



EXPEDIENTE No. SCPM-CRPI-024-2020

**SUPERINTENDENCIA DE CONTROL DEL PODER DE MERCADO.-
COMISIÓN DE RESOLUCIÓN DE PRIMERA INSTANCIA.-** D.M. Quito, 11 de
diciembre de 2020, a las 12h15.

Comisionado sustanciador: Jaime Lara Izurieta

VISTOS

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

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

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

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

- [2] Las acciones de personal Nos. SCPM-INAF-DNATH-300-2019-A, SCPM-INAF-DNATH-299-2019-A y SCPM-INAF-DNATH-2020-374-A, correspondientes a Marcelo Vargas Mendoza, Presidente de la Comisión, Jaime Lara Izurieta, Comisionado, y Edison Toro Calderón, Comisionado, respectivamente.
- [3] El acta de la sesión extraordinaria del pleno de la Comisión de Resolución de Primera Instancia (en adelante “CRPI”) de 05 de junio de 2020, mediante la cual se deja constancia de que la CRPI designó al abogado Omar Poma como secretario Ad-hoc.

1. AUTORIDAD COMPETENTE

- [4] La Comisión de Resolución de Primera Instancia (en adelante “CRPI”) es competente para autorizar, denegar o subordinar la operación de concentración económica, previo el cumplimiento de los requisitos normativos, conforme lo señalado en el artículo 21 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (en adelante “LORCPM”), en concordancia con lo determinado el artículo 36 del Instructivo de Gestión Procesal Administrativa de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.



2. IDENTIFICACIÓN DE LA CLASE DE PROCEDIMIENTO

- [5] El procedimiento se encuentra determinado en el artículo 36 de la Sección Primera del Capítulo III del Instructivo de Gestión Procesal Administrativa de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.

3. IDENTIFICACIÓN DE LOS OPERADORES ECONÓMICOS INVOLUCRADOS

3.1. Operador económico adquirente

3.1.1. **DELIVERY HERO SE** (en adelante “**DELIVERY HERO**”) (adquirente en forma directa de las acciones y notificante de la concentración económica).

- [6] **DELIVERY HERO**, es una compañía alemana constituida en el año 2011, cuyo giro de negocio es brindar el servicio de entrega de alimentos online en más de 40 países, incluyendo cuatro segmentos geográficos que comprenden Europa, Medio Oriente-África del Norte, Asia y América. **DELIVERY HERO** mantuvo actividad económica en Ecuador hasta abril de 2019, mediante su filial **INVERSIONES DELIVERY HERO CMR S.A.**, bajo el nombre comercial “**DOMICILIOS.COM**”.¹

- [7] La participación accionaria de **DELIVERY HERO** está compuesta por los siguientes accionistas:

Cuadro 1. Participación accionaria DELIVERY HERO

Accionista	Capital (USD)	Participación
NASPERS GROUP	51.998.089	22,16%
BAILLIE GIFFORD GROUP	24.778.873	10,56%
DHH MAIN INSIGHT S.A.R.L	14.125.835	6,02%
THE CAPITAL GROUP COMPANIES, INC.	13.656.538	5,82%
LUXOR CAPITAL GROUP	11.732.421	5,00%
OTROS ACCIONISTAS ²	118.356.663	50,44%
TOTAL	234.648.419	100,00%

Fuente: Informe SCPM-IGT-INCCE-2020-029 de 01 de diciembre 2020.

Elaboración: INCCE.

3.2. Operador económico vendedor

3.2.1. **GLOVOAPP23, S.L.** (en adelante “**GLOVOAPP23**”)

¹ Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.
https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/portaldeinformacion/consulta_cia_menu.zul?expediente=314828&tipo=1. Consultado el 09 de diciembre de 2020.

² El campo otros accionistas pertenecen a accionistas con participaciones menores al 5% cada uno.



[8] **GLOVOAPP23** es una sociedad española constituida en el año 2015, matriz de **GLOVOAPP LATAM**, con domicilio social en Barcelona, tiene por objeto la explotación de aplicaciones informáticas de servicios de recadero con facultad de adquisición de bienes por cuenta ajena actuando como comisionista, entre otros. Tiene operaciones en varios continentes, incluyendo Europa, Asia, África y América Latina.³

[9] A continuación, se muestra un detalle del capital accionario de **GLOVOAPP23**:

Cuadro 2. Participación accionaria de GLOVOAPP23

Accionistas	Nacionalidad	Participación
DELIVERY HERO	Alemania	25,9%
EMPLOYEE STOCK OWNERSHIP (ESOP)	España	17,5%
AMREST HOLDINGS SE	España	6,2%
SEAYA VENTURES II. F.C.R.	España	5,6%
PRIVATE EQUITY ⁴	Distintos Países	5,3%
INSTITUCIONALES	Distintos Países	39,5%
TOTAL		100,0%

Fuente: Informe SCPM-IGT-INCCE-2020-029 de 01 de diciembre 2020.
Elaboración: INCCE.

3.3. Operador económico adquirido

3.3.1. GLOVOAPP LATAM, S.L.U. (en adelante "GLOVO LATAM")

[10] Es una compañía española filial⁵ de **GLOVOAPP23**, la cual es propietaria conjuntamente con esta última de las acciones o participaciones de las empresas constituidas por **GLOVOAPP23** para operar en Latinoamérica, entre ellas **GLOVOAPP ECUADOR S.A.** (en adelante "GLOVO").

[11] La participación accionaria de **GLOVOAPP LATAM** está compuesta por un solo accionista:

Cuadro 3. Participación accionaria GLOVOAPP LATAM

Accionista	Nacionalidad	Participación
GLOVOAPP23 S.L.	España	100%
TOTAL		100%

Fuente: Informe SCPM-IGT-INCCE-2020-029 de 01 de diciembre 2020.

³ Informe SCPM-IGT-INCCE-2020-029, 01 de diciembre 2020.

⁴ Abarca inversionistas, como: Banco Sabadell, Hedosophia Investments, Idinvest, Drake, Cathay, Mubdala, Imcovest, Mirae asian growth found, Expon Capital, Baloon Capital, Endeavour, otros.

⁵ Es controlada por GLOVOAPP23 y como filial tiene el mismo objeto social que su matriz.



Elaboración: INCCE.

3.4. Operador económico adquirido indirectamente

3.4.1. GLOVOAPP ECUADOR S.A.

- [12] **GLOVO** es una compañía ecuatoriana constituida mediante escritura pública el 21 de marzo de 2018, con domicilio en Quito. Su actividad principal es:

“[...] el desarrollo y gestión de una plataforma tecnológica que permite a determinados establecimientos locales de algunas ciudades ofertar sus productos en diferentes territorios a través de una aplicación móvil o página web, y en su caso, si los usuarios de la plataforma y consumidores de dichos establecimientos así lo solicitan a través de la misma intermediar la entrega de los productos [...]”⁶

- [13] De acuerdo con la información constante en la página web de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros (en adelante “SCVS”), la conformación accionaria de **GLOVO**, es la siguiente:

Cuadro 4. Participación accionaria GLOVO

Accionista	Nacionalidad	Capital (USD)	Participación
FIDEICOMISO DE TENENCIA DE ACCIONES GLOVOAPP ECUADOR	Ecuador	800	100%
TOTAL		800	100%

Fuente: Informe SCPM-IGT-INCCE-2020-029 de 01 de diciembre 2020.
Elaboración: INCCE.

