Superintendencia
de Control del
Poder de Mercado

SUPERINTENDENCIA DE CONTROL DEL PODER DE MERCADO

INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS 2017

Superintendencia de Control del Poder de Mercado

Contenido

1. ANTECEDENTES 3
2. CASOS DE INVESTIGACIÓN 3
2.1. Casos de Investigación y estudios abiertos durante el 2017 4
2.2. Casos en investigación a diciembre y su forma de inicio 5
3. CESE DE CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS 5
4. SANCIONES APLICADAS POR LA SCPM 6
5. PARTICIPACIÓN CIUDADANA 7
5.1. Comités de usuarios de mercado 8
5.2. Eventos Nacionales e Internacionales 9
5.3. Asambleas Productivas 10
5.4. Ferias Ciudadanas 10
5.5. Rondas de Negocios 11
5.6. Observatorios 11
6. CONVENIOS NACIONALES E INTERNACIONALES 12
7. MANUALES DE BUENAS PRÁCTICAS 12
8. "MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES PARA SUPERMERCADOS" 13
9. SUPERTIENDA ECUADOR 15
10. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA 15
11. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL DE DIFUCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA 17
11.1. Página web y redes sociales 17
11.2. Miniserie Ciudad Quinde 18
11.3. Programa de televisión "El Poder de Mercado" 18

1. ANTECEDENTES

El 13 de octubre del 2011, Asamblea Nacional emite la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (LORCPM). Bajo esta ley se crea en el año 2012 la Superintendencia de Control del Poder de Mercado (SCPM), como organismo técnico de control, con capacidad sancionatoria.

El objetivo principal de la Ley que rige a la SCPM es evitar, prevenir, corregir, eliminar y sancionar el abuso de los 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 prohibición y sanción de las prácticas desleales.

El 6 de septiembre del 2017, el Ing. Christian Ruiz es designado como Superintendente de Control del Poder de Mercado encargado.

La Superintendencia de Control del Poder de Mercado (SCPM), como autoridad de competencia del Ecuador, en cumplimiento de la normativa vigente expedida por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social y consiente además, del derecho que tiene la ciudadanía de tener libre acceso a información relevante de las instituciones públicas, presenta el siguiente informe donde se detalla a breves rasgos las principales actividades realizadas por la institución durante el 2017.

2. CASOS DE INVESTIGACIÓN

La ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, en el Art. 37 señala las facultades que tiene la institución:

> *[...] corresponde a la SCPM asegurar la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentar la competencia; la prevención, investigación, conocimiento, corrección, sanción y eliminación del abuso de poder de mercado, de los acuerdos y prácticas restrictivas, de las conductas*

desleales contrarias al régimen previsto en esta Ley; y, el control, la autorización y de ser el caso la sanción de la concentración económica [...].

Basándose en esta facultad y demás mandatos que la mencionada ley le da a esta Superintendencia se han investigado conductas o actuaciones en las que un operador económico, sea persona natural o jurídica, nacional o extranjera, pública o privada, haya podido incurrir contraviniendo lo dispuesto en la LORCPM.

2.1.Casos de Investigación y estudios abiertos durante el 2017

A nivel nacional se abrieron 41 casos de investigación en los ámbitos de abuso de poder del mercado, acuerdos y prácticas restrictivas; 26 casos de prácticas desleales. Además la SCPM conoció y/o investigó 30 procesos de concentraciones económicas y realizó 31 estudios de mercado.

Gráfica No. 1

Fuente: Reporte en Cifras diciembre 2017

2.2.Casos en investigación a diciembre y su forma de inicio

Al 31 de diciembre, existen 86 expedientes abiertos que se sustancian en las Intendencias Nacionales y Zonales de la SCPM; 42 casos se investigan por el cometimiento de presuntas prácticas de abuso de poder de mercado y acuerdos restrictivos y 44 por potenciales prácticas desleales. Estos casos fueron iniciados por la SCPM de acuerdo a lo indicado en la tabla adjunta:

Tabla No. 1

Casos en investigación por conducta y forma de inicio

Conducta / Forma de inicio	Por denuncia	De oficio	Por solicitud de administración pública	Total
Abuso de poder del mercado, acuerdos y prácticas restrictivas	11	15	16	42
Prácticas desleales	19	21	4	44
Total	**30**	**36**	**20**	**86**

Fuente: Reporte en Cifras diciembre 2017

Por otra parte, se encuentran en análisis 7 notificaciones de operaciones de concentración, abiertas por:

