SEGUNDO SUPLEMENTO

REGISTRO OFICIAL®
ÓRGANO DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

SUPERINTENDENCIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA

RESOLUCIÓN No. SCE-CRPI-17-2026

SE AUTORIZA LA OPERACIÓN DE CONCENTRACIÓN ECONÓMICA NOTIFICADA POR EL OPERADOR ECONÓMICO RESTAURANTES UNIDOS RESTAUNSA S.A.

Año II - Nº 379 - 66 páginas
Quito, martes 29 de septiembre de 2026

VERSIÓN NO CONFIDENCIAL

RESOLUCIÓN Nro. SCE-CRPI-17-2026

AUTORIZACIÓN DE OPERACIÓN DE CONCENTRACIÓN ECONÓMICA

EXPEDIENTE Nro. SCE-CRPI-17-2026

SUPERINTENDENCIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA.- COMISIÓN DE RESOLUCIÓN DE PRIMERA INSTANCIA.- D.M. Quito, 07 de agosto de 2026, a las 11h30.

Comisionada sustanciadora: Dra. Ingreed Cajas Torres

I. VISTOS.-

[1] La Resolución N° SCE-DS-2024-36 de 05 septiembre de 2024, en la cual el Magister Hans Willi Ehmig Dillon, Superintendente de Competencia Económica, dispuso:

> *"(…) Artículo 1.- Designar como miembros de la Comisión de Resolución de Primera Instancia de la Superintendencia de Competencia Económica, a los siguientes funcionarios: doctores Marcelo Ortega Rodríguez, Ingreed Cajas Torres, y Marco Landázuri Álvarez.*
>
> *Artículo 2.- Designar al doctor Marcelo Ortega Rodríguez, como Presidente de la Comisión de Resolución de Primera Instancia, a partir del 05 de septiembre de 2024 (...)".*

[2] La Resolución N° SCE-DS-2024-58 de 05 noviembre de 2024, en la cual el Magister Hans Willi Ehmig Dillon, Superintendente de Competencia Económica, dispuso:

> *"(…) Artículo único.- Reformar el artículo 1 de la Resolución No. SCE-DS-2024-36, de 05 de septiembre de 2024, el cual establece la conformación de la Comisión de Resolución de Primera Instancia, por el siguiente:*
>
> *"Artículo 1.- Designar como miembros de la Comisión de Resolución de Primera Instancia de la Superintendencia de Competencia Económica, a los siguientes funcionarios: doctores Marcelo Ortega Rodríguez, Ingreed Cajas Torres y Miguel Cumbicus Jiménez (…)"*

[3] La Resolución N° SCE-DS-2025-37 de 06 de junio de 2025, en la cual el Magister Hans Willi Ehmig Dillon, Superintendente de Competencia Económica, dispuso:

> *"(…) **Artículo Único.-** Designar como miembro de la Comisión de Resolución de Primera Instancia al doctor Marco Vinicio Landázuri Álvarez, a partir del 06 de junio de 2025, de acuerdo con el Informe Técnico Nro. SCE-INAF-DNATH-2025-225-I, de 06 de junio de 2025 (…)".*

[4] La disposición reformatoria segunda de la Ley Orgánica Reformatoria de Diversos Cuerpos Legales, para el Fortalecimiento, Protección, Impulso y Promoción de las Organizaciones de la Economía Popular y Solidaria, Artesanos, Pequeños

Productores, Microempresas y Emprendimientos, publicada en la edición 311 del Registro Oficial:

> *"Sustitúyase en todo el texto de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, la frase: "Superintendente de Control del Poder de Mercado" por: "Superintendente de Competencia Económica".*

[5] El memorando Nro. SCE-DS-SG-2026-283 de 20 de abril de 2026, suscrito por el Abg. Jorge Marcelo Rojas Salazar, en su calidad de Secretario General de la SCE, mediante el cual certifica la no existencia de la sección "Gaceta Oficial", en los siguientes términos:

> "(…) *una vez realizada la consulta a la administradora y líder funcional de la página web institucional, se certifica que NO existe una sección denominada "Gaceta Oficial".* (…)".

