

## EXPEDIENTE SCE-CRPI-1-2023

### SUPERINTENDENCIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA.- COMISIÓN DE RESOLUCIÓN DE PRIMERA INSTANCIA.- D.M. Quito, 16 de agosto de 2023, 17:15.

**Comisionado sustanciador:** Carl Pfistermeister.

#### VISTOS

- [1] La Resolución SCPM-DS-2023-08, de 31 de enero de 2023, mediante la cual el Superintendente de Competencia Económica resolvió la siguiente reforma:

*Artículo único.- Reformar el artículo 1 de la Resolución No. SCPM-DS-2022-016 de 23 de marzo de 2022, el cual establece la conformación de la Comisión de Resolución de Primera Instancia, por la siguiente: Formarán parte de la Comisión de Resolución de Primera Instancia, los siguientes servidores designados:*

- *Doctor Edison René Toro Calderón;*
- *Economista Carl Martin Pfistermeister Mora; y,*
- *Doctor Pablo Carrasco Torrontegui.*

- [2] La Resolución SCPM-DS-2022-016, de 23 de marzo de 2022, emitida por el Superintendente de Competencia Económica en la que resolvió la siguiente designación:

*«Artículo 2.- Designar al doctor Edison René Toro Calderón, como Presidente de la Comisión de Resolución de Primera Instancia, a partir del 23 de marzo de 2022».*

- [3] El acta de la sesión extraordinaria del pleno de la Comisión de Resolución de Primera Instancia (en adelante también «**CRPI**») de 7 de marzo de 2023, que dejó constancia de la designación de la abogada Verónica Vaca Cifuentes como secretaria *ad hoc* de la **CRPI**.

- [4] El inciso final del artículo 20 de la Resolución SCPM-2013-027, de 30 de abril de 2013, reformada por la Resolución SCPM-DS-2019-36, de 23 de julio de 2019, que establece:

*«De manera excepcional, en caso de ausencia temporal o definitiva de uno de los comisionados, podrán emitir las resoluciones los comisionados restantes siempre y cuando sus criterios sean concordantes».*

- [5] El permiso personal con cargo a vacaciones del doctor Édison Toro, de 7 a 10 de agosto de 2023.

La Comisión de Resolución de Primera Instancia en uso de sus atribuciones legales,

#### CONSIDERANDO

## 1. AUTORIDAD COMPETENTE. -

- [6] La **CRPI** es competente para autorizar, denegar o subordinar las operaciones de concentración económica, previo el cumplimiento de los requisitos normativos, conforme con el señalamiento del artículo 21 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (en adelante también «**LORCPM**»), en concordancia con la determinación del artículo 36 del Instructivo de Gestión Procesal Administrativa (en adelante también «**IGPA**») de la Superintendencia de Competencia Económica (en adelante también «**SCE**»).

## 2. CLASE DE PROCEDIMIENTO. -

- [7] El procedimiento materia de esta Resolución consiste en una notificación obligatoria previa de operación de concentración económica, misma que se encuentra determinada en la Sección Primera del Capítulo III del **IGPA**.

## 3. IDENTIFICACIÓN DE LOS OPERADORES ECONÓMICOS INVOLUCRADOS. -

### 3.1 Operador económico adquirente y notificante de la operación de concentración económica: **MULTICINES S.A.**

- [8] El operador económico **MULTICINES S.A.** (en adelante también «**MUTLTICINES**») es una sociedad ecuatoriana constituida el 29 de febrero de 1996, identificada con número de RUC: 1791309863001, con domicilio en Ave. González Suarez y San Ignacio del cantón Quito. El objeto social de **MULTICINES** se enfoca en:

*a) La explotación de la industria cinematográfica en cualquiera de sus formas, así, la comercialización, producción, reproducción, distribución y exhibición de películas y videos.....; b) La construcción, equipamiento, arrendamiento, locación, concesión, compra y venta de salas de cine.....; c) La comercialización de equipos y cámaras de filmación, video, grabación, reproducción, proyección y de transmisión de imágenes y sonidos (...)<sup>1</sup>.*

- [9] El capital accionario de **MULTICINES**, en su totalidad, es propiedad del operador económico extranjero **RIALT HOLDINGS S.R.L. (RIALT)**, el cual se registra en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS) con código: SE-Q-00003336. Conforme la información provista por la Intendencia Nacional de Control de Concentraciones Económicas (INCCE), en su informe, la empresa **RIALT** es una sociedad uruguaya de inversión, que ejerce control directamente en las empresas ecuatorianas: i) **AUTO DELTA CIA. LTDA**; ii) **CONSTRUCTURA E INMOBILIARIA CONSTRUECUADOR S.A.**; iii) **NOVAECUADOR S.A. AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS (NOVAECUADOR)**, además indirectamente tiene control sobre **LATINOAMERICANA DE SERVICIOS ESPECIALES NOVAUTO AUTOCLUB** (en adelante, **NOVAUTO**) y **TECNOCAR C.A.** Empresas dedicadas al comercio de vehículos, seguros y la construcción.

### 3.2 Operador económico adquirido: **FIVE STARS CINEMA-STARCINEMA FSCS S.A.**

- [10] El operador económico **FIVE STARS CINEMA-STARCINEMA FSCS S.A.** (en adelante también «**STARCINEMA**») es una compañía constituida el 18 de abril de 2017, identificada

<sup>1</sup> Portal de información de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros. Consulta de expediente: 49513 desde: <https://appscvssoc.supercias.gob.ec/consultaCompanias/societario/informacionCompanias.jsf>.

con RUC No. 1391851901001 y domicilio en Calle 20 y Ave. Malecón del cantón Manta. El objeto social de STARCINEMA consiste en:

*(...) actividades de reproducción de películas cinematográficas para su distribución en cines se incluyen actividades de archivo cinematográficos entre otros, actividades de postproducción, como: edición, rotulación, subtitulado, créditos subtitulados para sordos y efectos especiales producidos por ordenador, transferencia de películas a cinta.<sup>2</sup>*

[11] No obstante, Intendencia Nacional de Control de Concentraciones Económicas (adelante también «**INCCE**»), especifica que el giro de negocio de **STARCINEMA** es la exhibición de películas en salas de cine a través de su marca comercial CINEXT.

[12] El capital accionario de STARCINEMA se estructura de acuerdo a lo siguiente:

Identificación	Accionista	Capital	Participación
1711892305	Beitsch Deller Adriel Herman	110.000,00	20 %
1710193838	Beitsch Deller Alexandra Zivia	110.000,00	20 %
179391577001	UNITY3-CORPORATION CIA. LTDA.	330.000,00	60 %
TOTAL		<b>550.000,00</b>	<b>100 %</b>

*Fuente:* Portal de información de la SCVS.

[13] El operador económico **STARCINEMA** se encuentra constituido y controlado por UNITY3-CORPORATION CÍA. LTDA. el cual a su vez es propiedad del operador económico UNITY3-HOLDING CIA. LTDA. y MONTANGELLOENTERPRISES S.A.S. empresas que son propiedad de HARMONY TRUST, inversión extranjera identificada con SE-Q-00008854<sup>3</sup>.

#### 4. DESARROLLO DE LOS ANTECEDENTES DEL EXPEDIENTE. -

[14] Mediante formulario y anexos presentados el 15 de noviembre de 2022, a las 12:03, en trámite signado con I.D.: 257930, el operador económico **MULTICINES** presentó una notificación obligatoria de operación de concentración económica.

[15] En escrito presentado el 25 de noviembre de 2022, signado con I.D.: 258936, el operador económico **MULTICINES**, en alcance a su notificación de 15 de noviembre de 2022, remitió el acta de junta general universal de socios relacionada con la concentración económica notificada.

[16] Mediante oficio No. SCPM-IGT-INCCE-2022-146 de 30 de noviembre de 2022, **INCCE** solicitó al operador económico **MULTICINES**, que complete los requisitos de la notificación obligatoria de la operación de concentración económica conforme con el artículo 18 del Reglamento para la aplicación de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (en adelante también «**RLORCPM**»).

<sup>2</sup> Portal de información de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros. Consulta de expediente: 711908 desde: <https://appscvsoc.supercias.gob.ec/consultaCompanias/societario/informacionCompanias.jsf>.

<sup>3</sup> Portal de información Superintendencia de Compañías Valores y Seguros. Consulta de expedientes 741081 y 325228 desde: <https://appscvsoc.supercias.gob.ec/consultaCompanias/societario/informacionCompanias.jsf>.

- [17] Con escrito presentado el 9 de diciembre de 2022, signado con trámite I.D.: 260107, el operador económico **MULTICINES** completó la notificación de operación de concentración económica, conforme lo requerido por la **INCCE** a través de oficio de 30 de noviembre de 2022.
- [18] Mediante providencia de 16 de diciembre de 2022, a las 15:10, la **INCCE** avocó conocimiento de la operación de concentración económica notificada por **MULTICINES**.
- [19] A través de providencia expedida el 10 de enero de 2023, a las 16:00, la **INCCE** realizó requerimientos de información a varios operadores económicos del sector, así también se determinó el inicio de la fase 2 en la investigación del expediente.
- [20] Con escrito presentado el 16 de enero de 2023, a las 16:07, signado con trámite I.D.: 262638, el operador económico de **STARSCINEMA** cumplió con el requerimiento de información realizado mediante providencia de 10 de enero de 2023.
- [21] Por medio de escrito presentado el 16 de enero de 2023, a las 17:12, signado con trámite I.D.: 262642, el operador económico **CINEMARK DEL ECUADOR S.A.**, cumplió con el requerimiento de información de providencia de 10 de enero de 2023.
- [22] Con escrito presentado el 7 de enero de 2023, a las 12:17, signado con trámite I.D.: 262680, el operador económico **MULTICINES** cumplió con el requerimiento de información realizado mediante providencia de 10 de enero de 2023.
- [23] El 24 de enero de 2023, a las 15:00, se llevó a cabo una reunión de trabajo entre el operador económico **MULTICINES** y los funcionarios de la **INCCE**, diligencia dispuesta mediante providencia de 18 de enero de 2023.
- [24] El 27 de enero de 2023, a las 10:00, se llevó a cabo una reunión de trabajo entre la **INCCE** y el operador económico **OCHO Y MEDIO CENTRO DE CULTURA CIA. LTDA.**, según providencia de 25 de enero de 2022, a las 10:45.
- [25] El 27 de enero de 2023, a las 12:00, se llevó a cabo una reunión de trabajo entre la **INCCE** y el operador económico **SUPERCINES S.A.** (en adelante también «**SUPERCINES**»), de acuerdo a providencia de 25 de enero de 2022, a las 10:45.
- [26] Con escrito presentado el 16 de febrero de 2023, a las 11:20, signado con trámite I.D.: 265375, el operador económico **MULTICINES** remitió información adicional sobre la operación de concentración económica notificada.
- [27] Mediante providencia de 17 de febrero de 2023, a las 15:50, la **INCCE** dispuso planificar, programar y ejecutar encuestas a los clientes del servicio de proyección de películas en salas de cine; además, se solicitó información a los operadores **MULTICINES**, **STARCINEMA**, **CINEMARK**, **CINEFORTIN S.A.**, **CINEMALECON FUNDACIÓN MALECON 2000**, **ENTERTAINMENT DISCOVERY DISCOVERMENT S.A.**, **ZOCALO ZOCAFILMS S.A.** Y **EXPLODE FLIMS EXPLOFILMS S.A.**; y, se suspendió el término de investigación.
- [28] Mediante providencia de 30 de marzo de 2023, a las 17:15, se concedió copias del formato de encuesta aprobado para Guayaquil y Quito al operador económico **MULTICINES**.
- [29] Mediante providencia de 8 de mayo de 2023, a las 17:15, la **INCCE**, en lo principal, realizó un requerimiento de información al operador económico **MULTICINES**, y dispuso la

consolidación de la base de datos de las encuestas y elaboración de un reporte metodológico sobre la misma.

- [30] Mediante providencia de 16 de mayo de 2023, a las 17:13, la **INCCE** prorrogó el tiempo de investigación por el término de sesenta días.
- [31] Mediante Memorando No. SCE-INCCE-DNCCE-2023-010, de 21 de junio de 2023, signado con número de trámite: 202302750, la **INCCE** remitió a la **CRPI** el Informe No. SCE-IGT-INCCE-2023-002, así como un extracto confidencial para el operador económico **MULTICINES** y un extracto no confidencial, además otorgó acceso al expediente electrónico SCPM-IGT-INCCE-025-2022.
- [32] Mediante Providencia emitida el 23 de junio de 2023, a las 16:32, la **CRPI** avocó conocimiento del expediente SCE-CRPI-1-2023, agregó el Informe SCE-IGT-INCCE-2023-002, de 21 de junio de 2023, así como sus extractos, disponiendo trasladar el extracto confidencial para **MULTICINES** a dicho operador económico, para que, en el término de tres (3) días, manifieste lo que considere necesario.
- [33] Con escrito de 28 de junio de 2023 y anexo, signados con trámite I.D.: 202303085, el operador económico **MULTICINES** presentó sus observaciones al Informe SCE-IGT-INCCE-2023-002, de 21 de junio de 2023 y solicitó la realización de una audiencia pública.
- [34] Mediante providencia emitida el 3 de julio de 2023, a las 15:05; la **CRPI** dispuso convocar al operador económico **MULTICINES** y a la **INCCE** a la celebración de una audiencia pública, por vía telemática, el 11 de julio de 2023, a las 10:00, según las reglas expuestas en el artículo 18 del IGPA.
- [35] Mediante Memorando No. SCE-INCCE-DNCCE-2023-022 y anexos de 5 de julio de 2023, con número de trámite: 202303384, la **INCCE** remitió a la **CRPI** el escrito y anexo presentados el 26 de junio de 2023, a las 14:35, por Lorena Paredes en calidad de abogada del operador económico **SUPERCINES**, signado con número trámite interno I.D.: 269600.
- [36] Con escrito presentado el 7 de julio de 2023, signado con número de trámite: 202303495, el operador económico **INMOBILIARIA NUEVO CARAPUNGO INMOCARAPUNGO S.A.** (en adelante también «**INMOCARAPUNGO**»), presentó autorización de su abogado para comparecer en la audiencia pública convocada por la **CRPI**.
- [37] Con escrito presentado el 10 de julio de 2023, signado con número de trámite: 202303499, el operador económico **STARCINEMA**, designó abogados defensores y solicitó el diferimiento de la audiencia pública.
- [38] Con escrito presentado el 10 de julio de 2023 y signado con número de trámite: 202303512, el operador económico **MULTICINES** solicitó el diferimiento de la audiencia, así como copia del escrito remitido por la **INCCE** adjunto al Memorando No. SCE-INCCE-DNCCE-2023-022.
- [39] Con escrito y anexo ingresados el 10 de julio de 2023, con número de trámite: 202303518 el operador económico **STARCINEMA** solicitó copia del expediente SCE-CRPI-1-2023.
- [40] Mediante providencia emitida el 11 de julio de 2023, a las 08:31, la **CRPI**, en lo principal, dispuso lo siguiente:

**CUARTO.- OTORGAR** al operador económico **Inmobiliaria Nuevo Carapungo INMOCARAPUNGO S.A.**, el término de 3 días, contados a partir de la notificación de la presente Providencia, para justificar debidamente el interés por el cual se le permitiría comparecer ante el presente expediente.

