falta de pago, una vez que todos los Adherentes Adjudicatarios han pagado la totalidad de sus planes hasta la liquidación del Grupo. (Énfasis añadido)

En sumo, el operador CONDELPI aseguró que no niega, ni dificulta la terminación del contrato a sus clientes, sino que más bien, al realizar la liquidación de valores, se realizan los descuentos establecidos en el contrato, lo cual habría sido puesto en conocimiento de los clientes, en forma previa a la suscripción del contrato. Para sustentar este argumento, adjuntaron los audios de las supuestas conversaciones con los señores Gustavo Vásquez y Lía Rivera, y Rony Chico y Grace Campos.

Finalmente, en cuanto a la publicidad con la que promociona sus servicios, precisó “... *que es clara y de ninguna manera puede ser considerada como engañosa, ya que de la misma se puede verificar que siempre hacemos hincapié en que nuestro servicio se basa en la gestión de compra de un bien de forma planificada...*”.

Sobre la base de lo expuesto, CONDELPI solicitó que se “... *deseche el presente proceso por falta de pretensión, y por tanto se ordene su archivo*”.

6.3. Resolución de inicio de la investigación

La resolución de inicio de investigación consideró los hechos puestos en conocimiento por los denunciantes, respecto a que, conforme se resumió *ut supra*, no habrían recibido información clara, veraz y oportuna respecto del sistema de adjudicación de los certificados de compra de vehículos, así como tampoco en relación con las condiciones bajo las cuales podían retirarse del sistema, ni de la forma y plazos de la devolución de los haberes aportados, con los respectivos descuentos. En particular, los denunciantes se habrían sentido engañados sobre el plazo de entrega de los certificados adjudicados, así como el monto con el que podrían ofertar.

En dicha actuación administrativa también la Intendencia valoró las explicaciones del denunciado en relación con que el contrato de adhesión que suscribirían sus clientes tendría toda la información respecto del funcionamiento del sistema bajo las modalidades de sorteo y licitación. En este orden de ideas, bajo la modalidad de sorteo todos los participantes que estén al día en sus cuotas tendrían las mismas posibilidades de ser adjudicados con el respectivo certificado de compra. Por otra parte, para el proceso de licitación CONDELPI habría implementado una fórmula que toma en cuenta los parámetros de, plazo del grupo, plazo del plan, cuotas mensuales pagadas, cuotas de oferta pagadas (anticipadas) y las cuotas de oferta para la asamblea.

Ante esta aparente contradicción, entre lo supuestamente ofrecido por los vendedores, y lo que consta en el contrato de adhesión, la resolución de inicio de investigación, en su *ratio decidendi*, consideró los siguientes argumentos que motivaron el inicio de investigación:



... si bien el contrato de adhesión contiene las condiciones específicas y técnicas respecto de los derechos y obligaciones pactados, cuando aquellos aspectos relevantes del convenio no han sido explicados al consumidor, han sido omitidos o se ha mentido sobre ellos, se configura evidentemente la conducta desleal de engaño, tipificada en el artículo 27, número 2 de la LORCPM.

En el presente caso, los denunciantes acusaron que los funcionarios de CONDELPI, al ofrecer los servicios de la empresa, omitieron ciertos detalles, e incluso habrían emitido información errónea, principalmente sobre la fórmula y/o montos de adjudicación de bienes por remate.

Sobre estos cargos, el denunciado no los confirmó ni desvirtuó. Al no haberlos negado, esta Intendencia considera que las acusaciones de los denunciantes son hechos no controvertidos. En tal virtud, en criterio de esta autoridad, existen indicios sobre el presunto cometimiento de actos de engaño por parte de CONSORCIO DEL PICHINCHA S.A. CONDELPI; Situación que deberá ser investigada por esta Autoridad en la etapa procesal correspondiente, a fin de evidenciar si los hechos denunciados configuran actos de engaño de conformidad con el numeral 2 del artículo 27 de la LORCPM.

En otras palabras, esta Autoridad consideró que, la omisión de un vendedor en explicar los detalles relevantes del servicio al usuario, antes de suscribir el contrato, devendría en un supuesto acto de engaño. En tal virtud, se consideró que la información sobre la fórmula de adjudicación, montos de oferta, y en general, el sistema de adjudicación de certificados de compra y las condiciones para que el usuario se retire del sistema, son elementos relevantes que inciden en la decisión de compra del consumidor, toda vez que guarda relación con las consecuencias jurídicas y económicas del convenio de adhesión.

En tal sentido, la línea de investigación de esta Intendencia se enfocó en verificar si dicha información habría sido comunicada en forma clara, veraz y oportuna por parte de CONDELPI a sus clientes.

6.4. Informe de Resultados de la Investigación

El Informe de Resultados de la Investigación emitido por la DNICPD, consideró los elementos recopilados en el transcurso de la fase investigativa, en concordancia con la línea argumentativa fijada en la resolución de inicio de investigación. Así, la Dirección procedió a esbozar, con base en su giro de negocio, los elementos mínimos que deberían tener en cuenta los operadores económicos en general, al momento de transmitir información relevante de forma clara, veraz y oportuna a los consumidores, bien sea a través de la publicidad, de sus trabajadores o incluso la absolución de dudas a los usuarios en la fase posventa.

En síntesis, la Dirección consideró que la publicidad no contradecía los términos del contrato, puesto que únicamente describía las modalidades bajo las cuales los usuarios podrían ser adjudicatarios de los certificados de compra, bajo el sistema estructurado por CONDELPI, sin perjuicio de que los aspectos específicos sean comunicados a través de otros canales a los usuarios.

Asimismo, la Dirección se refirió a las quejas que los usuarios en general han incoado en contra de CONDELPI, ante la misma empresa, como ante distintos órganos de control, verbigracia la Superintendencia de Compañías.

De igual forma, consta un pormenorizado análisis de las implicaciones jurídicas del contrato de adhesión, señalando que el mismo generalmente conlleva un desequilibrio entre las partes, en favor de la parte que lo redactó. En este sentido, la Dirección llegó a la conclusión de que los ofrecimientos plasmados en la publicidad también forman parte del contrato de adhesión, esto en el marco jurídico ecuatoriano, y tomando como referencia el Derecho Comparado.⁵

Con posterioridad, analizó la información recopilada a través de cuestionarios dirigidos a trabajadores y ex trabajadores del operador económico, a usuarios en general y usuarios que presentaron quejas en contra de CONDELPI, y a las empresas encargadas de capacitar a los vendedores para prestar sus servicios y relacionarse con los clientes. Esta información sirvió para conocer la forma en que la información sobre el sistema de adjudicación del denunciado, era y es transmitida a los usuarios.

Con base en esta información, la Dirección realizó un análisis encaminado a determinar si el investigado había comunicado la información relevante a los usuarios en general, y de forma clara, veraz y oportuna, llegando a la conclusión de que, CONDELPI se asegura que el usuario conozca de estos pormenores a través de una fuerza de ventas debidamente capacitada, las especificaciones plasmadas en el contrato y en la hoja de resumen, así como en el control posventa realizado mediante *call center*. Pero sobre todo, el informe de resultados recalca que el usuario tiene la oportunidad de retirarse del sistema hasta antes de la primera asamblea de adjudicación, sin cargo alguno. En otras palabras, CONDELPI se aseguraría de que hasta antes de la primera asamblea de adjudicación, el usuario tenga pleno conocimiento y convencimiento de las consecuencias jurídicas y económicas del contrato.

En particular la DNICPD, concluyó:

Del análisis económico:

- En la presente investigación esta Dirección consideró como el servicio objeto de investigación el “la comercialización de los “servicios de autofinanciamiento o ahorro programado vehicular”.
- Del análisis de sustitución de la demanda, la DNICPD definió que, desde una visión cualitativa, el mercado producto, estaría delimitado como: “sistema de autofinanciamiento o ahorro

⁵ Conforme consta en el análisis de doctrina y derecho comparado, principalmente: Corte Constitucional de Colombia, Sentencia T-118/00, Bogotá, 2000. Código de Comercio, Art. 233.- (Inc.1).



programado de vehículos”, sin identificar sustitutos adicionales.

- De manera complementaria, por los datos cuantitativos, con la aplicación de la prueba elasticidad de la demanda, la Dirección verificó la existencia de un solo mercado comprendido por los sistema de autofinanciamiento o ahorro programado de vehículos.
- Respecto a la temporalidad de la presunta conducta, esta Dirección consideró la temporalidad desde el año 2018 hasta la actualidad. Por su parte, en cuanto a la estacionalidad del servicio, se identificó que no respondería a factores estacionales.
- En relación con el ámbito de competencia de este mercado, la DNICPD determinó que el mismo tendría un alcance local, debido a que el operador mantendría puntos de venta y atención en diferentes provincias a través de islas, oficinas; así también la captación de clientes tiene una mayor distribución al mantener plataformas digitales, sin embargo, su mayor incidencia geográfica se concentra en las provincias de Pichincha y Guayas.
- Finalmente, considerando la definición de mercado producto; así como elementos cualitativos y cuantitativos presentes en el análisis, esta Dirección determino al mercado relevante como “la comercialización de los servicios de autofinanciamiento o ahorro programado vehicular”, las presuntas prácticas desleales tienen una temporalidad definida desde el año 2018 hasta la actualidad, a nivel local concentrado en las provincias de Pichincha y Guayaquil.
- En el mercado relevante, esta Dirección identificó, para el 2021, el operador económico ECUASUEÑA S.A., es líder del mercado con un participación del 41,7%, el operador CONDELPI ubica en el segundo lugar con una participación del 14,2%, en tercer lugar se encuentra el operador económico FINANMOTORS con el 8,7%; en cuarto lugar se encuentra el operador económico PROMOAUTO con una participación del 6,7%, en quinto lugar se encuentra el operador económico CONAIN 6,4%, en sexto lugar se encuentra GLOBALPLAN con una participación de 6,1% el resto de operadores mantienen participaciones menores al 6%, representando en conjunto una participación del 16,2%.
- En cuanto al análisis del falseamiento del régimen de competencia, esta Dirección concluyó que: 1.- la cuota de participación del operador CONDELPI en el mercado relevante se ha mantenido durante varios años, incluso antes de la temporalidad de la conducta, por lo que, su posición no sería consecuencia de las conductas denunciadas; 2.- De los ingresos totales del sistema de autofinanciamiento del operador denunciado, en promedio el programa “TU AUTO” representa más del 60% de ingresos; mientras que el programa “TU AUTO PLANIDICADA” representa el 100% de ingresos del programas desde el año 2015 – al 2020, para el 2021 el producto “TU AUTO PROGRAMADO” supera las ventas llegando al 79%; 3.- Del total de denuncias se identificó que en promedio representaría menos 1,2% respecto del total de clientes del operador CONDELPI.
- Por lo tanto, esta Dirección concluye que, el operador CONDELPI, a pesar de mantener una posición importante, con relación, a la estructura del mercado, público objetivo y a la cuantificación de los posibles efectos, no se evidencia que tenga la capacidad de falsear el régimen de competencia de conformidad con el artículo 26 de la LORCPM, dentro del presente



mercado relevante.