[6] El memorando Nro. SCE-IGT-INCCE-DNCCE-2026-086 de 30 de julio de 2026, remitido por la Intendencia Nacional de Control de Concentraciones Económicas (en adelante INCCE o la Intendencia) suscrito por el Mgs. Edgar Alejandro Cubero Flores, ingresado en el Gestor Procesal el 30 de julio de 2026, a las 17h08, con trámite signado con el ID: 2026073017085655, en el que adjunta:

- El informe SCE-IGT-INCCE-2026-019 y su extracto no confidencial de 30 de julio de 2026, en el que se concluye y recomienda:

> "[…] ***SECCIÓN 10: CONCLUSIONES***
>
> *[372]* ***Conclusión 1****: La operación notificada consiste en la adquisición, por parte de RESTAUNSA, de la totalidad de los activos productivos y operativos utilizados por DONUT HOUSE S.A. para la explotación de la franquicia DUNKIN DONUTS en Ecuador. Como resultado de la transacción, RESTAUNSA adquirirá el control exclusivo sobre la unidad de negocio asociada a dicha franquicia, incluyendo la preparación, producción, distribución y comercialización de donas, productos de panadería, pastelería, postres y bebidas bajo la marca DUNKIN DONUTS. En consecuencia, la operación constituye una concentración económica en los términos previstos en el literal e) del artículo 14 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado.*
>
> *[373]* ***Conclusión 2:*** *En referencia al primer criterio previsto en el artículo 16 de la LORCPM, se concluye, con base en el análisis efectuado, que la operación constituye una concentración económica de naturaleza vertical, al existir relaciones verticales actuales y potenciales entre las actividades económicas de los operadores económicos intervinientes.*
>
> *[374]* ***Conclusión 3:*** *De conformidad con el artículo 6 de la LORCPM, el volumen de negocios de la operación de concentración económica, calculado con base en la información financiera correspondiente al año 2024, asciende a USD 2.466.239.253. En consecuencia, la transacción supera el umbral de notificación determinado en la letra a) del artículo 16 de la LORCPM, por lo que se encuentra sujeta al procedimiento obligatorio de notificación previa.*

*[375] **Conclusión 4:** La operación de concentración económica también cumple la condición prevista en el literal b) del artículo 16 de la LORCPM, por cuanto, como resultado de la operación, RESTAUNSA adquirirá la cuota de participación que DONUT HOUSE mantiene en los mercados relevantes del servicio de preparación y venta de alimentos y bebidas en cafeterías y establecimientos especializados ubicados en las áreas de influencia de Riocentro Entre Ríos y Paseo Shopping Machala, superando en ambos casos el umbral del 30%.*

*[376] **Conclusión 5:** Con base en el artículo 5 de la LORCPM, a efectos del análisis de la operación de concentración económica notificada, se definieron los siguientes mercados relevantes:*

i. Servicios de preparación y venta de alimentos y bebidas en cafeterías y establecimientos especializados en centros comerciales (Sic)
ii. Servicios de intermediación digital de delivery de última milla, con alcance geográfico local, delimitado por cada ciudad en la que opera la plataforma.
iii. Gestión y administración del alquiler de activos inmobiliarios de uso comercial en centros comerciales, con alcance geográfico local, determinado por las zonas de influencia de cada centro comercial (Sic)
iv. Comercialización al por menor de productos de consumo masivo a través de supermercados, hipermercados y establecimientos hard discount, con alcance geográfico local, en áreas de influencia de hasta 30 minutos alrededor de los establecimientos.
v. Distribución de productos de panadería y pastelería a nivel nacional.
vi. Comercialización de productos de panadería y pastelería a clientes corporativos.

De estos, el mercado de comercialización de productos de panadería, pastelería y otros alimentos preparados a clientes corporativos no constituye un mercado afectado, debido a que no presenta relaciones horizontales o verticales con las actividades del grupo económico adquirente.