4. DESARROLLO DE LOS ANTECEDENTES

- [14] Mediante escrito y anexos ingresados en la Secretaría General de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, el 23 de septiembre de 2020 a las 14h01, con número de trámite interno Id 171314, suscrito por el Ab. Daniel Robalino Orellana, en calidad de Apoderado Especial del operador económico **DELIVERY HERO**, se presentó una notificación obligatoria del proceso de adquisición del total del capital suscrito y pagado que mantiene el operador económico **GLOVOAPP23**, sobre **GLOVOAPP LATAM, S.L.U.**, por parte de la compañía **DELIVERY HERO**.

- [15] Mediante la providencia de 13 de octubre de 2020 expedida a las 17h00, la Intendencia Nacional de Control de Concentraciones Económicas (en adelante “INCCE”), inició el

⁶ GLOVO. (2020). Objeto. Recuperado de: <https://glovoapp.com/es-ar/legal/terms>



procedimiento de autorización de concentración económica presentada por el operador económico **DELIVERY HERO**.

- [16] Mediante Memorando No. SCPM-IGT-INCCE-2020-271 de 01 de diciembre de 2020, la INCCE le proporcionó acceso al expediente digital No. SCPM-IGT-INCCE-015-2020, el cual contiene el Informe No. SCPM-IGT-INCCE-2020-029 de 01 de diciembre de 2020 y su extracto no confidencial, así como el proyecto de resolución y su extracto no confidencial de la operación de concentración económica notificada.
- [17] Mediante providencia de 04 de diciembre de 2020 expedida a las 13h57, la CRPI avocó conocimiento del expediente No. SCPM-CRPI-024-2020, agregó el Informe No. SCPM-IGT-INCCE-2020-029 y su extracto no confidencial, el proyecto de resolución y su extracto no confidencial, y dio traslado del extracto no confidencial del Informe No. SCPM-IGT-INCCE-2020-029 a los operadores económicos **DELIVERY HERO** y **GLOVOAPP ECUADOR**.

5. FUNDAMENTOS DE DERECHO

5.1. Constitución de la República del Ecuador (en adelante “CN”)

- [18] Los artículos 213 de la CN establece las facultades de las Superintendencias como órganos de control y regulación en actividades económicas, así:

“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.

(...)”

- [19] Los artículos 335 y 336 de la CN 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 mediante ley.”

- [20] Los artículos transcritos establecen las bases constitucionales para la actuación de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado (En adelante, “SCPM”); 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 (en adelante “LORCPM”)

- [21] Los artículos 1 y 2 de la LORCPM establecen su objetivo y el ámbito de aplicación en materia de competencia:

“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 los operadores económicos.”

[22] El artículo 14 de la LORCPM define qué se entiende por 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.”*

[23] El artículo 15 de la LORCPM establece las facultades de la SCPM para examinar, regular y controlar las operaciones de concentración económica que deben ser notificadas obligatoriamente:

“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.”

[24] 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.”



[25] 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.”

[26] 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 genere 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 (en adelante “RLORCPM”)

[27] El artículo 12 del RLORCPM, en cuanto al control por parte de la SCPM, indica que:

“Art. 12.- Control.- A efectos del artículo 14 de la Ley, el control resultará de contratos, actos o cualquier otro medio que, teniendo en cuenta las circunstancias de hecho y de derecho, confieran la posibilidad de ejercer una influencia sustancial o determinante sobre una empresa u operador económico(...)”

[28] 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:

a) En el caso de la fusión entre empresas u operadores económicos, desde que la junta general de accionistas o socios de al menos uno de los partícipes, o el órgano competente de conformidad con el estatuto correspondiente, hubieren acordado llevar a efecto la operación de fusión.

b) En el caso de la transferencia de la totalidad de los efectos de un comerciante, desde el momento en que los operadores económicos intervinientes consientan en realizar la operación, 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 haya sido adoptado por la junta general de accionistas o socios, o el órgano competente, de conformidad con el estatuto correspondiente.



c) *En el caso de 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 persona que los emita, existe acuerdo de concentración desde el momento en que los partícipes consientan en realizar la operación que origine la concentración, 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 haya sido adoptado por la junta general de accionistas o socios, o el órgano competente de conformidad con el estatuto correspondiente.*

d) *En el caso de la vinculación mediante administración común, existe acuerdo de concentración desde el momento en que los administradores han sido designados por la junta general de accionistas o socios, o el órgano competente de conformidad con el estatuto correspondiente.*

e) *En el caso de 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, existe acuerdo de concentración desde el momento en que los partícipes consientan en realizar la operación que origine la concentración, 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 haya sido adoptado por la junta general de accionistas o socios, o el órgano competente, de conformidad con el estatuto correspondiente. La existencia de cláusulas que de cualquier modo condicionen la futura formalización o ejecución de dichos acuerdos no exime del cumplimiento del deber de notificar.*

Si una vez notificado el proyecto de concentración y previamente a la resolución del expediente, las partes desisten de la misma, el notificante pondrá inmediatamente en conocimiento de la Superintendencia esta circunstancia, acreditándola formalmente, en cuyo caso la Superintendencia de Control de Poder de Mercado podrá acordar sin más trámite el archivo de las actuaciones.”

[29] 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 SCPM (en adelante "Instructivo")

[30] El artículo 36 del Instructivo determina el procedimiento en fase de resolución para las operaciones de concentración económica notificadas obligatoriamente, así:

"Art. 36.- PROCEDIMIENTO PARA LAS OPERACIONES DE CONCENTRACIÓN ECONÓMICA NOTIFICADAS OBLIGATORIAMENTE.- Para dar cumplimiento al procedimiento obligatorio de notificación previa, previsto en los artículos 15 y 16 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, se observará lo siguiente:

(...)

4. RESOLUCIÓN:

Recibido el informe y el anteproyecto de resolución, la Comisión de Resolución de Primera Instancia lo revisará en el término de cinco (5) días. Fecido dicho término, la Comisión de Resolución de Primera Instancia deliberará en el término de tres (3) días, para resolver aceptar o rechazar el informe y anteproyecto de



resolución emitido por la Intendencia Nacional de Control de Concentraciones Económicas.

Terminadas las deliberaciones, la Comisión de Resolución de Primera Instancia deberá emitir una resolución en el término de dos (2) días, en los siguientes casos:

i. En caso de que la Comisión de Resolución de Primera Instancia resuelva aceptar el informe y propuesta de resolución elevado para su conocimiento por la Intendencia Nacional de Control de Concentraciones Económicas, se emitirá una resolución que mantenga el contenido íntegro del anteproyecto de resolución puesto a su consideración.

ii. En caso de que la Comisión de Resolución de Primera Instancia resuelva no aceptar el informe y anteproyecto de resolución elevado por la Intendencia Nacional de Control de Concentraciones Económicas, comunicará del particular al operador económico notificante e iniciará su propio análisis para resolver. Para dicho análisis, la Comisión de Resolución de Primera Instancia, dispondrá del término de sesenta (60) días, correspondientes a la prórroga establecida en el artículo 21 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado. En el caso de que la Intendencia Nacional de Control de Concentraciones Económicas haya hecho uso del término de prórroga previsto en el número 3 del presente artículo, la Comisión de Resolución de Primera Instancia dispondrá del término restante de la prórroga de sesenta (60) días.

(...)"