(...) **SÉPTIMO.- CONCEDER** copias simples del expediente SCE-CRPI-1-2023, a los operadores económicos **Multicines S. A.** y **FIVE STARS CINEMA-STARCINEMA S.A.**

**OCTAVO.- DEJAR** sin efecto la convocatoria a la audiencia pública comunicada mediante la Providencia de 3 de julio de 2023, de las 15:05.

**NOVENO.- CONVOCAR** a los operadores económicos **Multicines S. A.** y **FIVE STARS CINEMA-STARCINEMA S.A.**, y a la Intendencia Nacional de Control de Concentraciones, a la celebración de una audiencia pública, por vía telemática, el 18 de julio de 2023, a las 10:00, según las reglas expuestas en la presente providencia.

[41] Con escrito el 13 de julio de 2023, signado con trámite: 202303648, el operador económico **SUPERCINES** solicitó se le facilite el enlace respectivo para poder acceder a la audiencia pública convocada por la CRPI en providencia de 11 de julio de 2023.

[42] Por medio de escrito de 13 de julio de 2023, signado con número de trámite: 202303646 el operador económico **SUPERCINES** solicitó se le conceda copia íntegra del expediente SCE-CRPI-1-2023.

[43] A través de escrito ingresado el 13 de julio de 2023 y signado con número de trámite: 202303674 el operador económico **MULTICINES** presentó la autorización para el retiro de las copias del expediente, concedidas en providencia de 11 de julio de 2023.

[44] Mediante providencia expedida el 14 de julio de 2023, a las 12:24, la CRPI dispuso en lo principal lo siguiente:

**SEGUNDO.- SOLICITAR** a la secretaria ad hoc de la CRPI remitir al operador económico **SUPERCINES S.A.**, el link respectivo para poder acceder a la audiencia pública señalada en la Providencia de 11 de julio de 2023, de las 08:31.

**TERCERO.- CONCEDER** copias simples de la parte pública del expediente SCE-CRPI-1-2023 (excepto de cualquier información que haya sido declarada en este u otros expedientes como reservada o confidencial), desde las actuaciones del 5 de junio de 2023, hasta el 14 de julio de 2023 –en caso de que las hubiere-, al operador económico **SUPERCINES S.A.**

[45] Con escrito presentado el 14 de julio de 2023, a las 12:32, signado con número de trámite: 202303704, el operador económico **INMOCARAPUNGO** solicitó autorización para comparecer a la audiencia pública convocada por la **CRPI**, así, designo a su abogado defensor para dicha diligencia.

[46] Mediante providencia emitida el 14 de julio de 2023, a las 15:56, la **CRPI** dispuso tomar en cuenta la designación del representante de **INMOCARAPUNGO**, para la asistencia en calidad

de oyente a la audiencia pública dispuesta a través de la Providencia de 11 de julio de 2023; además, solicitó a la secretaria *ad hoc* de la **CRPI** que se le remita el enlace respectivo.

- [47] Por medio de escrito presentado el 14 de julio de 2023, signado con número de trámite 202303718, el operador económico **MULTICINES** solicitó copias de la totalidad del expediente.
- [48] Mediante providencia emitida el 17 de julio de 2023, a las 16:59, la **CRPI** dispuso atender favorablemente la solicitud de copias por parte del operador económico **MULTICINES**.
- [49] El 18 de julio de 2023, a partir de las 10:00, se desarrolló la audiencia pública de conformidad con la convocatoria realizada en providencia de 11 de julio de 2023, como constancia se registra el acta con número de trámite 202303959, así como el archivo de video con número de trámite 202303985.
- [50] El Memorando No. SCE-INCCE-DNCCE-2023-033 y anexo, de 12 de julio de 2023, signado con trámite ID. 276770, mediante el cual la **INCCE** remitió copia certificada del anexo al escrito presentado el 15 de noviembre de 2022, por parte del operador económico **MULTICINES**, signado originalmente con anexo: 477132 del trámite ID. 257930.
- [51] Con escrito y anexos ingresados el 18 de julio del 2023, signados con número de trámite: 202303778, el operador económico **STARCINEMA** presentó y solicitó la incorporación al expediente de la Constatación Notarial de 18 de julio de 2023, respecto a constatación del tiempo existente entre el cine CINEXT ubicado en el Centro Comercial Portal Shopping, y **MULTICINES** ubicado en el Centro Comercial El Condado Shopping.
- [52] Por medio de escrito y anexos ingresados el 18 de julio de 2023, signados con número de trámite: 202303779, el operador económico **STARCINEMA** hizo la entrega física de los documentos señalados en el trámite 202303778.
- [53] A través de escrito y anexos presentado el 19 de julio del 2023, signado con número de trámite: 202303853, el operador económico **MULTICINES** remitió la presentación y documento exhibidos en la audiencia pública de 18 de julio de 2023; en adición, el operador económico solicitó copia del expediente y grabación de la audiencia.
- [54] Con escrito presentado el 24 de julio de 2023, con número de trámite: 202304035, el operador económico **STARCINEMA** realizó aseveraciones respecto del análisis de la concentración económica, solicitado que estas sean resueltas por la **CRPI**.
- [55] A través de escrito y anexo presentado el 26 de julio de 2023, signado con número de trámite: 202304163, el operador económico **STARCINEMA** remitió la presentación exhibida en el desarrollo de la audiencia pública de 18 de julio de 2023.
- [56] Mediante providencia emitida el 31 de julio de 2023, a las 10:56, la **CRPI** dispuso, en lo principal, agregar al expediente los escritos y anexos señalados *ut supra*, así como atender favorablemente la solicitud de copias por parte del operador económico **MULTICINES**.
- [57] Con escrito presentado el 31 de julio de 2023, a las 16:35, con número de trámite: 202304328, el operador económico **MULTICINES** presentó pronunciamientos y solicitudes respecto del análisis de la definición del mercado relevante, además solicitó copia del expediente.

- [58] A través de escrito ingresado el 2 de agosto de 2023, a las 15:11, signado con número de trámite: 202304421, el operador económico **SUPERCINES** solicitó copia de la resolución respecto a la concentración en estudio y de manera subsidiaria, las fechas de inicio del procedimiento y de sus etapas.
- [59] Mediante escrito y anexo presentados el 7 de agosto de 2023, a las 16:27, signados con número de trámite: 202304555, el operador económico **MULTICINES** en lo principal presentó solicitudes respecto a la siguiente afirmación: “*de cada diez quiteños ocho se mueven en bus, no se mueven en carro*” emitida por el Alcalde del Distrito Metropolitano de Quito además solicitó copia del expediente.
- [60] En escrito y anexos presentados el 9 de agosto de 2023, a las 14:11, signados con número de trámite: 202304646, el operador económico **MULTICINES** en lo principal insistió en los pedidos de los escritos de 31 de julio y 7 de agosto de 2023, así también solicitó copia de la totalidad del expediente.
- [61] La providencia emitida el 16 de agosto de 2023, a las 16:14, la CRPI dispuso, en lo principal, agregar al expediente los escritos y anexos señalados *ut supra* los cuales fueron presentados por los operadores económicos **MULTICINES** y **SUPERCINES** así como atender favorablemente la solicitud de copias por parte del operador económico **MULTICINES**.

## 5. FUNDAMENTOS DE DERECHO DE LA RESOLUCIÓN

### 5.1 Constitución de la República del Ecuador

- [62] El artículo 213 de la Carta Magna determina las facultades de las Superintendencias como órganos de control y regulación en actividades económicas, y en el caso de perjuicios a los derechos económicos como órganos facultados para sancionar en casos en los cuales se distorsione o restrinja la libre y leal competencia, buscando la transparencia y eficiencia en los mercados.

*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.*

- [63] Los artículos 335 y 336 de la Constitución establecen las bases normativas para que el Estado logre una adecuada protección de la libre competencia, el comercio justo y leal, así:

*Art. 335.- El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.*

*El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica*

*de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal.*

*Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.*

*El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá.*

[64] Los artículos transcritos establecen las bases constitucionales para la actuación de la Superintendencia de Competencia Económica; indican el fundamento de su función de vigilancia y control, así como de su facultad sancionadora.

## **5.2 Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado:**

[65] Los artículos 1 y 2 de la **LORCPM** establecen su objetivo y el ámbito de aplicación:

*Art. 1.- Objeto.- 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.”*

*Art. 2.- Ámbito.- 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.*

*Las conductas o actuaciones en que incurriere un operador económico serán imputables a él y al operador que lo controla, cuando el comportamiento del primero ha sido determinado por el segundo.*

*La presente ley incluye la regulación de las distorsiones de mercado originadas en restricciones geográficas y logísticas, así como también aquellas que resultan de las asimetrías productivas entre operadores económicos.*

[66] El artículo 14 de la **LORCPM** determina qué se entiende por una operación de concentración económica:

*Art. 14.- Operaciones de concentración económica.- A los efectos de esta ley se entiende por concentración económica al cambio o toma de control de una o varias empresas u operadores económicos, a través de la realización de actos tales como:*

- a) La fusión entre empresas u operadores económicos.*
- b) La transferencia de la totalidad de los efectos de un comerciante.*

c) *La adquisición, directa o indirectamente, de la propiedad o cualquier derecho sobre acciones o participaciones de capital o títulos de deuda que den cualquier tipo de derecho a ser convertidos en acciones o participaciones de capital o a tener cualquier tipo de influencia en las decisiones de la persona que los emita, cuando tal adquisición otorgue al adquirente el control de, o la influencia sustancial sobre la misma.*

d) *La vinculación mediante administración común.*

e) *Cualquier otro acuerdo o acto que transfiera en forma fáctica o jurídica a una persona o grupo económico los activos de un operador económico o le otorgue el control o influencia determinante en la adopción de decisiones de administración ordinaria o extraordinaria de un operador económico.*

[67] El artículo 15 de la **LORCPM** indica las facultades de la **SCE** en relación con las concentraciones económicas de notificación obligatoria, así:

**Art. 15.- Control y regulación de concentración económica.-** *Las operaciones de concentración económica que estén obligadas a cumplir con el procedimiento de notificación previsto en esta sección serán examinadas, reguladas, controladas y, de ser el caso, intervenidas o sancionadas por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.*

*En caso de que una operación de concentración económica cree, modifique o refuerce el poder de mercado, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado podrá denegar la operación de concentración o determinar medidas o condiciones para que la operación se lleve a cabo. Habiéndose concretado sin previa notificación, o mientras no se haya expedido la correspondiente autorización, la Superintendencia podrá ordenar las medidas de desconcentración, o medidas correctivas o el cese del control por un operador económico sobre otro u otros, cuando el caso lo amerite, sin perjuicio de las sanciones a que hubiere lugar de conformidad con los artículos 78 y 79 de esta Ley.*

[68] El artículo 16 de la **LORCPM** determina las condiciones que se deben cumplir para que la notificación de concentración económica sea obligatoria:

**Art. 16.- Notificación de concentración.-** *Están obligados a cumplir con el procedimiento de notificación previa establecido en esta Ley, los operadores económicos involucrados en operaciones de concentración, horizontales o verticales, que se realicen en cualquier ámbito de la actividad económica, siempre que se cumpla una de las siguientes condiciones:*

a) *Que el volumen de negocios total en el Ecuador del conjunto de los partícipes supere, en el ejercicio contable anterior a la operación, el monto que en Remuneraciones Básicas Unificadas vigentes haya establecido la Junta de Regulación.*

b) *En el caso de concentraciones que involucren operadores económicos que se dediquen a la misma actividad económica, y que como consecuencia de la concentración se adquiera o se incremente una cuota igual o superior al 30 por ciento del mercado relevante del producto o servicio en el ámbito nacional o en un mercado geográfico definido dentro del mismo.*

*En los casos en los cuales las operaciones de concentración no cumplan cualquiera de las condiciones anteriores, no se requerirá autorización por parte de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado. Sin embargo, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado podrá solicitar de oficio o a petición de parte que los operadores económicos involucrados en una operación de concentración la notifiquen, en los términos de esta sección.*

*Las operaciones de concentración que requieran de autorización previa según los incisos precedentes, deberán ser notificadas para su examen previo, en el plazo de 8 días contados a partir de la fecha de la conclusión del acuerdo, bajo cualquiera de las modalidades descritas en el artículo 14 de esta Ley, ante la Superintendencia de Control del Poder de Mercado. La notificación deberá constar por escrito, acompañada del proyecto del acto jurídico de que se trate, que incluya los nombres o denominaciones sociales de los operadores económicos o empresas involucradas, sus estados financieros del último ejercicio, su participación en el mercado y los demás datos que permitan conocer la transacción pretendida. Esta notificación debe ser realizada por el absorbente, el que adquiere el control de la compañía o los que pretendan llevar a cabo la concentración. Los actos sólo producirán efectos entre las partes o en relación a terceros una vez cumplidas las previsiones de los artículos 21 o 23 de la presente Ley, según corresponda.*

[69] El artículo 21 de la **LORCPM** prevé el término para resolver las notificaciones obligatorias de concentración económica, así:

**Art. 21.- Decisión de la Autoridad.-** *En todos los casos sometidos al procedimiento de notificación previa establecido en este capítulo, excepto los de carácter informativo establecidos en el segundo inciso del artículo 16 de la presente Ley, la Superintendencia, por resolución motivada, deberá decidir dentro del término de sesenta (60) días calendario de presentada la solicitud y documentación respectiva:*

- a) Autorizar la operación;*
- b) Subordinar el acto al cumplimiento de las condiciones que la misma Superintendencia establezca; o,*
- c) Denegar la autorización.*

*El término establecido en este artículo podrá ser prorrogado por una sola vez, hasta por sesenta (60) días término adicionales, si las circunstancias del examen lo requieren.*

[70] El artículo 22 de la **LORCPM** prevé los criterios de decisión al resolver sobre una concentración económica notificada de manera obligatoria:

**Art. 22.- Criterios de decisión.-** *A efectos de emitir la decisión correspondiente según el artículo anterior, se tendrán en cuenta los siguientes criterios:*

- 1.- El estado de situación de la competencia en el mercado relevante;*
- 2.- El grado de poder de mercado del operador económico en cuestión y el de sus principales competidores;*

3.- La necesidad de desarrollar y/o mantener la libre concurrencia de los operadores económicos, en el mercado, considerada su estructura así como los actuales o potenciales competidores;

4.- La circunstancia de si a partir de la concentración, se generare o fortaleciere el poder de mercado o se produjere una sensible disminución, distorsión u obstaculización, claramente previsible o comprobada, de la libre concurrencia de los operadores económicos y/o la competencia;

5.- La contribución que la concentración pudiere aportar a:

a) La mejora de los sistemas de producción o comercialización;

b) El fomento del avance tecnológico o económico del país;

c) La competitividad de la industria nacional en el mercado internacional siempre y cuando no tenga una afectación significativa al bienestar económico de los consumidores nacionales;

d) El bienestar de los consumidores nacionales;

e) Si tal aporte resultare suficiente para compensar determinados y específicos efectos restrictivos sobre la competencia; y,

f) La diversificación del capital social y la participación de los trabajadores.