*[377] **Conclusión 6:** En relación con lo dispuesto en los numerales 1, 2 y 4 del artículo 22 de la LORCPM, referentes al estado de situación de la competencia en los mercados relevantes, al grado de poder de mercado de los operadores económicos involucrados y al efecto de la operación sobre la competencia, el análisis efectuado permite concluir lo siguiente:*

- *Respecto de la relación vertical entre el mercado de servicios de preparación y venta de alimentos y bebidas en cafeterías y establecimientos especializados y el mercado de servicios de intermediación digital de delivery de última milla, la evidencia disponible no permite concluir que la operación confiera a la entidad integrada la capacidad o los incentivos para implementar*

estrategias de cierre con aptitud para restringir significativamente la competencia.

- *Respecto de la relación vertical entre el mercado de gestión y administración del alquiler de activos inmobiliarios de uso comercial en centros comerciales y el mercado de servicios de preparación y venta de alimentos y bebidas en cafeterías y establecimientos especializados, si bien Grupo El Rosado registra una posición relevante en determinadas áreas de influencia, la evidencia disponible no permite concluir que la operación genere incentivos suficientes para implementar estrategias de cierre de insumos o que estas sean susceptibles de producir efectos perjudiciales significativos sobre la competencia.*

- *Respecto de la relación vertical potencial entre el mercado de distribución de productos de panadería y pastelería y el mercado de comercialización minorista de productos de consumo masivo a través de supermercados, hipermercados y establecimientos hard discount, la evidencia disponible no permite concluir que la operación modifique de manera significativa las decisiones de abastecimiento del grupo económico adquirente o genere incentivos para sustituir proveedores con aptitud para producir efectos anticompetitivos apreciables.*

- *Finalmente, si bien DONUT HOUSE comercializa productos de panadería y pastelería a clientes corporativos, la investigación no evidenció actividades desarrolladas por el grupo económico adquirente que guarden una relación horizontal o vertical con dicho canal de comercialización. En consecuencia, esta actividad forma parte de la unidad de negocio adquirida, pero no genera mercados afectados ni riesgos competitivos que requieran un análisis adicional en el marco de la presente operación.*

[378] ***Conclusión 7:*** *En consecuencia, del análisis efectuado se concluye que la operación de concentración económica notificada no genera una disminución sustancial de la competencia, ni crea o refuerza una posición de dominio en los mercados relevantes analizados. En tal virtud, no se identifican riesgos significativos para la competencia derivados de su ejecución, por lo que la operación no resulta apta para producir una sensible disminución, distorsión u obstaculización de la competencia efectiva.*

SECCIÓN 11. RECOMENDACIÓN

[379] En virtud de las consideraciones expuestas en el presente informe, la Intendencia Nacional de Control de Concentraciones Económicas recomienda a la Comisión de Resolución de Primera Instancia AUTORIZAR la operación de concentración económica notificada por el operador económico Restaurantes Unidos RESTAUNSA S.A., conforme a lo dispuesto en el artículo 21 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado. […]".

- La providencia emitida el 10 de junio de 2026 a las 17h00, dentro del expediente SCE-IGT-INCCE-18-2025; en la que la INCCE, dispone:

  "[…] ***PRIMERO: AGRÉGUESE*** *al expediente el Informe SCE-IGT-INCCE-2026-19 de 30 de julio de 2026, signado con número de trámite interno 2026072810465980. En referencia al mismo:*