Tabla No. 2

Casos en investigación por conducta y forma de inicio

Intendencia	Consulta previa	Notificación informativa	Notificación obligatoria	Total
Control de Concentraciones Económicas	1	1	5	**7**

Fuente: Reporte en Cifras diciembre 2017

3. CESE DE CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS

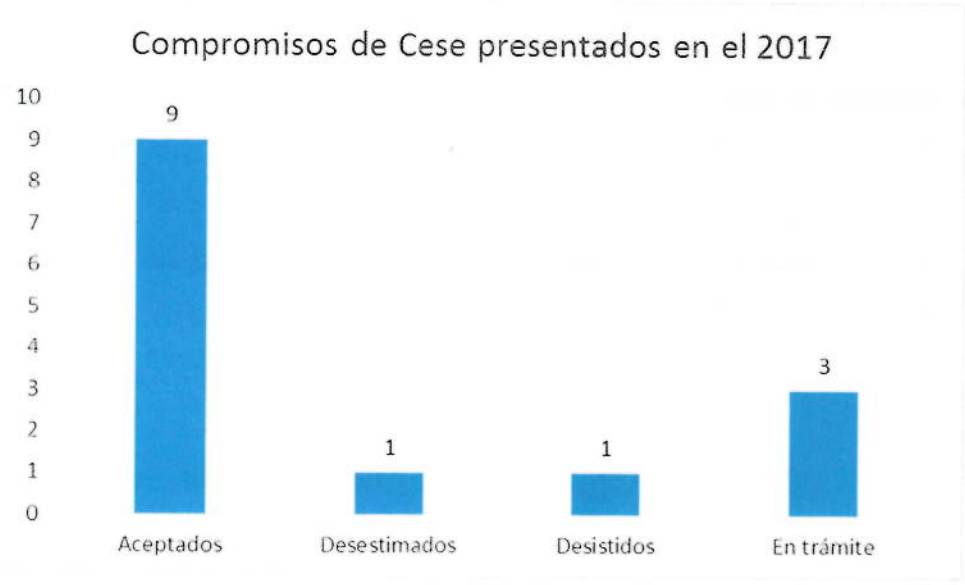
Los operadores económicos en cumplimiento de sus derechos y amparados en el Art. 89 de la LORCPM, pueden presentar una propuesta por medio de la cual

se comprometen a cesar o terminar la conducta anticompetitiva por la que se les inició una investigación.

Esta propuesta, denominada "Compromiso de Cese", podrá ser aprobada, modificada o rechazada por la SCPM tras una evaluación de la misma. Al ser aceptada la SCPM da la investigación por concluida, sin embargo, si este compromiso no se cumple en los plazos y condiciones determinadas, la SCPM iniciará el proceso de aplicación de las sanciones previstas en la LORCPM.

Bajo esta premisa, 14 operadores económicos presentaron compromisos de cese durante el 2017, mismos que se detallan en el cuadro adjunto

Gráfica No. 2



Fuente: Datos de la Comisión de Resolución de Primera Instancia.

4. SANCIONES APLICADAS POR LA SCPM

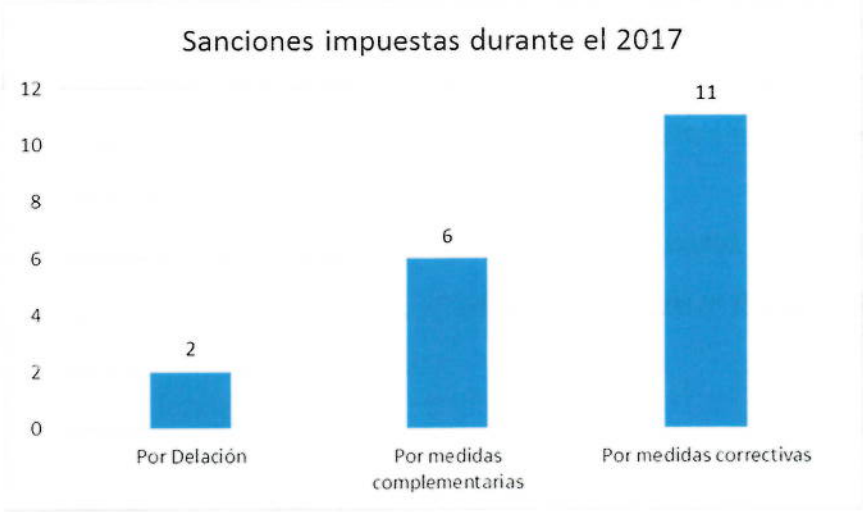
La SCPM de acuerdo a la ley puede imponer sanciones a los operadores económicos que incurran en prohibiciones o ejecuten acciones u omisiones señaladas como infracciones en la LORCPM.