### 5.3 Reglamento para la aplicación de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado

[71] En el **RLORCPM** se establece el plazo en el cual se debe presentar la notificación obligatoria, y la casuística para considerar la fecha de conclusión de los acuerdos que darán lugar al cambio o toma de control por parte de los operadores económicos:

**Art. 17.- Notificación obligatoria de concentración económica.-** Las operaciones de concentración que requieran de autorización previa según la Ley y este Reglamento, deberán ser notificadas a la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, para su examen previo, en el plazo de ocho (8) días contados a partir de la fecha de la conclusión del acuerdo que dará lugar al cambio o toma de control de una o varias empresas u operadores económicos de conformidad con el artículo 14 de la Ley.

A estos efectos, se considerará que existe conclusión de acuerdo en los siguientes casos:

(...) c) En el caso de la adquisición, directa o indirecta, de la propiedad o cualquier derecho sobre acciones o participaciones de capital o títulos de deuda que den cualquier tipo de derecho a ser convertidos en acciones o participaciones de capital o a tener cualquier tipo de influencia en las decisiones de la persona que los emita, cuando tal adquisición otorgue al adquirente el control de, o la influencia sustancial sobre la persona que los emita, existe acuerdo desde el momento en que los partícipes consientan en realizar el acto que origine la operación concentración económica, y determinen la forma, el plazo y las condiciones en que vaya a ejecutarse. Cuando los partícipes sean compañías, se considerará que el acuerdo existe cuando la celebración del acto en cuestión sea autorizado por la junta general de accionistas o socios, o el órgano competente, de los operadores económicos involucrados, de conformidad con el estatuto correspondiente.

[72] El artículo 21 del **RLORCPM** establece los criterios de decisión para las operaciones de concentración económica, así:

**Art. 21.- Criterios de decisión.-** La Superintendencia de Control del Poder de Mercado podrá -autorizar, denegar o condicionar la operación de concentración, de conformidad con lo establecido en la sección" IV del capítulo II de la Ley.

*Las condiciones pueden referirse al comportamiento o a la estructura de los operadores económicos involucrados.*

*A efectos de autorizar una operación de concentración económica en los términos de la Ley, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado ponderará, en todos los casos, el grado de participación de los trabajadores en el capital social.*

*Si se hubiere subordinado la autorización al cumplimiento de condiciones, estas deberán adoptarse en Un término máximo de noventa (90) días de notificada la resolución que las establece.*

*La Superintendencia podrá otorgar un término adicional para el cumplimiento de las condiciones cuando el operador económico al que dichas condiciones le fueron impuestas demuestre que, habiendo mediado todos los esfuerzos necesarios, le ha sido imposible cumplirlas en el término antes señalado.*

*Si las condiciones no han sido cumplidas en el término de noventa (90) días o en el término adicional otorgado por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, esta denegará la operación de concentración.*

#### **5.4 Instructivo de Gestión Procesal Administrativa de la SCE**

[73] El artículo 36 del IGPA determina el procedimiento para las operaciones de concentración económica notificadas obligatoriamente, así:

**Art. 36.- PROCEDIMIENTO DE NOTIFICACIÓN OBLIGATORIA PREVIA DE OPERACIONES DE CONCENTRACIÓN ECONÓMICA.-** Para dar cumplimiento al procedimiento de notificación obligatoria previa, previsto en los artículos 15 y 16 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado; y, 20 y 20.1 del Reglamento para la aplicación de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, se observará lo siguiente:

##### **(...) 5. ETAPA DE RESOLUCIÓN:**

*En caso de que la Intendencia Nacional de Control de Concentraciones Económicas concluya la inocuidad de una determinada operación de concentración económica dentro de la fase 1 de investigación, una vez recibido el informe técnico emitido por esa autoridad, la Comisión de Resolución de Primera Instancia dispondrá del término de diez (10) días para resolver.*

*Si en su resolución, la Comisión de Resolución de Primera Instancia disiente de lo recomendado en fase 1 por parte de la Intendencia Nacional de Control de Concentraciones Económicas, resolverá disponer la apertura de la fase 2 de investigación, misma que será desarrollada por esa autoridad, para efecto de lo cual dispondrá del término restante de los sesenta (60) días establecidos en el primer inciso*

del artículo 21 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, para resolver.

*En caso de que la Intendencia Nacional de Control de Concentraciones Económicas haya dispuesto el inicio de la fase 2 de investigación, una vez recibido el informe técnico emitido por ese órgano, la Comisión de Resolución de Primera Instancia dispondrá del término restante de los sesenta (60) días establecidos en el primer inciso del artículo 21 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado para resolver su autorización, subordinación o denegación.*

*En el caso de que la Intendencia Nacional de Control de Concentraciones Económicas haya hecho uso del término de prórroga, la Comisión de Resolución de Primera Instancia dispondrá del término restante de la prórroga de sesenta (60) días.*

## 6. SITUACIÓN DE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO RELEVANTE

[74] La definición del mercado es sin duda una herramienta fundamental dentro de la política de competencia, en este sentido la Comisión Europea señala que el principal objetivo de la definición de mercado es:

*(...) determinar de forma sistemática las limitaciones que afrontan las empresas afectadas desde el punto de vista de la competencia. La definición de mercado tanto desde el punto de vista del producto como de su dimensión geográfica debe permitir identificar aquellos competidores reales de las empresas afectadas que puedan limitar el comportamiento de éstas o impedirles actuar con independencia de cualquier presión que resulta de una competencia efectiva (...)<sup>4</sup>*

[75] La determinación del mercado relevante exige un análisis de los fundamentos técnicos y jurídicos que sustenten dicha definición. De acuerdo con el artículo 5 de la LORCPM, se debe considerar al menos el mercado del producto o servicio, el mercado geográfico, el mercado temporal y las características relevantes de los grupos específicos de vendedores y compradores que participan en dicho mercado.

### 6.1 Mercado Relevante

[76] Al respecto de la definición de mercado relevante, la **INCCE**, apuntó:

[65] *La definición de mercado relevante es considerada una de las herramientas primordiales para el análisis ex ante de los posibles cambios que se pueden producir en la estructura del mercado y, también para identificar los efectos horizontales o verticales al momento de una concentración económica.*

[66] *Por tal motivo, es necesario considerar dentro del análisis los conceptos de mercado de producto y mercado geográfico tal como lo establece la ley.*

[67] *En el artículo 5 de la LORCPM, menciona en lo que compete al mercado de productos: “[...] comprende, al menos, el bien o servicio materia de la conducta investigada y sus sustitutos [...]”. En este caso, el bien o servicio involucrado en*

---

<sup>4</sup> Comisión de la Unión Europea, Comunicación de la Comisión relativa a la definición de mercado de referencia a efectos de la normativa comunitaria en materia de competencia (97/C 372/03).

*la operación de concentración económica es i) servicio de exhibición de películas en sala.*

- [68] *Por otro lado, en lo referente al mercado geográfico, dentro del mismo artículo menciona: “[...] conjunto de zonas geográficas donde están ubicadas las fuentes alternativas de aprovisionamiento del producto relevante [...]”*
- [69] *Bajo estas consideraciones, se realizará una definición de mercado relevante con base en la normativa vigente en Ecuador, esto es la LORCPM y la Resolución No. 11 de la Junta de Regulación de la LORCPM.*

[77] En relación con el servicio relevante de este caso, la **INCCE**, indicó:

- [75] *Para que una película llegue a la audiencia existen al menos tres eslabones productivos:*
- ***Exhibidores de películas en salas de cine:*** *los exhibidores de películas en salas de cine son quienes proyectan el contenido audiovisual a los clientes, para lo cual mantienen una infraestructura específica, como equipos de audio y video, butacas, instalaciones con tratamiento acústico, entre otros. Adicional a los ingresos provenientes por la venta de boletos para ver las películas, los exhibidores también rentabilizan a través de la venta de comida (snacks salados y dulces) y espacios publicitarios.*

*Cabe mencionar que en este eslabón, las empresas que exhiben películas a través de salas de cine negocian a los distribuidores una renta o derechos por la transmisión, siendo usual que en las primeras semanas de estreno el distribuidor toma un porcentaje mayor de los réditos de la taquilla. En las siguientes semanas se establecen condiciones más favorables para los exhibidores, los cuales podrán ofrecer promociones y obtener un mayor porcentaje de la venta de boletos.*

*Los exhibidores suelen mantener distintas tecnologías de proyección, siendo las más comunes las pantallas estándar, tecnología 3D (experiencia visual en tres dimensiones mismas que requieren el uso de gafas especializada que permiten percibir profundidad), IMAX (mayor resolución y calidad de imagen, tiene un tamaño mayor que las estándar) y 4D (combina la proyección de la película con efectos físicos y sensoriales).*

- [76] *En este caso, tanto MULTICINES como CINEXT se encuentran en el último eslabón de la industria cinematográfica, y sobre esta actividad se verificará la composición del mercado relevante con base en la sustitución por el lado de la demanda y de la oferta.*

[78] Acerca de la sustitución de la demanda, la **INCCE**, sostiene:

- [77] *La exhibición de películas en salas de cine se puede considerar como una actividad de entretenimiento que se lo realiza fuera del hogar, donde los espectadores pueden visualizar una filme en particular.*
- [78] *Esta se distingue de otras alternativas de entretenimiento como eventos deportivos, conciertos, teatro, entre otros ya que, cada una busca atender una necesidad particular, por ejemplo:*

- *Conciertos de música: la audiencia busca escuchar la interpretación en vivo de un artista en particular, el valor promedio de entrada varía en función del alcance, promoción, y popularidad del artista.*
  - *Eventos deportivos.- está enfocado a público que tiene afinidad o identificación con algún equipo deportivo o atleta, para lo cual, asisten a estadios, complejos deportivos, entre otros. El precio depende de factores geográficos, tipo de infraestructura donde se va a desarrollar y la popularidad del evento.*
  - *Teatro: los asistentes a este tipo de evento se encuentran interesados en una obra de teatro ejecutada por actores en vivo. El precio al igual que otros eventos depende del lugar donde se llevará la obra de teatro, la popularidad de la misma, entre otros.*
- [86] (...) *Por otro lado, existen otras formas de entretenimiento como son la televisión de señal abierta, televisión de pago, o plataformas de streaming, que podrían ser alternativas al cine, no obstante, cada una de estas distan en cuanto a características de contenido y experiencia que las enmarcarían en mercados separados. Mientras que los espectadores en salas de cines pueden visualizar películas de estrenos, para el caso generalizado en plataformas de streaming o televisión deberán esperar semanas o meses para recibir dicho contenido.*
- [87] *Adicionalmente, la programación que recibe la televisión y plataformas de streaming resulta más variada, por ejemplo series, documentales, reality, eventos deportivos, entre otros, por cuanto, este catálogo desde el punto de vista del consumidor resultaría distinto al que se proyecta en salas de cine. Incluso la ocasión de consumo resulta disímil y muchas veces podría considerarse como complementaria pero no sustituta. Para clarificar esto, los consumidores promedios de televisión y las plataformas visualizan el contenido en los hogares a distintas horas del día, por otro lado, visitar una sala de cine requiere planificación previa y movilización, adicional a esto, el cliente de películas en las salas de cine obtendrá una experiencia de entretenimiento inmersiva en cuanto a calidad de proyección, acústica y confort, además de complementarlo con alimentación de snacks salados y dulces.*
- [88] *Lo mencionado se puede verificar a través de las magnitudes de usuarios que dispone cada uno de estos servicios. La tasa de crecimiento de los tickets vendidos por los exhibidores de salas de cines en Ecuador tuvo un crecimiento promedio de ██████ en el periodo 2015-2019. Sin embargo, a inicio de 2020, la OMS declaró pandemia mundial provocada por el virus SARS-CoV-2<sup>5</sup>. Frente a esta situación, las autoridades locales tomaron medidas, entre las principales fueron: declaración del estado de cuarentena en todo el territorio nacional, prohibición de aglomeraciones y sitios de contacto masivo como conciertos, cines, reuniones, entre otros para evitar la propagación de contagios. Este hecho, es una de las principales causas para tener una caída en la cantidad de tickets vendidos por los exhibidores en 2020 pasando de ██████ millones, tal como se observa en el gráfico.*

---

<sup>5</sup> Tomado como referencia de: <https://www.paho.org/es/enfermedad-por-coronavirus-covid-19#:~:text=El%20Director%20General%20de%20la,puede%20caracterizarse%20como%20una%20pandemia>

- [89] (...) En lo que respecta a las plataformas digitales, se toma en consideración la información disponible del número de personas suscriptoras en el periodo 2017-2022 de Latinoamérica. Esta intendencia considera que, la información de LATAM resulta comparable con la información disponible de los complejos cinematográficos en nuestro país ya que, al pertenecer a la misma región, se tiene cierta influencia cultural, niveles socioeconómicos y capacidad de pago bastante similar, que denotan en las preferencias de los consumidores y sus restricciones; esto nos permite tener datos más comparables. Como se observa en el gráfico, la evolución del número de suscriptores tiene una tendencia creciente a partir de 2017 en adelante, sin embargo, este hecho no tiene un impacto significativo en la cantidad vendida de tickets de cine ya que de igual manera, antes de la pandemia, el crecimiento era estable.
- [90] Otros elementos a tomar en cuenta son las diferenciaciones en cuanto al esquema de pago y factores sociales. La televisión de pago y plataformas tienen un esquema tarifario mensual, esto quiere decir que el usuario puede acceder al contenido por el tiempo de duración de la suscripción, los valores pueden ir para el primero entre 15 a 30 USD mensuales, mientras que las plataformas tienen un precio desde los 4 hasta los 15 USD mensual. Por otro lado, en los cines, el consumidor paga por un boleto entre 5 a 10 USD por cada película que quiere observar. Con lo mencionado, se puede vislumbrar que desde el punto de vista del consumidor, estas mantienen diferencias sustanciales, mientras que en el uno, por el pago único al mes tienen acceso a un conjunto de contenido agregado, en el otro, solo podrá observar un contenido audiovisual.
- [91] Como se ha reiterado, a consideración de la INCCE, las distintas formas sobre las cuales se puede visualizar contenido audiovisual no serían servicios sustitutos entre sí, todo lo contrario resultarían en complementos. Es por cuanto existe también un fuerte componente social, las personas perciben al cine como un evento de entretenimiento que se lo disfruta en familia, en pareja o con amigos, es por ello que esta actividad resulta en un complemento que no limita que las personas cuenten en sus hogares con televisión por pago o suscripciones a plataformas de streaming, por lo tanto, desde el punto de vista de la demanda los consumidores de películas en salas de cine, conforman un mercado relevante por sí mismo.
- [92] En el caso puntual de Cadena Mexicana de Exhibición S.A. y Cinemark Holdings México, la Comisión Federal de Competencia, en la definición de mercado relevante excluyen la renta de películas y televisión pagada debido a que, los complejos cinematográficos ofrecen una experiencia distinta de ver una película (pantallas especializadas, calidad de sonido, comodidad, entre otros) y el costo monetario que tiene un consumidor para ver una película en el cine es relativamente más elevado que otras formas de ver películas, es por esta razón que se lo considera como un mercado relevante aislado de las otras formas de ver películas que podrían estar relacionadas pero no son sustitutos.
- [93] Esto se comprueba, a través del test del monopolista hipotético, bajo la cual se evalúa la reacción de los consumidores frente a una variación positiva, pequeña y no transitoria de los precios misma que puede ser determinada entre el 5% al 10%. Si la práctica resulta rentable, esto es que no exista un desvío significativo de los clientes hacia otros productos, se tendría la convicción de que el mercado relevante constituye el producto en cuestión. Caso contrario, de no poder

rentabilizarlo, se deberá considerar agregar otros productos que podrían generar alguna restricción competitiva.