  Por contener información que ha sido declarada como confidencial dentro del presente expediente; y por lo tanto, su uso indebido o divulgación podría acarrear una vulneración a los derechos fundamentales de su titular y/o perjudicar a sus intereses, en virtud de lo establecido en los artículos 39, 47 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado y 3 del Reglamento para la Aplicación de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado; de oficio, ***DECLÁRESE*** *con carácter* ***CONFIDENCIAL*** *el Informe SCE-IGT-INCCE-2026-19 de 29 de julio de 2026, específicamente en lo siguiente:* ***1)*** *Dentro de la sección 4 "Descripción de la Operación de Concentración:* ***i)*** *condiciones contractuales para la ejecución de la operación de concentración;* ***ii)*** *estructura societaria ex post sobre la que no se tenga información por medios públicos;* ***2)*** *Dentro de la sección 6 "Obligatoriedad de notificar" la información relativa a transacciones entre empresas del mismo grupo económico no accesible a través de medios públicos y el valor total de la empresa UBESAIR;* ***3)*** *Sección 7.2.3 específicamente: i) información sobre estrategias de negocios del operador económico MABOOM; ii) cuadro 7 la columna ejemplos de centros comerciales que lo mencionan; y, iii) cuadro 8 columna de operadores económicos y pie de página;* ***4)*** *Sección 7.3.3. específicamente: i) respuestas de cafeterías que revelan su estrategia de negocios; ii) respuestas de centros comerciales sobre su estrategia de negocios; iii) cuadro 13 la columna de operadores económicos sobre estrategias de negocios de centros comerciales;* ***5)*** *Dentro de la sección 8 "Análisis Estructural de los Mercados";* ***i)*** *las cuotas de participación de los operadores económicos en los mercados analizados; ii) ingresos y porcentaje de ingresos generados por DONUT HOUSE S.A.; y, iii) sección 8.5 información sobre clientes de DONUT HOUSE* (Sic) ***6)*** *Dentro de la sección 9: "Análisis de efectos verticales de la operación": i) porcentaje de ventas en canal mayorista; ii) porcentaje de participación de SUPEREASY en mercado geográfico; iii) temporalidad de contratos de Grupo El Rosado; iv) ventas de operadores de cafeterías por centro comercial 2025; v) porcentaje de participación de DUNKIN DONUTS; vi) análisis y conclusión sobre ventas del operador adquirido; vii) cuadro de variación de ventas en centros comerciales; viii) Ventas nacionales de panadería y pastelería de Grupo El Rosado; ix) Ventas de DUNKIN DONUTS como proporción referencial de las ventas de la categoría de Grupo El Rosado; x) porcentaje de ventas nacionales de la categoría de panadería y pastelería registradas por Grupo El Rosado; xi) información sobre cláusulas de contratos en centros comerciales; y, xii) cuadro 20 sobre incentivos económicos;* ***7)*** *Anexo 1 Cuadros 23, 24 y 25 sobre cuotas de mercado e índice de dominancia; y* ***8)*** *Toda información que tenga como fuente, sustento o antecedente información previamente declarada confidencial dentro del presente expediente; de conformidad con los literales b), c) y d) del artículo 6 del Instructivo para*

el Tratamiento de la Información dentro de la SCE, signado con número de trámite interno 2026072810465980.

***SEGUNDO: AGRÉGUESE** al expediente el extracto no confidencial del Informe SCE-IGT-INCCE-2026-19, de 30 de julio de 2026, elaborado por la Dirección Nacional de Control de Concentraciones Económicas y signado con el número de trámite interno 2026072810481675, dispuesto mediante correo electrónico de 30 de julio de 2026, el cual contiene como indicación general que deberá ocultarse toda información que tenga como fuente, sustento o antecedente información declarada confidencial dentro del presente expediente.*

***TERCERO: REMÍTASE** a la Comisión de Resolución de Primera Instancia (CRPI), para que continúe con la fase de resolución, el Informe SCE-IGT-INCCE-2026-19, de 30 de julio de 2026, signado con el número de trámite interno 2026072810465980, junto con su extracto no confidencial, signado con el número de trámite interno 2026072810481675, por haber concluido la etapa de investigación de la operación de concentración económica notificada por RESTAURANTES UNIDOS RESTAUNSA S.A., la cual fue objeto de la prórroga de sesenta (60) días adicionales prevista en el artículo 21 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado. De dicho término, esta Intendencia utilizó veintitrés (23) días; por lo que, de ser el caso, la Comisión de Resolución de Primera Instancia contará con el término restante de la prórroga de sesenta (60) días de conformidad al numeral 4 del artículo 31 del Instructivo de Gestión Procesal Administrativa. CUARTO: CONCÉDASE acceso al expediente a los funcionarios de la Comisión de Resolución de Primera Instancia, responsables de tramitar la etapa de resolución. QUINTO: CÓRRASE traslado al operador económico Restaurantes Unidos RESTAUNSA S.A. con la versión no confidencial del Informe SCE-IGT INCCE-2026-19 de 29 de julio de 2026.* […]".