En cuanto al aspecto jurídico:

- Esta Dirección considera que, el operador CONDELPI, habría cumplido con su deber de entregar información clara, precisa, veraz y oportuna a sus clientes, y por ende cabría la desestimación de cargo alguno en su contra, en la medida que se haya cerciorado que los clientes hayan entendido su sistema de adjudicación de vehículos, antes de que adquirieran el servicio.
- En este sentido, es posible concluir que los vendedores de CONDELPI han sido capacitados sobre el giro de negocio, esta información es transmitida a los clientes durante las charlas explicativas. En adición, en el caso de que el usuario haya tenido alguna duda no absuelta, o el vendedor no haya sido claro, la llamada posventa le pudo aclarar cualquier inquietud. En adición, si el cliente, luego de la llamada posventa decide que el servicio no se adecua a sus necesidades específicas, puede retirarse del programa hasta antes de la primera asamblea, ocasionando la devolución de lo que haya pagado.
- En cuanto a la publicidad, esta Dirección identificó que en la publicidad no existe referencia al tiempo de entrega del vehículo, por el contrario, se refiere a la adquisición de vehículos a través de las modalidades de adquisición de los vehículos o certificados de compra. Además, que a través de las llamadas telefónicas las características y especificaciones de las modalidades es proporcionada al momento de vender el servicio y en el control posventa, otorgando al usuario un plazo razonable para que, de así decidirlo, se retire del programa sin ningún costo.
- Siendo así las cosas, se evidenció que varios clientes han tenido dudas acerca de la fecha de entrega de vehículo, así como de las condiciones de retiro del programa. Además se identificó que la mayoría de usuarios de los que se escucharon las grabaciones no señalaron que se les haya ofrecido una fecha de entrega.
- Por otra parte, de acuerdo con el contrato, el cliente puede retirarse del programa, y tendrá derecho a la devolución total de los valores, hasta antes de la primera asamblea, es decir, si después de la llamada de verificación, el cliente se percata que el servicio no se adapta a sus necesidades, tiene la opción de retirarse del programa sin cargo alguno.
- En este sentido, esta Dirección considera que CONDELPI entrega información clara, veraz, y oportuna a los usuarios, a fin de que puedan tomar una decisión de compra debidamente informada, con lo que se descarta la existencia de actos de engaño.

Con base en dicho análisis, la Dirección Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales recomendó archivar esta investigación, por falta de mérito.

6.5. Análisis sobre el presunto cometimiento de la conducta desleal denunciada

Sobre la base de la línea de investigación plasmada en la resolución de inicio de investigación, así como en el informe de resultados de la investigación, es necesario formular el siguiente problema jurídico:

PJ1: ¿Existen elementos de convicción sobre el presunto cometimiento actos de engaño por parte del operador económico CONSORCIO DEL PICHINCHA S.A., CONDELPI, en el marco de la LORCPM?

Para dicho efecto, esta Intendencia con base en los precedentes Institucionales, así como los elementos recopilados en esta etapa de investigación y el análisis plasmado en la presente resolución, forma su criterio en el siguiente sentido:

6.5.1. Actos de engaño

En relación con los actos de engaño, el artículo 27, número 2 de la LORCPM tipifica:

Art. 27.- 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. [...]

Respecto de esta conducta, la doctrina los ha considerado como actos de fraude, bien sea por omisión o por prestaciones que induzcan al error, incluso si fueran verdaderas. En este sentido, esta conducta está muy vinculada con la protección de los derechos de los consumidores, además de la protección de los derechos de los competidores.

En contexto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha considerado:

Cuando en la mente del consumidor se produce una distorsión de la verdad acerca de la naturaleza del bien o del servicio, ya sea de sus características, su modo de fabricación, etc., se influye en él para que éste adquiera un producto o servicio erróneamente. [...] Cuando un producto o servicio engañoso circula en el mercado no sólo perjudica al consumidor al creer que está adquiriendo un bien de procedencia conocida, sino que los demás competidores estarían afectados por esa conducta desleal al existir en el mercado productos similares que inciden en

los consumidores de manera tal, que éstos son inducidos a error.⁶

De acuerdo al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual de Perú, INDECOPI, los actos de engaño son

... una manifestación típica de competencia desleal. Se producen cuando un agente económico transmite a los consumidores un mensaje erróneo respecto de su actividad empresarial, lo que puede generar que un consumidor prefiera la oferta de dicho agente económico en desmedro de otros. Esta conducta se considera desleal porque tiene un doble efecto negativo: (i) en el consumidor, quien a raíz de un acto de engaño, podría adoptar una decisión de consumo que no resulta adecuada a sus intereses; y, (ii) en los competidores, quienes podrían perder la preferencia de los consumidores que desviaron su elección a favor del agente que realizó la conducta de engaño. (...) Esta discordancia entre las afirmaciones de los agentes económicos y la realidad afecta la transparencia en el mercado.⁷

En línea similar, la catedrática María Elena Jara reflexiona que:

...el engaño debe referirse a elementos esenciales, como: origen, naturaleza, disposición, destino, y novedad; calidad, cantidad, especificaciones, y denominación; modo y fecha de fabricación; resultados que pueden esperarse de su utilización; resultados y características de los ensayos y controles; nocividad y peligrosidad.⁸

En resumen, la doctrina y la jurisprudencia comparada han concordado en diferenciar actos de engaño cuyo contenido es falso, es decir, bien sea por falsedad u omisión de ciertas características del bien o servicio,⁹ de aquellos actos que si bien su contenido es verdadero, inducen al error al consumidor, por el contexto en el que se expresan. La Organización Mundial de Propiedad Intelectual, citada por María Elena Jara, brinda el siguiente ejemplo:

Si, por ejemplo, ingredientes químicos son generalmente prohibidos en el pan, las cortes de la mayoría de países consideran engañosa la expresión ‘sin ingredientes químicos’, para promocionar cierto pan, porque, aunque literalmente verdadera, da la errónea impresión de que el artículo publicitado está fuera de lo común.¹⁰

⁶ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso No. 53-IP-2002, 14 de agosto de 2002.

⁷ INDECOPI, “LINEAMIENTOS SOBRE PUBLICIDAD ENGAÑOSA”, tomado de https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/4174/1349_CCD_DT_Lineamientos_publicidad_enga%C3%B1osa.pdf?sequence=3&isAllowed=y

⁸ María Elena Jara, “Protección jurídica contra la competencia desleal en los países de la Comunidad Andina. Pautas para su tratamiento en el Ecuador”, (Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, 2003), p62.

⁹ ibídem.

¹⁰ María Elena Jara, “Protección jurídica contra la competencia desleal en los países de la Comunidad Andina. Pautas para su tratamiento en el Ecuador”, (Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, 2003), p62.

En el mismo sentido, la jurisprudencia norteamericana ha considerado que:

Para demostrar la falsedad dentro del significado de la Lanham Act, un demandante puede demostrar que la declaración era literalmente falsa, ya sea a primera vista o por implicación necesaria, o que la declaración era literalmente verdadera pero que probablemente induzca a error o confunda a los consumidores.¹¹

Ahora bien, cuando se trata de un acto de engaño cometido a través de la actividad publicitaria, el INDECOPI ha señalado que:

En primer lugar, cabe resaltar que el análisis integral se refiere a todo el contenido de un anuncio, incluyendo las palabras y los números, hablados y escritos, las presentaciones visuales, musicales y efectos sonoros. Para establecer si un anuncio infringe lo dispuesto en las normas publicitarias vigentes, debe ser analizado de forma conjunta, tal como un consumidor aprehende el mensaje publicitario.¹²

En adición, al analizar una práctica desleal por publicidad engañosa, resulta necesario analizar el contenido del mensaje publicitario subjetivo y objetivo. En relación con el primero, INDECOPI ha señalado que:

Son las afirmaciones contenidas en un anuncio que, por la forma en que son presentadas al consumidor, dan la impresión de que el anunciante presenta declaraciones de parte mediante las cuales intenta convencer de que se consuma el producto anunciado o se adquiera el servicio promocionado.

A modo de ejemplo, una empresa fabricante de pasta dentales, en su publicidad utilizaba las frases “la mejor marca, al mejor precio”. La Comisión señaló que el término “mejor”, tanto en su calidad de adjetivo como de adverbio, tenía diversas connotaciones de naturaleza subjetiva, relacionadas con lo “preferible” o “conveniente”, por lo que su sola inclusión, no era capaz de dotar al mensaje publicitario de parámetros objetivos que permitieran determinar su veracidad, por lo que se declaró infundada la denuncia.¹³

¹¹ Southland Sod Farms contra Stover Seed Co., 108 F.3d 1134, 1139 (novenno cir. 1997). (Traducido)

¹² INDECOPI, “LINEAMIENTOS SOBRE PUBLICIDAD ENGAÑOSA”, tomado de https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/4174/1349_CCD_DT_Lineamientos_publicidad_enga%C3%B1osa.pdf?sequence=3&isAllowed=y

¹³ INDECOPI, Resolución N° 189-2009/CCD-INDECOPI y Resolución N° 2337-2010/SC1-INDECOPI, Expediente N° 015-2009/CCD, Intradevco Industrial S.A., vs. Colgate -Palmolive Perú S.A., resolución citada en INDECOPI, “LINEAMIENTOS SOBRE PUBLICIDAD ENGAÑOSA”, tomado de https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/4174/1349_CCD_DT_Lineamientos_publicidad_enga%C3%B1osa.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Respecto del mensaje objetivo señaló la siguiente definición y ejemplo:

Son las afirmaciones contenidas en un anuncio que un consumidor percibe, mediante una interpretación integral y superficial como objetivamente comprobable, es decir, mensurable mediante un sistema de medición comúnmente aceptado. [...]

Otro caso adicional que ayuda a determinar en qué casos encontramos mensajes publicitarios objetivos fue aquel en donde una empresa dedicada a la venta de pastas dentales, difundió un anuncio que indicaba que la siguiente afirmación respecto de su producto: “Es la única crema dental con doce (12) beneficios y doce (12) horas de protección”. **En particular, la Comisión consideró que dicha frase era de carácter objetivo e informaba claramente a los consumidores que el producto anunciado ofrecía, de manera exclusiva y excluyente, el referido número de beneficios, por lo que correspondía a dicha empresa acreditar la veracidad de la misma; sin embargo, no lo hizo.**¹⁴ (Énfasis añadido)

A partir de los conceptos tomados de la legislación nacional, la doctrina y los precedentes de derecho comparados, esta Intendencia considera que al analizar una conducta por actos de engaño, es menester identificar si el mismo se ha producido a través de un acto en general de comercio, o mediante publicidad.

Los actos de engaño pueden darse por acción u omisión, de conformidad con la LORCPM. Pero en adición, hay que tener en cuenta que lo que nuestra legislación tipifica no es el engaño en sí, sino la inducción a error al consumidor. De ahí que esta inducción puede darse a través de la difusión de mensajes falsos o erróneos, pero también a partir de mensajes que si bien son ciertos, por el contexto en el que se emiten son susceptibles de inducir al error al consumidor, conforme el ejemplo que se ha citado *ut supra*.

En el evento de que el engaño se haya producido a través de la publicidad, como habría ocurrido en el caso bajo análisis, hay que considerar el contenido del mensaje publicitario, así como la carga probatoria, tal y como lo establece el artículo 27, número 2 de la LORCPM.

Bajo este contexto, existirían dos tipos de mensajes publicitarios. En primer lugar están los mensajes subjetivos, cuyo contenido no es medible ni cuantificable, por lo que al no ser comprobable no estaría sujeto a comprobación por parte del anunciante, y no correspondería realizar el análisis del

¹⁴ INDECOPI, Resolución N° 176-2012/CCD-INDECOPI y Resolución N° 0414-2014/SDC-INDECOPI, emitida bajo el Expediente N° 069-2012/CCD, en el procedimiento seguido por Intradevco Industrial S.A. en contra de Colgate – Palmolive Perú S.A., resolución citada en INDECOPI, “LINEAMIENTOS SOBRE PUBLICIDAD ENGAÑOSA”, tomado de https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/4174/1349_CCD_DT_Lineamientos_publicidad_enga%3%b1osa.pdf?sequence=3&isAllowed=y

principio de veracidad. Por ejemplo, estarían subsumidas en esta premisa frases que incluyan conceptos subjetivos como “mejor”, “mejor sabor”, “más delicioso”, “más elegante”, entre otras, pues resulta evidente que los consumidores percibirían dichas afirmaciones como un juicio de valor estimativo y unilateral del anunciante respecto de sus productos, por lo que no era capaz de inducirlos a error.¹⁵ Esto, sin perjuicio del reproche del uso de estos términos no comprobables, en la publicidad comparativa.

