

Informe de
Rendición de Cuentas
Año 2016

Superintendencia de Control del Poder de Mercado

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. ANTECEDENTES.....	3
2. CASOS DE INVESTIGACIÓN.....	3
2.1 Casos de investigación tramitados por las Intendencias.....	3
2.2 Casos tramitados por tipo de conducta.....	4
3. COMPROMISOS DE CESE.....	6
3.1 Multas Sancionadoras.....	6
3.2 Multas Sancionadoras.....	7
3.3 Multas Complementarias.....	7
4. COMITES DE USUARIOS	7
5. MANUALES DE BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES	8
6. EVENTOS DE SOCIALIZACIÓN Y CAPACITACIÓN A NIVEL	9
NACIONAL E INTERNACIONAL	9
6.1 Eventos Nacionales e Internacionales	9
6.2 Asambleas Productivas	9
6.3 Rondas de Negocios.....	10
6.4 Observatorios.....	10
6.5 Convenios Nacionales e Internacionales	11
6.6 Ferias Ciudadanas	11
7. “V REUNIÓN ANUAL DEL GRUPO DE TRABAJO SOBRE COMERCIO Y COMPETENCIA DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE”	12
8. “MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES PARA SUPERMERCADOS”	13
9. SUPERTIENDA ECUADOR.....	14
10. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA.....	15
11. GESTIÓN ESTRATÉGICA DE DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA.....	17
11.1 Miniserie Ciudad Quinde	17
11.2 Programa de televisión “El Poder de Mercado”	18
11.3 Redes Sociales.....	19

1. ANTECEDENTES

La Superintendencia de Control del Poder de Mercado –SCPM- presenta el siguiente documento que incluye las principales actividades realizadas por esta Institución durante el año 2016, referidas al desarrollo de nuevos conceptos para impulsar la institucionalidad de la Superintendencia como autoridad de competencia del Ecuador.

La estructura orgánica de la SCPM, la implementación de prácticas e investigaciones ex ante y ex post, a través de las Intendencias de investigación y promoción de la competencia de la Superintendencia, han permitido crear nuevos espacios de discusión de una nueva materia para el país, como es la política de competencia. Las políticas de trabajo con los actores del mercado, es decir, operadores económicos, instituciones públicas y privadas y la ciudadana en general son herramientas que permiten entender la evolución de la dinámica económica, social y jurídica en el país.

Durante el periodo de gestión, el primer Superintendente de Control del Poder de Mercado, PhD. Pedro Páez Pérez ha delineado una serie de acciones para cambiar la estructura de las relaciones de poder en los mercados y fomentar un sistema económico inclusivo, solidario y sostenible. Estas acciones son implementadas a través del trabajo de las Intendencias que conforman la SCPM, siendo estas: la Intendencia de Investigación y Control de Abuso de Poder de Mercado, Acuerdos y Prácticas Restrictivas; la Intendencia de Investigación de Prácticas Desleales; la Intendencia de Investigación y Control de Concentraciones Económicas; y, la Intendencia de Abogacía de la Competencia; que trabajan en conjunto con las Intendencias y Direcciones Zonales.

2. CASOS DE INVESTIGACIÓN

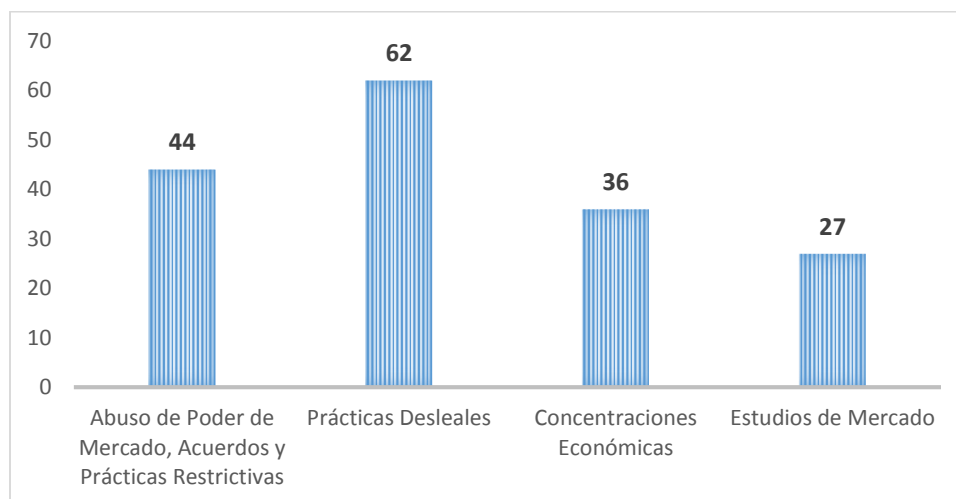
2.1 Casos de investigación tramitados por las Intendencias

En el ejercicio de las atribuciones, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado -SCPM- en su Artículo 37 determina que:

[...] 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 [...]

Ha realizado durante el año 2016, 169 investigaciones a nivel nacional, de las cuales 142 corresponden a casos de investigación y 27 estudios de mercado:

Ilustración 1
Número de casos investigados
Periodo 2016



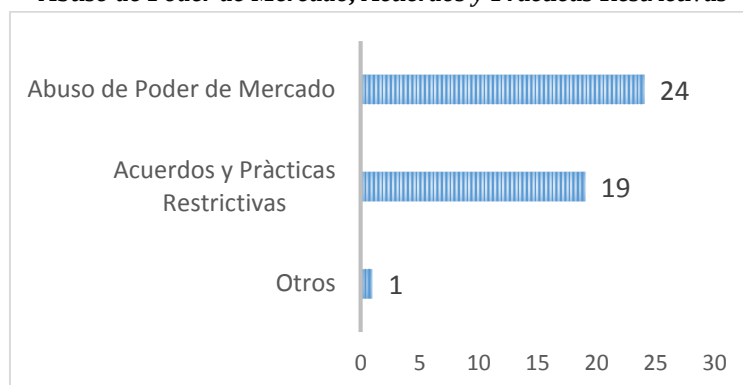
Fuente: Reporte en Cifras No. 16 de la SCPM

2.2 Casos tramitados por tipo de conducta

De los 169 expedientes que se sustancian en las Intendencias Nacionales y Zonales de la SCPM, 62 se investigan por el cometimiento de potenciales prácticas desleales, establecidas en el Artículo 27 de la LORCPM y 44 investigaciones por presuntas prácticas de abuso de poder de mercado y acuerdos restrictivos según lo determinado en los Artículos 9,10 y 11 de la LORCPM. Por otra parte, se encuentran en análisis 36 notificaciones de operaciones de concentración.