**Cuadro No. 5: Test Monopolista Hipotético**

Complejo	Sigue asistiendo al mismo cine / Iría a otro cine	No sabe, no está seguro	Deja de ir a cine
Multicines CCI	94,57 %	5,43 %	0,00 %
Multicines el Condado	89,22 %	4,90 %	5,88 %
Cinemark Paseo San Francisco	96,97 %	3,03 %	0,00 %
Cinemark Plaza de las Américas	88,24 %	11,76 %	0,00 %
Cinext Portal	87,32 %	4,23 %	8,45 %
Multicines Scala Shopping	94,83 %	3,45 %	1,72 %
Promedio	91,86 %	5,47 %	2,68 %

Fuente: Expediente No. SCPM-IGT-INCCE-25-2022<sup>6</sup>

Elaboración: INCCE

[94] Con base en las encuestas realizadas a clientes de operadores exhibidores de películas en salas de cines se evidenció que, ante un incremento de 10% del precio del boleto, los usuarios no dejan de asistir al cine, esto se refleja al evidenciar que en promedio el 91,86% de los encuestas afirmaron que seguirían asistiendo al mismo cine o iría a otro ante este cambio de precios, mientras que el 2,68% dejaría de asistir. Esto último da una referencia fehaciente de que el servicio de exhibición de películas en salas de cine conforma un mercado relevante por sí mismo, ya que los usuarios no están dispuestos rescindir de dicha actividad y si lo hacen es un conjunto acotado de personas, es por ello que la fuente de restricción competitiva de este servicio resultarían únicamente en otros prestadores.

[79] En relación con la sustitución de la oferta, la **INCCE**, sostiene:

[95] Una vez descartada la existencia de otras actividades y formas de reproducción audiovisual que pueden generar restricción competitiva al mercado de exhibición de películas en salas de cine, es menester evaluar la sustitución por el lado de la oferta.

[96] La sustitución por el lado de la oferta, hace referencia al hecho de que un competidor del mismo mercado pueda producir bienes o servicios diferenciados sin incrementar costos adicionales significativos que se destinen a bienes materiales e inmateriales para ejercer cierta presión sobre sus competidores. Para el caso del servicio de exhibición de películas en salas de cine, se tiene que tomar en cuenta los diferentes aspectos diferenciadores (confort) que se pueden ofrecer al momento de ver una película.

<sup>6</sup> Información tomada de Base de encuestas Quito con fecha 10 de mayo de 2023, a las 09h51, signado con número de anexo 508173 del número de trámite interno ID. 271463.

- [97] *De la revisión de páginas web de los operadores de exhibición de películas en salas de cine se visualiza que la mayoría disponen de todas las tecnologías. En concreto, analizando los complejos más significativos de una manera en general, se observa que todos cuentan con salas que poseen tecnología 2D y 3D. Sin embargo, con el paso del tiempo y los avances tecnológicos ciertos complejos van implementando nuevas formas de brindar una experiencia diferente a sus clientes, como es el caso de la tecnología IMAX que se caracteriza por su calidad en sonido y proyección de la imagen, las cuales hacen que el espectador se sienta parte de la película. Otro caso es la tecnología D-BOX que posee butacas con movimientos sincronizados a las acciones de las películas. De igual manera, en función de las preferencias de los consumidores, se tiene diferente confort en sus salas, como es el caso de las salas VIP, en las cuales se tiene mayor exclusividad y comodidad durante toda la experiencia.*

**Cuadro No. 6: Tipo de Salas que posee cada complejo**

Complejo	Salas 2D	Salas 2D VIP	Salas 3D	Salas 3D VIP	IMAX	D-BOX	Pantalla XD
SUPERCINES	X	X	X	X	X		
MULTICINES	X	X	X	X			
CINEMARK	X	X	X	X	X	X	X
CINEXT	X	X	X	X			

*Fuente:* Páginas oficiales complejos cinematográficos <sup>7</sup>

*Elaboración:* INCCE

- [98] *Del cuadro anterior, se observa que el complejo cinematográfico que posee mayor diversidad en tecnología es Cinemark, sin embargo, los demás complejos cuentan con la tecnología necesaria y suficiente para operar por lo que, en el caso de que deseen ampliar su oferta de servicios, los costos asociados no serían significativos. Esto se debe a que, únicamente es necesario la adquisición de nueva tecnología ya que, la infraestructura que es el costo asociado más elevado se encuentra establecido y el personal de trabajo ya cuenta con la experiencia del manejo de equipos.*
- [99] *Por esta razón, esta Intendencia considera que todos los exhibidores de películas en salas de cines tienen la capacidad de adoptar nuevas tecnologías sin incurrir en costos adicionales significativos en bienes materiales e inmateriales, siempre teniendo en cuenta las necesidades y restricciones presupuestarias de sus clientes.*
- [80] Posteriormente, acerca del componente geográfico, la INCCE, asevera:
- [101] *Por otro lado, en Quito, CINEXT se encuentra ubicado en el centro comercial Portal Shopping al norte de la ciudad. Mientras que MULTICINES dispone de varios complejos en distintas zonas geográficas. Al ser un mercado de exposición hacia clientes finales, es necesario realizar un análisis profundo sobre la disponibilidad de movilidad.*

<sup>7</sup> Consultado desde: i) <https://www.supercines.com/assets/img/home/listado-precio.jpg>, ii) <https://www.cinemark.com.ec/tarifas/cinemark-plaza-americas>, iii) <https://www.multicines.com.ec/>, iv) <https://www.cinextecuador.com/Browsing>

- [102] *En el gráfico superior, se presentan las parroquias urbanas y rurales en donde se encuentran ubicados los principales complejos cinematográficos existentes en Quito. Como se visualiza, el operador adquirido tiene sus salas de proyección en la parroquia de Carcelén y sobre la cual se evaluará el mercado geográfico.*
- [103] *Según experiencia internacional<sup>8</sup>, se suelen establecer, generalmente, para estos casos isocronas de 20 minutos que proporcionan límites geográficos de mercados apropiados. En este caso en particular, para fortalecer este planteamiento, la autoridad competente realizó una encuesta a los consumidores, para conocer cuánto tiempo promedio se tardaban en trasladarse al cine desde su lugar de trabajo/hogar/estudios, los resultados obtenidos mostraron que la mayoría de las personas tardan tan solo 20 minutos, uno de cada cinco encuestados se tarda 10 minutos o menos y muy pocos casos se tardan casi 30 minutos. Por tanto, en base a los resultados obtenidos, una isocrona de 20 minutos es adecuada para delimitar un mercado. Además, el tiempo de 20 minutos se considera un tiempo óptimo al momento de realizar una inversión de un nuevo complejo cinematográfico o publicitar un anuncio.*
- [104] *En el caso analizado por la Comisión Federal de Competencia<sup>9</sup> no se tiene información del tiempo de traslado de los consumidores. No obstante, se define un mercado geográfico local debido a que frente a un incremento en el precio de los tickets de cine en un complejo, es poco probable que el consumidor se traslade a un complejo en una ciudad diferente. Frente a este planteamiento y en este caso en particular, el mercado geográfico está definido con base en una distancia lineal en la cual, se toma un radio de 5 a 6 kilómetros tomando como centro al complejo cinematográfico. Si transformamos la distancia en kilómetros a tiempo, se podría tomar menos de 10 min y máximo 20 minutos dependiendo del tráfico.*
- [105] *Por su parte, el Tribunal de Defensa de la Competencia<sup>10</sup> de España, manifiesta que no ha definido un criterio concreto para delimitar el área relevante, por lo que se recurre al método habitual de isocronas. En este caso la definición del mercado relevante es a nivel local en las provincias de Alicante, Burgos, Salamanca, Valladolid y Madrid y su área metropolitana. Se indica que una buena referencia en la definición de isocronas es de 20 a 35 minutos, sin embargo, no tienen bases firmes que justifiquen que dichos valores deben ser aplicados a todos los países. De igual manera, el propio notificante recalca la importancia de la facilidad de acceso y cercanía del complejo como factores determinantes para la concurrencia de clientes y, al igual que en caso de México, consideran que es poco probable que un consumidor se traslade grandes distancias para acceder a una actividad en específico.*
- [106] *Con base en la experiencia internacional mencionada previamente, esta Intendencia considera que la metodología más completa y mejor sustentada es aquella utilizada por la Comisión de Competencia del Reino Unido<sup>11</sup>. Por esta razón, esta Intendencia realizó un levantamiento de encuestas, empleando como estrategia metodológica la técnica de muestreo probabilístico estratificado. En este sentido, se procedió a estimar dos muestras diferenciadas, al 95% del nivel de confianza y 5% de error para la ciudad de Quito. La fuente de información es*

<sup>8</sup> Cineworld Group plc and City Screen Limited. A report on the completed acquisition.

<sup>9</sup> Cadena Mexicana de Exhibición S.A. y Cinemark Holdings México. Expediente CNT-010-2013

<sup>10</sup> Informe: Expediente de Concentración Económica C98/06 entre ÁBACOCINE Y CINEBOX

<sup>11</sup> Website: [www.competition-commission.org.uk](http://www.competition-commission.org.uk)

*la cantidad de boletos vendidos en 2022, a través de todos sus canales (boletería física, app, página web). La muestra obtenida fue categorizada a su vez, en función de la ponderación que representa cada complejo cinematográfico, sobre el total de los boletos vendidos, por todas las cadenas objeto de análisis en el presente expediente.*

- [107] *Uno de los puntos más relevantes de esta encuesta y que sirven como insumo para la determinación del mercado geográfico, es la importancia que le dan las personas a la distancia y facilidad de llegada al momento de decidir el complejo cinematográfico.*
- [108] *El 63% de las personas<sup>12</sup> consideran “Muy importante” los factores de distancia y facilidad de llegada. Por esta razón, se evidencia que más de la mitad de las personas encuestadas (70,51%) en todos los complejos cinematográficos, se demoran menos de 10 min y máximo 20 en trasladarse en automóvil desde sus domicilios, oficinas o centros de estudio a un complejo cinematográfico. Esto es indicio de que, las personas escogen el cine de su preferencia en función de la cercanía del mismo. Estos resultados son congruentes a la experiencia internacional antes citada, la cual delimita el mercado geográfico en zonas de 20 minutos desde las zonas de donde se ubican los complejos.*
- [109] *Para el caso en particular de esta operación, esta Intendencia considera isócronas de 20 minutos en automóvil, mismas que proporcionan límites geográficos de mercados apropiados por las siguientes razones:*
- a) *El 60% de los clientes de CINEXT, se demoran de 10 a 20 minutos en llegar al complejo y el 25% tarda menos de 10 minutos. En total, el 85% de la población encuestada tarda como máximo 20 minutos en llegar a un complejo cinematográfico.*
  - b) *En la siguiente tabla se muestra la parroquia de la cual provienen los clientes frecuentes del complejo CINEXT:*

---

<sup>12</sup> Información tomada de la Base de encuestas Quito el 10 de mayo de 2023, a las 09h51, signado con número de anexo 508173 del número de trámite interno ID. 271463.

**Cuadro Nro. 6 Parroquia de Proveniencia clientes CINEXT**

Parroquia de proveniencia	Nro. Clientes
Calderón	44
Carcelén	4
Centro Histórico	1
Comité del Pueblo	3
Cotocollao	1
Guayllabamba	2
Kennedy	2
Pomasqui	2
Zámbiza	1

**Fuente:** Expediente No. SCPM-IGT-INCCE-25-2022<sup>13</sup>

**Elaboración:** INCCE

Como se observa, la mayoría de los clientes que más frecuentan el complejo cinematográfico de CINEXT provienen de las parroquias que se encuentran dentro de la isocrona definida. El 73% provienen de la parroquia de Calderón, lo cual sustenta el planteamiento de esta Intendencia en considerar que la probabilidad de que un cliente se traslade grandes distancias para asistir a un cine es realmente baja.

- [110] En el gráfico 4, se muestra como punto de referencia la ubicación de las salas de CINEXT en centro comercial Portal Shopping. Tomando como referencia una isocrona de 20 min en automóvil, el mercado geográfico definido sería todas las partes que se encuentran de color rojo y abarca las siguientes parroquias: Calderón, Carcelén, Comité del Pueblo, El Condado, Cotocollao, La Kennedy.
- [111] En este rango, el complejo cinematográfico más cercano se encuentra ubicado en la parroquia El Condado perteneciente a MULTICINES.

<sup>13</sup> Información tomada de Base de encuestas Quito con fecha 10 de mayo de 2023, a las 09h51, signado con número de anexo 508173 del número de trámite interno ID. 271463.

**Gráfico No.4 Isocrona Complejo CINEXT**



**Fuente:** Expediente No. SCPM-IGT-INCCE-25-2022<sup>14</sup>

**Elaboración:** INCCE

- [112] *Otros indicios que permiten sustentar esta definición es a través de las encuestas realizadas, específicamente respecto a las preguntas: ante un incremento del 10% del precio o cierre definitivo del complejo cinematográfico a qué otro complejo se movilizarían los clientes.*
- [113] *Para evaluar los resultados, se utiliza la base de encuestas<sup>15</sup> realizadas a clientes en los complejos cinematográficos. Es importante mencionar que para obtener los resultados netos, se excluye del análisis aquellas respuestas que no resultan congruentes, como por ejemplo “No Sabe” y “Otros”.*
- [114] *En el primer escenario, se evalúa el comportamiento de los consumidores al saber que existe un incremento del 10% en el precio de las entradas por parte del operador CINEXT manteniendo los precios de los otros complejos constantes. Los resultados arrojados muestran que el 52% de los consumidores seguirían acudiendo al mismo complejo, independientemente de este incremento, mientras que el 24%, optaría por cambiarse al complejo más cercano que, en este caso se encuentra en la parroquia El Condado donde se ubica MULTICINES y, únicamente el 10% de los clientes estaría dispuesto a trasladarse hasta el complejo de SUPERCINES 6 DE DICIEMBRE. Por tanto, se puede concluir que la mayoría de usuarios (76%), permanecen dentro de la zona de influencia.*

<sup>14</sup> Formulario para notificación de concentración económica entre operadores MULTICINES S.A. y FIVESTARS CINEMA el 15 de noviembre de 2022, a las 12h03 con número de trámite 257930, ID: 477125.