En segundo lugar, nos encontramos frente a mensajes publicitarios que pueden ser cuantificados o medidos en forma objetiva, es decir, mensajes que hagan alusión a la denominación de origen o indicación geográfica del producto, o a cualidades en cuanto a ser apto para “bajar de peso”, “tonificar los músculos”, entre otros calificativos medibles objetivamente, es decir, comprobables. En este caso, el anuncio publicitario se sujeta al principio de veracidad, y en consecuencia la carga de la prueba se invierte sobre el anunciante, de conformidad con la LORCPM.

Este análisis se deriva a la doctrina citada *ut supra* del INDECOPI, pero también se compagina con el artículo 27, número 2 de la LORCPM, que en su parte pertinente señala: *“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”*.

Cuando la disposición normativa citada dice que para la difusión de cualquier mensaje publicitario (sobre características comprobables), el anunciante debe contar con las pruebas que sustenten su veracidad, la LORCPM se inclina por la doctrina del “deber de sustanciación previa”, como la ha definido INDECOPI, que básicamente señala lo siguiente:

De esta manera, las reglas de pertinencia y admisibilidad de los medios probatorios ofrecidos en un procedimiento por las partes se deben guiar por la regla general de sustanciación previa, con lo cual se deben admitir y evaluar solo aquellos medios probatorios pre-constituidos presentados por el anunciante, esto es, aquellos que han sido elaborados con anterioridad a la difusión del anuncio publicitario.¹⁶

¹⁵ INDECOPI, Resolución N° 085-2015/CCD-INDECOPI y Resolución N° 0602-2015/SDC-INDECOPI, emitidas bajo el Expediente N° 182-2014/CCD, en el procedimiento seguido por Oliperú S.A.C. en contra de Steel Industry S.A.C., resolución citada en INDECOPI, “LINEAMIENTOS SOBRE PUBLICIDAD ENGAÑOSA”, tomado de https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/4174/1349_CCD_DT_Lineamientos_publicidad_enga%C3%B1osa.pdf?sequence=3&isAllowed=y

¹⁶ INDECOPI, Resolución N° 0883-2013/SDC-INDECOPI, Expediente N° 242-2011/CCD, procedimiento de oficio en contra de Quality Products S.A., resolución citada en INDECOPI, “LINEAMIENTOS SOBRE PUBLICIDAD ENGAÑOSA”, tomado de https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/4174/1349_CCD_DT_Lineamientos_publicidad_enga%C3%B1osa.pdf?sequence=3&isAllowed=y

En tal sentido, esta Intendencia concuerda con dicho criterio y considera que el anunciante, al emitir un mensaje publicitario de carácter objetivo, debe contar previamente (en tiempo presente) con los medios probatorios objetivos que lo sustenten, pues de lo contrario, habría infringido su deber de emitir publicidad debidamente sustentada, y habría estado esperando a que exista un conflicto legal sobre la misma para recién realizar las pruebas pertinentes.

En suma, de acuerdo con el artículo 26 de la LORCPM, no toda conducta desleal merece la sanción por parte de la SCPM, sino únicamente aquellas que haya tenido como efecto el falseamiento de la libre competencia. Esta figura jurídica, al parecer inspirada en el artículo 3 de la Ley de Defensa de la Competencia de España, constituye “... como una cláusula de cierre del sistema que permite coordinar la aplicación de la Ley de Defensa de la Competencia y la Ley de Competencia Desleal (LCD) al permitir que las autoridades de defensa de la competencia puedan enjuiciar aquellos actos de competencia desleal que afecten al interés público y que los jueces y tribunales civiles puedan enjuiciar los ilícitos antitrust al poder calificarlos de actos desleales...”¹⁷, criterio que es compartido plenamente por esta Intendencia.

Bajo esta premisa, podemos concluir que, para el Derecho de Competencia Desleal ecuatoriano, es necesaria la concurrencia de dos requisitos que habiliten la potestad sancionadora de la SCPM. El primero de ellos es la adecuación de una conducta a los supuestos de deslealtad contemplados en los artículos 25 y/o 27 de la LORCPM. Pero, además es necesario que dicha conducta ocasione el falseamiento de la libre competencia económica, entendido como aquella conducta ilegítima, capaz de distorsionar el mercado, alterar las posiciones de los operadores en el mismo, afectar a los consumidores de forma masiva, entre otros aspectos.

En el presente caso, a través de su informe de resultados, la Dirección advirtió que la información sobre la forma en que se adjudican los vehículos, a través de licitación, consiste en una fórmula que involucra cierto grado de análisis complejo y raciocinio para su comprensión. En tal virtud, resulta necesario que la misma sea transmitida en forma previa (oportuna) y clara, con el objeto de superar el marcado desequilibrio contractual en el que se encuentran el proveedor y el cliente, propio de los contratos de adhesión.

De conformidad con los derechos del consumidor, plasmados en el artículo 4 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, el derecho a la información del consumidor se plasma al tener la posibilidad de acceder a un conocimiento suficiente sobre las condiciones del servicio, como presupuesto indispensable para que ejerza un consumo responsable e informado. El cumplimiento de estos estándares de información se evita en la mayor medida posible que el consumidor adopte

¹⁷ Ricardo Alonso Soto, El falseamiento de la libre competencia por actos desleales, Gómez-Acebo & Pombo, Madrid, 2013, p. 3.

una decisión de adquisición con información que pudiera ser engañosa.

En criterio de la Dirección:

... el deber de suministrar información al consumidor adopta mucha importancia, y vierte una fuerte carga sobre el proveedor, dada la desigualdad de las partes que debe ser así reestablecida; y, para formar adecuadamente el consentimiento del contratante, de tal suerte que, si el proveedor no informó oportunamente y en forma clara las restricciones del servicio, difícilmente el consumidor podría haber construido su voluntad sin vicios.

Así, para a Imbett Chinchilla:

El deber de información encuentra razón de ser en un desequilibrio de conocimiento entre los contratantes, ya sea debido a la forma como se constituye el contrato o a las circunstancias que rodean al contrato mismo, en ambos eventos la información versará sobre los sujetos contratantes, al objeto del contrato, los vicios del consentimiento, los vicios de la cosa, el contenido del contrato y los efectos de este. En este sentido, ese desequilibrio de conocimiento genera la obligación a la parte enterada de informar sobre todas aquellas circunstancias que rodean al negocio y que la otra parte tiene interés en conocer, pero que ignora legítimamente por su condición social económica, intelectual o cultural.¹⁸

Bajo esta premisa, el Informe de Resultados establece que:

... es importante que el consumidor conozca la información en forma previa a la suscripción del contrato información relevante, esto es de manera oportuna. El cumplimiento de este deber permitiría al usuario cerciorarse, en pleno uso de su libertad contractual, de que el bien o servicio adquirido sea el que realmente necesita. Dicho de otra forma, otorgar acceso a este tipo de información calificada en modo alguno debe entenderse como inhibición de la autonomía contractual, en contrario sensu, bajo el paraguas de la garantía de la autonomía privada, promueve un contraste frente al marcado desequilibrio contractual al que se ha referido con anterioridad esta Dirección.

En sucinto, el principio de oportunidad de la información implica que esta ha sido suministrada “en el momento en que sea necesaria para que redunde en beneficio del receptor, esto es, no solo durante tratos preliminares sino también durante la ejecución del contrato e, inclusive, después de su terminación”,¹⁹ es decir, la información debe ser suministrada al consumidor en tres etapas, previa, durante y, en algunos casos, después de la vigencia del contrato.

¹⁸ Ibett Chinchilla (2011). El deber de información contractual y sus límites. Revista de Derecho Privado, Universidad Externado de Colombia.

¹⁹ C. Bianca. El Contrato, 2da. Ed. Universidad Externado de Colombia, 2007. P. 186.

En este contexto, la información debe ser también comprensible, es decir inteligible, evidente, manifiesta, sin dudas, en todos los datos relevantes del negocio proyectado, de tal suerte que las cláusulas más importantes del convenio no sean objeto de duda alguna por parte del consumidor. Los operadores económicos entonces, deben abstenerse de usar términos técnicos de difícil comprensión, que, si bien pueden estar amparados por los órganos de regulación y control, podrían no ser comprendidos por los usuarios debido a su ambigüedad y tecnicismo.

En relación con el principio de suficiencia de la información, este debe contener los elementos necesarios para la comprensión del consumidor medio, a fin de que pueda realizar una decisión de compra informada. Para Granados Aristizabal: “... pueden catalogarse como información deficiente aquellos mensajes publicitarios en los que se indica **que aplican restricciones y condiciones, pero en los que no se dice cuáles son, remitiendo al consumidor a las páginas web de la compañía vendedora**”.²⁰

Por lo que, esta Intendencia coincide con la Dirección, en el entendido de que el deber de información no se reduce únicamente a la reproducción de conceptos en los contratos de adhesión, sino que estos términos deben comunicarse en forma clara, suficiente, y oportuna, conforme las disposiciones normativas señaladas *ut supra*, debiendo indicar a los usuarios toda la información, con las características aludidas, incluso desde la publicidad, con el objeto de que el usuario sea consciente de las consecuencias jurídicas y económicas de su decisión.

En este mismo contexto, para esta Intendencia, las estipulaciones de adhesión referentes a la forma y plazos de adjudicación de los vehículos, así como los aspectos relativos a la terminación del contrato, incluyendo cargos, multas, o pagos de inscripciones, son datos que debieron ser informados a los usuarios en forma clara, oportuna, veraz y suficiente, pues resulta relevante para la decisión de compra.

En este sentido, los señores Gustavo Vásquez y Lía Rivera mencionaron lo siguiente, sobre los supuestos actos de engaño:

El total del valor cancelado hasta la presente fecha es de, \$ 9.043,92 usd. Cuando mi hija firmó el contrato la vendedora del Consorcio Pichincha en las oficinas de la calle Zamora y Av. De La Prensa, de la ciudad de Quito, le indicó que en 6 meses oferte 2.500 usd. Y que más lo aportado mensualmente le otorgaban los 15.00 para el vehículo.

Cuando ya nos cedió los derechos nuestra hija, en diciembre del 2019 nos acercamos a las oficinas del Consorcio mencionado, y una señora del área ejecutiva indicó verbalmente que

²⁰ Granados Aristizabal, (2013), Las declaraciones publicitarias y la integración de las obligaciones que de ellas emanan al contenido del contrato con el consumidor. Revista e-mercatoria, 12.



teníamos que aportar el 50% del total de las cuotas mensuales o sea el pago de 30 cuotas del total de 60, para que se me otorgue el valor del cupo. El día 14 de octubre del 2020 nos acercamos a las oficinas del Consorcio en la calle Zamora de esta ciudad, y hablamos con el Sr. Jonathan Buitrón, quien indicó que nos han informado mal, que si no salimos en el sorteo o por oferta adjudicados, tendremos que esperar y pagar hasta la última cuota. [...] Los vendedores que nos atendieron en su momento nos engañaron, no se ha cumplido lo que dijeron. Con el valor pagado fácil ente en cualquier concesionario o almacén de autos podemos sacar un vehículo en este momento, sin ninguna condición más, habiendo empresas que incluso tienen intereses mucho más bajos, y solo solicitan el valor del 30% de entrada o menos para vender el vehículo al interesado.