Las sanciones que fueron aplicadas durante el 2017 por la SCPM son de tres tipos:

- Por delación: Son sanciones aplicadas con una reducción parcial o total del monto, debido a una cooperación efectiva con la investigación que realiza la SCPM en cualquiera de los ámbitos que le competen;
- Por medidas correctivas: Son aquellas sanciones que se aplicaron a los operadores económicos para corregir, suspender o revertir una conducta contraria a la LORCPM; y,
- Por medidas complementarias: La SCPM puede emitir medidas complementarias a las correctivas en el caso de que estas últimas no se hayan cumplido por el operador o en el caso de creer necesario para una correcta aplicación de las medidas correctivas.

La siguiente gráfica muestra las sanciones impuestas por la SCPM, según sus facultades, a diferentes operadores económicos:

Gráfica No. 3



Fuente: Datos de la Comisión de Resolución de Primera Instancia.

5. PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Entre los lineamientos que la SCPM tiene para la regulación en materia de esta ley se encuentra la defensa del interés general que prevalece sobre el interés

particular y, el impulso y fortalecimiento del comercio justo para reducir las distorsiones de la intermediación.

Basándonos en estos lineamientos se ha promovido la conformación y organización de varias formas de participación ciudadana para la promoción de sus derechos y la realización del control social, entre los que podemos mencionar:

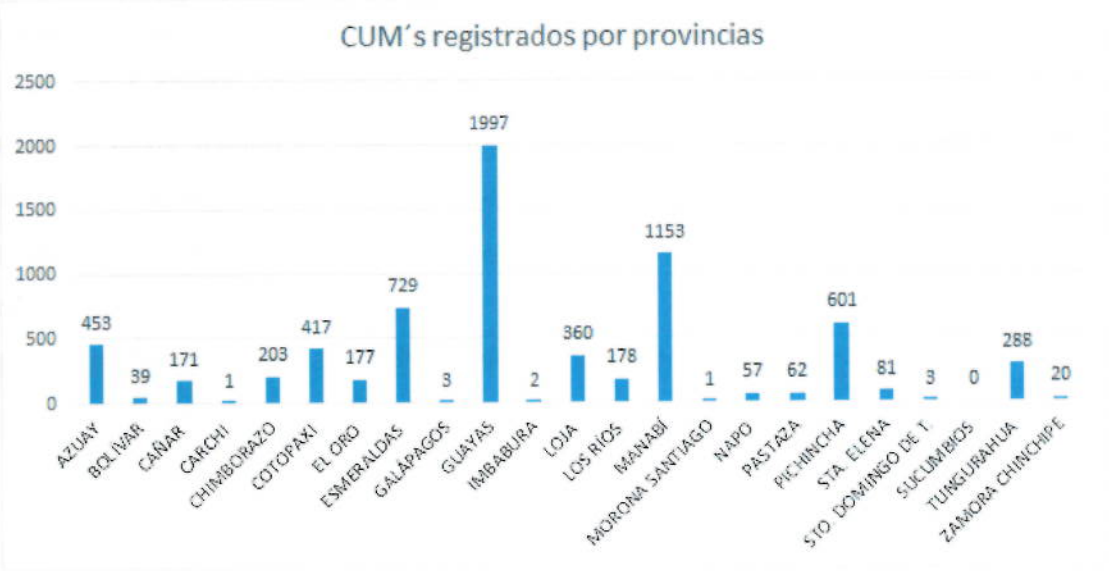
5.1.Comités de usuarios de mercado

Los Comités de Usuarios de Mercado (CUM's) son formas organizativas de la ciudadanía para la vigilancia, control y exigencia de derechos en búsqueda de satisfacer necesidades y mejorar los servicios públicos y privados.

En el año 2017 la SCPM organizó junto a la ciudadanía 6 996 CUM's quienes se comprometieron a mantener una participación activa por medio de la vigilancia ciudadana dando a conocer los abusos de operadores económicos o anomalías sobre el comportamiento del mercado e informando los resultados de las actividades realizadas, además de, incentivar la participación ciudadana y el control social y popular.