<sup>15</sup> Información tomada de Base de encuestas Quito con fecha 10 de mayo de 2023, a las 09h51, signado con número de anexo 508173 del número de trámite interno ID. 271463.

- [115] *Por otro lado, el comportamiento de los consumidores frente a un cierre definitivo del complejo CINEXT radica en acudir a otro complejo cinematográfico. El 57% de las personas encuestadas, optaría por cambiarse al cine ubicado en la parroquia El Condado y únicamente el 19% estaría dispuesto a trasladarse fuera de la zona delimitada hasta el complejo de SUPERCINES 6 DE DICIEMBRE.*
- [116] *Con base en lo analizado, esta Intendencia concluye y delimita el mercado geográfico correspondiente a una distancia de 20 minutos en automóvil desde el complejo de CINEXT, la cual abarca las siguientes parroquias: Calderón, Carcelén, Carapungo, Comité del Pueblo, El Condado, Cotocollao y La Kennedy.*

[81] Finalmente, la **INCCE**, concluye que el mercado relevante está conformado por:

*Los Servicios de exhibición de películas en salas de cine en las parroquias de Calderón, Carcelén, Carapungo, Comité del Pueblo, El Condado, Cotocollao y la Kennedy, pertenecientes a la ciudad de Quito.*

[82] En alusión al mercado relevante, en una primera instancia, **MULTICINES**, se opuso a la definición de mercado relevante de la INCCE, en los siguientes términos:

*No estamos de acuerdo con las demás conclusiones, porque se basan en una delimitación del mercado geográfico equivocada, para la transacción en la ciudad de Quito.*

*Así, en la conclusión 3 literal iii) del Informe 002, la INCCE delimitó al mercado relevante como “Servicios de exhibición de películas en salas de cine en las parroquias de Calderón, Carcelén, Carapungo, Comité del Pueblo, El Condado, Cotocollao y la Kennedy, pertenecientes a la ciudad de Quito”. Al respecto, consideramos que el mercado geográfico fue determinado de manera errónea, por las siguientes razones que desarrollamos en detalle posterior al siguiente listado:*

**(...) 1.1. La INCCE determinó el mercado geográfico de CINEXT – PORTAL con base en isócronas de 20 minutos en automóvil, lo cual es incorrecto en este caso**

*Para la determinación del mercado geográfico de CINEXT – PORTAL, la Intendencia definió isócronas de 20 minutos en automóvil. Al respecto, la metodología empleada por la Intendencia para la determinación del mercado geográfico (isócronas por tiempo de desplazamiento) y el tiempo establecido son erróneos.*

*Del análisis a la base de las encuestas realizadas en la ciudad de Quito, encontramos que 60 encuestados indicaron que visitan frecuentemente CINEXT - PORTAL. Partiendo de la respuesta de estas personas, en lo que se refiere a la pregunta 8 de las encuestas (“¿Cuánto tiempo le toma viajar desde el lugar indicado en la pregunta anterior [Pregunta 7], para llegar a las salas de cine?” – el énfasis nos corresponde) se obtuvo los siguientes resultados:*

Ahora bien, las respuestas a esta pregunta no deben ser tomadas de manera aislada, sino que deben ser contrastadas con la pregunta 7 (“¿Cuál es la **parroquia del lugar de donde se moviliza para asistir a las salas de cine?**” – el énfasis nos corresponde) Al respecto, las respuestas de la pregunta 7 indican que el 77,33% de los consultados se movilizan desde la parroquia de Calderón, 6,67% viene de la parroquia de Carcelén y el 5% del Comité del Pueblo.

Las respuestas antes presentadas permiten entender el resultado de la pregunta 8, ya que es evidente que la gente que se moviliza desde Calderón tardará entre 10 y 20 minutos en desplazarse hacia CINEXT - PORTAL (incluso menos tiempo) ya que el establecimiento se encuentra en dicha parroquia.

En ese sentido, la pregunta 8 no nos permite establecer el tiempo máximo que las personas que frecuentan CINEXT - PORTAL **estarían dispuestas a desplazarse**, por ende, no permiten establecer isócronas por tiempo ni mercados geográficos.

Si se utiliza únicamente los resultados de la pregunta 8 como base para el establecimiento de isócronas, nos encontramos frente a un mercado geográfico comprendido únicamente por la parroquia de Calderón; ya que, el 77, 33% de los espectadores de ese cine provienen de dicha parroquia.

De regreso al tiempo de la isócrona determinado por la Intendencia, para conocer el tiempo real que los espectadores están **dispuestos a desplazarse** (por ende, el tiempo para el establecimiento de isócronas por tiempo y mercados geográficos) es necesario remitirnos a las preguntas 14, 15, 16 y 17 de las encuestas.

Así, de acuerdo con la pregunta 14 (“Suponga que existe un alza del 10% en el precio de las entradas del cine que usted visita con mayor frecuencia (por ejemplo pasamos USD 7 a USD 7,70), mientras que el precio de las entradas de los demás cines se mantiene igual, ¿Qué haría usted?”) Se tiene como resultado que el 50% de los encuestados dejaría de ir a CINEXT - PORTAL, ya sea porque: 1) irían a otro cine (41,67%); 2) dejarían de ir al cine (5%); o, 3) no saben (3,33%).

Ahora bien, conforme los resultados de la pregunta 15 (“Si en la pregunta anterior respondió: “Iría a otro cine”, mencione a qué otro”) el 41,67% de los espectadores están dispuestos a ir a cines que se encuentran a una distancia superior a 20 minutos.

Debemos destacar que en las respuestas se nombra a **SUPERCINES 6 DE DICIEMBRE**, Multicines CCI y Multicines Recreo. Por lo anterior, la Intendencia no debió determinar un tiempo de 20 minutos en automóvil para establecer el mercado geográfico.

Para mayor seguridad es necesario remitirnos a las preguntas 16 y 17 de las encuestas.

Así, de acuerdo con la pregunta 16 (“Suponga que el cine que usted visita con mayor frecuencia debe cerrar definitivamente ¿Qué haría usted?”) se tiene que el 91,67% de las personas irían a otro cine.

Ahora bien, de esas personas, conforme los resultados de la pregunta 17 (“Si en la pregunta anterior respondió: “Iría a otro cine”, mencione a qué otro.”) se

tiene que el 37,74% de los espectadores se desplazarían a cines que se encuentran a más de 20 minutos de distancia en automóvil. En las respuestas a esa pregunta se nombra a **SUPERCINES 6 DE DICIEMBRE**, Cinemark Plaza de las Américas, Cinemark Paseo San Francisco, Multicines CCI y Multicines Recreo. Es importante resaltar que nuevamente se nombra a **SUPERCINES 6 DE DICIEMBRE**.

Respecto de esto último, de regreso a la pregunta 15, se observa que el 25% de los espectadores se desplazaría a **SUPERCINES 6 DE DICIEMBRE**. En cuanto a la pregunta 17, el 21% de los espectadores se desplazaría a **SUPERCINES 6 DE DICIEMBRE**.

(...) Con lo anterior, se observa que pese a que **SUPERCINES 6 DE DICIEMBRE** se encuentra a una distancia superior a 20 minutos en automóvil; los espectadores que visitan con más frecuencia **CINEXT - PORTAL** consideran a **SUPERCINES 6 DE DICIEMBRE** como un sustituto importante.

Hasta aquí, es evidente que el establecimiento de una isócrona de 20 minutos en automóvil es errado; ya que, los resultados de las encuestas permiten observar un alto grado de sustitubilidad de **SUPERCINES 6 DE DICIEMBRE**.

Si lo anterior no es suficiente para descartar la definición de isócronas de 20 minutos en automóvil, a continuación, brindamos una razón más fuerte.

Al respecto, alegamos que no se debe establecer un tiempo de desplazamiento en automóvil porque **únicamente el 50% de los espectadores de CINEXT - PORTAL se desplaza en ese medio**. En ese sentido, utilizar como parámetro el desplazamiento en automóvil arroja un porcentaje alto de error.

Agrega a lo anterior que **el 37% de los espectadores de ese complejo se desplaza en transporte público**, por lo que la **INCCE** debió evaluar la conectividad. La información antes presentada se verifica en las encuestas realizadas por la **INCCE**.

Lastimosamente, la Intendencia no analizó los medios de transporte, cuestión que evidentemente ocasionó errores.

En conclusión, para este caso específico, la **INCCE** no debió tomar como metodología para la determinación del mercado geográfico, la definición de isócronas basadas en tiempo de desplazamiento. Mucho menos, una isócrona con un tiempo de desplazamiento de 20 minutos en automóvil, cuando esto no concuerda con las respuestas de las encuestas.

Para el establecimiento del mercado geográfico, basado en isócronas, la Intendencia debió considerar el medio de transporte señalado por los espectadores, así como sus ingresos. Es decir, debió fijarse en las preferencias y características de los espectadores de **CINEXT - PORTAL**.

## **1.2. La INCCE escogió a las parroquias que conformarían el mercado geográfico de CINEXT – PORTAL sin ningún análisis ni justificación**

En la conclusión 3 literal iii) del Informe 002, la **INCCE** delimitó al mercado relevante como “Servicios de exhibición de películas en salas de cine en las

*parroquias de Calderón, Carcelén, Carapungo, Comité del Pueblo, El Condado, Cotacollao y la Kennedy, pertenecientes a la ciudad de Quito” (el énfasis me pertenece). Al respecto, la Intendencia no analizó con detenimiento por qué cada una de esas parroquias deben ser parte del mercado relevante.*

*Asumiendo que el criterio fue la isócrona de 20 minutos en automóvil (el cual demostramos que es errado) observamos que la Intendencia no justifica que esas parroquias se encuentren a esa distancia, ni que sean las únicas. Sobre esto último, conforme el estudio de la empresa TELEFÓNICA, que se entrega adjunto (Estudio Telefónica 2) se puede observar que existen más parroquias que se encuentran en ese rango de tiempo.*

*Si bien es cierto que el estudio de TELEFÓNICA no considera el tráfico, la Intendencia tampoco indica si lo hizo o no. La Intendencia no señala si el tiempo de desplazamiento es para determinados días u horas, con tráfico o sin tráfico y por qué discrimina la información.*

*Aquí es importante señalar que el tráfico es una variable que está sujeta a varias condiciones. Por esta razón, no se debió establecer isócronas por tiempo de desplazamiento en un medio de transporte (automóvil) que únicamente la mitad de los espectadores de CINEXT - PORTAL lo utiliza.*

*De regreso a las parroquias que comprenderían el mercado geográfico, debemos resaltar que la INCCE incluye a parroquias en las que los espectadores no frecuentan CINEXT – PORTAL y excluye a otras que sí lo hacen.*

*En el Informe 002, la INCCE indica que el mercado geográfico está comprendido por las parroquias de Calderón, Carcelén, **Carapungo**, Comité del Pueblo, **El Condado**, Cotacollao y la Kennedy. No obstante, de acuerdo con el “Cuadro Nro. 6 Parroquia de Proveniencia clientes CINEXT” del Informe 002, los espectadores de CINEXT – PORTAL vienen de: Calderón (73%), Carcelén (7%), **Centro Histórico** (2%), Comité del Pueblo (5%), Cotacollao (2%), **Guayllabamba** (3%), Kennedy (3%), **Pomasqui** (3%) y **Zambiza** (2%)”.*

*De lo anterior, se observa que la Intendencia incorpora en el mercado geográfico parroquias cuyos espectadores no visitan CINEXT - PORTAL. Estas son las parroquias de Carapungo y El Condado.*

*(...) Sin perjuicio de lo señalado, a continuación, presentamos los resultados de las encuestas, por cada una de las parroquias escogidas por la Intendencia, para demostrar que el mercado geográfico definido es incorrecto.*

***i. Parroquia de El Condado.** De acuerdo con las encuestas, el **90% de los espectadores de esta parroquia frecuentan MULTICINES – CONDADO**, el 5% SUPERCINES 6 DE DICIEMBRE y el resto CINEMARK PLAZA DE LAS AMÉRICAS.*

***Ninguno de los encuestados visita CINEXT - PORTAL.***

*En cuanto a las preguntas de sustitubilidad, se tiene que ante un alza en el precio en MULTICINES – CONDADO, el 50% de las personas que irían a otro cine lo haría a*

*SUPERCINES 6 DE DICIEMBRE, el 25% a CINEMARK PLAZA DE LAS AMÉRICAS y el resto a otros cines sin indicar nombre. (Es importante señalar que se eliminaron las respuestas que señalan CINEXT – CONDADO, porque ese complejo no existe. Indicar esta opción en las encuestas indujo al error a los encuestados, por lo que se la elimina.)*

*Ante un eventual cierre de MULTICINES - CONDADO, el 45% de los encuestados que iría a otro cine lo haría a SUPERCINES 6 DE DICIEMBRE, el 18% a CINEMARK PLAZA DE LAS AMÉRICAS, el 18% a MULTICINES- CCI, el 9% a MULTICINES - RECREO y el resto a otros cines sin indicar el nombre. Igual que en la pregunta anterior, se eliminó las respuestas que señalan CINEXT – CONDADO, porque ese complejo no existe.*

*De la información presentada, se concluye que esta parroquia no forma parte del mercado geográfico en el que compite CINEXT – PORTAL; ya que, los espectadores de esta parroquia no consideran a ese cine como una opción. Aquí es importante insistir que, la INCCE debió analizar las características y preferencias de los consumidores de cada parroquia.*

***ii. Parroquia de Cotocollao: De acuerdo con las encuestas, el 67,74% de los espectadores de esa parroquia frecuenta MULTICINES – CONDADO, el 19,35% MULTICINES CCI, el 6,45% SUPERCINES 6 DE DICIEMBRE, el 3,23% CINEMARK PLAZA DE LAS AMÉRICAS y el 3,23% CINEXT – PORTAL.***

*Ante una eventual alza en el precio de MULTICINES – CONDADO, las personas que irían a otro cine se desplazarían a SUPERCINES 6 DE DICIEMBRE (37,5%), CINEMARK PLAZA DE LAS AMÉRICAS (37,5%) y MULTICINES CCI (25%). No hizo falta eliminar referencias a CINEXT – CONDADO, porque ninguno de los encuestados lo mencionó como opción.*