En este contexto, CONDELPI manifestó que su giro de negocio consiste en gestionar la compra, “a través de la modalidad de sorteos y remates”, y que en el caso de los señores Gustavo Vásquez y Lía Rivera, los clientes dejaron de pagar sus cuotas, por lo que fueron excluidos del grupo.

Lo indicado en relación a las condiciones de la relación jurídica entre el denunciado y los accionantes se encuentran plasmadas en el “Contrato de Gestión de Compra”, No. 127481, que CONDELPI adjuntó en su escrito de explicaciones. Conforme lo indicó esta Intendencia, en la cláusula 7.4 del contrato suscrito por los mencionados clientes, consta:

7.4. Los mecanismos de adjudicación del bien son el sorteo y el remate. En cada Asamblea de Adjudicación se procederá con la adjudicación de los bienes en base al fondo acumulado mensual de cada grupo. En primer lugar, se realizará la adjudicación por sorteo en cada Grupo y a continuación la adjudicación por remate, en base a las ofertas presentadas por los Adherentes.

Ahora bien, en relación a la adjudicación por remate, la cláusula 7.8., indica:

7.8. ADJUDICACIÓN POR REMATE

7.8.1. La Adjudicación del bien por Remate se efectuará luego de realizada la Adjudicación por Sorteo en cada Grupo y consiste en adjudicar el bien o bienes a El Adherente o los Adherentes No Adjudicatarios, que en sus ofertas tengan puntajes de Remate Total más altos, hasta que el Fondo Acumulado mensual del Grupo lo permita.

El puntaje de Remate Total se determinará a partir de la siguiente fórmula:

$$\text{Factor (F)} = \text{Plazo del Grupo (72)} / \text{Plazo del Plan}$$

$$\text{Remate Total} = \text{CMp} \times (\text{F} - 1) + \text{COp} \times \text{F} + \text{COa} \times \text{F}$$

F: Factor

CMp: Cuotas Mensuales Pagadas

COp: Cuotas Oferta Pagadas (Cuotas Anticipadas)

COa: Cuotas Oferta para Asamblea



Los denunciantes acusaron haber sido engañados al existir una aparente contradicción en lo ofertado por los vendedores y/o empleados de CONDELPI, frente a lo que determina literalmente el contrato. Es decir, que mientras que la “vendedora” les habría comunicado que en seis meses aporten USD. 2500 y podrían ser adjudicatarios del vehículo, cuando asistieron por segunda ocasión a las instalaciones del operador económico, otro funcionario les habría manifestado que les han “informado mal”, y que deberían cancelar el 50% del valor del vehículo, esto es 30 de 60 cuotas mensuales.

De lo referido por el denunciante, de la revisión del contrato consta una fórmula para adjudicar por remate el vehículo, tomando en cuenta las cuotas mensuales pagadas, cuotas ofertadas pagadas (anticipadas) y cuotas ofertadas para Asamblea. Esta fórmula, se aplica en la modalidad de licitación, esto es, en aquellos casos en que, luego de efectuado el sorteo del primer vehículo (o fondo para adquirirlo) en la asamblea de adjudicación, el grupo aún dispone de fondos para designar más adjudicatarios.

De igual forma, en el último párrafo de la cláusula “1. OBJETO DEL CONTRATO”, consta el siguiente texto: “El Adherente expresamente declara que ha leído y conoce el texto de este contrato y la forma como operan el Sistema de Autofinanciamiento y la Gestión de Compra, que por medio de este contrato encarga a El Consorcio”.

Por lo que, los denunciantes aparentemente habrían sido engañados en lo que respecta al monto con el que, al ofertar en el remate, serían adjudicatarios del vehículo, puesto que se les habría indicado que con cierta suma y cierto plazo, podrían ser beneficiarios de dicha adjudicación, cuando lo cierto es que lo que definiría este punto es la fórmula plasmada en el contrato.

Por otro lado, en relación al caso de los señores Rony Chico y Grace Campos, adujeron que en las instalaciones de CONDELPI les explicaron verbalmente que:

... el procedimiento que debíamos seguir para firmar el contrato y de la facilidad para obtener un vehículo; unos por sorteo mensualmente y otros por oferta, y que en cinco o seis meses podríamos ofertar dos o tres mil dólares, ya que según ella bajarían las ofertas y obtendríamos el vehículo (...)Una de las múltiples preguntas que realizamos fue que sucede si nos quisiéramos retirar del programa de compra y la asesora nos informó que podríamos retirarnos fácilmente sin ningún problema y que nos devolverán el dinero abonado sin intereses, por el bien que aún no teníamos, pero la asesora omitió que el tiempo del reembolso del dinero sería en sesenta meses, situación que nos enteramos meses después ...

Una vez que se habrían percatado de que las ofertas de los demás usuarios eran demasiado altas, se sintieron engañados y requirieron información sobre el procedimiento para retirarse del programa de compra. Empero, al acercarse a las instalaciones de CONDELPI, se les habrían informado:

... que nos habían dado una pésima información y que la realidad era que debíamos seguir pagando las cuotas hasta que salgamos sorteados o se completen las sesenta cuotas y que



debíamos presentar una carta de renuncia al programa.

También nos detallaron que no iba a ser desembolsado el dinero en su totalidad porque un porcentaje de este dinero es retenido por el consorcio debido a gastos administrativos, que no se devolvería la cuota de ingreso de 600 usd, que nos aplicarían multas adicionales y que el resto que queda nos devolverían en sesenta meses. Esta realidad es totalmente diferente a lo que nos plantearon inicialmente para que ingresemos a este plan. Simplemente nos engañaron, nos sentimos perjudicados.

En este caso, dentro del expediente consta el Contrato de Gestión de Compra No. 0126839, suscrito entre CONDELPI con Grace Alexandra Campos, en su calidad de adherente. Al igual que el contrato anterior, constan estipulaciones en las que se detallan los mecanismos de adjudicación del bien, por sorteo y por remate, este último de acuerdo con la fórmula descrita *ut supra*. En adición, la cláusula 12.3 del contrato establece que en caso de renuncia del adherente:

... recibirá la suma a la que asciendan las Cuotas Capitales por él entregadas a El Consorcio, a excepción del valor correspondiente al 1.389% sobre el monto del Certificado de Compra vigente, y de los valores devengados por Cuota de Inscripción, Cuota Administrativa, mora, costos operativos y los impuestos que se hubieren generado. **La devolución de los valores indicados se realizará, después de que se liquide o termine el Grupo de Gestión de Compra al cual pertenezca**, sin que pueda exigir el Adherente a El Consorcio, el pago de indemnización alguna o la entrega o restitución de intereses, impuestos, rendimientos financieros, ni indemnización por tipo de cambio o la pérdida del poder adquisitivo de la moneda... (Énfasis añadido).

Por lo que, los señores Grace Campos y Rony Chico se habrían sentido engañados en lo que respecta al monto con el que se ofertan en los remates y al lapso en el que se procede a devolver los valores aportados en el caso de renuncia.

Es importante mencionar que, en las hojas de resumen de los contratos, únicamente se hace mención a los mecanismos de adjudicación en los siguientes términos:

7. Los mecanismos de adjudicación del bien, previstos en el Contrato de Gestión de Compra son exclusivamente por sorteo o por remate, dependiendo para ello, de la disponibilidad de los Recursos Acumulados del Grupo mensualmente.

En relación a lo referido, el denunciado argumentó, en lo principal, que los denunciados habrían aceptado estas condiciones al suscribir los respectivos contratos de adhesión, en forma libre y voluntaria, y que también habrían aceptado que leyeron las cláusulas referidas. Sobre este argumento, esta Intendencia considera que, el hecho de que los usuarios se adhieran a contratos de adhesión en los que supuestamente acepten todas y cada una de sus cláusulas, no implica que no haya precedido algún acto de engaño que podría incluso haber viciado la voluntad del usuario. En este sentido, para el análisis de actos de engaño, es más relevante el contexto en el que se firmaron los convenios de adhesión, antes que su aceptación por parte del cliente. Parte de este contexto es la publicidad, en todas sus formas, las circunstancias en las que se firmó el contrato, el



lugar, así como también el cumplimiento de la ley.

De la revisión de la publicidad remitida por el operador económico, se desprende que en su mayoría se orienta a brindar información básica de los servicios que ofrece al consumidor. Sin embargo, no se evidencia que haya detallado, en forma explícita, lo concerniente a la fórmula para adjudicar a un cliente en el remate, ni el lapso que se demorará en devolver el dinero en caso de exclusión o renuncia del adherente, aspectos en los que los denunciantes acusan la existencia de actos de engaño, conforme se expone a continuación:



AUTO SIN ENTRADA	AUTO CON ENTRADA
<ul style="list-style-type: none">Sorteo, Remate / LicitaciónPlazo hasta 72 mesesAutos nuevos y seminuevos	<ul style="list-style-type: none">Entrega con el 30%Sin carga administrativa hasta completar el 30%Plazo hasta 84 mesesAutos nuevos
 Chevrolet Spark ST Cuotas mensuales desde: \$233.00	 Chery Tiggo 2 Cuotas mensuales desde: \$279.00
<small>*Las imágenes y precios son referenciales. Consulta con nuestros asesores.</small>	
<small>Visita WWW.CONSORCIOPICHINCHA.COM e descarga nuestra APP CONSORCIO PICHINCHA.</small>	



TU AUTO SIN ENTRADA

- Certificados de Compra desde \$10.000 hasta \$50.000.
- Plazos de 24, 36, 48, 60 y 72 meses.
- Vehículos de todas las marcas y modelos disponibles en el mercado.

 Chevrolet Beat Cuotas mensuales desde: \$225.00	 Kia Sportage R Cuotas mensuales desde: \$432.00
 Renault Duster Cuotas mensuales desde: \$233.00	 Mazda CX3 Cuotas mensuales desde: \$449.00
 Chery Tiggo 2 Cuotas mensuales desde: \$266.00	 NISSAN VERSA Cuotas mensuales desde: \$333.00
<small>*Las imágenes y precios son referenciales aplica para Programa Tu Auto. Verificado. Consulta con nuestros asesores o comercialista. www.consorcio.com</small>	

Fuente: Operador económico CONDELPI

Al respecto, los denunciantes acusaron una supuesta contradicción entre la oferta de los funcionarios de CONDELPI y los términos estipulados en el contrato de adhesión. *Prima facie*, esta Intendencia advierte que la publicidad del operador económico, al menos a la fecha en que fue entregada por CONDELPI, no especifica las condiciones de entrega de los certificados de compra, incluyendo la fórmula de adjudicación a través de remate o licitación. No obstante, si especifica las modalidades por las que un usuario puede ser adjudicatario de un certificado de compra, esto es, sorteo, remate o licitación, y con el pago del 30% de entrada.

No obstante, para esta Intendencia, al tratarse de información bastante específica, pero a la vez importante, esta debe ser explicada al consumidor, al menos durante la negociación realizada con los vendedores, o en su defecto, en el control posventa, a fin de que CONDELPI cumpla con su obligación de entregar información oportuna, clara, verás y exacta sobre los bienes y servicios que ofrece, no bastando para estos efectos, que solo conste en forma detallada en el contrato de adhesión.

Es importante señalar que, conforme se analiza *ut infra*, la publicidad del operador económico debe cumplirse, pues forma parte del contrato de adhesión. Esto significa que no debe haber contradicción entre lo ofertado y las cláusulas estipuladas vía contrato de adhesión, y en el evento de producirse, el ordenamiento jurídico ecuatoriano establece que la publicidad forma parte del acuerdo de voluntades, y de todos modos debe cumplirse.

En el caso concreto, esta Intendencia no evidencia que exista una contradicción entre la publicidad de CONDELPI y los términos de su contrato de adhesión, conforme se analiza *ut infra*. Por el contrario, la publicidad establece las modalidades de adjudicación de los certificados de compra de vehículos, pero las características de cada una de ellas serían explicadas por los vendedores, también constan en el contrato, y finalmente, son explicadas por los agentes de *call center*, que realizan el control posventa.