Los CUM's fueron conformados en varias provincias del país como podemos evidenciar en la siguiente gráfica:

Gráfica No. 4



Fuente: Reporte en Cifras diciembre 2017

5.2.Eventos Nacionales e Internacionales

La SCPM con el objetivo de dar a conocer la normativa vigente en materia de competencia y realizar capacitaciones en diferentes temáticas relacionadas a la regulación de los mercados y sectores específicos de la economía, desarrolló a lo largo del 2017, 1 145 eventos, de los cuales 1 113 contaron con la participación de 387 expertos nacionales y 32 eventos con la participación de 48 expertos internacionales quienes realizaron un total de 60 ponencias.

Los eventos realizados por la SCPM fueron bien recibidos por la ciudadanía, la academia y los operadores económicos en general, llegando a participar en los diferentes eventos un total de 62 457 ciudadanos quienes fueron capacitados en temas de competencia y otros específicos como supermercados, medicamentos, etc.

Para esta gran labor se contó con el apoyo logístico y de organización de los funcionarios de la SCPM.

5.3.Asambleas Productivas

Con el propósito de crear espacios de diálogo y participación que fomenten la competencia en los mercados y eliminen las barreras de entrada que tienen los pequeños y medianos productores para competir de manera justa dentro del mercado donde desarrollan su actividad productiva y comercial, la SCPM realizó a nivel nacional 223 Asambleas Productivas propiciando el diálogo con las entidades públicas y la academia quienes brindan la asesoría y el apoyo necesarios a los participantes para resolver diferentes tipos de problemáticas que puedan tener los productores en el campo legal, operativo, comercial o financiero.

5.4.Ferias Ciudadanas

Las ferias ciudadanas se realizan con el objetivo de crear espacios donde los productores pueden interactuar directamente con los consumidores de sus productos, evitando así la intermediación, logrando de esta manera que los actores participes de estas ferias se beneficien mutuamente de los precios obtenidos por los bienes y servicios comercializados.

En el año 2017 se realizaron 115 ferias ciudadanas beneficiando así a distintos actores de la economía nacional.

Gráfica No. 5

Fuente: Reporte en Cifras diciembre 2017

5.5.Rondas de Negocios

Con la colaboración de diferentes operadores económicos relacionados con la comercialización de alimentos se realizaron 13 rondas de negocio durante el 2017. El objetivo de estos espacios fue evitar la intermediación entre los actores de la economía popular y solidaria y las cadenas de supermercados, siendo este un mecanismo simple y directo para promover contactos entre actores económicos. Los participantes lograron generar potenciales nuevos clientes o proveedores posibilitando el acceso a nuevos mercados y futuros negocios.

5.6.Observatorios

Es evidente la tendencia del ser humano a esperar que alguien más resuelva los problemas que la sociedad enfrenta, es por esto que urge fomentar un espacio donde el ciudadano de manera organizada presente temas específicos a resolver.

La participación activa y decidida de todos los ciudadanos nos dará una visión más amplia en materia de competencia para identificar y resolver la falta de transparencia y competitividad de los diferentes sectores de la economía nacional.

En tal virtud, en el 2017 la SCPM logró conformar 50 observatorios sobre diferentes temáticas, entre los que se puede destacar:

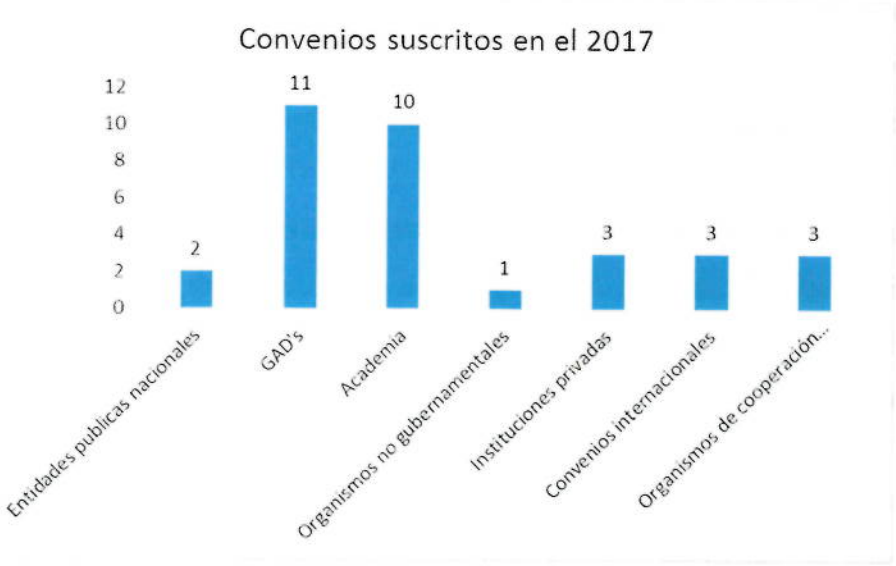
- Observatorios académicos;
- Observatorios agropecuarios;
- Observatorios de protección al consumidor y publicidad engañosa;
- Observatorios anticorrupción;
- Observatorios de salud;
- Observatorios de soberanía alimentaria;
- Observatorios de negocio, economía y mercado; y,
- Observatorios de producción textil.