6. ANÁLISIS DE LA CONCENTRACIÓN ECONÓMICA

6.1 Descripción de la operación de concentración económica

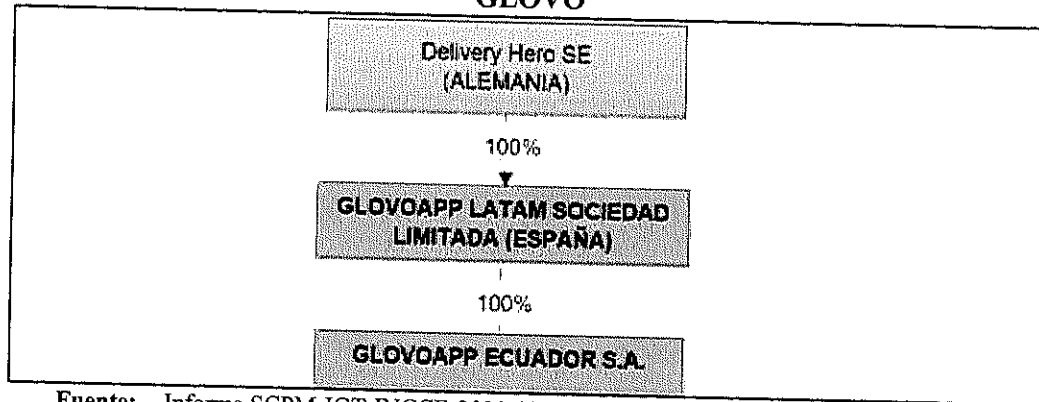
[31] La transacción notificada de manera obligatoria consiste en la adquisición del total del capital suscrito y pagado que mantiene el operador económico **GLOVOAPP23**, sobre **GLOVOAPP LATAM**, quien a su vez es accionista mayoritario de **GLOVO**, por parte de la compañía **DELIVERY HERO**.

[32] **GLOVOAPP LATAM, GLOVOAPP23 y DELIVERY HERO** [REDACTED]

⁷ Informe SCPM-IGT-INCCE-2020-029, 01 de diciembre de 2020.



Gráfico 2. Diagrama ex post sobre el paquete de acciones y participaciones de GLOVO



Fuente: Informe SCPM-IGT-INCCE-2020-029 de 01 de diciembre 2020.
Elaboración: INCCE.

- [36] Los gráficos corroboran de manera palmaria que **DELIVERY HERO SE**, después de la operación de concentración tomaría el control sobre **GLOVOAPP LATAM** y por ende sobre **GLOVO**.

6.3. Mercado relevante

- [37] La operación de concentración económica tiene incidencia en el mercado relevante de intermediación del servicio de *delivery* de comida preparada en restaurantes o similares, donde los oferentes son las plataformas digitales de dos lados, y los demandantes son: i) los consumidores finales; ii) los restaurantes; y iii) los repartidores independientes.
- [33] Por lo mencionado, en el supuesto de concretarse la operación de concentración notificada, existiría un solapamiento de índole horizontal, dado que tanto **GLOVOAPP23** y **DELIVERY HERO** participan a nivel internacional en la misma actividad económica, de intermediación del servicio de *delivery*¹⁰ a través de plataformas digitales, enfocados principalmente en el segmento de comida. En Ecuador **DELIVERY HERO** hasta 2019 participaba en esa línea de negocio mientras que **GLOVO** sigue ofertando este servicio.

6.3.1. Mercado de Producto

Bienes o servicios de la operación

- [34] El operador económico notificante menciona que se debe considerar para la delimitación de mercado relevante de esta transacción: "(...) únicamente los mercados relevantes en los que participa la Sociedad Adquirida, toda vez que el Comprador [DELIVERY HERO]

¹⁰ Al servicio que ofrecen pensado en restaurantes gourmet y otros que no cuentan con servicio propio de "delivery" lo denominan "Delivery Premium".

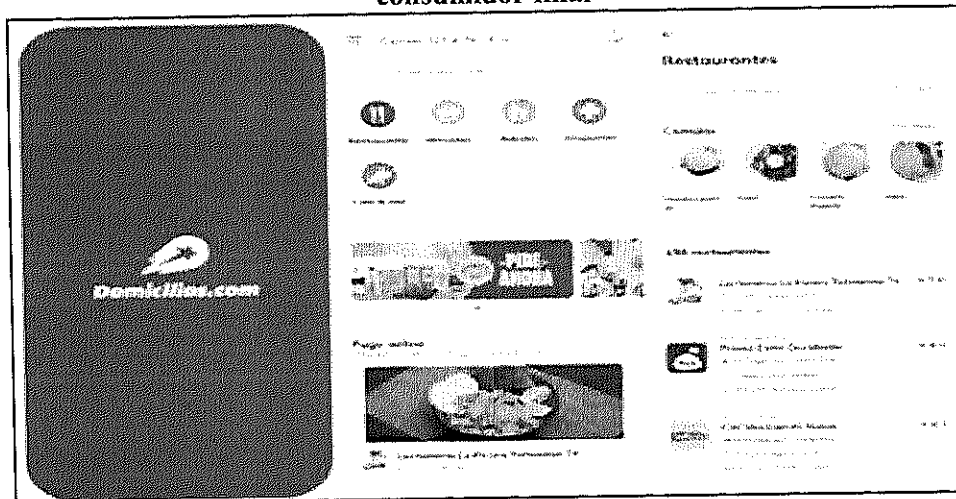


*no opera en Ecuador y por lo tanto no existe traslape ni agregación de cuotas de mercado.*¹¹ (Énfasis añadido, lo que se encuentra entre corchetes no pertenece al texto original).

[35] A nivel internacional, al momento **DELIVERY HERO** ofrece el mismo servicio que **GLOVO**, respecto a la intermediación de servicios de “*delivery*” de productos de negocios afiliados en el segmento de comida¹² y hasta abril de 2019 ofertó dicho servicio en Ecuador bajo la marca “**DOMICILIOS.COM**”. Adicionalmente, se debe indicar que **DELIVERY HERO** a nivel internacional también oferta servicios en los segmentos de: i) supermercados; ii) farmacias y iii) bebidas^{13 - 14}.

[36] Todos estos servicios son prestados a través de su página web o aplicación móvil y ofertados en varios países de Europa, Asia, América Latina¹⁵, Medio Oriente y África del Norte bajo los nombres comerciales de **DOMICILIOS.COM**, **PEDIDOSYA** o **APPETITO24**, entre otros¹⁶, bajo la siguiente interfaz:

Gráfico 3. Interfaz de la aplicación móvil de DELIVERY HERO a la que accede el consumidor final