*Por otro lado, frente a la posibilidad de cierre de MULTICINES – CONDADO, los espectadores se desplazarían a SUPERCINES 6 DE DICIEMBRE (43%), MULTICINES CCI (29%), CINEMARK PLAZA DE LAS AMÉRICAS (21%) y otros (7%). Se eliminaron las referencias a CINEXT – CONDADO, porque no existe ese complejo; y, a MULTICINES – CONDADO, porque al indicar que se cierra este complejo la respuesta es incongruente.*

*De la información presentada se tiene que esta parroquia no debió ser incluida dentro del mercado geográfico en el que compite CINEXT – PORTAL. Las preferencias de los consumidores así lo demuestran.*

### ***(...) 1.5. MULTICINES – CONDADO no participa en el mercado geográfico de CINEXT – PORTAL***

*Como hemos indicado a lo largo de este escrito, la INCCE determinó un mercado geográfico erróneo. Esto sucedió porque para su definición consideró la metodología de isócronas por tiempo de desplazamiento sin considerar las características y preferencias de los consumidores. Incluso, la Intendencia estableció isócronas de 20 minutos en automóvil, cuando únicamente la mitad de los espectadores de CINEXT – PORTAL utilizan ese medio.*

*Lo correcto era definir el mercado geográfico considerando distancias, preferencias y características de los consumidores y vías de acceso. Esto último es importante, porque el 37% de los espectadores de CINEXT – PORTAL se desplaza utilizando transporte público.*

*Ahora bien, utilizando los criterios anteriores se observa que MULTICINES – CONDADO no es parte del mercado geográfico de CINEXT – PORTAL, por las siguientes razones.*

*La distancia entre CINEXT – PORTAL y MULTICINES – CONDADO supera los 6 Km de distancia. Conforme el caso citado por la INCCE en su Informe 002, 6 Km es la distancia máxima dentro de un mercado geográfico de cines, por lo que, al superarla, MULTICINES – CONDADO está fuera de ese mercado.*

*Por otro lado, del análisis de las preferencias de los consumidores por parroquias, realizado en el apartado 1.2, se obtuvo que las parroquias de El Condado y Cotocollao no pertenecen al mercado geográfico de CINEXT – PORTAL. Esto último es importante porque MULTICINES – CONDADO se encuentra en la parroquia El Condado.*

*Finalmente, es importante señalar que los medios de transporte para desplazarse de CINEXT – PORTAL a MULTICINES – CONDADO no son los óptimos. Aunque en apariencia parecería que los dos complejos están cerca, en la práctica no existe una adecuada conectividad.*

*Así, para el 37% de los espectadores que se desplaza en transporte público, ir de CINEXT – PORTAL a MULTICINES – CONDADO implica tomar dos buses y caminar.*

*La inadecuada conectividad explica los resultados del análisis por parroquias. Esto además de las características y preferencias de los consumidores.*

*Por lo expuesto, el mercado geográfico en el que participa CINEXT – PORTAL debe ser definido como el nororiente de Quito; excluyendo a las parroquias del lado noroccidental de la ciudad (esto tiene sentido por la geografía de Quito, que hace que la ciudad sea alargada). En ese sentido, el mercado relevante de la transacción en Quito debe ser definida como “Servicios de exhibición de películas en salas de cine en el nororiente de Quito”.*

*Con lo anterior, se excluye la parroquia de El Condado y Cotocollao, lo que resulta en que MULTICINES – CONDADO no participe en el mismo mercado geográfico de CINEXT – PORTAL.*

*Finalmente, al no participar MULTICINES S.A. en el mercado geográfico de CINEXT – PORTAL, la transacción no genera un cambio en la estructura, ya que solo es el reemplazo de un competidor por otro. Por lo tanto, la transacción debe ser autorizada sin condicionamientos.*

[83] Sobre la base de esos argumentos, **MULTICINES**, solicitó a esta Comisión:

## **II. PRETENSIÓN**

*Por los argumentos expuestos, pedimos a la Comisión de Resolución de Primera Instancia que resuelva autorizar la operación de concentración notificada el 15 de noviembre de 2022, sin condiciones. Lo anterior, debido a que no existirá cambio en la estructura de todos los mercados relevantes, ya que únicamente se sustituirá un operador económico por otro.*

*Subsidiariamente, en caso de que no se consideren nuestros argumentos técnicos respecto al mercado geográfico de la transacción solicitamos que se autorice la operación de concentración, subordinada al cumplimiento de las condiciones que proponemos a continuación:*

*Por el plazo de 2 años, MULTICINES S.A. no incrementará el precio de sus boletos en el complejo que actualmente utiliza CINEXT – PORTAL. La condición anterior terminará en el plazo definido, o con el ingreso de un nuevo competidor al mercado, lo que ocurra primero.*

[84] En la audiencia pública indicada en los antecedentes, **MULTICINES**, ahondó en sus alegaciones de la siguiente manera:

***De manera general, acerca de la definición del mercado relevante mediante la aplicación de isócronas de 20 minutos, se dijo:***

*En primer lugar el operador económico señala que el parámetro de 20 minutos en automóvil, que la Intendencia aplica, se basa en experiencia internacional pero desconocería la realidad, así, las respuestas en la pregunta 8 de la encuesta, respecto al medio de transporte no se podrían tomar de forma aislada, pues obedecerían a la lógica de que el 77,33% de los consultados vienen de la parroquia Calderón, 6,67% viene de la parroquia de Carcelén y el 5% del Comité del Pueblo. Entonces, el análisis debería tomar en cuenta también las preguntas 14 a la 17 de las propias encuestas. Cuyos resultados, señala MULTICINES, permitirían establecer que el 41,67% de los espectadores estarían dispuestos a desplazarse más de 20 minutos, ante un aumento de precios en CINEXT, mientras que ante el cierre del complejo los datos mostrarían que el 37,74% de los espectadores se desplazarían más de 20 minutos de distancia en automóvil.*

*El operador económico también señaló que sería un error que la intendencia haya establecido 20 minutos de desplazamiento en automóvil, debido a que únicamente el 50% de los espectadores de CINEXT se desplazaría en ese medio de transporte, de manera que se dejaría de lado a 37% de personas que usan transporte público. Es decir, no se habría evaluado la conectividad, al momento de definir el mercado geográfico, sin considerar costos de transporte.*

*En el mismo sentido, MULTICINES señaló que el análisis de la INCCE no analizaría aspectos como las preferencias y características de los espectadores de CINEXT, de manera que el mercado no consideraría diferencias demográficas de los espacios donde se emplazan los dos complejos. Al respecto el operador económico referenció la entrega de dos informes a la Intendencia de la empresa Telefónica, donde se podría evidenciar diferencias en aspectos como la cantidad de personas residentes, el nivel económico, los ingresos económicos de las personas, incluso el desplazamiento que existía entre un lugar y otro; características relevantes que definirían los grupos específicos de compradores, y por tanto, el mercado relevante.*

***De manera general, acerca de la inclusión de SUPERCINES 6 de Diciembre y a SUPERCINES Riocentro como competidores en el mercado, se dijo:***

*MULTICINES argumentó que, si bien no comulga con la definición del mercado geográfico por parte de la INCCE, de manera subsidiaria, se debería incluir necesariamente a SUPERCINES 6 DE DICIEMBRE y SUPERCINES RIOCENTRO como competidores de CINEXT. Esto bajo el argumento que los propios espectadores, a través de la encuesta, considerarían a estos complejos como opciones de sustitución, con mayor o menor influencia dependiendo de la parroquia en análisis.*

*En particular, el operador económico MULTICINES se refirió al nuevo complejo de SUPERCINES en el Centro comercial Riocentro, que fuera inaugurado en el año 2022. El cual señalan se encontraría en un tiempo de desplazamiento inferior a 20 minutos en referencia a CINEXT. Por tanto, MULTICINES concluye que el operador económico SUPERCINES sería un competidor actual y potencial.*

***Y sobre la participación de MULTICINES CONDADO en el mercado geográfico, se argumentó:***

*El operador económico MULTICINES, argumenta que MULTICINES CONDADO, no participa en el mercado geográfico de CINEXT por las siguientes razones:*

*El mercado definido no consideraría las características de preferencia de los consumidores, solo el criterio de 20 minutos en automóvil, cuando lo correcto sería definir las características de consumidores y tomar en cuenta que el 37% de los espectadores de CINEXT se desplazan en transporte público. MULTICINES señala además que un criterio de distancia sería preferible al parámetro de tiempo de desplazamiento, porque no existe una correcta conectividad en este caso, siendo difícil desplazarse de un lugar a otro. Al respecto se indicó que la distancia entre CINEXT y MULTICINES supera los 6 Km. por lo que estaría fuera del mercado.*

*MULTICINES señaló que del análisis de las preferencias de los consumidores por parroquias se obtendría que la parroquia El Condado no pertenece al mercado geográfico, lo cual guardaría lógica con la circunstancia de que los medios transporte no son los óptimos, no existe una adecuada conectividad, pues 37% de espectadores que van en transporte público tiene que desplazarse y tomar al menos 2 buses y caminar, lo cual no habría sido considerado por la INCCE. MULTICINES señala que habría otras opciones en las que existiría mejor conectividad, como sería el caso de SUPERCINES 6 DE DICIEMBRE, por fuera del criterio de 20 minutos en automóvil.*

*De acuerdo al operador económico notificante, los consumidores de El Condado no harían viajes a CINEXT porque sería mucho más fácil ir a otras opciones. Para justificar este argumento MULTICINES señaló que la realidad geográfica de la ciudad de Quito sería aquella que secciona la ciudad en Oriente y Occidente, de manera que trasladarse entre estos segmentos sería extremadamente complejo, en cambio el recorrido de sur a norte y viceversa en comparación sería más adecuado.*

*En base a lo señalado se ha propuesto que el mercado geográfico sea definido como “Servicios de exhibición de películas en salas de cine en el nororiente de Quito”.*

*Finalmente, MULTICINES señala que al no participar en el mercado geográfico de CINEXT, la transacción no generaría un cambio en la estructura del mercado, por lo tanto, la transacción debería ser autorizada sin condicionamientos.*

[85] La revisión del expediente SCE-CRPI-1-2023, por parte de esta Comisión, especialmente el Informe SCE-IGT-INCCE-2023-002, en su sección de definición de mercado relevante, y las alegaciones de **MULTICINES**, ha permitido encontrar elementos contradictorios.

[86] El Informe SCE-IGT-INCCE-2023-002 indica que el mercado relevante definido por la **INCCE** es un espacio isócrono de 20 minutos cuyo centro es el complejo Cinext Portal (**STARCINEMA**), mientras que el escrito de alegaciones de **MULTICINES**, de 28 de junio de 2023, asevera que el mercado debería agrandarse para incluir a otros operadores económicos y otros límites territoriales, e incluso, en contraposición a su propio argumento, el mismo **MULTICINES**, apunta a una definición de mercado totalmente distinta en la que el mismo operador económico y **STARCINEMA**, pertenecen a mercados diferentes.

[87] Dadas el contrapunto entre la **INCCE** y **MULTICINES**, la **CRPI** evaluaré cada una de esas posturas.

[88] La piedra angular que soporta la definición de mercado relevante de la **INCCE** (su servicio relevante, su sustitución y el componente geográfico del mismo), y que soporta igualmente las alegaciones de **MULTICINES**, se compone de las encuestas que fueron levantadas en varios complejos de exhibición de películas. Por tanto, la **CRPI**, en primer lugar evaluará la metodología aplicada e invocada por la **INCCE**, en el párrafo 106 del Informe SCE-IGT-INCCE-2023-002.

[89] Tal metodología corresponde a la publicación: buenas prácticas en el diseño y presentación de encuestas a consumidores, evidencia para casos de fusiones, generada por la Autoridad de Competencia y Mercados de Reino Unido<sup>16</sup> (en adelante también **CMA**, según sus siglas en inglés).

### **Del diseño de la Investigación**

[90] La autoridad británica, en relación con el diseño de una investigación, afirma que las encuestas que formaran parte de la misma, deben adherirse a determinados principios como:

- ❖ Definición clara de la población de interés.
- ❖ Muestra de la misma población que provea una cobertura representativa de ésta.
- ❖ Muestreo probabilístico, mediante la aplicación de métodos aleatorios adecuados.
- ❖ Un método adecuado enfocado en las particularidades de la investigación y la audiencia a la que se dirige<sup>17</sup>.

<sup>16</sup> Disponible en: <https://www.gov.uk/government/publications/mergers-consumer-survey-evidence-design-and-presentation/good-practice-in-the-design-and-presentation-of-customer-survey-evidence-in-merger-cases>

<sup>17</sup> Sección Diseño y Población Objetivo de la publicación: buenas prácticas en el diseño y presentación de encuestas a consumidores, evidencia para casos de fusiones, generada por la Autoridad de Competencia y Mercados de Reino Unido.

[91] En el presente caso, la **CRPI**, no sólo que no encuentra una definición clara de la población de interés, sino que la **INCCE** se ha pronunciado difusamente acerca de ésta.

[92] Al respecto, en el Informe SCE-IGT-INCCE-2023-002, en el párrafo 106, se explicó que la población de interés serían los asistentes a las salas de cine, mientras que en la audiencia se dijo que la población de interés de las encuestas es:

*Consulta de la **CRPI**: “(...) de la lectura del informe a mí me quedó la conclusión de que la población vendría a ser las personas que fueron al cine en 2022, no obstante, entiendo ahora que la población sería, con población me refiero al universo del cual se está infiriendo determinados parámetros, sería la Ciudad de Quito, la población de la cual se obtuvo la muestra”.*

*Respuesta de la **INCCE**: “Sí, sí, sí correcto, el sistema está establecido me parece que eran como 300 o 400 encuestas en Quito e igualmente el mismo número de encuestas en Guayaquil por eso digo era una ponderación estratificada en función justamente de los complejos que íbamos a visitar, o sea, estaba también contemplado cines del, en este caso, del portal MULTICINES y también CINEMARK que era un poco lo que queríamos entender justamente, cuál es el comportamiento de traslado y de consumo de estas de estas personas”.*

[93] Por tanto, el cumplimiento de este primer principio no es claro, porque la población objetivo explicada en el Informe SCE-IGT-INCCE-2023-002, difiere de aquella explicada en la audiencia pública.

### **De la fuente de la muestra y el modo de encuesta**

[94] En relación con los métodos aleatorios de selección de la muestra, la **INCCE**, en el párrafo 106, del Informe SCE-IGT-INCCE-2023-002, asevera que empleó una estrategia metodológica de muestreo probabilístico estratificado, sin dar mayores detalles de la técnica de muestreo ni de los estratos identificados. Para la **CRPI** no está claro si el muestreo sirvió para determinar el número mínimo de encuestados y los individuos a encuestar, o únicamente su número de encuestados, con las respectivas medidas tomadas en función de cada escenario. Es decir, el cumplimiento de este otro principio tampoco es plenamente claro.