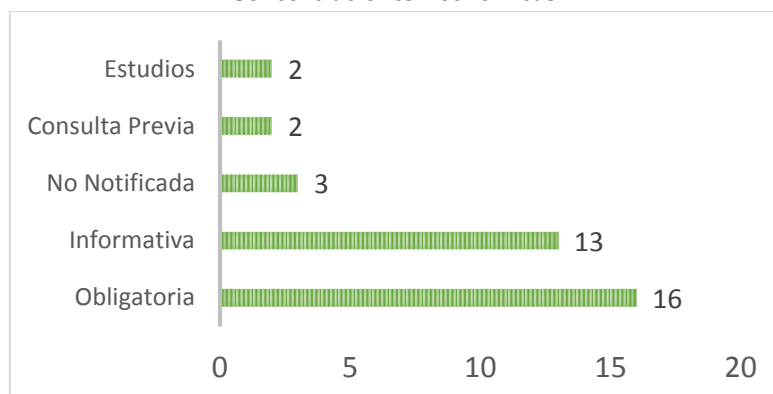
Ilustración 2
Número de casos tramitados por tipo de conducta

Abuso de Poder de Mercado, Acuerdos y Prácticas Restrictivas



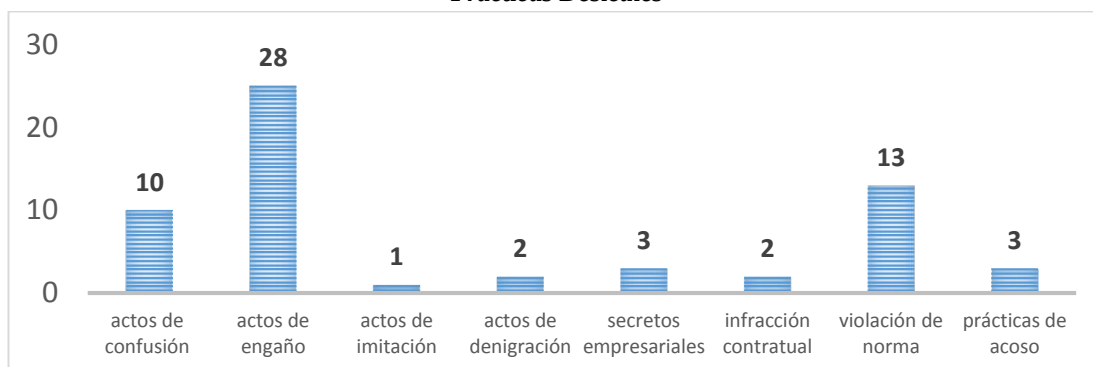
Fuente: Reporte en Cifras No. 16 de la SCPM Intendencias Nacionales

Concentraciones Económicas¹



Fuente: Reporte en Cifras No. 16 de la SCPM Intendencias Nacionales

Prácticas Desleales



Fuente: Reporte en Cifras No. 16 de la SCPM Intendencias Nacionales

¹Estudios de Mercado: son estudios que se investigara examinara las concentraciones económicas para confirmar su cumplimiento de la LORCPM; y, cuando sean prohibidas dictar medidas que legalmente correspondan. Artículo 38 de la LORCPM numeral 18.

Operaciones de Consulta Previa: carácter previo a la presentación de la notificación y se determina mediante dos lumbrales, a) determinada operación es una concentración económica de las previstas en el artículo 14 de la Ley; b) determinada concentración supera los umbrales mínimos de notificación obligatoria previstos en el artículo 16 de la LORCPM. Artículo 24 del Reglamento de la LORCPM.

Operaciones No Notificadas: son operaciones de cuyo monto no supere el valor que en Remuneraciones Básicas Unificadas vigentes establezca la Junta de Regulación no estarán sujetas al procedimiento de notificación de concentración. Artículo 16 del Reglamento de la LORCPM.

Operación Informativa: los casos en los que las operaciones de concentración no cumplan cualquiera de las condiciones descritas en el artículo 16 de la Ley, no se requerirá autorización por parte de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado. Sin embargo, y sin perjuicio de que lo hagan voluntariamente. Artículo 22 del Reglamento de la LORCPM.

Operación Obligatoria: son operaciones de concentración que deben ser notificadas a la SCPM 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 LORCPM. Artículo 17 del Reglamento de la LORCPM.