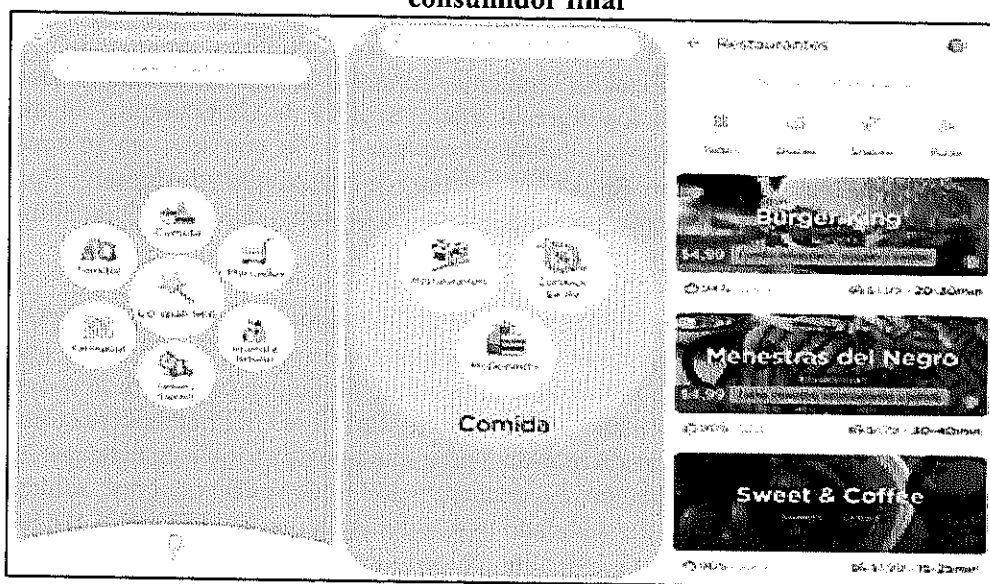
Fuente: Informe SCPM-IGT-INCCE-2020-029 de 01 de diciembre 2020.
Elaboración: INCCE.

- 11 Informe SCPM-IGT-INCCE-2020-029, 01 de diciembre de 2020.
- 12 Al servicio que ofrecen pensado en restaurantes gourmet y otros que no cuentan con servicio propio de *delivery* lo denominan “*Delivery Premium*”.
- 13 Estos mismos servicios son ofertados por GLOVO en el Ecuador.
- 14 Informe SCPM-IGT-INCCE-2020-029, 01 de diciembre de 2020.
- 15 Ofrece estos servicios en: Argentina, Bolivia, Chile, República Dominicana, Panamá, Paraguay y Uruguay. En Ecuador lo ofertó hasta abril de 2019 bajo el nombre de **DOMICILIOS**.
- 16 DELIVERY HERO opera con diferentes aplicaciones dependiendo la zona geográfica, por ejemplo, en Asia y Europa del Este funciona bajo la marca “**FOODPANDA**” para países como: Bangladesh, Brunéi, Bulgaria, Camboya, Hong Kong, India, Japón, Laos, Malasia, Myanmar, Pakistán, Filipinas, Rumania, Singapur, Taiwán y Tailandia.



- [37] Por su parte, **GLOVO** es una plataforma digital que ofrece la intermediación de servicios de “*delivery*”¹⁷ de productos exhibidos a manera de *marketplace*¹⁸ por negocios afiliados, mismos que son adquiridos por consumidores finales. En el siguiente gráfico se observa la interfaz de la aplicación móvil de **GLOVO**:

Gráfico 4. Interfaz de la aplicación móvil de GLOVO a la que accede el consumidor final¹⁹



Fuente: Informe SCPM-IGT-INCCE-2020-029 de 01 de diciembre 2020.
Elaboración: INCCE.

- [38] Esta actividad la realiza en los siguientes segmentos: i) comida; ii) supermercados; iii) farmacias; iv) alcohol y bebidas; v) tiendas; vi) *express*²⁰; y, vii) “lo que sea”²¹, mismos que son ofertados ya sea en su sitio web o aplicación móvil.

¹⁷ Entiéndase como *delivery* al reparto o entrega directa de un bien en el lugar de consumo o uso, es decir al consumidor final.

¹⁸ Se utiliza este término para referirse al sitio en Internet donde se llevan a cabo interacciones comerciales igual que en una tienda física, pero a nivel virtual y en línea. Se diferencia de la tienda online (página web de un solo negocio) dado que en una misma página web o aplicación móvil se venden productos de distintas empresas, es decir realiza la exhibición de una variedad de oferta de restaurantes.

¹⁹ Esta es la interfaz de GLOVOAPP ECUADOR S.A. utilizada en Ecuador a la fecha de 21 de octubre de 2020.

²⁰ Se denomina *delivery express* cuando el cliente quiere enviar un paquete de un sitio a otro, donde el cliente puede estar en el punto de recogida o el punto de entrega.

²¹ El consumidor final debe escribir lo que quiere comprar, y opcionalmente añade la dirección del local (locales no afiliados a la plataforma como *partner*). El producto se pide en el local y se entrega al cliente.



- [39] Los servicios ofertados por los involucrados en la operación de concentración funcionan de la siguiente manera: el consumidor final se registra en el sistema de la plataforma, selecciona el área geográfica en la que vive o desea recibir el pedido, agrega el método de pago: tarjeta de crédito, débito (en la plataforma) o efectivo (al repartidor) y selecciona el tipo de producto que desea adquirir de uno de los establecimientos afiliados a la plataforma. Este pedido se transmite directamente al establecimiento elegido y una vez que lo preparan, se entregará a domicilio mediante los repartidores independientes registrados en dicha plataforma.
- [40] Debe tenerse en cuenta que, en Ecuador segmentos como los de supermercados y farmacias representan alrededor de 7% de los ingresos totales al 2019 de GLOVO, así mismo los otros segmentos de bebidas, tiendas, “*delivery express*” y “lo que sea”, en su conjunto representan aproximadamente el 10% de los ingresos de esta plataforma digital²². Por otro lado, el segmento de comida representa el 83% de los ingresos de GLOVO en el mismo periodo.
- [41] Consecuentemente, ya que la actividad principal del operador económico adquirido en el Ecuador se desarrolla principalmente en el segmento de comida y que de el análisis realizado en esta sección busca verificar si la cuota de participación supera la condición establecida en la letra b), del artículo 16 de la LORCPM²³: la CRPI considera suficiente para este caso determinar el mercado relevante para este tipo de servicio en vista que, como se verá más adelante, la operación de concentración económica no crea, refuerza o modifica el poder de mercado. Lo señalado está asociado a que DELIVERY HERO no está presente en Ecuador desde el 2019, lo cual implicaría que esta transacción tiene un efecto neutro para el mercado.²⁴

Intermediación del servicio de “*delivery*” de comida

- [42] Con base en precedentes internacionales²⁵ se establecen ciertas características específicas que tienen los mercados de plataformas digitales²⁶:

²² Informe SCPM-IGT-INCCE-2020-029, 01 de diciembre de 2020.

²³ Para efectos de determinar si se cumple con la condición de cuota de mercado, establecida en el artículo 16, letra b) de la LORCPM, se considera que es menos probable que se cumpla con tal condición en los mercados relevantes en los que el operador económico tiene ingresos escasos, por cuanto la participación de mercado depende de la magnitud de las ventas de dicho operador económico en relación con sus competidores.

²⁴ La CRPI no descarta que existan otros mercados relevantes donde GLOVO está presente y activa en el Ecuador.

²⁵ Casos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia: 1) C/1072/19 MIH FOOD DELIVERY HOLDINGS/JUST EAT; 2) C/1061/19 TAKEAWAY/JUST EAT; 3) C/1046/19 JUST EAT/CANARY; y 4) C/0730/16 JUST EAT/ LA NEVERA ROJA.