Esta forma de proceder daría la oportunidad al usuario de efectuar un consumo responsable e informado, y de ser el caso que en el control, posventa decida no adquirir el servicio, puede retirarse del programa ocasionando la devolución de todos los valores. En tal virtud, esta Intendencia tiene en cuenta que la información ha sido entregada en forma clara y oportuna, en la medida que se cumpla con la estipulación contractual según la cual, hasta antes de la primera asamblea el usuario podría retirarse del programa, sin cargo alguno.

Otro de los factores que dan cuenta de la existencia de actos de engaño, aunque no es concluyente, son las denuncias o quejas interpuestas por los usuarios, tanto en la propia compañía, como ante los distintos órganos de control.

En relación a lo mencionado, al igual que la DNICPD, esta Intendencia procedió a revisar la información remitida mediante Oficio No. SCVS-IRQ-SG-2021-00004971-O, por la Superintendencia de Compañías, de la que se desprende que dicha entidad registró diez (10) quejas en contra de CONDELPI. De estas, una versó sobre la devolución sobre el aporte realizado por el

cliente. Otra queja se refirió a actuaciones de CONDELPI, como exclusión de personas de sorteos, inactivación de contratos, no brindar préstamos en las condiciones establecidas. En este orden de ideas, habrían existido dos quejas relacionadas con el contrato, en las cláusulas de adjudicación de bienes y devolución de los montos consignados por los usuarios.

En este sentido, es menester analizar la eventual contradicción entre la oferta del operador CONDELPI en relación con las cláusulas de sus contratos de adhesión.

Para ello, resulta importante considerar que, el artículo 2 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (en adelante, LODC), preceptúa que el contrato de adhesión es “...aquel cuyas cláusulas han sido establecidas unilateralmente por el proveedor a través de contratos impresos o en formularios sin que el consumidor, para celebrarlo, haya discutido su contenido”.

En este contexto, la Corte Constitucional del Ecuador ha definido que el contrato de adhesión es:

... aquel en que las cláusulas son dispuestas por uno de los futuros contratantes, de manera que el otro no puede modificarlas ni puede hacer otra cosa que aceptarlas o rechazarlas, de tal suerte que este último no presta colaboración alguna a la formación del contenido contractual, quedando así sustituida la ordinaria determinación bilateral del contenido del vínculo por un simple acto de aceptación o adhesión al esquema predeterminado unilateralmente.²¹

En virtud de que estas cláusulas son redactadas en forma unilateral por el proveedor de bienes y/o servicios, el ordenamiento jurídico ha previsto una serie de garantías para el consumidor, quien, al no tener la capacidad de negociar dicho documento, solo puede aceptar o rechazar el contenido íntegro del contrato. Estas garantías tendrían entonces el objeto de equilibrar en la mayor medida posible, la relación contractual de las partes.

Bajo esta premisa, es menester que el consumidor reciba al menos la información necesaria y suficiente por parte del proveedor, en forma oportuna, a fin de que éste pueda realizar una compra responsable e informada. Es decir, la información debe ser “...pormenorizada, ofreciendo conocimiento de la calidad, condiciones, precio y demás aspectos del producto, que no induzca a error; lo propio en la oferta de servicios, indicando cada uno de los pormenores...”²²

Así, para Julio Durán:

Es obvio que en el consumo masivo, el consumidor no siempre tiene el conocimiento apropiado

²¹ Corte Constitucional del Ecuador, Sentencia N.º 003-11-SCN-CC, Caso No. 0093-10-CN, Consulta de Norma elevada por el Juzgado Primero de lo Civil de Cuenca (Quito, 2011),

²² José Antonio Burneo Burneo, Contratos de adhesión y mecanismos de protección al consumidor (Quito: Universidad Andina Simón Bolívar. 2008). 32.



respecto de los bienes y servicios que consume y no está adecuadamente informado y generalmente se le ve en la disyuntiva de adquirir o no el producto sin ninguna posibilidad de negociación o reflexión y ante este déficit informativo que la doctrina moderna llama asimetría informativa, evidentemente está en una situación de “contratante débil” frente al proveedor que goza de una situación ventajosa en cuanto a información sobre los bienes y servicios que ofrece y las condiciones contractuales que generalmente él preestablece.²³

La publicidad es una fuente innegable de información del consumidor, por ende, debe procurar el equilibrio contractual de las partes, que en un contrato de adhesión suele inclinarse en un inicio en favor de la parte que lo ha redactado. Entendido este precepto, no es difícil concluir que la publicidad engañosa o abusiva, así como los métodos comerciales coercitivos o desleales, pueden llegar a viciar severamente el consentimiento del consumidor, condicionando su libertad de elección. En otras palabras, una adecuada comunicación de parte del proveedor debe propiciar el entendimiento del consumidor acerca de las consecuencias jurídicas y económicas del convenio de adhesión, al menos en lo sustancial.

La jurisprudencia comparada, acuñada por la Dirección, da cuenta de que ante el conflicto entre lo ofertado por el proveedor de bienes y servicios frente a lo previsto en el contrato (ya sea por brindar información incorrecta o incompleta, o ya sea por omisión), debe prevalecer la oferta brindada al consumidor a través de cualquier tipo de publicidad, esto con el objeto de salvaguardar los derechos de los consumidores. Al respecto, la Corte Constitucional de Colombia, ha considerado que:

... si la compañía, en su propaganda, o al anunciar o promocionar sus servicios, o al enviar a sus posibles clientes cotizaciones que detallan las ventajas de contratar con ella -como acontece en este caso-, ofrece cierta cobertura, y por esa causa una persona decide tomar la póliza, aquélla está obligada en los términos de la oferta, que si son desconocidos, modificando sus alcances, ya en ejercicio del contrato y causando daño o amenaza a derechos fundamentales, dan lugar a que ante los jueces de tutela la empresa deba responder, cobijando todo aquello que prometió a los eventuales tomadores del seguro.²⁴

En Ecuador, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (LODC), en su disposición final segunda, preceptúa:

SEGUNDA.- Sustitúyase el artículo 148 del Código de Comercio, por el siguiente:

"Art. 148.- Las ofertas públicas contenidas en circulares, catálogos, avisos publicitarios, proformas, **obligan a quien las hace**; salvo que en la misma oferta se señale un determinado

²³ Julio Baltazar Durán Carrión, El derecho del consumidor y sus efectos en el derecho civil, frente a la contratación de consumo en el mercado (Lima: Universidad de San Martín de Porres, 2012), 19.

²⁴ Corte Constitucional de Colombia, Sentencia T-118/00, Bogotá, 2000.



plazo de validez de la misma o que las condiciones de la oferta original sean modificadas por una oferta posterior." (Énfasis añadido)

Esta disposición ha sido reiterada también en el Código de Comercio vigente, que establece:

Art. 233.- (Inc.1) Las ofertas públicas contenidas en circulares, catálogos, avisos publicitarios, proformas, obligan a quien las hace; salvo que en la misma oferta se señale un determinado plazo de validez de la misma o que las condiciones de la oferta original sean modificadas por una oferta posterior.

Por lo que, de acuerdo con el ordenamiento jurídico ecuatoriano, la oferta verbal o escrita contenida en la publicidad, forma también parte de contrato de prestación de servicios o provisión de bienes de consumo. Bajo esta óptica, el consumidor contrata con el proveedor, teniendo en cuenta, en lo principal, lo que este último le ofrece, le muestra o le promociona.

En el caso *in examine*, la resolución de inicio de investigación contempló:

...por presuntamente existir contradicciones en su oferta publicitaria, a través de sus empleados, en relación con los derechos y obligaciones establecidos en su contrato de adhesión, al omitir a los usuarios las condiciones de la devolución de los valores pagados, y la forma de calcular la adjudicación de los bienes...

Ahora bien, corresponde verificar si los potenciales compradores e incluso los clientes vigentes de CONDELPI han tenido el adecuado conocimiento sobre los aspectos señalados *ut supra*, previo a obligarse vía contrato. Para ello, la Dirección consideró necesario tener en cuenta si los vendedores del operador económico están capacitados para ofrecer esta información, así como el hecho de que CONDELPI ofrezca garantías de que incluso en el caso la información prestada por sus vendedores no haya sido lo suficientemente clara, el cliente pueda tener la oportunidad de desistir de su adquisición.

De la revisión del expediente se desprende la reunión de trabajo llevada a cabo entre los servidores de esta INICPD y funcionarios del operador económico CONDELPI, el día 12 de enero de 2022, a partir de las 11h00, y que consta en el expediente con ID 222731. A partir del minuto 00:24:40, el operador económico explicó su giro de negocio, plasmado en el siguiente flujograma de procesos:

Proceso de ingreso al sistema



Fuente: Operador económico CONDELPI

A partir del minuto 00:26:20, indicó que, previo al ingreso al sistema, es decir, previo al paso 4, sus agentes de *call center* realizan llamadas a los usuarios para verificar los datos proporcionados, así como para verificar que hayan comprendido los alcances de las principales cláusulas del contrato. De este gráfico es evidente que el cliente es contactado por el agente de *call center* posventa, antes de que ingrese al grupo o sistema y pague los rubros correspondientes a la cuota de inscripción y la primera cuota mensual, dándole la oportunidad de prescindir de los servicios de CONDELPI, incluso luego de firmado el contrato, con la devolución de todos los valores, hasta antes de la primera asamblea.

En este sentido, mediante providencia de 17 de enero de 2022, esta Intendencia ordenó a CONDELPI S.A., que el término de 3 días remita las grabaciones en audio de las confirmaciones posventa que haya realizado CONDELPI S.A., conforme el listado señalado por esta Autoridad.

Así también, mediante providencia de 21 de enero de 2022, dispuso:

DÉCIMO SEGUNDO. – Agréguese al expediente el escrito y anexos presentados por la abogada Estefanía Fierro Valle, en su calidad de abogada patrocinadora de Consorcio del Pichincha S. A. CONDELPI, el día 20 de enero de 2022, las 14h15, con ID 223958. En su atención: **12.1.** Ténganse en cuenta la información remitida por el operador económico, referente a las grabaciones de las conversaciones con sus clientes. **12.2.** Téngase en cuenta lo manifestado por el operador económico respecto a que “En dicho listado se especifica qué grabaciones no fueron posibles de encontrar en nuestro sistema debido a la migración del sistema realizado. En total se entregan 92 grabaciones de las 100 solicitadas”. [...] **12.5.**



Conforme las facultades de investigación de esta Superintendencia, previstas en los artículos 49 y 50 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, esta Intendencia ordena correr traslado al operador económico Consorcio del Pichincha CONDELPI S.A., un anexo con el listado de clientes, con el fin de que el operador económico, en un término no mayor a tres (3) días, remita el listado de grabaciones de las confirmaciones posventa que haya realizado.

Así también, mediante providencia de 16 de febrero de 2022, dispuso:

OCTAVO.- Agréguese al expediente el escrito y anexo presentado por el operador Consorcio del Pichincha S. A., el 07 de febrero de 2022, las 12h31, con ID 226930, en su atención: Téngase en cuenta la información remitida por el operador, respecto de las grabaciones de las asambleas de adjudicación de vehículos, en el momento procesal oportuno.

Conforme se analizó en el acápite sobre el público objetivo, de la muestra representativa de 101 grabaciones analizadas, la Dirección no pudo considerar 11 grabaciones por las observaciones detalladas previamente, que representa el 11%, habiéndose revisado el 89% del total de grabaciones presentadas en este expediente.