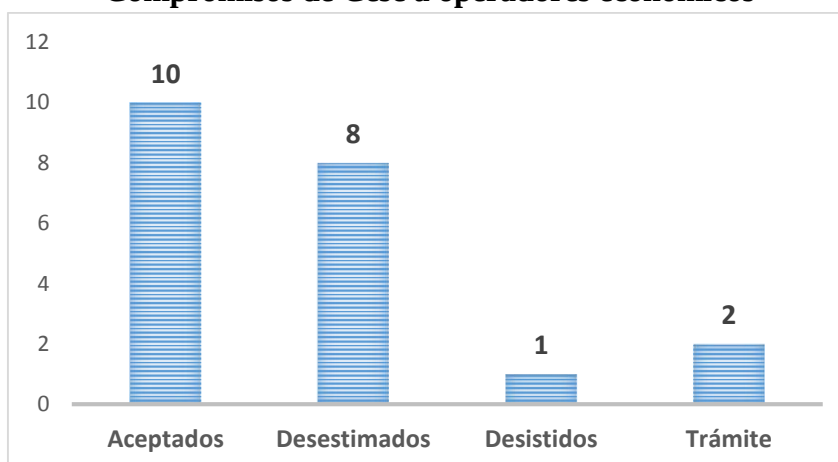
3. COMPROMISOS DE CESE

El “Compromiso de Cese” es una forma legal que permite de manera rápida y eficiente evitar sanciones, y reestablecer la competencia. Cuando el operador económico sabe que ha incurrido en una de las conductas sancionadas, puede comparecer ante la Comisión de Resolución de Primera Instancia para reconocer todos o parte de los hechos, ofrecer el cese de tales conductas y cumplir con las medidas de corrección o subsanación.

El Compromiso de Cese solo se puede sustanciar formalmente dentro de una investigación, la SCPM receptará solicitudes de operadores que deseen remediar un incumplimiento, y facilitará los medios para, conforme a la Ley, iniciar el procedimiento y viabilizar inmediatamente la formalización del compromiso.

La SCPM durante el año 2016 ha recibido 19 solicitudes de compromiso de cese, de las cuales se desprenden las siguientes cifras:

Ilustración 3
Compromisos de Cese a operadores económicos

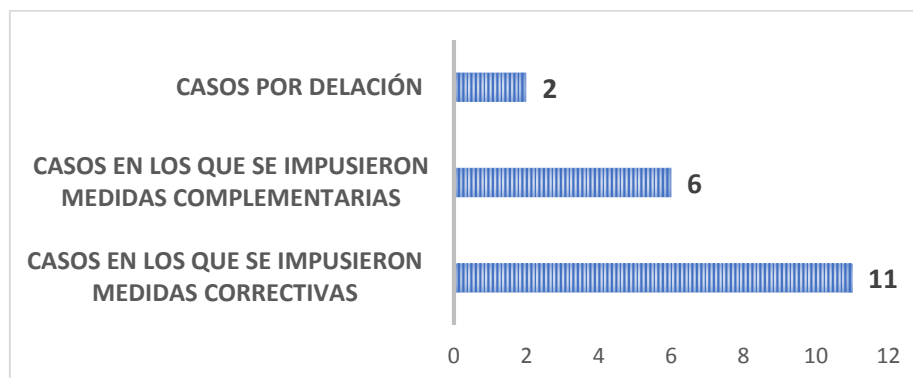


Fuente: Datos de la Comisión de Resolución de Primera Instancia.

3.1 Multas Sancionadoras

La SCPM tiene la facultad de imponer sanciones a los operadores económicos que han incurrido en alguna de las conductas contrarias a la competencia establecidas en la LORCPM. Como resultado de las investigaciones que han realizado las Intendencias de la SCPM se registran las siguientes cifras referentes a la imposición de multas sancionadoras, medidas correctivas y medidas complementarias durante el año 2016:

Ilustración 4 Multas sancionadoras



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

3.2 Multas Sancionadoras

Si bien la SCPM tiene la facultad de imponer sanciones a los operadores económicos que han incurrido en alguna de las conductas contrarias a la competencia establecidas en la LORCPM; el objetivo de la SCPM es que previo a la imposición de una multa exista una cultura preventiva al cometimiento de faltas y a su vez si la conducta se está desarrollando, los operadores apliquen instrumentos de exención de multas y/o compromisos de cese.

3.3 Multas Complementarias

Las medidas complementarias son necesarias para tratar de reparar el daño que un acto ilícito en el ámbito administrativo, mismo que no solo conlleve la imposición de aquella consecuencia jurídica prevista por la norma a título de sanción (multa), sino también una sanción adicional misma que propenda la eliminación de aquellos efectos, que conllevó la acción u omisión que los hubiere producido. La aplicación de una sanción administrativa podemos decir que sólo atiende al primer interés nombrado, dejando de lado aspectos importantes que quedan latentes mismos que mediante derecho deberán ser resueltos de manera apropiada, mediante la aplicación de medidas complementarias.