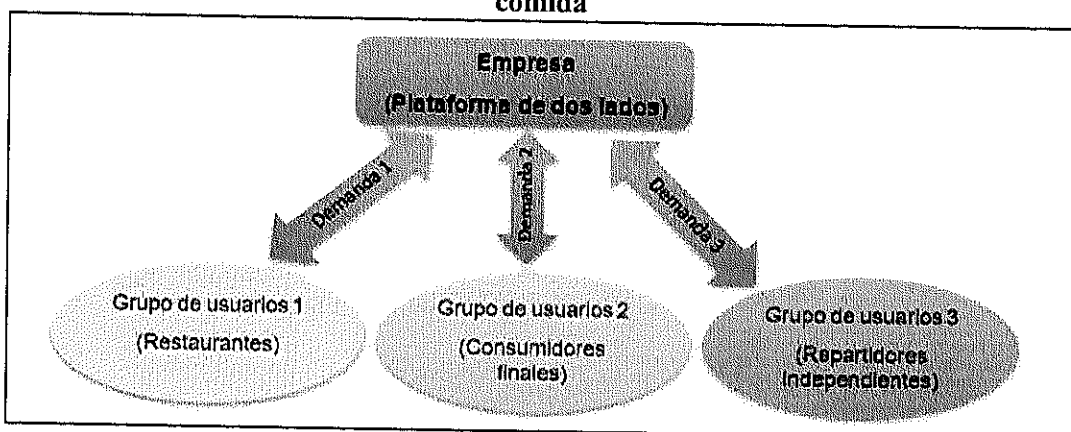
²⁶ Evans, D. (2003). *The Antitrust Economics of Multi-Sided Platform Markets*. Yale Journal of Regulation, Vol. 20, No. 2.



- i) **Dos o más grupos de usuarios.**- los cuales usan la plataforma para: entrar en contacto con otro grupo de usuarios; realizar una transacción vender o comprar; acceder a un servicio; transmitir un mensaje publicitario, entre otros.
- ii) **Externalidades de red indirectas**²⁷. - estas se presentan cuando la utilidad de la plataforma para el usuario de un lado del mercado aumenta con el incremento del: número de usuarios; las cantidades transadas; o, la calidad del grupo de usuarios en el otro lado del mercado. Es decir, la decisión de consumir un bien o servicio proporciona un beneficio a otros consumidores, en este caso se toma como una externalidad indirecta positiva²⁸.
- iii) **Existencia de un intermediario.**- un intermediario, o plataforma, es necesario para internalizar las externalidades de red indirectas creadas por un grupo de usuarios en el otro grupo de usuarios.

[43] Así, en el caso materia del presente análisis se encuentran distintos actores y roles del negocio de la intermediación de “delivery” a través de plataformas digitales como lo muestra el siguiente gráfico:

Gráfico 5. Actores y roles del negocio de la intermediación del servicio “delivery” de comida



Fuente: Informe SCPM-IGT-INCCE-2020-029 de 01 de diciembre 2020.
Elaboración: INCCE.

- i) **Consumidores finales:** son personas, empresa u otro tipo de entidad que consume productos o servicios a través de la plataforma, los mismos tienen que descargar en

²⁷ Katz, M. and C. Shapiro. (1986). *Technology Adoption in the Presence of Network Externalities*. Journal of Political Economy, Vol. 94, No.4, pp. 822-841

²⁸ Las externalidades de red también pueden ser negativas, por ejemplo, cuando se da un exceso de publicidad en un lado de la plataforma, este puede disminuir la utilidad en el otro lado de la plataforma; o pueden ser positivas cuando la utilidad de la plataforma para ambos grupos de usuarios se incrementa.



un dispositivo (tabletas o “*smartphones*”) la aplicación, registrar un usuario y dirección para acceder a este servicio.

- ii) **Negocios o “*partners*”:** son personas, empresas u otro tipo de entidad que proporciona productos o servicios a través de la plataforma, los cuales pueden registrarse mediante la página web de la plataforma y negociar los términos de su contrato. Estos pueden ser: restaurantes, supermercados, licorerías, farmacias, tiendas de especialidad, tiendas de moda, papelerías, entre otros, dependiendo en el segmento que se desenvuelvan.
- iii) **Repartidores independientes:** son los encargados de transportar los productos adquiridos por los consumidores finales desde los negocios. Estos se deben registrar en la página web de la plataforma o a su vez descargarse la aplicación móvil de la misma, en este modelo de negocio se les considera independientes dado que no tienen relación de dependencia laboral con la plataforma, no se encuentran afiliados a un sistema de pensiones (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social), ni reciben ningún beneficio de ley.

[44] Estos tres actores son interdependientes entre sí, ya que la demanda de un grupo de consumidores depende de la demanda del otro grupo de consumidores y viceversa²⁹. Es así, que la plataforma funcionará como intermediaria, relacionando: a los restaurantes, consumidores finales y repartidores independientes, dando lugar a un contexto de los denominados mercados de dos o múltiples lados (“*two or multi-sided markets*”³⁰).

[45] Este modelo de negocio es considerado transaccional³¹ dado que se reúne a vendedores potenciales, por un lado, y a compradores potenciales por el otro, con el objetivo de que entre ellos realicen una o varias transacciones directas a través de la plataforma, mediante el intercambio de dinero por bienes y servicios. Es decir, las plataformas facilitan la

²⁹ Comisión de Regulación de Comunicaciones. (2018). *Aproximación a los mercados de dos o más lados en el entorno digital*. Recuperado de: [https://www.crcm.gov.co/uploads/images/files/APROXIMACION%CC%81N%20A%20LOS%20MERCADOS%20DE%20%20LADOS%20EN%20EL%20ENTORNO%20DIGITAL_PARA%20PUBLICAR%20\(2\).pdf](https://www.crcm.gov.co/uploads/images/files/APROXIMACION%CC%81N%20A%20LOS%20MERCADOS%20DE%20%20LADOS%20EN%20EL%20ENTORNO%20DIGITAL_PARA%20PUBLICAR%20(2).pdf)

³⁰ Dentro de la literatura referente a este tipo de mercado, varios autores como Hagiu and Wright (2011); Renda (2011); Luchetta (2012), entre otros, utilizan los términos “*two- or multi-sided*” *platforms* indistintamente para referirse al mismo sector, para efectos del presente informe se utilizará el término de “mercado de múltiples lados”.

³¹ El mercado de dos lados no transaccional a diferencia de las plataformas comerciales (transaccionales), no se da una transacción directa entre los grupos de usuarios de la plataforma, este modelo de negocio funciona de forma que una plataforma, por ejemplo, un motor de búsqueda, una red social o una plataforma de *streaming* de video atrae a los usuarios a su plataforma, generando que los anunciantes tengan incentivos para pagar por espacios de publicidad en dicha plataforma.



materialización de las transacciones y coordinan la demanda a través del establecimiento de la estructura de precios cobrada a cada lado³².