[95] En referencia al tamaño de la muestra, en casos de fusiones, la autoridad británica, admite que normalmente surge interés por encuestar a sub poblaciones, como son por ejemplo consumidores originarios de zonas geográficas específicas, o consumidores que pertenecen a determinadas partes envueltas en una operación de concentración económica. Cuando se presenta ese interés en sus poblaciones, el tamaño de la muestra, como regla general, apunta a tener un mínimo de 100 encuestas relacionadas con cada sub grupo<sup>18</sup>.

[96] En el presente caso, los resultados de las encuestas muestran sub poblaciones –cada complejo que exhibe películas en la ciudad de Quito- y el número de encuestas relacionadas con cada uno de aquéllos se muestra a continuación:

---

<sup>18</sup> Sección Fuente de la Muestra, Modo de la Encuesta y Tamaño de la Muestra de la publicación: buenas prácticas en el diseño y presentación de encuestas a consumidores, evidencia para casos de fusiones, generada por la Autoridad de Competencia y Mercados de Reino Unido.

<i>Complejo</i>	<i>Número de encuestas</i>
<i>Multicines CCI</i>	92
<i>Multicines el Condado</i>	102
<i>Cinemark Paseo San Francisco</i>	33
<i>Cinemark Plaza de las Américas</i>	34
<i>Cinext Portal</i>	71
<i>Scala Shopping</i>	58

[97] Por tanto, el principio de número mínimo de encuestas de cada sus grupo de interés, no ha sido satisfecho en los términos de la metodología utilizada por la **CMA**.

[98] En un marco de empleo de la técnica de muestreo de listas de consumidores suministradas por las partes intervinientes de una operación de concentración -como sucede en el presente caso-, la autoridad inglesa asevera que si la población es suficientemente grande, se puede obtener una muestra aleatoria directamente de la misma. En la misma línea, recomienda que en los casos de presencia de estratificación o de sub grupos de interés, se tomen más encuestas que las determinadas en el diseño original de la muestra, con la finalidad de garantizar la cobertura y representación mínimas de la muestra aleatoria.

[99] Según la autoridad de competencia británica, las mejores formas de aprovechar una población objetivo aportada por listados de consumidores de las partes de una fusión, se dan a través de encuestas telefónicas y *on line*. Sin embargo, si se emplea un método como la entrevista directa a individuos en un espacio público, las mejores prácticas tienen que ver con tomar medidas que eviten la desconexión entre la aleatoriedad de la selección de un individuo desde la población y el individuo finalmente entrevistado, *i. e.* el sesgo de selección -como el que se produce por sujetos que tienen más voluntad a formar parte de una encuesta-. Además el tiempo y lugar de la entrevista son otras posibles fuentes de sesgo.

[100] En el presente caso, el análisis de las preguntas del cuestionario de la encuesta permite apreciar la ausencia de una pregunta que garantice que cada uno de los entrevistas formen parte de la población de interés señalada en el Informe SCE-IGT-INCCE-2023-002. Es decir, no hay garantía de la fidelidad de la pertenencia de los encuestados a la población cuyas características deseaban saberse, y tampoco se aprecia la adopción de las medidas recomendadas por la **CMA**, que apunten a minimizar los riesgos de la emergencia del sesgo de selección.

### **De las ratios de desviación**

[101] Finalmente, la **CMA** se refiere a métodos de determinación de tasas de desviación. Ésta declara que en muchos casos de concentración económica, el objetivo principal de las encuestas es medir la cercanía de la competencia entre las partes intervinientes.

[102] Una forma de lograr tal medición se alcanza al incluir en los cuestionarios, preguntas puntuales que recogen la postura de los consumidores ante escenarios hipotéticos basados en compras pasadas de los productos generados por las empresas que se pudieran fusionar. Las preguntas de este estilo implican una postura de comportamiento en relación con una elevación hipotética del precio de la última compra de determinado producto, realizada por parte del entrevistado.

- [103] El tratamiento de la data de este tipo de preguntas permite el cómputo de una ratio de desviación. Tal división representa una medida de la proporción de las ventas perdidas como resultado de la deterioración de la oferta de una de las partes intervinientes en una operación de concentración, que es recapturada por la otra parte interviniente o por terceras partes participantes en el mercado relevante<sup>19</sup>.
- [104] En el presente caso, la **INCCE** formuló una pregunta como la recomendada por la **CMA**. La decimocuarta pregunta de su cuestionario se muestra a continuación:

*Suponga que existe un alza del 10% en el precio de las entradas del cine que usted visita con mayor frecuencia (por ejemplo pasamos USD 7 a USD 7,70), mientras que el precio de las entradas de los demás cines se mantiene igual, ¿Qué haría usted?*

- [105] Sin embargo, tanto el Informe SCE-IGT-INCCE-2023-002, como el expediente SCE-CRPI-1-2023, no solamente no da cuenta de la determinación de una ratio de desviación, sino que mediante el cuadro 5, constante en el Informe en mención, se presenta un *test del monopolista hipotético*, basado sobre la pregunta decimocuarta señalada *ut supra*.
- [106] De acuerdo con la invocación hecha por la INCCE, de la guía de buenas prácticas en el diseño y presentación de encuestas a consumidores, evidencia para casos de fusiones, esta Comisión entiende que se ha presentado un *test* –cuya metodología se habría basado sobre el tipo de preguntas hipotéticas sugerido en esa guía– que no forma parte de la guía en referencia, y que pese a aquello, se le ha dado cierta interpretación de una ratio de desviación. Sobre esto se consultó en la audiencia pública, como se aprecia a continuación:

Consulta de la **CRPI**: «(...) ¿cuál es la metodología detrás del *test del monopolista hipotético* que está expuesto en el informe?».

Respuesta de la **INCCE**: «(...) para explicarles un poco la conceptualización es ante un incremento de precio cómo se va a poder trasladar los operadores económicos en este caso lo que hemos utilizado son las encuestas justamente en una de las preguntas se hacía referencia ante un incremento del diez por ciento como reaccionaria el consumidor promedio entonces en este caso los resultados nos dicen que una parte importante de los consumidores que visitan eh CINEXT el portal se trasladarían al condado, y a su vez también ambos análisis también se hizo para el caso del Condado también se hizo una referencia respecto a eso entonces la con centralización está plasmada dentro del informe cumpliendo eh los requisitos normativos de delimitación al mercado relevante que establece la junta y también el propio la propia ley el artículo cinco (...)».

- [107] Es decir, que la presentación del *test del monopolista hipotético*, no estaría lo suficientemente soportado en la metodología indicada por la **INCCE**, ni por algún otro modelo o método, y que no se ha observado plenamente el cumplimiento fiel de los preceptos declarados por la **CMA**.
- [108] La **CRPI** entiende que la guía de la autoridad de Reino Unido no forma parte de la legislación ecuatoriana, y por lo tanto su aplicación no resulta obligatoria, sin embargo, su invocación

---

<sup>19</sup> Sección Análisis, Interpretación y Diseminación de la publicación: buenas prácticas en el diseño y presentación de encuestas a consumidores, evidencia para casos de fusiones, generada por la Autoridad de Competencia y Mercados de Reino Unido.

en el presente caso por parte de la **INCCE** implicó que los administrados **MULTICINES** y **STARCINEMA** contaban con un parámetro de certeza acerca de los análisis que se les iba a ejercer, ergo, un alejamiento de los principios de aquella guía tiende a que los resultados obtenidos de esa forma se tornen subjetivos.

[109] En otro orden de ideas, en otra alegación **MULTICINES**, sostiene que la **INCCE**, no ha acreditado debidamente un análisis de costos de transporte en la definición del mercado relevante.

[110] Al respecto, la **LORCPM**, prescribe en su artículo 5 que en relación con el componente geográfico, y la determinación de las fuentes alternativas de aprovisionamiento del servicio relevante –en este caso- se evaluará, entre otros factores, los costos de transportación.

[111] Acerca de este asunto, la **INCCE**, manifestó a través del Informe SCE-IGT-INCCE-2023-002:

[101] *Por otro lado, en Quito, CINEXT se encuentra ubicado en el centro comercial Portal Shopping al norte de la ciudad. Mientras que MULTICINES dispone de varios complejos en distintas zonas geográficas. Al ser un mercado de exposición hacia clientes finales, es necesario realizar un análisis profundo sobre la disponibilidad de movilidad. (énfasis propio)*

[112] No obstante, de la revisión del Informe SCE-IGT-INCCE-2023-002, la CRPI no encuentra el detalle del análisis de los costos de transportación para un número importante de encuestados, como se puede contemplar a continuación:

<i>Medios de transportación de los encuestados</i>						
<i>Complejo</i>	<i>Aplicaciones</i>	<i>Automóvil</i>	<i>A pie</i>	<i>Motocicleta</i>	<i>Taxi</i>	<i>Transporte público</i>
<i>Multicines el Condado</i>	<i>10</i>	<i>67</i>	<i>1</i>	<i>7</i>	<i>15</i>	<i>9</i>
<i>Cinext Portal</i>	<i>1</i>	<i>30</i>	<i>1</i>	<i>4</i>	<i>2</i>	<i>22</i>

[113] Es decir, por el lado de Cinext Portal (**STARCINEMA**), el 50 % de los encuestados no arriba a ese complejo de exhibición de películas en automóvil, y para el caso de Multicines El Condado (**MULTICINES**), el 40 % de los encuestados tampoco arriba a ese complejo de exhibición de películas en automóvil.

[114] El análisis de costos de transportación del porcentaje de clientes que arriba a los complejos por medios alternativos de transportación es importante porque éste pudiera permitir descubrir otras formas de interacción de la competencia entre esos dos complejos de cine. Si se considera las formas de arribo que implican desembolsos inmediatos, aplicaciones, taxi y transporte público, se tiene que para **STARCINEMA** y **MULTICINES**, el 40 % y 32 % de sus clientes encuestados, respectivamente, deben tomar en cuenta en su decisión de ida al cine estos costos, y esto pudiera darle a esos dos operadores, bajo determinadas circunstancias, la posibilidad de arbitrar los precios de sus boletos de admisión a una sala de cine.

[115] Esta Comisión entiende que la guía de la **CMA**, no es una norma de cumplimiento obligatorio ni una receta que deba cumplirse al pie de la letra, sin embargo, el criterio propio de la CRPI coincide con varios de los principios declarados por la autoridad de competencia británica. La

falta de claridad en la determinación de la población objetivo, en el detalle de la aleatoriedad de los sujetos a ser encuestados, la falta de presentación de los estratos o sub grupos de interés, su nivel mínimo de representación, la falta de exposición de medidas para evitar el sesgo de selección y la falta de la conexión entre las preguntas planteadas y el test del monopolista hipotético presentado por la **INCCE** comprometen la rigurosidad técnica de las encuestas llevadas a cabo por la misma.

- [116] Las omisiones detalladas en los párrafos precedentes comprometen la definición de mercado relevante realizada por la **INCCE**. Como se manifestó antes, el análisis de sustitución de la demanda y el componente geográfico con su correspondiente determinación de un recinto isócrono se sustentan fundamentalmente en las encuestas, por tanto, si éstas no están debidamente justificadas, indefectiblemente esta Comisión se verá forzada a darle una ponderación distinta a las postulaciones y recomendaciones de la **INCCE**, y a las alegaciones y recomendaciones de **MULTICINES**, puesto que el estándar de exigencia técnica de los elementos de un expediente administrativo en el que se modificaría los derechos u obligaciones de un administrado es muy elevado.
- [117] En consecuencia, esta Comisión se separa de la definición de mercado de la **INCCE**, e igualmente, descarta la alegación de **MULTICINES**, de ampliación del recinto isócrono de 20 minutos en automóvil hasta contar con límites que abarquen a los complejos de exhibición de películas de **SUPERCINES** Río Centro y 6 de diciembre de la ciudad de Quito, porque al desestimar la definición de mercado de la **INCCE**, se desestima una alegación sobre la ampliación del mismo. Sin embargo, la CRPI considera que pese a las imprecisiones técnicas señaladas, el Informe SCE-IGT-INCCE-2023-002 y las encuestas del expediente SCE-CRPI-1-2023, éstos han sido emitidos por la autoridad competente y serán valorados en su justa medida.
- [118] Ahora bien, la **INCCE**, presentó un cuadro que contiene los resultados de un ejercicio de *test del monopolista hipotético*. Sobre aquel la CRPI advirtió más información que la que normalmente tiene un *test* de aquellos<sup>20</sup>.
- [119] El test del monopolista hipotético –desde un punto de vista teórico- implica una respuesta a la pregunta: ¿qué hacen los consumidores de un producto determinada cuando su precio se eleva en una cuantía significativa y permanentemente? Las respuestas admisibles son: seguir consumiéndolo o abstenerse de su consunción. Pese a este criterio, la **INCCE**, ha presentado una tercera opción de respuesta al *test* en mención: no sabe / no está seguro.
- [120] Al respecto, la CRPI consultó lo siguiente en la audiencia pública:

Consultas de la **CRPI**: “(...) *hay otra pregunta que tengo al respecto a este mismo test, normalmente el test implica una pregunta, ante una elevación de precio usted como consumidor qué hace, se queda o se va, sin embargo, en el informe de la Intendencia se presenta un reporte de tres columnas la primera columna tiene que ver con la respuesta de si se queda, la ultima es si se va y hay una intermedia de no sabe o no está seguro, entonces ahí mi consulta a la Intendencia es ¿cómo se debe interpretar el resultado a la luz de esas tres respuestas? este «no sabe está seguro», ¿se debería sumar alguna de las dos columnas que mencione alguna de las otras dos respuesta o se debe tomar como una respuesta independiente? ¿Cómo la interpreta la Intendencia?»*”

<sup>20</sup> MARKET DEFINITION AND ASSIGNMENT OF MARKET SHARES, OECD, disponible en: <https://www.oecd.org/daf/competition/prosecutionandlawenforcement/27122235.pdf>

Repuestas de la **INCCE**: “Sí, ese es un tema netamente también de digamos de muestreo, en realidad tú nunca puedes darle a un encuestado simplemente una respuesta, a o b porque tú le estas poniendo le estas enfrentando al consumidor ante una, en una cuestión hipotética entonces siempre tienes que darle a una persona también una determinación, o sea la verdad no te podría responder o no estoy seguro que es lo que haría, porque también es una respuesta que en ese punto no lo tiene en mente, o sea, no le está interpolando entonces de hecho en la guía de la Unión Europea, perdón de la comisión de mercados del Reino Unido, se establece justamente estos parámetros que te digo que es por un tema netamente de como se hace un muestreo y como son los procedimientos de protocolo y más que nada asegurarnos de que las encuestas capturen justamente el comportamiento efectivo de esas personas, y si es que efectivamente no sabe o no deja ver que también, era otra de las opciones, son parámetros que se pueden utilizar para calcular lo que se conoce como tasas de desvío, como ustedes vieron en la presentación eran más o menos el cuarenta y seis a setenta por ciento lo que indicaba que generaba efectiva una presión competitiva no es una metodología netamente nuestra es una metodología aceptada a nivel a nivel internacional que por más de que digamos, vemos que, digamos, un gran porcentaje de personas que viven en Calderón o la parte de Carapungo o zonas aledañas al portal de las encuestas, la mayoría, más del cincuenta por ciento estaban dispuestas a trasladarse al Condado dentro de un entorno de lo que se había comentado específicamente”.