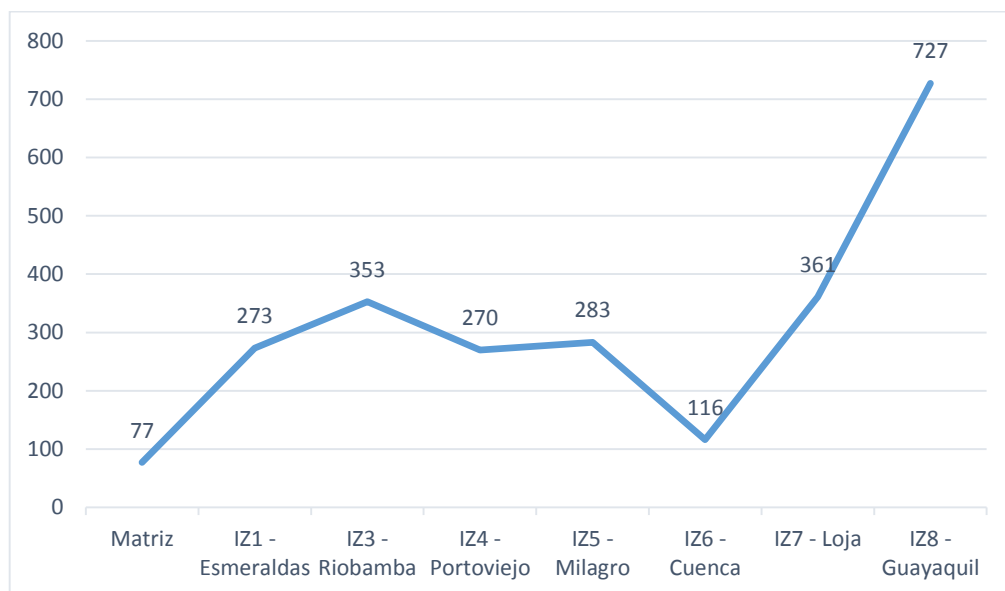
4. COMITES DE USUARIOS

La SCPM está desarrollando varias herramientas e instrumentos de vinculación que promuevan la participación activa de los ciudadanos y ciudadanas en la dinámica de los sectores económicos y que promueva el empoderamiento de sus derechos como consumidores y productores de bienes y servicios. Por ello, con el apoyo constante de los ciudadanos, la SCPM ha promovido la conformación de 2.460 Comités de Usuarios

y Usuarías -CUM's- en el año 2016, debidamente aprobados para la vigilancia, control y exigencia de derechos en búsqueda de satisfacer necesidades y mejorar los servicios públicos y privados.

Los Comités de Usuarios y Usuarías pueden ser integrados por cualquier ciudadano o ciudadana con un mínimo de 5 miembros sean estos de organizaciones sociales, productivas, activistas comunitarios u otras formas de organización; cuyos objetivos de organización son incentivar la libre organización de la ciudadanía para la vigilancia, control y exigencia de sus derechos; y, ser fuente de información sobre problemas o necesidades que afecten los derechos de la ciudadanía.

Ilustración 5
Comités de Usuarios Aprobados²
2016



Fuente: Coordinación General de Planificación y archivos IAC

5. MANUALES DE BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES

La SCPM ha elaborado 13 Manuales de Buenas Prácticas Comerciales, en el año 2016, dirigidos a los operadores económicos de distintos sectores económicos, a fin de fomentar las buenas prácticas comerciales en un contexto de eficiencia de mercado, inclusión y fomento de los actores económicos que participan en los diferentes segmentos de mercados, sean estos actores de la Economía Popular y Solidaria, Mipymes (pequeñas y medianas empresas) y Artesanos.

² Los CUM's serán aprobados cuando cumplan los requisitos planteados por la SCPM.

1. Manual de Buenas Prácticas Comerciales para el sector Textil;
2. Manual de Buenas Prácticas Comerciales de Transporte Terrestre;
3. Manual de Buenas Prácticas Comerciales para el sector de la Construcción;
4. Manual de Buenas Prácticas Comerciales para el sector Cemento;
5. Manual de Buenas Prácticas Comerciales para el sector de Medicina Prepagada;
6. Manual de Buenas Prácticas Comerciales de Publicidad;
7. Manual de Buenas Prácticas Comerciales sobre Pagos Alternativos;
8. Manual de Buenas Prácticas Comerciales sobre Vacaciones Tiempo Compartido;
9. Manual de Buenas Prácticas Comerciales sobre Multinivel y Venta Directa;
10. Manual de Buenas Prácticas Comerciales de Ventas por Internet;
11. Manual de Buenas Prácticas Comerciales de Tarjetas de Crédito;
12. Manual de Buenas Prácticas Comerciales sobre Instituciones de Educación Superior;
13. Manual de Buenas Prácticas Comerciales sobre Cajeros Automáticos;

6. EVENTOS DE SOCIALIZACIÓN Y CAPACITACIÓN A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL

6.1 Eventos Nacionales e Internacionales

A nivel nacional se realizaron 1.051 eventos nacionales e internacionales en el 2016, estos eventos contaron con la participación de 446 expertos, y un total de 58.656 ciudadanos asistentes.

Con la finalidad de promocionar la competencia en el Ecuador, se han realizado 4 congresos y 19 seminarios internacionales en los cuales se han discutido varias temáticas vinculadas a la dinámica del mercado actividades sectoriales, competencia en los mercados, entre otros. Con estos eventos han participado con 100 expertos de talla mundial con la realización de 148 ponencias.

6.2 Asambleas Productivas

Las Asambleas Productivas son un espacio de diálogo entre instituciones públicas y productores, en los cuales se llega a acuerdos y soluciones ante la problemática del sector, con el fin de evitar barreras de entrada a los diferentes mercados para la comercialización de sus productos.

Durante el 2016 se han desarrollado 291 Asambleas Productivas, donde han participado diferentes sectores como: Agricultores, Ganaderos, Artesanos, Paperos, Criaderos de Truchas, Comerciantes Mayoristas, Textileros y Pequeños productores.

6.3 Rondas de Negocios

La SCPM en colaboración con las diferentes instituciones del país, ha desarrollado 12 rondas de negocios a nivel nacional en el periodo de 2016, en las cuales se consiguió reunir sin intermediarios a los pequeños, medianos productores y de la Economía Popular y Solidaria con las grandes cadenas de supermercados y así permitir incluir a estas pequeñas economías en el sector productivo de manera más efectiva.

6.4 Observatorios

Son medios de generación de información y gestores de discusión y diálogo, entre los tomadores de decisión, academia y actores sociales, sobre determinadas líneas de investigación, que busca la eficiencia en los mercados y el bienestar general de los consumidores, garantizando el monitoreo, evaluación y transparencia de los temas de investigación.

Se han conformado 67 observatorios en varios sectores y en diferentes ámbitos de estudio e investigación, sectores sociales, productivos y de servicios, entre los cuales se destacan los siguientes:

- Observatorios de Salud;
- Observatorios del Sector Agropecuario;
- Observatorios de Tecnologías de la Información;
- Observatorios de Soberanía Alimentaria;
- Observatorios de Compras Públicas;
- Observatorios de Comunicación;
- Observatorio de Publicidad Engañosa;
- Observatorio de Turismo;
- Observatorio de Marketing;
- Observatorio de Estadístico y Matemático;
- Observatorio de Nutrición;
- Observatorio Automotriz;
- Observatorio de Innovación y Emprendimiento;
- Observatorio Energético;
- Observatorio de Informático;
- Observatorio de Derechos de consumidor; y,
- Observatorio de Contabilidad.