- [46] En este sentido, por ejemplo, las plataformas obtienen sus ingresos por: i) la comisión por servicios que paga el “partner” (negocio); ii) cargo por entrega que paga el consumidor final y; iii) servicios complementarios tales como marketing o publicidad, entre otros³³. En el caso de los repartidores independientes el sistema de cobro de comisiones está en función de la tarifa base, kilómetros recorridos, tiempo de espera, si era fin de semana, feriado, horario de día o noche, bonos por cantidad de pedidos y en caso de poca oferta de pedidos se aseguraba un mínimo por hora trabajada. Mientras que los consumidores finales pagan a la plataforma el valor de su pedido más la tarifa del “delivery”.
- [47] A nivel internacional, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia³⁴ (CNMC, autoridad de competencia española), en cuestión de delimitación de mercado relevante en operaciones de concentración económica que incluyen a empresas de plataformas digitales transaccionales, considera una segmentación de dicho mercado más desagregada en función de los oferentes y demandantes, analizando:
- i) El mercado de plataformas online de gestión de pedidos de comida a domicilio en el que los oferentes son las plataformas y los demandantes son los restaurantes.
 - ii) El mercado servicios de comida a domicilio en el que los oferentes son las plataformas y los restaurantes; y los demandantes son los consumidores; y
 - iii) El mercado de plataformas online de gestión de pedidos a domicilio, de dos lados en el que los oferentes son las plataformas y los demandantes son por un lado los restaurantes y por otro los consumidores.
- [48] No obstante, previo a evaluar la sustitución por el lado de la demanda y la oferta, a efectos del presente análisis se agregarán los usuarios de manera interrelacionada, en un solo mercado de producto o servicio, donde se tendría a priori: la intermediación de servicios de “delivery” de comida, de dos lados; donde los oferentes son las plataformas digitales y los demandantes son: i) los consumidores finales; ii) los restaurantes; y iii) los repartidores independientes.

³² González, B. (2019). *LOS MERCADOS O PLATAFORMAS DE DOS LADOS Y EL DERECHO DE LA COMPETENCIA: EL CASO AMERICAN EXPRESS*. Universitas Estudiantes. Bogotá (Colombia). N° 20: 73-94,

³³ Informe SCPM-IGT-INCCE-2020-029, 01 de diciembre de 2020.

³⁴ Comisión de Regulación de Comunicaciones. (2018). *Aproximación a los mercados de dos o más lados en el entorno digital*. Recuperado de: [https://www.crcm.gov.co/uploads/images/files/APROXIMACION%CC%81N%20A%20LOS%20MERCADOS%20DE%202%20LADOS%20EN%20EL%20ENTORNO%20DIGITAL_PARA%20PUBLICAR%20\(2\).pdf](https://www.crcm.gov.co/uploads/images/files/APROXIMACION%CC%81N%20A%20LOS%20MERCADOS%20DE%202%20LADOS%20EN%20EL%20ENTORNO%20DIGITAL_PARA%20PUBLICAR%20(2).pdf)



Sustitución por el lado de la demanda

- [49] El análisis de sustitución de la demanda implica determinar todos aquellos bienes que el consumidor o usuario considere como sustitutos del producto o servicio materia de análisis. Los demandantes del servicio que ofrece **GLOVO** en Ecuador son: los restaurantes, consumidores finales y repartidores independientes.
- [50] La CRPI concuerda con la INCCE en que se podría argumentar que una posible fuente de sustitución para este tipo de mercado son los pedidos y entregas que realizan cada uno de los establecimientos de comida, conforme alega el operador económico notificante³⁵. La Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE, autoridad de competencia mexicana), se ha pronunciado al respecto determinando que las tiendas físicas o en línea³⁶ de un negocio en particular no se consideran como sustitutas de los servicios ofertados por plataformas digitales, porque existen diferencias importantes para el consumidor, dado que deben acudir a realizar su compra presencialmente en la tienda incurriendo en costos de tiempo y desplazamiento. Por otro lado, si decide hacerlo en línea sus opciones de compra se encontrarían limitadas a ese establecimiento.³⁷
- [51] Asimismo, la Fiscalía Nacional Económica (FNE, autoridad de competencia chilena) menciona: *“la modalidad con retiro en local de pedidos de productos de restaurantes —realizados tanto en línea como de forma telefónica—no pertenecen al mismo mercado relevante que la modalidad con despacho a domicilio de los mismos”*³⁸.
- [52] La CRPI coincide con los criterios de la COFECE y la FNE, pues considera que los mismos también son extrapolables al mercado ecuatoriano. Por lo tanto, a los servicios de gestión de pedidos ofertados por los restaurantes a través de canales telefónicos o digitales propios, no se los considerará dentro del presente mercado de producto.
- [53] Debe recalcar que las plataformas de dos lados que intermedian el *“delivery”* de comida, ofrecen una gran variedad de alimentos preparados de distintos restaurantes en un mismo

³⁵ En específico, el operador económico notificante señaló: *“En una aproximación restrictiva, el mercado relevante debería por lo menos considerar la Gestión de Pedidos a Domicilio, de comida preparada en restaurantes y similares, a través de plataformas tecnológicas, que está conformado por: (i) plataformas de múltiples lados en los modelos de última milla y agregador, (ii) páginas web y aplicaciones desarrolladas directamente por restaurantes, o a través de plataformas de marca blanca o de terceros.”* Informe SCPM-IGT-INCCE-2020-029, 01 de diciembre de 2020.

³⁶ Haciendo referencia a la página web de cada restaurante.

³⁷ COFECE. (2019). Sobre el análisis de concentraciones con modelos de negocio innovadores. Operación no autorizada Walmart-CornerShop. Recuperado de: <https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2019/08/AnCAs-CornerShop-12agsoto2019.pdf>

³⁸ FNE. (2020). Adquisición de CornerShop por parte de Uber Technologies, Inc. Rol FNE F217-2019. Recuperado de: https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2020/06/inap2_F217_2020.pdf



lugar³⁹, siendo dicha variedad dentro de la misma aplicación móvil uno de los parámetros competitivos más relevantes para la elección del consumidor final.

- [54] El servicio de “*delivery*” a través de plataformas digitales dista de cualquier otro modelo de negocio, es así que, en principio cada plataforma que actúa como intermediaria deberá atraer la confianza de los usuarios y captar su atención, ofertando la mayor cantidad de tiendas o restaurantes, los cuales a su vez se verán atraídos a formar parte de éstas, mientras más usuarios participen en ella, el valor de la plataforma se incrementará dando lugar a que ésta sea más atractiva para los usuarios existentes o potenciales⁴⁰.
- [55] Por lo tanto, la mayor fuente de sustitución estará asociada, exclusivamente a otras plataformas. Es así que el efecto de “*multi-homing*⁴¹” es relevante para los análisis de competencia en estos mercados, dado que los demandantes que ya se encuentran afiliados a una plataforma determinada, a su vez pueden registrarse en al menos otra adicional.
- [56] Lo mencionado también aplica para los otros usuarios de la plataforma como son los restaurantes/tiendas y los repartidores, donde estos solo podrán intercambiar entre plataformas, mas no entre modelos de negocios. Por ejemplo, si un repartidor no está satisfecho con la política de pago de **UBER EATS**, este podrá sustituir por alguna otra plataforma.
- [57] Si bien existe la posibilidad de que este tipo de usuarios puedan solicitar participar como repartidor de planta en alguna tienda o restaurante, esto no se daría con la inmediatez y generalidad con la que se puede realizar en las plataformas digitales, en vista de que la contratación de personal está sujeta a la normativa laboral, así como dependerá de la rentabilidad y conveniencia que le represente al establecimiento mantener un empleado de planta frente a la externalización del servicio. Es así que muchos restaurantes han elegido externalizar el servicio, situación bajo la cual las plataformas digitales han encontrado una oportunidad de negocio.
- [58] Lo mismo ocurre para el caso de restaurantes que podrán ofrecer sus productos entre las distintas aplicaciones, en vista de que, al poseer su local físico el uso de plataformas digitales de “*delivery*” es un complemento que permite maximizar los beneficios de su negocio, al permitirles una mayor exposición con los consumidores. Es así que algunos restaurantes pese a contar con su propio servicio de gestión de pedidos a domicilio de comidas, optan por estar presentes también en las plataformas digitales⁴².