[121] Al no contar con una respuesta clara, la **CRPI** consultó el tratamiento de respuestas negativas a las preguntas planteadas por la **INCCE**. Se encontró una respuesta en la misma guía de la **CMA**. En ella se menciona<sup>21</sup> que ese tipo de respuestas negativas debe ser ignorado, si es que no se hace un seguimiento de las respuestas sucesivas de quien respondiera no sabe / no está seguro. Situación que no se advierte en el Informe SCE-IGT-INCCE-2023-002, por tanto el cuadro 5 del mismo informe será recalibrado con el descarte de ese tipo de respuestas, y queda como se muestra a continuación, para los dos complejos de interés:

Complejo	Asiste al mismo cine / va a otro	Deja de ir al cine
Multicines el Condado	93,82%	6,18%
Cinext Portal	91,18%	8,82%

[122] De la lectura del *test* recalibrado, y como mostró la **INCEE**, en los resultados promedio de su *test del monopolista hipotético*, se concluye que los complejos Cinext Portal (**STARCINEMA**) y Multicines El Condado (**MULTICINES**), serían mercados en sí mismos, porque los encuestados se quedarían en el cine a seguir consumiendo el servicio relevante a pesar de la elevación hipotética y no transitoria del 10 % del precio de la película.

[123] En otro orden de ideas, **MULTICINES** ha aseverado que existen dos mercados, Servicios de exhibición de películas en salas de cine en el nororiente de Quito y Servicios de exhibición de películas en salas de cine en el noroccidente de Quito.

<sup>21</sup> Sección Tratamiento de las respuestas “no sé”, de la publicación: buenas prácticas en el diseño y presentación de encuestas a consumidores, evidencia para casos de fusiones, generada por la Autoridad de Competencia y Mercados de Reino Unido.

[124] La tabulación de la información de la base de datos que soportada por las encuestas, en relación con la proveniencia de los consumidores de las parroquias del norte de Quito, que más asisten a los complejos de proyección de películas materia de análisis, es la siguiente:

<b>Porcentaje de clientes de Parroquias del noroccidente de Quito</b>					
<b>Complejo</b>	<b>El Condado</b>	<b>Cotacollao</b>	<b>Ponceano</b>	<b>Cochabamba</b>	<b>La concepción</b>
<i>Multicines el Condado</i>	90 %	67 %	50 %	35,71 %	54,55 %
<i>Cinext Portal</i>	0 %	3 %	0 %	0 %	0 %

<b>Porcentaje de clientes de Parroquias del nororiente de Quito</b>		
<b>Complejo</b>	<b>Comité del pueblo</b>	<b>Calderón</b>
<i>Multicines el Condado</i>	33 %	10,91 %
<i>Cinext Portal</i>	50 %	80 %

[125] Pese a que la tabulación no es completamente clara, los resultados de la proveniencia de los clientes de las parroquias del noroccidente de Quito son categóricos, no existe concurrencia de éstos al complejo Cinext Portal (**STARCINEMA**).

[126] Mientras que viceversa, si bien se aprecia procedencia de consumidores del nororiente de Quito al complejo Multicines El Condado (**MULTICINES**), no es siquiera cercana a una cantidad significativa, es decir, en un caso se aproxima al 10 % de clientes solamente.

[127] Con estos elementos analizados, esta Comisión concluye que la propuesta de definición de mercado relevante que más se apega a los elementos del expediente SCE-CRPI-1-2023, es la segunda de ellas postulada por **MULTICINES**.

[128] Por tanto, la CRPI concluye que los mercados relevantes en este caso son:

- ❖ Servicios de exhibición de películas en salas de cine en el nororiente de Quito.
- ❖ Servicios de exhibición de películas en salas de cine en el noroccidente de Quito.

[129] En consecuencia, esta Comisión considera, luego de una exhaustiva evaluación, que la operación de fusión entre **MULTICINES** y **STARCINEMA**, no despierta preocupaciones desde el punto de vista de la competencia económica porque dados los elementos de este expediente, se ha determinado que pertenecen a mercados separados y contiguos, es decir, la eventual fusión empresarial entre **STARCINEMA** y **MULTICINES**, no plantea escenarios de modificación de dominancia de mercado dentro de los mercados delimitados.

[130] Ciertamente, si se consideraran otros elementos, como los costos de transportación pudiera concluirse que la interacción de competencia económica entre **MULTICINES** y **STARCINEMA**, pudiera generar preocupaciones. Por ejemplo, si debido a una coordinación producto de su concentración, éstos pudieran aplicar estrategias *explotativas*, aplicando los principios de *equimarginalidad* entre su precio de venta de boletos y el mismo valor menos un

diferencial infinitesimal más el costo de transporte de los consumidores que pudieran querer cambiarse de complejo, situación que dejaría a esos consumidores en una posición de virtual indiferencia de extracción de su excedente de consumidores, dada la falta de competencia de dos complejos de exhibición de películas contiguos, escenario que llevaría a establecer una relación de competencia mediata. Escenario que no ha sido acreditado en el presente expediente.

### **Del condicionamiento propuesto por MULTICINES**

- [131] Los precios son una de las variables más importantes para los operadores económicos, la libre competencia económica se basa sobre una su libre elección, por tanto el sistema de precios transmite información a la sociedad acerca de la realidad de los mercados, y su inhibición impide el funcionamiento normal de los mismos.
- [132] Normalmente, la fijación de precios por parte de una autoridad de competencia económica desnaturaliza su razón de ser<sup>22</sup>, dado que es la última instancia a la que debiera recurrir. Una de las vías más rápidas para paralizar a un mercado competitivo es la rigidez los precios de sus productos. Desde un punto de vista general, un escenario como este implicaría la degeneración del objeto de la **LORCPM**, dado que seguramente equivaldría a un atentado contra la eficiencia de los mercados, el comercio justo y el bienestar general.
- [133] La fijación de precios, de acuerdo con la misma **LORCPM**, es facultad de la función ejecutiva, mediante la expedición de decretos ejecutivos.
- [134] Sin embargo de las postulaciones precedentes, en la jurisprudencia de la Unión Europea, cuya norma de competencia está compuesta por un enfoque muy similar al de la **LORCPM**, existen precedentes y análisis que señalan las características ultra excepcionales que justificarían, que en casos de abuso de poder de mercado, una autoridad de competencia económica directa o indirectamente fijara un precio.
- [135] La Publicación de la autoridad de competencia de Suecia: *The Pros and Cons of High Prices*<sup>23</sup> (2007), cuenta con un capítulo denominado *Excessive Pricing in Competition Law: Never say Never?*<sup>24</sup>, en el que se presenta un *test* que permite llegar a la convicción de que pese a todas las razones para evitarlo, una autoridad de competencia pudiera llegar a fijar precios.
- [136] Es test plantea la constatación de tres condiciones:
- 1) Existencia de altas y permanentes barreras de entrada que soporten la dominancia de un operador económico.
  - 2) Dominancia basada sobre derechos especiales o exclusivos.
  - 3) Ausencia de un regulador específico del sector de operación de operador económico dominante.

---

<sup>22</sup> *The Pros and Cons of High Prices, Swedish Competition Authority (2007)*

<sup>23</sup> Disponible en:

[https://www.researchgate.net/publication/274273103\\_Excessive\\_Pricing\\_in\\_Competition\\_Law\\_Never\\_say\\_Never](https://www.researchgate.net/publication/274273103_Excessive_Pricing_in_Competition_Law_Never_say_Never)

<sup>24</sup> Autoría de Massimo Motta y Alexandre de Streel.

[137] Al respecto de estas condiciones, se le consultó a **MULTICINES** en la audiencia pública de la siguiente manera:

Consulta de la **CRPI**: “(...) la primera pregunta es ¿considera que existen altas y permanentes barreras de entrada que sostengan la dominancia de Multicines sea individual o sea una vez fusionado ante una eventual concentración con CINEXT?”

Respuesta de **MULTICINES**: “(...) nosotros consideramos que no existen barreras de entrada de hecho, lo hemos presentado dentro de nuestra exposición, existe un operador económico muy importante que no fue analizado dentro del informe qué es Supercines y básicamente presentamos también los lugares dónde se podrían realizar salas de cine y sobre todo lo más importante que creemos es también los resultados de las encuestas que dicho ya es muy importante que no mencionemos las encuestas fue realizada en cada complejo no en todos los complejos no se realizó encuestas en los complejos de Supercines, únicamente se realizó encuestas en determinados complejos pero en ninguno de súper cines y aparte de eso es muy importante tomar en cuenta pero veamos también los resultados que Supercines podría participar, aparte también la evidencia del año pasado, el año pasado entró un nuevo operador en un nuevo complejo que es Supercines Río Centro”.

Consulta de la **CRPI**: “(...) considera que está asociada la actividad de Multicines o de Cinext a alguna fuente de derechos exclusivos?”

Respuesta de **MULTICINES**: “(...) eh no, derechos exclusivos no, más bien como les había mencionado hace un momento, el otro operador económico que hemos pedido que se analice más bien es el que está integrado verticalmente y eso era muy importante que se tomara en cuenta porque este operador económico, su integración le permite participar en este en todo mercado geográfico, ahora una cosa que es importante aclarar y dejar bien claro, nosotros no estamos de acuerdo con el mercado geográfico de la intendencia, sino un mercado geográfico del nororiente de Quito, o sea, ciertas parroquias mucho, más estrecho, ese era el mercado geográfico que se debía haber delimitado”.

Consulta de la **CRPI**: “(...) ¿considera que existe alguna, o más bien, existe alguna entidad sectorial que regule las actividades de Multicines, de Cinext o de los cines en general?”

Respuesta de **MULTICINES**: “No, no existe ninguna, patentes municipales los permisos habituales pero algo específico no.”

[138] Como se ha podido apreciar de las declaraciones de **MULTICINES**, y de los elementos del expediente SCE-CRPI-1-2023, no se alcanza a configurar el escenario ultra excepcional en el que una autoridad de competencia económica pudiera, dadas sus facultades de prevención, corrección o eliminación de abuso de poder de mercado, pronunciarse acerca de la fijación de precios porque las condiciones de un *test* desarrollado específicamente para el efecto no han sido configuradas totalmente en el presente caso.

[139] Por las razones expuestas en los párrafos precedentes, esta Comisión descarta el condicionamiento propuesto por **MULTICINES**, en caso de que la CRPI considerase necesario imponer medidas de esa categoría.

## 7. Criterios de decisión respecto de la operación de concentración económica

[140] El artículo 22 de la **LORCPM**, prescribe los criterios que deben ser tomados en cuenta con la finalidad de emitir una decisión en materia de concentraciones económicas. El desarrollo de estos criterios es apreciable a continuación.

### 7.1 El estado de situación de la competencia en el mercado relevante y grado de poder de mercado del operador económico en cuestión y el de sus principales competidores.

[141] En este caso, no existen preocupaciones de acerca de la creación o aumento del poder de mercado de un operador post concentración, puesto que los intervinientes, a la luz de los elementos del expediente SCE-CRPI-1-2023, pertenecen a mercados separados.

### 7.2 La necesidad de desarrollar y/o mantener la libre competencia de los operadores económicos, en el mercado, considerada su estructura así como los actuales o potenciales competidores.

[142] En este caso, no se suscitan preocupaciones relativas a la libre competencia de los operadores económicos, en el mercado, puesto que los intervinientes, a la luz de los elementos del expediente SCE-CRPI-1-2023, pertenecen a mercados separados.

### 7.3 La circunstancia de si a partir de la concentración, se genere o fortaleciere el poder de mercado o se produjere una sensible disminución, distorsión u obstaculización, claramente previsible o comprobada, de la libre competencia de los operadores económicos y/o la competencia.

[143] En este caso, no se ha demostrado una circunstancia de generación o fortalecimiento de poder de mercado, o afectaciones a la libre competencia de los operadores o a la competencia económica, porque los intervinientes de la operación de concentración en análisis, a la luz de los elementos del expediente SCE-CRPI-1-2023, pertenecen a mercados separados.

[144] Finalmente, en relación con las solicitudes de los escritos agregados mediante la Providencia de 16 de agosto de 2023, de las 16:14, que en su parte principal, señalaban:

Escrito signado con trámite I.D.: 202304328, anexo I.D.: 66551.

*Requiera a la Intendencia Nacional de Control del Concentraciones Económicas que informe si analizó a los competidores potenciales del mercado relevante propuesto en su Informe SCE-IGT-INCCE-2023-002 de 21 de junio de 2023.*

*2.2. Requiera a los competidores potenciales identificados en las encuestas realizadas por la INCCE que informen respecto de los proyectos de centros comerciales o salas de cine que realizarán en el terreno presentado en la*

*audiencia de 18 de julio, de manera directa o por medio de compañías relacionadas. Este requerimiento permitirá que la CRPI corrobore que el competidor identificado en las encuestas (a través de las empresas que pertenecen a su grupo) tiene la capacidad de ingresar al mercado geográfico definido por INCCE, por lo que es un competidor potencial.*

Escrito signado con trámite I.D.: 202304555, anexo I.D.: 68804 y anexos.

*2.1. Solicite al señor Alcalde del Distrito Metropolitano de Quito que remita los estudios que avalan su afirmación: “de cada diez quiteños ocho se mueven en bus, no se mueven en carro.*

Escrito signado con trámite I.D.: 202304646, anexo I.D.: 69709.

*Amparados en el artículo 66 número 23 de la constitución de la República del Ecuador, respetuosamente insistimos en los pedidos de actuaciones realizadas el 31 de julio y 7 de agosto de 2023.*

[145] Esta Comisión las niega, por resultar redundantes e impertinentes, en relación con el análisis contenido en la presente resolución.

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

## **RESUELVE**

**PRIMERO.- AUTORIZAR** la concentración económica correspondiente a la transacción notificada por el operador económico MULTICINES S.A., 15 de noviembre de 2022.

**SEGUNDO.- DECLARAR** la presente resolución como confidencial y emitir la versión no confidencial y pública de la misma.

**TERCERO.- AGREGAR** al expediente, en su parte confidencial, la presente Resolución.

**CUARTO.- AGREGAR** al expediente, el escrito presentado por MULTICINES S.A. signado con trámite I.D.: 202304888, anexo I.D.: 76969.

**QUINTO.- NOTIFICAR** la presente Resolución, en su versión confidencial, al operador económico MULTICINES S.A.

**SEXTO.- NOTIFICAR** la presente Resolución en su versión no confidencial y pública a la Intendencia General Técnica y a la Intendencia Nacional de Control de Concentraciones Económicas de la Superintendencia de Competencia Económica.