Las universidades con las que se conformaron Observatorios Académicos durante 2016 fueron:

- Universidad Técnica del Norte;
- Universidad Regional Autónoma de los Andes;
- Universidad Técnica de Manabí;
- Universidad Laica Eloy Alfaro;
- Universidad Técnica de Babahoyo;
- Universidad Técnica Luis Vargas Torres;
- Universidad Estatal Amazónica;
- Universidad Central del Ecuador;
- Universidad de Cuenca;
- Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil;
- Universidad Estatal Península de Santa Elena;
- Universidad Estatal de Bolívar;
- Universidad Estatal de Milagro;
- Universidad de Guayaquil;
- Universidad Nacional de Chimborazo;
- Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo;
- Universidad Técnica de Ambato;
- Colegio de Médicos de Santo Domingo;
- Universidad Laica Eloy Alfaro De Manabí;
- Universidad Politécnica Estatal Del Carchi; y,
- Universidad Estatal del Sur De Manabí.

6.5 Convenios Nacionales e Internacionales

La acción interinstitucional permite que el trabajo de la SCPM tenga un mayor impacto en la sociedad y en la generación de conocimiento sobre el funcionamiento de los mercados y los beneficios que tiene la libre competencia a los usuarios finales, consumidores y competidores en los sectores de la economía. En virtud de ello, la SCPM ha firmado 50 convenios interinstitucionales de cooperación mutua lo que representa 39 convenios nacionales y 11 convenios internacionales durante el periodo 2016.

6.6 Ferias Ciudadanas

Es el resultado de los procesos alcanzados con las Asambleas Productivas, creándose encuentros entre los productores directos y los consumidores, con el propósito de eliminar la intervención de los intermediarios en el mercado.

Se han llevado a cabo 42 ferias ciudadanas con productores de cebolla, yogurt, quinua, hortalizas y bebidas alcohólicas y no alcohólicas entre otras.

Ilustración 6
Ferias Ciudadanas realizadas por Intendencia Zonal

INTENDENCIAS ZONALES	Lugar	Cantidad
Matriz	Quito (2), Nanegalito (1)	3
IZ1-Oficina Esmeraldas	Esmeraldas (1), Ibarra (1)	2
IZ3-Oficina Riobamba	Latacunga (2), Riobamba (2)	4
IZ4-Oficina Portoviejo	Pedernales (1), Bolívar (2), Sucre (1), Puerto López (1), San Vicente (1), Santo Domingo (1)	7
IZ7-Oficina Loja	Loja (9), Nagaritza (1), Cariamanga (2), Puerto Bolívar (1), Zamora (1)	14
IZ8-Oficina Guayaquil	Guayaquil (8), Milagro (2), Quevedo (1), Babahoyo (1)	12
TOTAL		42

Fuente: Intendencia de Abogacía de Competencia

7. “V REUNIÓN ANUAL DEL GRUPO DE TRABAJO SOBRE COMERCIO Y COMPETENCIA DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE”

Uno de los eventos más importantes de los cuales la SCPM fue anfitriona fue la V Reunión Anual del Grupo de Trabajo sobre Comercio y Competencia (V GTCC). En el año 2015 se designó a Ecuador como país sede para organizar esta jornada de trabajo desarrollada los días 2, 3 y 4 de diciembre de 2015 en la ciudad de Manta, la misma que fue planificada en coordinación con la Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD) y el Sistema Económico para Latinoamérica y el Caribe (SELA).

La reunión contó con la participación de 43 representantes internacionales entre expertos en comercio, competencia y organismos internacionales, de los siguientes países: Belice, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, El Salvador, Guatemala, Honduras, Jamaica, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Suiza, Ecuador, CARICOM, CAN, SIECA, OMC, SELA, UNCTAD, CEPAL y BID.

De la reunión se obtuvieron resultados positivos, el debate que tuvo lugar fue de alto nivel y se trataron temas específicos que ayudaron al fortalecimiento institucional y sirvieron de insumos para la resolución de casos. A su vez, se logró fortalecer las relaciones institucionales con las agencias de comercio y competencia de la región, lo que es positivo para el país ya que permite mayor agilidad para promover la cooperación internacional.

8. “MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES PARA SUPERMERCADOS”

El 28 de noviembre 2014 la SCPM emitió el manual en referencia. Posteriormente la Junta de Regulación emite la Resolución 008 el 1 de septiembre de 2015 y el 31 de diciembre 2015 la SCPM expidió el Instructivo de aplicación para la resolución en referencia.

Entre sus principales objetivos y logros se evidencia el control y regulación de las relaciones comerciales de los supermercados y sus proveedores en cuanto a los contratos de provisión, precios, medios y plazos de pago, precios predatorios y explicativos, 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 en cuanto a los porcentajes de compra, la exhibición de sus productos en las perchas y góndolas de los supermercados, entre otros.

Luego de un año 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)³ grandes cadenas de supermercados se incrementó de tal manera que el porcentaje de compra realizado por estas cadenas en el año 2016 a los proveedores situados en los tres primeros segmentos que promueve el Manual de Buenas Prácticas, asciende a USD 511.913.028,14, representando un porcentaje de compra de 21,5% en relación al total de compras realizadas por estos cinco operadores en el 2016.

En base a esto se muestra la siguiente Ilustración de los resultados del “MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES PARA SUPERMERCADOS” en el periodo 2015 – 2016.