³⁹ Como un *Marketplace*

⁴⁰ Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2018). Datos, algoritmos y políticas: la redefinición del mundo digital (publicación de las Naciones Unidas, Santiago).

⁴¹ El término se refiere a la situación donde los usuarios pueden usar varias plataformas para un servicio específico.

⁴² Por ejemplo, de la revisión de las páginas web de los restaurantes KFC y Pizza Hut, el 26 de octubre de 2020, a las 09h20, así como de la aplicación móvil de GLOVO en la misma fecha, se observa que



- [59] Con respecto a los clientes finales, siendo este el principal componente del efecto de externalidad indirecta para la plataforma, se puede establecer que un usuario que busca pedir comida a domicilio no estaría interesado en otro tipo de servicio que se ofrece dentro de la misma plataforma, como por ejemplo el pedido de regalos, farmacia o supermercado, por cuanto estas no ejercen presión competitiva entre sí, y por tanto constituirían otro mercado de producto.
- [60] Con base en lo analizado sobre las características de las plataformas de dos lados, la CRPI concuerda con la INCCE en que los servicios ofertados por **GLOVO, RAPIEC S.A. (RAPPÍ), LEVERING SYSTEM LEVSY S.C.A. (MOTODELIVERY), CAARRY SOLUCIONES S.A. (PICKER)** y **UBER EATS** en el segmento de “*delivery*” de comida, pueden ser considerados como sustitutos por el lado de la demanda, es decir, compiten dentro del mismo mercado de producto o servicio.

Sustitución por el lado de la oferta

- [61] La sustitución de la oferta implica determinar todos los bienes o servicios ofertados por potenciales competidores que, ante incentivos de ingresar al mercado de intermediación del servicio de “*delivery*” de comida a través de plataformas digitales, podrían hacerlo de forma indistinta en un periodo de tiempo que no suponga ajustes significativos de activos materiales e inmateriales y sin incurrir en costos o riesgos adicionales excesivos⁴³.
- [62] La CRPI concuerda con la INCCE en que un aspecto que puede ser considerado para el análisis, es la oferta de servicios adicionales de las plataformas en otros segmentos, como la entrega de productos de farmacias, supermercados, tiendas o el “*delivery express*”. En vista de que estos son ejecutados con los mismos recursos usados para el desarrollo de la aplicación⁴⁴, que ya son ostentados por lo general por los operadores económicos que realizan la actividad económica en referencia, a primera vista supondría no incurrir en inversiones adicionales para ampliar la oferta de segmentos.
- [63] Sin embargo de lo anterior, se debe tener en cuenta el posicionamiento de las marcas que tienen determinados operadores económicos en el mercado y el consecuente esfuerzo

dichos restaurantes cuentan con su propio servicio a domicilio, así como también se encuentran presentes en la aplicación de GLOVO. Véase: 1) Pizza Hut. (s.f.). Consultado desde: <https://www.pizzahut.com.ec/>; 2) KFC. (s.f.). KFC a Domicilio. Consultado desde: https://www.kfc.com.ec/?gclid=Cj0KCQjw59n8BRD2ARIsAAmgPmIVYCPVYoaDLUfG18aWPe tFVBtBRYD4fUFX6TKi1aHbcLnUPfZbjpgaAnUWEALw_wcB#utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=sem&utm_content=&textad; 3) Glovo. (s.f.). Comida a domicilio y más. Consultado desde: <https://glovoapp.com/es/qui>

⁴³ Resolución N°11 emitida por la Junta de Regulación de la LORCPM el 23 de septiembre del 2016, la cual resuelve expedir los “Métodos de Determinación de Mercados Relevantes”.

⁴⁴ Entendida como la actividad realizada por los programadores informáticos para crear o modificar un *software*.



estratégico y económico⁴⁵ que implica entrar al mercado, lo que representa una barrera de entrada para ampliar la actividad a otros segmentos. Esta situación opera especialmente para los operadores económicos de pequeña escala, quienes deben construir su base de clientes, por lo general sin una previa exposición a los mismos.

[64] Al respecto, la **COMPAÑÍA LEVERING SYSTEM LEVSY S C.A. (MOTODELIVERY)**⁴⁶, una plataforma con menor volumen de ventas que **GLOVO**, que solo participa en el segmento de comida en Cuenca, señaló que, [REDACTED]

[65] Asimismo, **MOBIL FOODS**, para poder ampliarse a otro segmento diferente al de comida, como el de supermercados, indicó que [REDACTED] Por los motivos señalados, en relación con los casos particulares anotados, la CRPI concuerda con la INCCE en considerar al segmento de “*delivery*” de comida preparada en restaurantes o similares por separado de los otros segmentos.

[66] Por otro lado, cabe analizar la sustitución de las plataformas digitales con los servicios de paquetería y mensajería tradicionales. En este sentido, tomando en consideración un caso análogo al presente, donde la INCCE realizó sendos requerimientos de información a operadores económicos que realizan servicios de mensajería⁴⁷, la CRPI toma para el presente análisis la siguiente información obtenida del referido caso:

Cuadro 5. Empresas de mensajería y paquetería

INDICADOR/ EMPRESA	SERVIENTRE GA	DHL	LAARCOURI ER	TRAMACO
Promedio de entrega de un paquete a nivel local	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
Repartidores independientes o empleados de planta	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
Tarifas y limitación por tamaño o peso a nivel local	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

⁴⁵ Incluyendo los gastos de mercadeo y publicidad que se requieren. Por ejemplo, el operador económico **GLOVO** señaló que el peso del rubro publicidad en el total de sus gastos, que incurre para adquirir nuevos usuarios mensualmente, es de aproximadamente entre [REDACTED] % al [REDACTED] %. Informe SCPM-IGT-INCCE-2020-029, 01 de diciembre de 2020.

⁴⁶ Informe SCPM-IGT-INCCE-2020-029, 01 de diciembre de 2020.

⁴⁷ El cuestionario se aplicó a los operadores económicos: **SERVIENTREGA**, **DHL**, **LAARCOURIER** y **TRAMACO**



[68] **SERVIENTREGA**⁵¹ señala refiriéndose al mercado de intermediación del servicio de “*delivery*” de comida: [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]”. De la misma forma, **TRAMACO**⁵² y **LAARCUORIER**⁵³ [REDACTED]

[69] En tal virtud, una vez analizadas las características, procesos y modelo de negocios de las empresas de mensajería y paquetería, la CRPI considera que los servicios ofertados por dichas empresas y la intermediación del servicio de “*delivery*” a través de plataformas digitales no son sustitutos por el lado de la oferta, es decir, operan en mercados distintos.

6.3.2. Mercado Geográfico

[70] Por el lado de la demanda, el mercado geográfico tiene una dimensión local, ya que los consumidores finales sólo realizan pedidos a restaurantes que operan en su localidad y a través de plataformas que presten estos servicios en dicha ciudad; asimismo, los restaurantes y los repartidores independientes sólo tienen interés en consumidores de las localidades en las que operan y pueden realizar las entregas.

[71] Desde el punto de la sustitución de la oferta, las empresas concentran su negocio en las principales ciudades del país, donde existe una masa de clientes que les permiten rentabilizar el negocio, es por ello que las principales plataformas se encuentran ubicadas en Quito, Guayaquil o Cuenca. Si bien algunas empresas están localizadas en dos o más ciudades, otras únicamente concentran su negocio en una sola localidad.