6. CONVENIOS NACIONALES E INTERNACIONALES

En el marco de las atribuciones entregadas a la SCPM por intermedio del Art. 38 numeral 12 de la ley que rige a la institución, esta ha suscrito 27 convenios nacionales y 6 convenios internacionales en materia de regulación o políticas de competencia y libre concurrencia.

Los convenios fueron suscritos con instituciones privadas, organismos no gubernamentales, la academia, GAD's, entidades públicas nacionales, y organismos de cooperación internacional, según nos muestra la gráfica adjunta:

Gráfica No. 6



Fuente: Reporte en Cifras diciembre 2017

7. MANUALES DE BUENAS PRÁCTICAS

La SCPM ha elaborado durante el 2017 un total de 5 Manuales de Buenas Prácticas Comerciales dirigidos a distintos sectores de la economía. El objetivo fundamental de estos manuales es fomentar las buenas prácticas comerciales y así prevenir el desarrollo de conductas que vayan en contra de lo dispuesto en la LORCPM, fomentando así la eficiencia del mercado.

- Manual para elaborar códigos de ética anticorrupción para las empresas

privadas y públicas del ecuador;

- Manual de Buenas Prácticas Comerciales en el sector de ensambladores y vendedores de teléfonos celulares;
- Manual de Buenas Prácticas Comerciales en el sector de cerveza artesanal;
- Manual de Buenas Prácticas Comerciales para el sector cinematográfico ecuatoriano;
- Manual para el sector financiero popular y solidario;

Un sexto manual fue entregado a los operadores económicos del sector de producción, comercialización y utilización de software, para que ellos realicen observaciones y recomendaciones al documento, las que podrán o no, ser acogidas por esta Superintendencia para mejorar el documento inicialmente propuesto. Este manual tiene como objetivos principales determinar derechos y obligaciones de los actores económicos de este sector, prevenir y evitar posibles monopolios de las licencias del software pagado entre otros.

8. "MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES PARA SUPERMERCADOS"

El 28 de noviembre 2014 la SCPM emitió el manual de buenas prácticas comerciales de supermercados. Posteriormente la Junta de Regulación emite la Resolución 008 el 1 de septiembre de 2015, sobre la cual el 31 de diciembre 2015 la SCPM expidió el Instructivo de aplicación para la referida resolución.

El 4 de enero de 2017, la Junta de Regulación emite la Resolución 014, la cual sustituye la Resolución 008.

Entre sus principales objetivos y logros se evidencia el control y regulación de las relaciones comerciales de los supermercados y sus proveedores, contratos de provisión, precios, medios y plazos de pago, precios predatorios y explotativos, recepción de productos, notas de débitos, descuentos, créditos y devoluciones,

publicidad engañosa, solución de controversias, así como la promoción de los productores de la EPS, micro y pequeña empresa.

Luego de tres años de la aplicación de estas buenas prácticas y el fomento del emprendimiento por parte de la SCPM, la participación de los pequeños productores como proveedores en cinco (5)[1] grandes cadenas de supermercados, se evidencia el porcentaje de compra realizado por estas cadenas en el año 2017 a los proveedores situados en los tres primeros segmentos que promociona el Manual de Buenas Prácticas, y que asciende a USD $ 506.056.597,63, representando un porcentaje de compra de 20% en relación al total de las compras realizadas por estos cinco operadores en el 2017.

El siguiente cuadro muestra los resultados del "MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES PARA SUPERMERCADOS" en el período comprendido del 2015 a 2017.