³ Corporación Favorita, Corporación El Rosado S.A., Mega Santa María S.A., Tiendas Industriales Asociadas TIA S.A., Gerardo Ortiz e Hijos C LTDA

Ilustración 7

Resultados del Manual de Supermercados 2015 - 2016

SEGMENTOS (facturación anual) USD	Total 2015		Total 2016		ACUMULADO 2015 -2016		VARIACIÓN 2015-2016
	TOTAL USD	% de Compra Real	TOTAL USD	% de Compra Real	TOTAL USD	% de Compra	
SEGMENTO 1 0 a 50.000 USD	\$ 37.650.142,00	1,5%	\$ 45.345.899,91	1,9%	\$ 82.996.041,91	1,7%	↑ 20,4%
SEGMENTO 2 50.000,01 a 250.000 USD	\$ 149.774.926,38	6,1%	\$ 153.411.587,63	6,4%	\$ 303.186.514,01	6,3%	↑ 2,4%
SEGMENTO 3 250.000,01 a 1'000.000 USD	\$ 302.438.254,46	12,3%	\$ 313.155.540,60	13,1%	\$ 615.593.795,06	12,7%	↑ 3,5%
SUBTOTAL 3 SEGMENTOS	\$ 489.863.322,84	19,9%	\$ 511.913.028,14	21,5%	\$ 1.001.776.350,98	20,7%	↑ 4,5%
SEGMENTO 4 1'000.000,01 a 3'000.000 USD	\$ 437.131.209,57	17,8%	\$ 439.695.167,96	18,5%	\$ 876.826.377,53	18,1%	↑ 0,6%
SEGMENTO 5 más 3'000.000,01 USD	\$ 1.534.668.050,24	62,3%	\$ 1.430.214.574,69	60,0%	\$ 2.964.882.624,92	61,2%	↓ -6,8%
TOTAL	\$ 2.461.662.582,65	100,0%	\$ 2.381.822.770,78	100,0%	\$ 4.843.485.353,44	100,0%	↓ -3,2%

Fuente: Operadores económicos, 2015-2016.

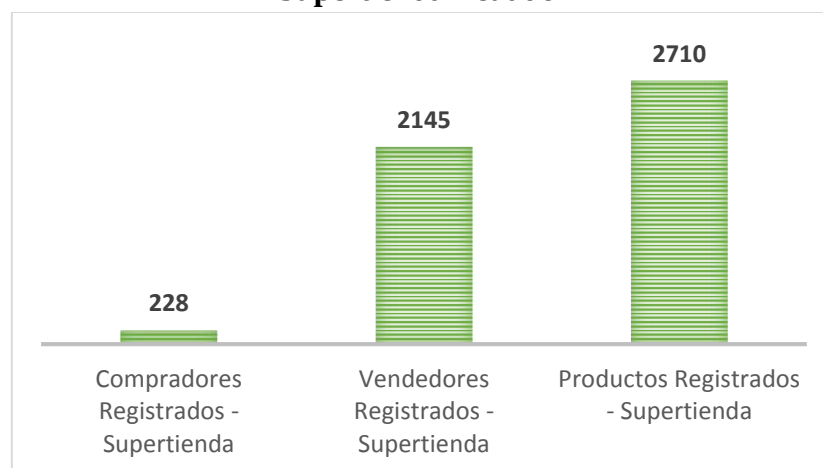
Elaboración: Intendencia de Abogacía de la Competencia, 2017.

9. SUPERTIENDA ECUADOR

Es un portal virtual de compra y venta de productos y servicios, el cual fue creado por la SCPM e impulsado por otras instituciones como: 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. Para apoyar el producto y consumo nacional, especialmente de los emprendedores y productores micro, pequeños y medianos, así como también de los artesanos y de la economía popular y solidaria. Este portal entró en producción en el mes de junio de 2016.

En el siguiente gráfico, se puede observar el impacto que esta herramienta ha tenido en la actualidad desde junio a diciembre de 2016.