[72] Por estos motivos se puede argumentar que la sustitución geográfica no podría ser suficiente para determinar un mercado más amplio, en vista que los operadores deberán incurrir en inversiones materiales e inmateriales para poder acceder a otros territorios, Igualmente, esta sustitución no sería inmediata por que las compañías deberán tener una demanda lo suficientemente atractiva para tomar la decisión de incursionar en otros ámbitos geográficos.

[73] Si bien se puede considerar que el mercado geográfico de los servicios de intermediación de “*delivery*” de comida a través de plataformas digitales tendría un ámbito de competencia local, en vista que la operación de concentración económica no supone riesgos en materia de competencia y que la delimitación del mercado relevante se la realiza para evaluar el cumplimiento de la condición de los umbrales de notificación, se considera suficiente definir el mercado relevante a nivel nacional siendo el escenario más conservador para tal cuantificación.

⁵¹ Informe SCPM-IGT-INCCE-2020-029, 01 de diciembre de 2020.

⁵² Informe SCPM-IGT-INCCE-2020-029, 01 de diciembre de 2020.

⁵³ Informe SCPM-IGT-INCCE-2020-029, 01 de diciembre de 2020.



6.4. Obligatoriedad de la notificación

- [74] El volumen de negocios de la operación de concentración analizada es de USD 9.115.871.54, es decir, no supera el monto establecido por la Junta de Regulación a 2020 que era de 200.000 Remuneraciones Básicas Unificadas (USD 80.000.000). Por lo tanto, no encaja en el supuesto previsto en el literal a) del artículo 16 de la LORCPM.
- [75] No obstante, como consecuencia de la operación de concentración, el operador económico **DELIVERY HERO**, como se detalla más adelante, adquirirá una cuota de participación superior al 30% en el mercado relevante definido. En consecuencia, la transacción notificada cumple la condición establecida en el artículo 16 letra b) de la LORCPM.

6.5. Competidores y análisis de las cuotas de mercado

6.5.1. Mercado de la intermediación del servicio de *delivery* de comida preparada, a través de plataformas digitales

- [76] Como se ha venido mencionando, **DELIVERY HERO** actualmente no participa dentro del mercado relevante analizado por lo tanto no posee cuota de participación dentro de este. Por otro lado, **GLOVO**, con base en información proporcionada por el operador económico notificante, tendría una cuota de participación aproximada del [REDACTED]%, dentro del segmento de servicio de “*delivery*” de comida preparada, a través de plataformas digitales a nivel nacional, en comparación con sus competidores, los cuales abarcan una cuota aproximada del [REDACTED]% restante durante 2019.
- [77] Para determinar un estimado de la cuota de participación dentro del mercado relevante de intermediación del servicio de “*delivery*” de comida preparada en restaurantes o similares, a nivel nacional, donde los oferentes son las plataformas digitales de dos lados, y los demandantes son: i) los consumidores finales; ii) los restaurantes; y iii) los repartidores independientes; el operador notificante remitió información de 2019 y primer semestre del 2020, basada en los datos de la aplicación App Annie Intelligence⁵⁵. Esta información contiene el número de usuarios activos y cantidad de pedidos⁵⁶.

⁵⁴ Informe SCPM-IGT-INCCE-2020-029, 01 de diciembre de 2020.

⁵⁵ Es una plataforma de datos y análisis de aplicaciones móviles, permite a sus clientes ver el rendimiento de las aplicaciones y analizar las métricas a lo largo del ciclo de vida de las mismas.

⁵⁶ Informe SCPM-IGT-INCCE-2020-029, 01 de diciembre de 2020.



Cuadro 6. Cuotas de participación en el mercado de relevante de la intermediación del servicio de “delivery” de comida preparada, a través de plataformas digitales⁵⁷

Plataformas	Cantidad de pedidos realizados	
	2019	2020**
UBER EATS	49,48%	43,46%
GLOVO*	44,24%	42,22%
RAPPI	6,28%	14,31%
Total	100%	100%

Fuente: Informe SCPM-IGT-INCCE-2020-029 de 01 de diciembre 2020.
Elaboración: INCCE.

Notas: (*) Las cuotas de mercado de GLOVO en ECUADOR no incluyen a las de Domicilios.com.
(**) Los datos del 2020, corresponden a la participación del total de pedidos realizados en el periodo enero-junio 2020.

- [78] Cabe señalar, conforme lo menciona el operador económico notificante, ya en el segundo trimestre de 2019 el operador económico **DELIVERY HERO**, conjuntamente con su marca “**DOMICILIOS.COM**” dejó de operar en Ecuador⁵⁸. En este sentido, la CRPI concuerda con la INCCE en que la operación de concentración económica objeto del presente análisis no cambiará la estructura del mercado relevante en el país.
- [79] La ausencia de **DELIVERY HERO** en Ecuador no permite que las condiciones de competencia cambien producto de la transacción, al constituir un cambio en el control de **GLOVO** en Ecuador. Por estos motivos, la CRPI en apego al análisis de la INCCE considera que la operación de concentración económica notificada es neutra para el mercado y consecuentemente no se producirá una sensible disminución, distorsión u obstaculización, claramente previsible o comprobada, de la libre concurrencia de los operadores económicos y/o la competencia.

6.6. Barreras de entrada y eficiencias

- [80] No se considera necesario realizar un análisis a profundidad de las barreras de entrada que podrían existir en el mercado relevante definido, ni de eficiencias generadas por la operación de concentración, puesto que no se evidencia un cambio significativo en la estructura de mercado, por cuanto no permitirá la realización de conductas contrarias a la competencia por parte del operador económico adquirido.

⁵⁷ Si bien se utilizan los datos de los principales operadores económicos del sector como los con UBER EATS, GLOVO y RAPPI, proporcionados por el notificante, existen otras empresas que ofertan el mismo servicio como MOTODELIVERY, PICKER o MOBIL FOODS, sin embargo, poseen participaciones menores al 1% según información recabada por la INCCE.

⁵⁸ Informe SCPM-IGT-INCCE-2020-029, 01 de diciembre de 2020.



6.7. Cláusula de no competencia

- [81] El negocio jurídico que da lugar a la operación de concentración contiene una cláusula de no competencia por el término de ■■■ años, sin embargo, no se realiza un análisis profundo de la misma, por cuanto como se indicó anteriormente no se generan efectos al nivel de competencia, producto de la adquisición.

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

RESUELVE

PRIMERO.- ACEPTAR el Informe SCPM-IGT-INCCE-2020-029 de 01 de diciembre 2020 y el proyecto de resolución emitidos por la INCCE.

SEGUNDO.- AUTORIZAR la operación de concentración económica notificada por el operador económico **DELIVERY HERO SE**.

TERCERO.- DECLARAR como confidencial la presente resolución y emitir la versión no confidencial de la misma.

CUARTO.- NOTIFÍQUESE la presente Resolución en su versión no confidencial al operador económico **DELIVERY HERO SE**, a la Intendencia Nacional de Control de Concentraciones Económicas y a la Intendencia General Técnica.

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE.-



Firmado electrónicamente por:
**EDISON RENE
TORO CALDERON**

Edison Toro Calderón
COMISIONADO



Firmado electrónicamente por:
**JAIME
FERNANDO LARA
IZURIETA**

Jaime Lara Izurieta
COMISIONADO



Firmado electrónicamente por:
**MARCELO
VARGAS**

Marcelo Vargas Mendoza
PRESIDENTE