Tabla No. 3

Casos en investigación por conducta y forma de inicio

SEGMENTOS (facturación anual) USD	Total 2015			Total 2016			Total 2017			ACUMULADO (2015 a 2017)	
	TOTAL USD	Compra	No. Prov	TOTAL USD	Compra	No. Prov	TOTAL USD	%Compra	No. Prov	TOTAL USD	Compra
SEGMENTO 1 0 a 50.000 USD	$ 37.650.142,00	1,5%	2.060	$ 45.345.899,91	1,9%	2.031	$ 49.095.771,58	1,9%	1863	$ 132.091.813,48	1,8%
SEGMENTO 2 50.000,01 a 250.000,01 USD	$ 149.774.926,38	6,1%	1.215	$ 153.411.587,63	6,4%	1.156	$ 159.875.730,27	6,3%	1088	$ 463.062.244,28	6,3%
SEGMENTO 3 250.000,01 a 1´000.000 USD	$ 302.438.254,46	12,3%	603	$ 313.155.540,60	13,1%	538	$ 297.085.095,79	11,7%	544	$ 912.678.890,85	12,4%
SUBTOTAL 3 SEGMENTOS	$ 489.863.322,84	19,9%	3.878	$ 511.913.028,14	21,5%	3.725	$ 506.056.597,63	20,0%	3495	$ 1.507.832.948,61	20,4%
SEGMENTO 4 1´000.000,01 a 3´000.000 USD	$ 437.131.209,57	17,8%	257	$ 439.695.167,96	18,5%	232	$ 422.779.195,30	16,7%	249	$ 1.299.605.572,84	17,6%
SEGMENTO 5 más 3´000.000,01 USD	$ 1.534.668.050,24	62,3%	162	$ 1.430.214.574,69	60,0%	165	$ 1.601.002.961,70	63,3%	181	$ 4.565.885.586,63	61,9%
TOTAL	$ 2.461.662.582,65	100,0%	4.297	$ 2.381.822.770,78	100,0%	4.122	$ 2.529.838.754,63	100,0%	3925	$ 7.373.324.108,07	100,0%

Fuente: Operadores económicos, 2015-2017.
Elaboración: Intendencia de Abogacía de la Competencia, 2018.

[1] *Corporación Favorita, Corporación El Rosado S.A., Mega Santa María S.A., Tiendas Industriales Asociadas TIA S.A., Gerardo Ortiz e Hijos C LTDA*

9. SUPERTIENDA ECUADOR

La interacción de consumidores y productores ha ido variando con el pasar del tiempo. Es así que en los últimos años la ciudadanía ha adoptado como forma de compra distintos medios digitales que se encuentran disponibles tanto en páginas web como en aplicaciones, que hoy por hoy, las llevamos a diario en los teléfonos celulares.

Este avance incentivó a que la SCPM ponga a disposición de los actores económicos el portal Supertienda Ecuador donde se puede comprar y vender diferentes tipos de productos y servicios.

Este portal fue creado con el apoyo del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), el Servicio Nacional de Contratación Pública (SERCOP), la Red Nacional de Finanzas Populares y Solidarias del Ecuador (RENAFIPSE), la Junta Nacional de Defensa del Artesano (JNDA), el Seguro Social Campesino (SSC), el Banco Central del Ecuador (BCE) y Correos del Ecuador.

El portal ha contribuido a promocionar hasta la fecha 6 497 productos que han sido registrados por 8 714 vendedores quienes han podido llegar a 1 256 compradores registrados, logrando un total de 1 969 órdenes de compra.

10. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA

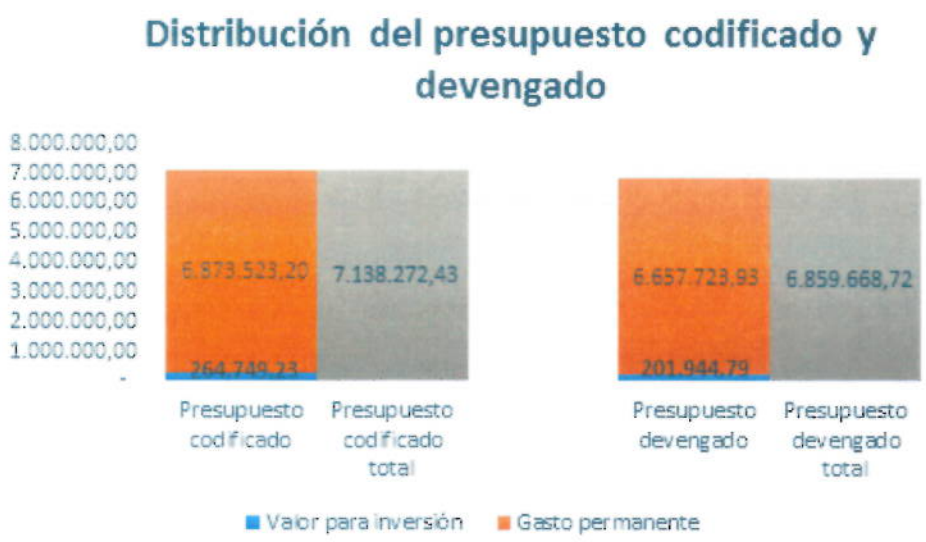
Para el año 2017 el Gobierno Nacional por intermedio del Ministerio de Economía y Finanzas asignó un total de USD 7'138.272,43, de los cuales la SCPM ejecutó USD 6'859.668,72, es decir un 96,10%.

Gráfica No. 7

Fuente: Dirección de planificación e inversión SCPM.

El presupuesto fue asignado tanto, para gasto corriente con lo cual la Institución pudo realizar las actividades descritas en numerales anteriores, así como para inversión, con lo que se logró avanzar en el proyecto de implementación de la SCPM.

Gráfica No. 8



Fuente: Dirección de planificación e inversión SCPM.

11. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL DE DIFUCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA

Para difundir sus competencias, logros y actividades desarrolladas a lo largo del 2017 la SCPM ha utilizado distintos canales de comunicación como su página web, twiter, y Facebook.

Además ha creado los programas "El poder del Mercado" y "Ciudad quinde" los que se difunden por distintos medios de comunicación y a través de la plataforma youtube por internet.

11.1. Página web y redes sociales

A través de su página web "http://www.scpm.gob.ec" la SCPM comunica a sus visitantes sobre las distintas actividades realizadas por la institución. Posee también un espacio para aclarar inquietudes y realizar denuncias, da a conocer los diferentes servicios que la institución brinda, entre otros de los servicios.

En el 2017 hubo 107 533 visitantes en la página web quienes utilizaron los diferentes servicios que esta presta y pudieron consultar varios temas de interés relacionados con la competencia de la institución.

La cuenta twitter de la SCPM llamada @AntiMonopolioEC registró en diciembre del 2017 - 21 355 seguidores.

En Facebook, la fanpage de la SCPM denominada "Antimonopolio Ecuador" cuenta con 7 626 likes.

En YouTube se encuentran 2.305 videos institucionales de los cuales se han realizado 371.930 reproducciones con un total de 4´340 579 de minutos de visualización.

11.2. Miniserie Ciudad Quinde

Como un mecanismo de promoción y de educación popular, se creó la miniserie interactiva denominada "Ciudad Quinde" la cual busca explicar, desde la cotidianidad y la construcción de historias paralelas, las posibles prácticas anticompetitivas dentro de la sociedad y en la que se evidencian las acciones que realiza la Superintendencia para controlar abusos y transparentar el mercado.

Ciudad Quinde consta de 14 capítulos de 15 minutos cada uno, ha sido transmitida en varios canales de televisión nacional de manera gratuita y en youtube tubo 13 229 visitas durante el 2017.

11.3. Programa de televisión "El Poder de Mercado"

Parte fundamental de la labor de la SCPM es mantener informada a la ciudadanía como mecanismo de educación y prevención; para ello se han desarrollado herramientas informativas como el programa de televisión "El Poder de Mercado" orientado a promover el conocimiento de la LORCPM y entrevistar a actores del mercado, los cuales a través de sus intervenciones contribuyen a un mejor entendimiento de las relaciones de poder que hay en el mercado nacional y como los consumidores u operadores económicos pueden ejercer su derecho por intermedio de la ley.

En el 2017 la transmisión del programa se ha realizado de manera gratuita en 4 medios de comunicación del país, 2 de los cuales transmiten con señal nacional y 2 con señal local, estos son:

- El ciudadano (nacional);
- Televisión legislativa (nacional);
- Telesucesos (Quito y Guayaquil); y,
- Chavelo TV (Cuenca).

Se transmitieron 40 programas, con un tiempo al aire de 1.136 minutos y 156 entrevistados.