Ilustración 8
Supertienda Ecuador

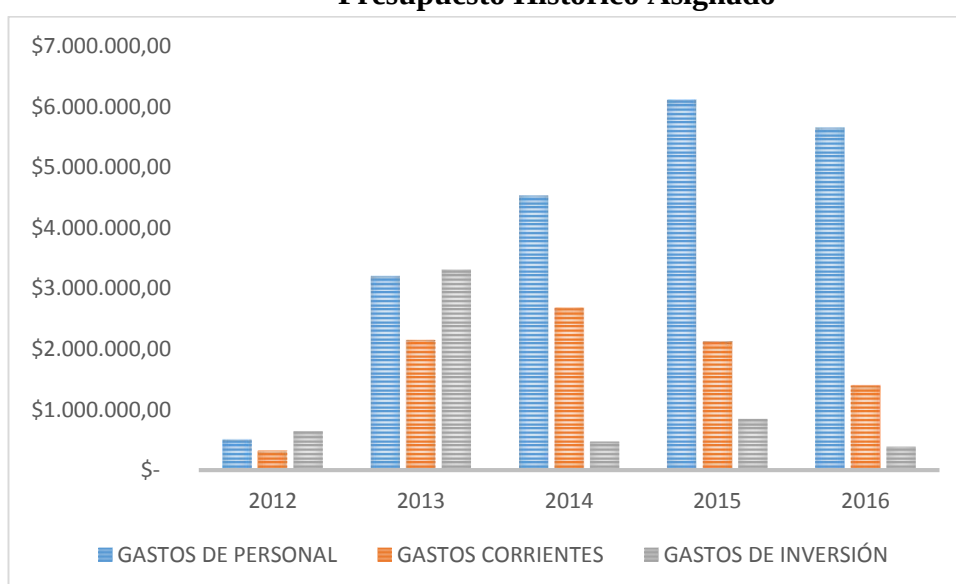


Fuente: Coordinación General de Planificación y archivos IAC

10. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA

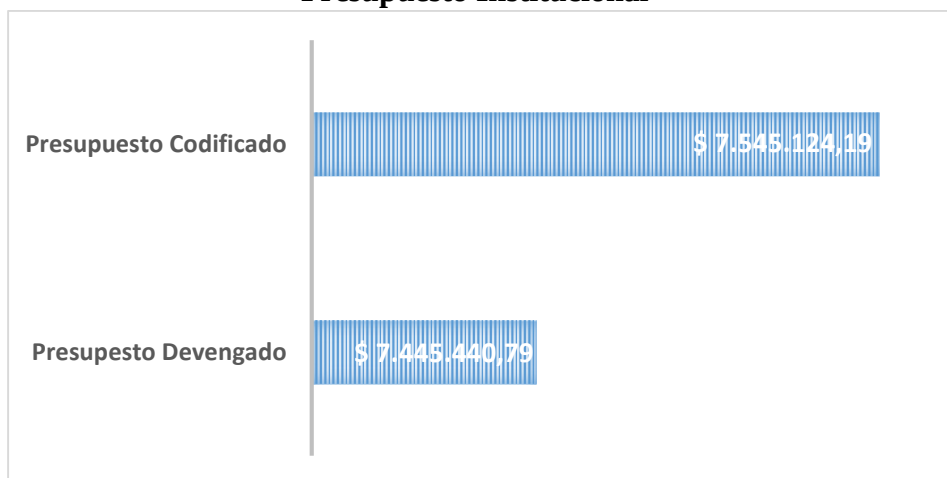
Durante el año 2016 el presupuesto de la SCPM, ha estado conformado por tres grandes grupos de gasto: Personal, Gastos Corrientes e Inversión; se ha mantenido un proyecto de inversión: “Implementación de la SCPM” cuya ejecución del 2013 al 2016, y la disminución de las asignaciones al Gasto Corriente ha ocasionado un cambio de asignación presupuestaria donde el Grupo 51.- Gastos en Personal tiene un peso relativo mayor.

Ilustración 9
Presupuesto Histórico Asignado



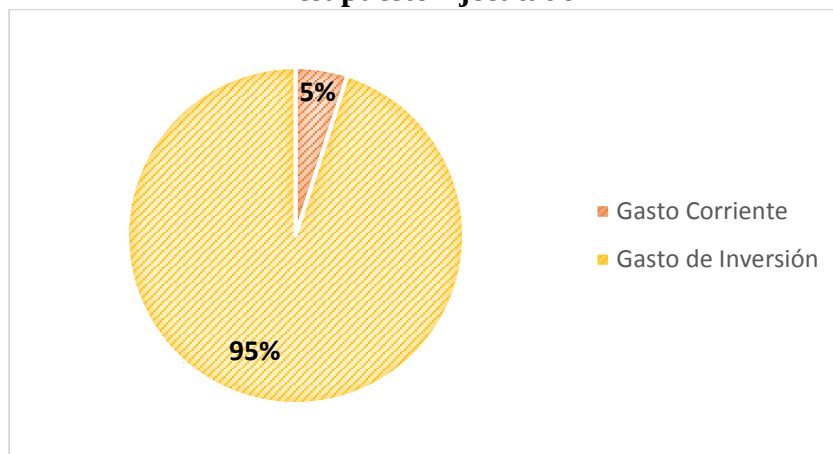
Fuente: Dirección Financiera SCPM.

Ilustración 10 Presupuesto Institucional



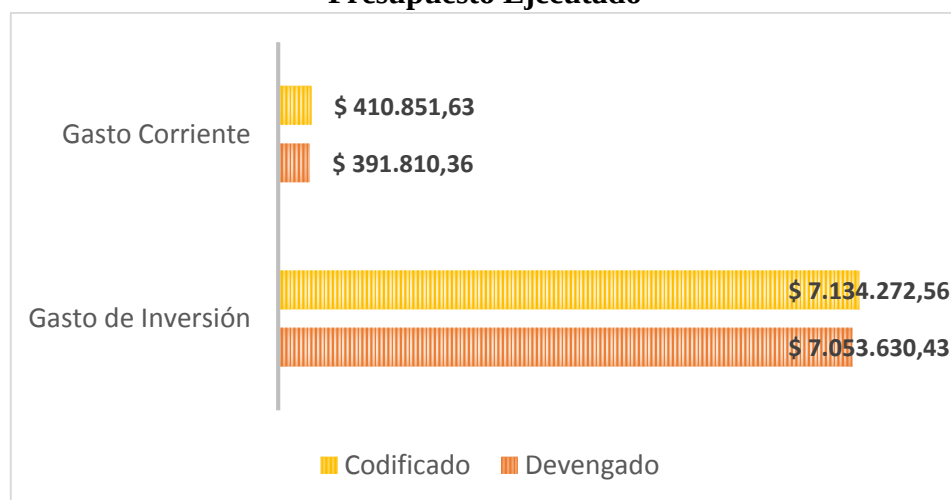
Fuente: Dirección Financiera SCPM.

Ilustración 11 Presupuesto Ejecutado



Fuente: Dirección Financiera SCPM.

Ilustración 12
Presupuesto Ejecutado



Fuente: Dirección Financiera SCPM.

11. GESTIÓN ESTRATÉGICA DE DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA

La estrategia comunicacional es uno de los pilares fundamentales para la ejecución de las actividades de la Superintendencia, pues a través de distintos canales de comunicación se ha logrado posicionar a la SCPM como la autoridad de competencia del país que regula y controla el funcionamiento de los mercados mediante su acción investigativa y su trabajo con la ciudadanía en el empoderamiento de derechos como usuarios y consumidores y a través de la organización social como veeduría ciudadana.