[7] La resolución SCE-DS-2026-36 de 31 de julio de 2026, mediante la cual el Mgtr. Hans W. Ehmig Dillon, Superintendente de Competencia Económica, resolvió lo siguiente:

"***Artículo Único.-** Designar al Intendente Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales, como comisionado adicional para integrar la Comisión de Resolución de Primera Instancia, con la finalidad de proceder con el sorteo y la sustanciación del nuevo caso derivado del Informe Nro. SCE-IGT-INCCE-2026-19, remitido por la Intendencia Nacional de Control de Concentraciones Económicas."*

[8] El Acto Administrativo, emitido el 31 de julio de 2026, a las 16h30; mediante el cual la CRPI avocó conocimiento del Informe No. SCE-IGT-INCCE-2026-019 y su extracto no confidencial del 30 de julio de 2026, relacionado con el expediente SCE-IGT-INCCE-18-2025; remitidos a esta Comisión por la **INTENDENCIA NACIONAL DE CONTROL DE CONCENTRACIONES ECONÓMICAS**, mediante memorando Nro. SCE-IGT-INCCE-DNCCE-2026-086 de la misma fecha; y, con el que se dispuso el inicio del expediente No. **SCE-CRPI-17-2026**.

[9] El escrito presentado el 03 de agosto de 2026, a las 15h21, por el operador económico **Restaurantes Unidos RESTAUNSA S.A.**; por medio del señor Oswaldo Rodrigo Santos Dávalos, en calidad de procurador judicial, ingresado en el Gestor Procesal con trámite signado con el ID: 2026080315214269, en el que entre lo principal, señala y solicita:

> "[…] ***G. La autorización debe ser concedida sin condiciones***
>
> *El literal b) del artículo 21 de la LORCPM permite subordinar la operación al cumplimiento de condiciones. Esa facultad, sin embargo, no es discrecional. El artículo 15 de la LORCPM lo confirma al habilitar la imposición de medidas o condiciones únicamente cuando la operación cree, modifique o refuerce el poder de mercado.*
>
> *En el presente caso, como vimos, la Intendencia investigó entre enero y julio de 2026, aplicó definiciones conservadoras y concluyó de manera expresa que la operación no resulta apta para producir una sensible disminución, distorsión u obstaculización de la competencia efectiva. Imponer condiciones en ese escenario carecería de base.*
>
> ***H. Petición***
>
> *Con fundamento en lo expuesto, solicito respetuosamente a esta Comisión:*
>
> 1. *ACOGER el Informe No. SCE-IGT-INCCE-2026-19 de 30 de julio de 2026 y la recomendación contenida en su Sección 11.*
>
> 2. *AUTORIZAR la operación de concentración económica notificada por Restaurantes Unidos Restaunsa S.A. dentro del expediente SCE-IGT-INCCE-18-2025 y sustanciada en el expediente SCE-CRPI-17-2026, sin imponer condición alguna.*
>
> ***I. Notificaciones***
>
> *Seguiré siendo notificado en los siguientes correos electrónicos:*
>
> - *martininsua@yahoo.com;*
> - *luisaviteri03@gmail.com;*
> - *osantosd@santosburbano.com; y*
> - *bharo@santosburbano.com.* […]".

[10] La Acción de Personal Nro. SCE-INAF-DNATH-2026-398-A de 06 de agosto de 2026, con la que el Magíster Ángel Alejandro Cerón Gruezo, Intendente Nacional Administrativo Financiero, en ejercicio de la delegación conferida en el literal g) del artículo 5 de la Resolución No. SCE-DS-2025-55, de 19 de agosto de 2025; y con fundamento en lo dispuesto en el artículo 126 de la Ley Orgánica del Servicio Público, en concordancia con el artículo 270 de su Reglamento General de Aplicación y el artículo 106 del Reglamento Interno de Administración de Talento Humano de la Superintendencia de Competencia Económica, Resuelve: "*Suscribir*

la acción de personal de subrogación para la servidora GUTIÉRREZ NÚÑEZ MARÍA JOSÉ, en el cargo de INTENDENTE NACIONAL DE INVESTIGACIÓN Y CONTROL DE PRÁCTICAS DESLEALES, desde el 07 al 18 de agosto de 2026 (…)".