La DNICPD, respecto de este punto, analizó:

1. Estas llamadas tienen la finalidad de realizar una verificación de venta, a través de confirmación de datos del cliente, ratificación y aceptación de políticas descritas en el contrato que CONDELPI proporciona a su cliente. En general, las preguntas que se realizaron para la confirmación posventa fueron:
 - a. ¿Cómo realizó el pago de la inscripción y primera cuota?;
 - b. ¿Cómo va a realizar su pago de cuotas mensuales?;
 - c. ¿Le entregaron el formulario informativo de Consorcio Pichincha?;
 - d. ¿Tienen usted claro las modalidades de adjudicación que realiza Consorcio Pichincha, que es por sorteo y oferta?;
 - e. ¿Conoce usted en que consiste la asamblea de adjudicación y cuando se la realiza?;
 - f. Conoce usted que su pago debe reflejarse 48 horas antes de la asamblea para que su oferta pueda ser ingresada;
 - g. Conoce usted que debe encontrarse al día en su cuota mensual para participar en la asamblea;
 - h. Se le informo que ningún asesor comercial funcionario de la empresa CONSORCIO DEL PICHINCHA le puede dar una fecha estimada aproxima o exacta para la entrega del bien o a su vez un monto a ofertar para que salga favorecido inmediatamente;
 - i. Conoce usted las penalizaciones que estipula en su contrato por falta de pago;
 - j. Conoce usted que en el caso de salir favorecido y no cumpla con el 40 % de su deuda total Consorcio Pichincha le va a solicitar un garante;
 - k. Usted fue informado que una vez adjudicado el bien inmueble será hipotecado a favor de Consorcio Pichincha;
 - l. Usted fue informado que una vez adjudicado el bien inmueble será prendado a favor de Consorcio Pichincha sea el vehículo nuevo o usado hasta que la deuda sea liquidada,
 - m. Se le informo que deben ser cancelados con fondos propios, una vez adjudicado, el valor de la matrícula y los gastos de legalización del vehículo,



- n. Se le informo a usted que los gastos de legalización corren por su cuenta en el momento de la adjudicación;
- o. Usted fue informado que, una vez adjudicado su producto, a la cuota mensual a pagar se le va a sumar la cuota del seguro del vehículo;
- p. Usted conoce que se Solicitara un dispositivo GPS si así lo requiere Consorcio Pichincha,
- q. Indique la actividad económica que desempeña;
- r. ¿Qué tiempo lleva desarrollando la actividad económica?; y,
- s. ¿Cuál es el ingreso mensual que percibe, incluyendo su familia?

De dicha información, la Dirección identificó que las dudas más comunes se relacionaban con el tiempo de entrega del vehículo, las penalidades que estipula el contrato por falta de pago, la solicitud garante en caso de no cumplir con el 40% de la deuda total que mantenga el cliente, y los pagos adicionales requeridos de salir adjudicado, como seguro de vehículos, pago de matrícula, ente otros.

A partir de las grabaciones, esta Intendencia pudo evidenciar que los usuarios ya habían pagado el valor de la inscripción, contrario a los pasos 3 y 4 del flujograma presentado en la reunión de trabajo antes referida. Es decir, los usuarios habrían sido contactados para verificar si comprendieron el contrato y de ser el caso explicarles los puntos de los que no haya sido así, después de que el cliente ya habría adquirido la obligación frente a CONDELPI.

En adición, en la reunión de trabajo, a partir del minuto 01:02:00, CONDELPI indicó que la principal duda de los clientes es la fecha de entrega del vehículo, pero que ninguno de los agentes de ventas debe asegurar una fecha o plazo de entrega a los clientes, dado que este hecho dependería de varios factores, conforme estaría detallado en el contrato.

Del análisis de las grabaciones aludidas, se puede inferir que al menos en 86/100 casos, el vendedor no les habría ofrecido una fecha o plazo de entrega del vehículo, y solo en 4 casos los clientes manifiestan que el vendedor sí les habría ofrecido una fecha de entrega. En los demás casos no se aprecia este dato a partir de la conversación, con lo que esta Intendencia confirma que los vendedores, en su mayoría, si estuvieran entregando información veraz y oportuna a los usuarios sobre la forma y plazo de entrega, desde el primer contacto.

En relación con la forma de adjudicación, en la reunión de trabajo CONDELPI explicó que existen dos modalidades. Dentro del programa TU AUTO PLANIFICADO, la adjudicación podría ser por sorteo o por oferta. En este caso, el primer auto (o fondo para adquirirlo) se adjudicaría por sorteo, y el resto del fondo del grupo se realizaría a través de oferta, de acuerdo con la fórmula de ponderación que consta en el contrato, misma que fue reproducida *ut supra*. Finalmente, la segunda modalidad consta en el programa TU AUTO PROGRAMADO, en dónde el cliente puede acceder al fondo para adquirir su vehículo, sin la necesidad de sorteos u ofertas, sino únicamente debe completar con sus cuotas el 30% del valor del vehículo que escogió.

De esta manera a fin de garantizar el funcionamiento de este sistema, el operador económico señaló



en la reunión de trabajo que dispone de un software desarrollado en Brasil, y que es el que se encarga de gestionar el sistema de adjudicaciones, en las modalidades descritas. Al revisar los videos de las asambleas de adjudicación, no se evidencia que se brinde mayor detalle de la forma de adjudicación a los usuarios, sino que básicamente se enfocan en los sorteos y ofertas para la adjudicación de los fondos de cada uno de los grupos.

En este sentido, al igual que la DNICPD, esta Intendencia verificó la publicidad que consta en la materialización notarial No. 20211701015CO0256, de la página web <https://condelpi.com/> de fecha 10 de febrero de 2021, que reza como anexo del escrito de explicaciones del investigado con ID 185113; al respecto, se puede evidenciar que las condiciones y procesos atinentes a estas modalidades son explicados a los clientes de la siguiente forma:

10/2/2021 Consorcio Pichincha | Tenemos planes para Tu Casa y Tu Auto

Consorcio Pichincha (<https://condelpi.com/>)

Paso a paso

-  **1**
Elige el producto que necesitas: Tu Auto Planificado, Tu Auto Programado o Tu Casa.
-  **2**
Define el monto y plazo a pagar.
-  **3**
Forma parte de un grupo que tiene como objetivo adquirir bienes.
-  **4**
Mensualmente realizamos eventos públicos para la adjudicación de nuestros productos.
-  **5**
Las opciones para salir adjudicado son:
Tu Auto Programado
Ahorras o anticipas cuotas hasta completar el 30%.

<https://condelpi.com/>

3/8



10/2/2021

Consortio Pichincha | Tenemos planes para Tu Casa y Tu Auto

Tu Auto Planificado | Tu Casa

Remate | Elicitación. Ofertas un número de cuotas.
Sorteo: Clientes con pagos al día participan.

 **6**

Disfruta de **Tu Auto | Tu Casa**.

Descarga nuestra app y ten a tu mano alternativas para la adquisición de vehículos y bienes inmuebles.

Además revisa información sobre tu certificado de compra, oferta, refiere y más.

¡Qué esperas para tenerla!

(<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.condelpi.referralsapp&hl=es&gl=US>)

(<https://apps.apple.com/ec/app/consorcio-pichincha/id1407027722>)

Nuestras estadísticas



<https://condelpi.com>

4/6

Además, en las llamadas telefónicas postventa se puede evidenciar que los agentes del call center preguntan a los usuarios si entendieron el funcionamiento del sistema, y ante alguna duda del cliente, proceden con la explicación correspondiente.

Esta Intendencia resalta la importancia de que los operadores económicos se aseguren de que los clientes comprendan los alcances jurídicos y económicos del contrato que van a suscribir, a fin de que, conforme se ha explicado, estos sean capaces de adoptar una decisión de compra informada y responsable, teniendo en cuenta que, en los contratos de adhesión, el desequilibrio contractual se inclina por lo general en favor de la parte que ha redactado el convenio. Para ello es importante que los vendedores entreguen información veraz y oportuna.

En el expediente se ha evidenciado que CONDELPI se asegura de que esto ocurra a través de la capacitación a los vendedores. Pero, además realiza llamadas posventa para cerciorarse que los clientes hayan recibido información adecuada. En el evento de que algún vendedor le haya ofrecido alguna fecha de entrega o plazo en específico, o no haya sido claro con el sistema de adjudicación, el operador de *call center* procede a explicarle al usuario, y subsanar cualquier duda o contradicción.

Conforme consta en el Informe de Resultados de la investigación, este control o dación de información sobre el sistema de adjudicación, cumpliría con el principio de oportunidad de la información, en la medida que el cliente tiene la oportunidad de desistir de su adquisición, ya que se trata de un control posventa, es decir, cuando el usuario ya habría firmado el contrato, criterio que es compartido por esta Autoridad.

Así las cosas, si el cliente, luego de la explicación del agente de ventas, considera que el sistema de adjudicación no está acorde a su conveniencia o intereses, debería poder desistir de su decisión de compra, sin cargo alguno, toda vez que es recién en ese momento que existe un alto grado de certeza acerca de su comprensión sobre los alcances jurídicos y económicos del convenio, por parte del usuario, no antes.

De tal modo que en el presente caso, al revisar el contrato de adhesión del operador económico, se aprecia la siguiente cláusula:

5.3.2 DERECHO DE RETIRO.- Con posterioridad a la suscripción del presente Contrato de Gestión de Compra, hasta cuarenta y ocho horas antes de su primera participación en la Asamblea de Adjudicación de su Grupo, los Adherentes tendrán derecho a retirarse libremente del Grupo, NOTIFICANDO POR ESCRITO A EL CONSORCIO DE SU RETIRO. EL Consorcio en el plazo de cinco días hábiles, contados a partir de la fecha en que El Adherente presente la carta solicitando su retiro, entregará el total de los valores aportados, sin reconocer o pagar valor alguno por concepto de intereses, indemnizaciones, impuestos o rendimientos financieros a EL Adherente.

En cumplimiento de esta cláusula, el cliente tendría la oportunidad de “retirarse libremente del grupo”, hasta 48 horas antes de su primera participación en las asambleas de adjudicación. En adición, para participar en las asambleas de adjudicación, de acuerdo con el flujograma de proceso, habría sido llamado y luego de su aceptación, es ingresado en el sistema. En esta suerte, el cliente tendría tiempo, incluso luego de su aceptación ante el operador call center, para retirarse del programa. Este desistimiento ocasiona que, CONDELPI devuelva “el total de los valores aportados”, sin intereses ni indemnizaciones.

Dicho esto, esta Intendencia concuerda con la Dirección en el sentido de que el flujo comercial de CONDELPI asegura que los clientes que postulan en la primera asamblea de adjudicación de fondos, hayan aceptado con pleno conocimiento las cláusulas estipuladas en el contrato de adhesión, entre ellas lo atinente al sistema de adjudicación, así como lo inherente a las penalidades por abandonar el sistema y las condiciones de la devolución de los valores derivados de este último evento.

En adición, de acuerdo con el Informe de Resultados, a los usuarios no se les habría ofrecido una fecha de entrega, y en todo caso los operadores de *call center* aclararon este tipo de dudas a los clientes. Siendo así, el usuario recibiría la información sobre los alcances jurídicos y económicos del contrato durante la llamada. Y si después de tal suceso, decide retirarse del programa, tendría el derecho a la devolución de todos los valores.

Conforme consta *ut supra*, la Dirección realizó un análisis de las grabaciones de confirmación postventa y cuestionarios enviados a trabajadores, ex trabajadores, capacitadores, clientes y personas que remitieron algún tipo de queja en contra del operador económico CONDELPI, esto con el objetivo de identificar, los centros de captación de clientes, las cuotas iniciales y de inscripción, el nivel económico y actividad económica que desarrolla, para conocer de esta forma el modelo de negocio del investigado y la forma en que las condiciones de venta son explicadas a los usuarios.