11.1 Miniserie Ciudad Quinde

Ciudad Quinde, la primera miniserie interactiva del Ecuador, es un mecanismo de educación popular que elaboró la SCPM, para explicar desde la cotidianidad y la construcción de historias paralelas, las posibles prácticas anticompetitivas dentro de una determinada sociedad y en la que se evidencia las acciones que realiza la Superintendencia para controlar abusos y transparentar el mercado.

Esta herramienta comunicacional es parte de una estrategia de educación popular, ha sido utilizada a nivel internacional por países como El Salvador y Paraguay en los años 2015 y 2016. Debido a la buena calidad de la miniserie y al ser un instrumento de capacitación que no tiene caducidad.

Ciudad Quinde consta de 14 capítulos de 15 minutos cada uno, fue grabado en la ciudad de Zaruma, en donde el 95% del elenco es ecuatoriano y en el que participaron artistas nacionales con gran trayectoria, habitantes de Zaruma y de otras ciudades.

En coordinación con las Intendencias Zonales se transmitió la serie completa en 54 canales de televisión a nivel nacional de manera gratuita, la Superintendencia ahorró miles de dólares que hubiera tenido que pagar por pauta en medios de comunicación.

Ilustración 13

Canales de Televisión que transmitieron gratuitamente Ciudad Quinde

Medio de Comunicación	Fecha	Medio de Comunicación	Fecha	Medio de Comunicación	Fecha	Medio de Comunicación	Fecha
Espol TV	17/09/2014	Chabelo TV	01/12/2014	Daule Visión	08/12/2014	1-Zutv	01/12/2014
Satelital TV	16/10/2014	Digital TV	01/11/2014	Telemilagro Canal	05/01/2015	TV Oro	01/03/2015
UCSGR TV	09/11/2014	Cóndor Visión	07/11/2014	Tv París Canal	05/01/2015	Uv Televisión	01/03/2015
Brisa Tv	11/11/2014	Cóndor Visión	reprise 01/09/2015	RTV Canal 3	05/01/2015	Multivisión Canal 8	01/12/2014
TC Televisión	30/11/2014	Unión TV	06/12/2014	Brisa TV	01/06/2015	TV Manabita	01/11/2015
Telerama	15/02/2015	Unión TV	reprise 01/08/2015	Espol TV Ancón	01/11/2015	Capital TV	01/09/2015
Austral TV	24/11/2014	TVS Canal 13	11/04/2016	Nortvisión	01/04/2016	Zaracay TV	01/09/2015
Pau TV	10/02/2015	TVS Canal 13	06/05/201	Telemar	01/05/2016	Sonovisión	05/09/2015
UPS no Visión	23/02/2015	Elite TV	03/10/2015	TV Norte	01/01/2015	Ecovisión	01/11/2015
Ecuador TV	14/04/2015	Cuesta TV	01/12/2014	Multivisión Palta Loja	01/12/2016		

Fuente: Dirección de Comunicación Social.

Debido al impacto que la miniserie tuvo en la ciudadanía, se realizó la promoción para la cual se realizaron 14 concursos de la radio novela a nivel nacional, los cuales tuvieron como base Ciudad Quinde. La página web www.ciudadquinde.tv ha recibido 6.482 visitas en el periodo 2016.

11.2 Programa de televisión “El Poder de Mercado”

El programa de televisión “El Poder del Mercado fue creado como parte de la estrategia comunicacional de la SCPM para dar a conocer a la ciudadanía en general de las acciones que esta desarrolla y así prevenir el abuso de poder y fomentar el comercio justo y la transparencia de los mercados, a través de producciones audio visuales que se transmiten semanalmente en un programa informativo que tiene una duración de 25 a 30 minutos.

El espacio de transmisión del programa se ha realizado de manera gratuita en todos los medios de comunicación del país. Para el 2016 se transmitió en:

- TELESUCESOS:
Canal 29 Provincia de Pichincha
- CANAL ASAMBLEA NACIONAL:
Canal 42 Provincia de Pichincha;
Canal 22 Provincia del Guayas; y,
Canal 27 Provincia del Azuay.

- CIUDADANO TV:
Canal 48.
- CHABELO TV:
Canal Cuenca.
- CANAL UNIVERSIDAD CATÓLICA DE GUAYAQUIL:
Cobertura Nacional.

En tal virtud el espacio “El Poder del Mercado” es un informativo desarrollado para difundir la LORCPM e informar las acciones que la Superintendencia desarrolla de esta manera promover la eficiencia en los mercados, el comercio justo y el bienestar general de los consumidores y usuarios, para el establecimiento de un sistema económico social, solidario y sostenible. Como cifras relevantes para el 2016 el Programa ha contado con:

- Programas producidos 44;
- Minutos de reproducción audiovisual 1.100; y,
- Entrevistados 264.

11.3 Redes Sociales

La SCPM posee varias vías de comunicación para interactuar con operadores económicos, ciudadanía en general, medios de comunicación, entre otros.

Por un lado la página web de la SCPM se encuentra vigente y en disposición de la ciudadanía desde el mes de enero de 2013 como un espacio que genera información actualizada de todas las actividades que realiza la SCPM en beneficio de los consumidores y usuarios. En el año 2016 se han registrado 115.485 visitas.

En la red social twitter, la Superintendencia abrió su cuenta denominada @AntiMonopolioEC en noviembre del año 2012. Durante el 2016 la cuenta registra más de 16.162 seguidores.

Desde 2012 en Facebook se inicia con la página social “Construyendo Ciudadanía”. Debido a la cantidad de número de “amigos”, en junio de 2014 se realiza un cambio al carácter de la página; es decir se crea la cuenta Antimonopolio Ecuador como “fanpage”, la misma que hasta diciembre de 2016 cuenta con 6.761 seguidores.

En YouTube donde se registran todas las actividades de la SCPM documentadas en video, la cuenta AntiMonopolio Ecuador para el periodo 2016 cuenta con 2.033.795 minutos visualizados y alrededor de 135.173 reproducciones.