II. AUTORIDAD COMPETENTE.-

[11] La Comisión de Resolución de Primera Instancia 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 también: LORCPM), en concordancia con lo determinado el artículo 31 del Instructivo de Gestión Procesal Administrativa (en adelante también: IGPA) de la Superintendencia de Competencia Económica.

III. IDENTIFICACIÓN DE LA CLASE DE PROCEDIMIENTO.-

[12] El procedimiento materia de esta Resolución consiste en la evaluación de una notificación obligatoria de concentración económica, misma que se encuentra determinada en la Sección Primera del Capítulo III del IGPA (2023).

IV. IDENTIFICACIÓN DE LOS OPERADORES ECONÓMICOS INVOLUCRADOS.-

4.1.[1] Operador económico adquirente: Restaurantes Unidos RESTAUNSA S.A.

[12] RESTAUNSA es una empresa constituida en Ecuador, que tiene como actividad principal la preparación, producción, empaquetado y venta de alimentos incluyendo toda clase de productos de panadería, pastelería y postres, pudiendo instalar y administrar cafeterías.

Cuadro 1. Actividades económicas del grupo económico de RESTAUNSA

Operador Económico	Actividad económica (clasificación CIIU)
ADMINISTRADORA DEL PACIFICO S.A. (ADEPASA)	Actividades de administración de bienes inmuebles a cambio de una retribución o por contrato.
ENTRETENIMIENTO DEL PACÍFICO S.A. (ENTREPASA)	Actividades de distribución de películas, cintas de vídeo, DVD y productos similares a cines, cadenas y emisoras de televisión y exhibidores. Se incluyen adquisición de los derechos de distribución de películas, cintas de vídeo y DVD.
ENTERTAINMENT DISCOVERY DICOVERMENT S.A.	Gestión de salas de conciertos, teatros y otras instalaciones similares.
TIENDAS TUTI TTDE S.A.	Venta al por menor de gran variedad de productos en supermercados, entre los que predominan, los productos alimenticios, las bebidas o el tabaco, como productos de primera necesidad y varios otros tipos de productos, como prendas de vestir,
SUPEREASY MARKET & DELIVERY S.A.	

[1] *INFORME SCE-IGT-INCCE-2026-019 – pág 10, 11 y 12*

Operador Económico	Actividad económica (clasificación CIIU)
CORPORACIÓN EL ROSADO S.A.	muebles, aparatos, artículos de ferretería, cosméticos, etcétera.
PANADERÍA DEL NORTE PDN S.A.	Elaboración de pan y otros productos de panadería secos: pan de todo tipo, panecillos, bizcochos, tostadas, galletas, etcétera, incluso envasados.
PROCESADORA DE ALIMENTOS KARNITA PROKARNITA S.A.	Explotación de mataderos que realizan actividades de sacrificio, faenamiento, preparación, producción y empacado de carne fresca refrigerada o congelada en canales o piezas o porciones individuales de: bovino, porcino, ovino, caprino.
DISTRIBUIDORA COMERCIAL DEL NORTE TRICOMNOR S.A.	Intermediarios del comercio de productos alimenticios, bebidas y tabaco.
COMDERE S.A.	Actividades de emisión de señales de audiofrecuencia a través de estudios e instalaciones de emisión de radio para la transmisión de programas sonoros al público, a entidades afiliadas o a suscriptores.
FRECUENTO S.A. / FREQUENTBUY	Venta al por menor de cualquier tipo de producto por correo, por internet, incluido subastas por internet, catálogo, teléfono, televisión y envió de productos al cliente.
SUPER PUNTOS S.A.	Creación y colocación de anuncios de publicidad al aire libre en: carteles, tableros, boletines y carteleras, decoración de escaparates, diseño de salas de exhibición, colocación de anuncios en automóviles y buses, actividades de perifoneo, etcétera.
SERVICIOS GACELA ECUADOR GACELADELIVERY S.A.	Servicios de gestión y manejo in situ de sistemas informáticos y/o instalaciones de procesamiento de datos de los clientes, y servicios de apoyo conexos.
ECOSAN S.A.	Explotación mixta de cultivos y animales sin especialización en ninguna de las actividades. El tamaño del conjunto de la explotación agrícola no es un factor determinante. Si el cultivo de productos agrícolas o la cría de animales representan en una unidad determinada una proporción igual o superior al 66% de los márgenes brutos corrientes, la actividad mixta no debe clasificarse en esta clase, sino entre los cultivos o las actividades de cría de animales.
INMOBILIARIA MOTKE S.A.	