En cuanto a las grabaciones, después de hacer los requerimientos respectivos, la Dirección contó con 90 grabaciones, cantidad que es una muestra representativa. Estas grabaciones corresponden a llamadas de control posventa, de donde se evidencia que CONDELPI se asegura de los datos proporcionados por sus clientes a los vendedores, así como de que hayan entendido las condiciones de venta y los requisitos para acceder al certificado de compra respectivo.

Esta Intendencia identifica que, en aquellos casos en que el cliente tenía dudas de alguna de las preguntas planteadas, o menciona no haber sido informado adecuadamente, el asesor procedía a explicar nuevamente el funcionamiento de la modalidad y el sistema de autofinanciamiento, o procedía a dirigirlo nuevamente con el vendedor para que sea explicado el producto, una vez que el cliente daba respuestas afirmativas a todas las preguntas se procede a ingresar al Contrato al sistema.

Así las cosas, conforme consta en el análisis del público objetivo del Informe de Resultados, los

trabajadores y ex trabajadores de CONDELPI aseguraron, en general que, las principales dudas de los clientes se refieren a la fecha y forma de entrega de los vehículos, así como eventuales pagos adicionales. Asimismo, estos encuestados fueron coherentes entre sí, en cuanto a la contestación sobre el modelo de negocio de CONDELPI.

En lo tocante a las respuestas de los usuarios que no han presentado quejas, en su mayoría afirman que la información proporcionada por el operador económico ha sido clara. No obstante, los encuestados que habían presentado sus quejas ante distintas instancias, contestaron que no se les habría explicado bien los términos y condiciones del acceso al sistema.

Finalmente, al realizar las encuestas a las empresas que CONDELPI contrató para capacitar a los vendedores, mencionaron que los temas de las capacitaciones se refirieron a la descripción y características de sus productos y reuniones varias para adecuación de casos prácticos en las capacitaciones comerciales.

Con base en estos hechos, la Dirección señaló que:

... es posible inferir que los vendedores de CONDELPI han sido capacitados sobre el giro de negocio, esta información es transmitida a los clientes durante las charlas explicativas. En adición, en el caso de que el usuario haya tenido alguna duda no absuelta, o el vendedor no haya sido claro, la llamada posventa consistiría en aclarar cualquier inquietud. En adición, si el cliente, luego de la llamada posventa decide que el servicio no se adecua a sus necesidades específicas, puede retirarse del programa hasta antes de la primera asamblea, ocasionando la devolución de lo que haya pagado, No así, si el usuario ya se encuentra participando en las asambleas, y recién se percata de que no le conviene, su retiro ya ocasionaría un perjuicio al grupo, por lo que le cobran ciertos valores administrativos y de inscripción, y el resto le sería devuelto cuando el grupo ya se liquide, todo lo cual consta en el contrato, y es explicado por el operador *call center*.

En relación con las modalidades de sorteo y licitación, esta Dirección considera oportuno referirse también a los videos de adjudicación que remitió el operador económico CONDELPI mediante escrito de 07 de febrero de 2022, las 12h31, con ID 226930, en cumplimiento de la providencia de 31 de enero de 2022, disposición SEXTA, emitida por la Intendencia.

En adición, de la revisión de las referidas grabaciones, se desprende que las asambleas de adjudicación se llevan a cabo para adjudicar certificados de compra bajo la modalidad de sorteo y licitación. Al respecto, la Dirección evidenció lo siguiente:

En la grabación de la asamblea de abril de 2018 se evidencia que la persona que dirige la asamblea indicó que se trataría de la asamblea 293, llevada a cabo en SAIA Importadora Andina. Al iniciar formalmente la asamblea se presentó la maestra de ceremonia identificándose como María José Freire. En adición, se presentaron otros ejecutivos de CONDELPI con la presencia del Dr. Ernesto Javier Paso Santana, Notario Cuarto del Cantón Durán quién velaría por la transparencia de la asamblea.

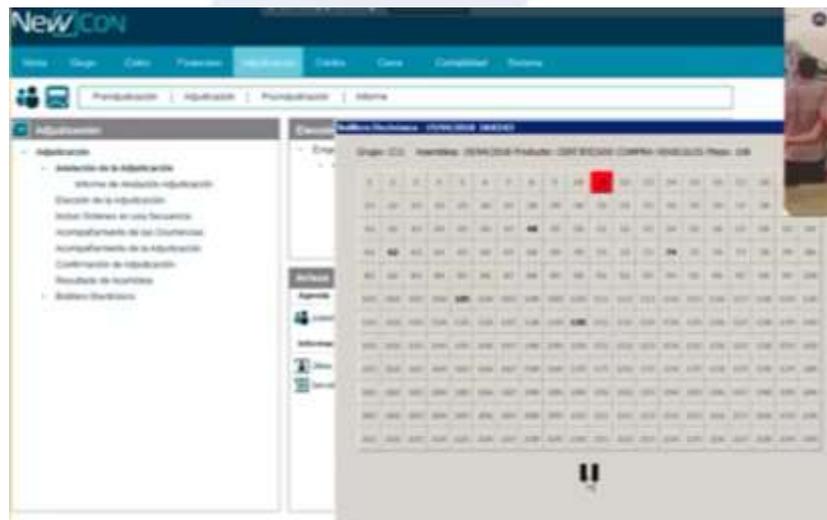


Asimismo, la maestra de ceremonia indicó a los usuarios que: “... quienes se hagan clientes de CONDELPI ECUADOR el día de hoy, tendrán un 25% de descuento en su cuota de inscripción al firmar su contrato el día de hoy”.

A su vez, intervino Johana Carolis, Ejecutiva de adjudicación CONDELPI, para **explicar el proceso de adjudicación, señalando lo siguiente:**

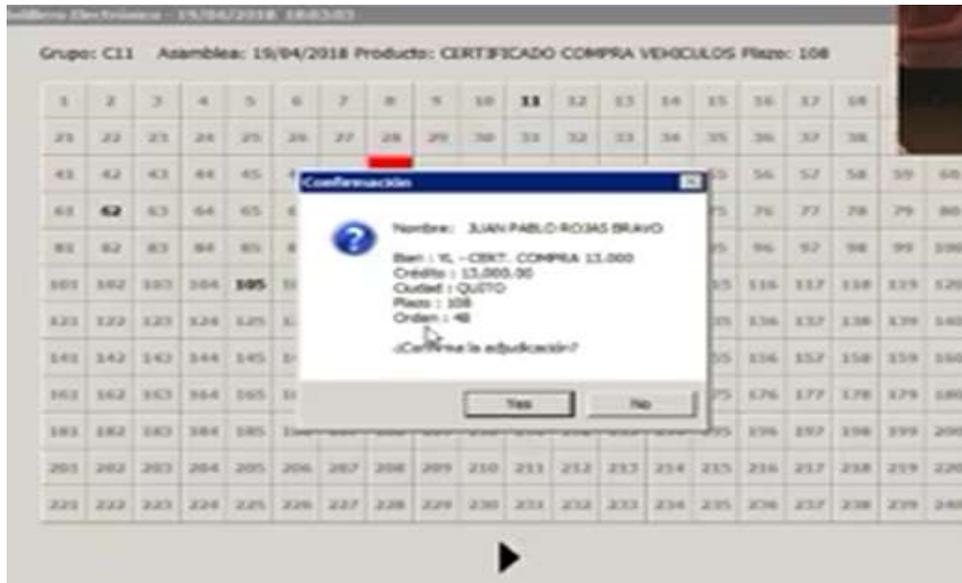
A continuación, voy a dar una breve explicación sobre el proceso de nuestra asamblea, para que ustedes puedan apreciar la transparencia de nuestro evento, nuestro sistema fue desarrollado en Brasil, el mismo que está siendo avalado por nuestro Notario Sr. Javier Pasos, de la notaría cuarta del Cantón de Durán. La 2 modalidades que nosotros tenemos para que nuestros clientes puedan adquirir nuestro producto, es tanto por sorteo y licitación, la modalidad de sorteo ustedes van a encontrar en las pantallas van a estar unos números aleatorios dónde es el orden de cada cliente, por cada grupo se va a entregar un bien por sorteo, entonces va a ser una forma aleatoria, nosotros damos un click con el cursor y saldrá adjudicado por sorteo un cliente; recordemos que para participar en la Asamblea, nuestros clientes deben estar al día en sus pagos, la cancelación de sus cuotas tienen que realizarlo con 48 horas de anticipación para poder participar de la Asamblea. La modalidad de licitación corresponde a la oferta realizada por cada cliente con 48 horas antes de la Asamblea y serán favorecidas las ofertas que obtengan su mayor puntaje, hay que tener claro que lo que es la adjudicación por licitación podemos entregar varios números de clientes adjudicados según lo permita el fondo del grupo.

En cuanto a las adjudicaciones vía sorteo, se habría procedido a realizar la misma entre los presentes, entregando un certificado de compra por cada uno de los 68 grupos. El sorteo se habría realizado a través del software que, para dicho efecto, dispone CONDELPI, en donde el cuadrado rojo de la imagen se va moviendo aleatoriamente, por los números de orden que están activos (negrillas):



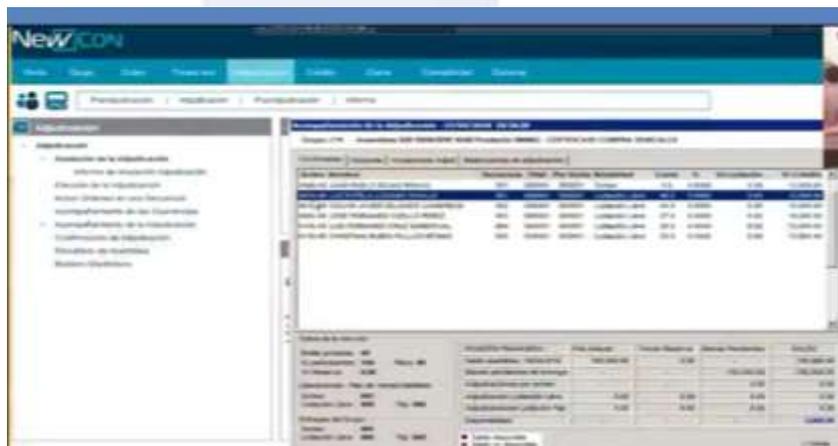


Con posterioridad, las ejecutivas de CONDELPI habrían señalado: “Iniciamos con el GRUPO C11” dan clic en el botón de pause y se refleja la siguiente imagen con el nombre de la persona adjudicada junto con el valor del crédito, el plazo, la ciudad y el orden”. Así, se reflejó la siguiente ventana en el sistema de sorteos, que muestra el nombre del ganador:



El mismo proceso fue repetido en cada uno de los grupos.

Con posterioridad, se habría realizado el proceso de adjudicación a través de licitación. En este proceso, la ejecutiva de ventas habría indicado que el grupo en el que se está adjudicando es el C11. A continuación se mencionaría como adjudicados a 5 personas que son las que se reflejaban en la pantalla correspondiente. No obstante, la Dirección recalcó en su informe que no se explicaron las razones por la que son los adjudicados y porque ese número beneficiarios. Si bien es cierto, la ejecutiva Johana Carolis habría señalado al inicio de la asamblea que se adjudicarían los certificados de compra a quienes tendrían mayor puntuación, conforme consta a continuación:



De lo cual, la Dirección indicó en su Informe que habría revisado las grabaciones de las asambleas de julio 2019, septiembre 2020 y septiembre 2021, las que guardarían la misma tónica, es decir, se presenta la maestra de ceremonias, se explica el procedimiento que va a tener efecto, así como también se realza la presencia del respectivo notario público. Con posterioridad se habrían realizado los sorteos de un certificado por cada grupo a través del software utilizado para dicho fin, y las respectivas adjudicaciones vía licitación. Al igual que en la asamblea de abril 2018, no se explica, en el evento, la metodología de asignación de puntos para hacerse acreedor de los certificados de compra.

En adición, la DNICPD evidenció en su Informe:

... que tanto la adjudicación vía remate como a través de sorteo se realizan en aplicación de las cláusulas pactadas en los respectivos contratos de adhesión, y de acuerdo con los procedimientos explicados en las llamadas de control posventa. Si bien es cierto, en el proceso de adjudicación los ejecutivos no explican la metodología para la asignación de certificados a través de licitación, este punto habría sido abordado, en la publicidad del servicio ofertado, en la primera reunión con el vendedor, en el contrato, y en la confirmación posventa.

En este contexto, esta DNICPD considera que no existen elementos sobre los actos de engaño investigados, por cuanto, CONDEPI entregaría, de manera general, la información clara, precisa y oportuna a sus clientes, para que decidan mantenerse o no en el programa, con la debida antelación.

Al respecto, conforme el análisis de esta Intendencia y, acogiendo el criterio de la Dirección, se colige que el operador económico no incluyó en su publicidad las características de cada una de las modalidades de adjudicación anunciadas. Empero, dado que se trata de información bastante detallada y de cierta forma compleja, debió explicarla a los usuarios a través de los vendedores, en el contrato y en el control posventa.

Bajo esta perspectiva, CONDELPI habría cumplido con su deber de entregar información clara, precisa, veraz y oportuna a sus clientes, y por ende cabría la desestimación de cargo alguno en su contra, en la medida que se haya cerciorado que los clientes hayan entendido su sistema de adjudicación de vehículos, antes de que adquirieran el servicio, u otorgándoles a los usuarios la posibilidad de desistir del servicio luego del control posventa y previo a la primera asamblea de adjudicación.

Por otra parte, los vendedores de CONDELPI han sido capacitados sobre el giro de negocio, esta información es transmitida a los clientes durante las charlas explicativas. En adición, en el caso de que el usuario haya tenido alguna duda no absuelta, o el vendedor no haya sido claro, la llamada posventa le pudo aclarar cualquier inquietud.

En adición, si el cliente, luego de la llamada posventa decide que el servicio no se adecua a sus necesidades específicas, puede retirarse del programa hasta antes de la primera asamblea, ocasionando la devolución de lo que haya pagado, pues de acuerdo con el contrato, el cliente puede

retirarse del programa, y tendrá derecho a la devolución total de los valores, hasta antes de la primera asamblea, es decir, si después de la llamada de verificación, el cliente se percató que el servicio no se adapta a sus necesidades, tiene la opción de retirarse del programa sin cargo alguno.

Bajo este orden de ideas, esta Intendencia considera que, CONDELPI no habría incurrido en actos de engaño, en la medida que entrega información oportuna y en forma clara a los usuarios, de manera veraz, y sobre todo porque otorgó y otorga a sus clientes la posibilidad de prescindir de sus servicios, al menos hasta antes de la primera asamblea, sin cargo alguno, pues es recién después del control posventa en que CONDELPI se ha asegurado que el usuario haya recibido información clara, veraz y oportuna, es decir, que no haya sido engañado por el vendedor, o corregir la información brindada por este, de ser el caso.

En conclusión, del análisis realizado por esta Intendencia, no se ha identificado el cometimiento de una práctica desleal conforme la definición del artículo 27, número 2 de la LORCPM.

6.6. Consideración sobre el falseamiento de la competencia

En este punto, del análisis económico la Dirección identificó que:

Sobre la naturaleza de las conductas desleales denunciadas, y la estructura de mercado, la DNICPD, identificó que el operador CONDELPI se ubica en el segundo lugar dentro del mercado relevante determinado en el presente expediente, **sin embargo, se logró evidenciar que dicha posición la mantendría el operador incluso antes de la temporalidad de las conductas investigadas, es decir, su posición en el mercado respondería a otros factores distintos de la posible práctica desleal (...)**

En cuanto a la estructura del mercado, se demostró que el mercado de la comercialización de los servicios de autofinanciamiento o ahorro programado vehicular, desde el año 2015 hasta el año 2021, se ha caracterizado por ser un mercado altamente concentrado, es decir, **considerando la temporalidad de las conductas desleales, año 2018 en adelante, no ha cambiado dicha condición**, por el contrario, a partir del año 2016 al 2020, se evidencia una caída del índice HHI, **en consecuencia del ingreso de nuevos operadores y permanencia de otros.**

Por otro lado, en relación al público objetivo, esta Dirección identificó que los factores determinantes para una decisión de adquirir el sistema de autofinanciamiento de un cliente, es el acceso a un bien sin ser parte de un proceso crediticio tradicional a través de instituciones financieras o concesionarios.

Finalmente, en cuanto a la cuantificación de las posibles afectaciones por la práctica desleal denunciada, esta DNICPD concluye que: 1.- la cuota de participación del operador CONDELPI en el mercado relevante se ha mantenido durante varios años, incluso antes de la temporalidad de la conducta, por lo que, su posición no sería consecuencia de las conductas denunciadas; 2.- De los ingresos totales del sistema de autofinanciamiento del operador denunciado, en promedio el programa “TU AUTO” representa más del 60% de ingresos; mientras que el



programa “TU AUTO PLANIFICADA” representa el 100% de ingresos del programas desde el año 2015 – al 2020, para el 2021 el producto “TU AUTO PROGRAMADO” supera las ventas llegando al 79%; 3.- Del total de denuncias se identificó que en promedio representaría menos 1,2% respecto del total de clientes del operador CONDELPI.

En consecuencia, esta Dirección concluye que, el operador CONDELPI, a pesar de contar con una participación 14,2% y ser el segundo operador en el mercado relevante, respecto, de la estructura del mercado, público objetivo y a la cuantificación de los efectos de la conducta desleal denunciada; esta Dirección no evidencia que el operador económico CONDELPI tenga la capacidad de falsear el régimen de competencia de conformidad con el artículo 26 de la LORCPM, dentro del presente mercado relevante. (...)

Así también, esta Intendencia en la presente resolución consideró:

- Respecto de la posición del operador denunciando, es importante señalar que el operador económico CONDELPI, mantiene una posición importante en el mercado relevante, ubicándose entre los 3 primeros operadores más relevantes en el mercado durante 6 años; para el 2020, se ubica en el segundo con una participación de 11,5% del mercado, y para el año 2021 registró una participación de 14,2%.
- En cuanto a la estructura de mercado, la comercialización de sistema de autofinanciamiento o ahorro programado para la adquisición de vehículos, mantendría una estructura altamente concentrada con un C2 de 56% y C4 de 71%, para el año 2021.
- Respecto de la naturaleza de las conductas desleales denunciadas, y la estructura de mercado, la DNICPD, identificó que el operador CONDELPI se ha mantenido en el segundo lugar dentro del mercado relevante, no obstante, esta Intendencia concuerda con la DNICPD, que dicha posición, la ha mantenido CONDELPI incluso antes de la temporalidad de la conducta denunciada, en otras palabras, su posición en el mercado respondería a otros factores distintos de la posible práctica desleal.
- Además, la DNICPD demostró que la comercialización de los servicios de autofinanciamiento o ahorro programado vehicular, desde el año 2015 hasta el año 2021, se ha caracterizado por ser un mercado altamente concentrado, es decir, esta Intendencia tiene en cuenta que conforme la temporalidad de la conducta desleal denunciada, desde el año 2018 en adelante, no ha cambiado dicha condición, sino sucedió que a partir del año 2016 al 2020, el índice HHI fue disminuyendo, debido al ingreso de nuevos operadores y permanencia de otros.
- Con relación al análisis del público objetivo, la Intendencia coincide con la DNICPD, al considerar que el sistema de autofinanciamiento para la adquisición de un vehículo está dirigido a personas nivel socio económico medio, medio-bajo, que no puede o quiere pagar tasas de interés bancario, no tiene acceso a garantes o cuotas establecidas por otras entidades que brindan servicios de préstamos o financiamientos. El consumidor no requiere adquirir el vehículo inmediatamente.
- En adición, esta Intendencia identificó que dentro del proceso de acercamiento con el cliente, en varias ocasiones el operador económico CONDELPI, realizó llamadas de seguimiento con el fin de que la información esté clara para el cliente. En consecuencia, difícilmente podría existir un grado de vulnerabilidad del público, por cuanto, CONDELPI realiza el acercamiento en varias etapas del proceso de adjudicación del vehículo en entregar información en relación al servicio



TU AUTO.

- Finalmente, respecto a la cuantificación de las posibles afectaciones por la presunta práctica desleal denunciada, esta Intendencia concuerda con la DNICPD, por cuanto, del análisis económico se evidenció que: 1.- la cuota de participación del operador CONDELPI en el mercado relevante se ha mantenido durante varios años, incluso antes de la temporalidad de la conducta, por lo que, su posición no sería consecuencia de la conducta denunciada; 2.- De los ingresos totales del sistema de autofinanciamiento del operador denunciado, en promedio el programa “TU AUTO” representa más del 60% de ingresos; mientras que el programa “TU AUTO PLANIFICADA” representa el 100% de ingresos del programas desde el año 2015 – al 2020, para el 2021 el producto “TU AUTO PROGRAMADO” supera las ventas llegando al 79%; 3.- Del total de denuncias se identificó que en promedio representaría menos 1,2% respecto del total de clientes del operador CONDELPI.
- En conclusión, **esta Intendencia por los parámetros analizados de la naturaleza de la conducta desleal, público objetivo y a la cuantificación de los efectos de la conducta desleal denunciada; esta Intendencia no evidencia que el operador económico CONDELPI tenga la capacidad de falsear el régimen de competencia de conformidad con el artículo 26 de la LORCPM, dentro del presente mercado relevante. (Énfasis añadido)**

Por lo que, del análisis del falseamiento de la competencia basado en el estudio de la naturaleza de la conducta, público afectado, así como a la cuantificación de la afectación generada por la práctica desleal, esta Intendencia, y conforme demostró la DNICPD en su informe de resultados, concluye que el operador CONDELPI, no tiene la capacidad de falsear el régimen de competencia de conformidad con el artículo 26 de la LORCPM dentro del mercado relevante definido en el presente expediente.

SÉPTIMO: RESOLUCIÓN

En uso de las atribuciones establecidas en la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, y con base en los fundamentos de hecho, de derecho y análisis económico y jurídico realizado, esta Autoridad **RESUELVE**:

PRIMERO: Acoger el Informe de Resultados. No. SCPM-INICPD-DNICPD-001-2022, elaborado por la Dirección Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales, con fecha 25 de marzo de 2022.

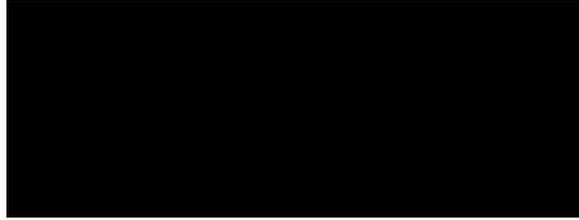
SEGUNDO.- Ordenar el archivo del expediente en contra del operador económico CONSORCIO DEL PICHINCHA S.A. CONDELPI, al no identificar elementos de convicción de la conducta de actos de engaño denunciada conforme el numeral 2 del artículo 27 de la LORCPM.

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.



Superintendencia
de Control del
Poder de Mercado

CUARTO.- Continúe actuando como secretaria de sustanciación la abogada Wendy Paola Betancourt Zurita.- **CÚMPLASE Y NOTIFÍQUESE.-**



Abg. Carlos Andrés Álvarez Duque

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