Operador Económico	Actividad económica (clasificación CIIU)
INMOBILIARIA COLUMBIA S.A.	Compra - venta, alquiler y explotación de bienes inmuebles propios o arrendados, como: edificios de apartamentos y viviendas; edificios no residenciales, incluso salas de exposiciones; instalaciones para almacenaje, centros comerciales y terrenos; incluye el alquiler de casas y apartamentos amueblados o sin amueblar por períodos largos, en general por meses o por años.
INMOBILIARIA LAVIE S.A.	
INMOBILIARIA MERIDIONAL S.A. INMERISA	
SUPERCINES S.A.	Proyección de películas cinematográficas y cintas de vídeo en cines, al aire libre o en otros locales de proyección y actividades de cineclubes.
MOTION PICTURE ADVENTURE MPA S.A.	Producción de obras de teatro, conciertos, óperas, espectáculos de danza y otras actividades escénicas como las actividades de grupos, circos o compañías, orquestas o bandas, incluido actividades complementarias para la producción y otras actividades escénicas realizadas en directo como: actividades de directores, productores, diseñadores y constructores de escenarios, tramoyistas, manejo de telones, técnicos de iluminación y sonido, etcétera.
ABACAM S.A.	Cría y reproducción de otro tipo de ganado bovino: búfalos.
UBESAIR S.A.	Actividades relacionadas con el transporte aéreo de pasajeros, animales o carga: explotación de instalaciones terminales, como terminales aéreas, etc. Actividades aeroportuarias y de control de tráfico aéreo. Actividades de servicio en tierra realizadas en aeropuertos, etcétera.
BRIKO S.A.	Fabricación de muebles de madera y sus partes: para el hogar, oficinas, talleres, hoteles, restaurantes, iglesias, escuelas, muebles especiales para locales comerciales, muebles para máquinas de coser, televisiones, etcétera.

Fuente: RESTAUNSA (2025). Formulario de Notificación[2]/ Portal de información de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros
Elaboración: INCCE

4.2.[3] **Operador económico vendedor: Donut House S.A.**

[2] *RESTAUNSA (2025) Extracto no Confidencial del Formulario de notificación obligatoria de operación de concentración económica, signado con número de anexo 368366 del número de trámite interno 2025121516445860, página 8.*
[3] *INFORME SCE-IGT-INCCE-2026-019 – pág 12*

[13] DONUT HOUSE es una empresa constituida en Ecuador, que tiene como actividad la preparación, producción y venta de donas, productos de panadería, pastelería, postres y bebidas bajo la franquicia DUNKIN DONUTS. Su comercialización se realiza principalmente mediante establecimientos propios (minorista), así como, de forma complementaria, a través de tiendas de conveniencia y otros establecimientos minoristas para reventa y ventas a clientes corporativos para eventos.

[14] El capital social de DONUT HOUSE pertenece en su totalidad a JOSE ANTONIO KRONFLE DI PUGLIA, quien es el único accionista de la compañía.

V. DESARROLLO DE LOS ANTECEDENTES DEL EXPEDIENTE

[15] De las actuaciones emitidas en el expediente No. **SCE-IGT-INCCE-18-2026**, por parte de la Intendencia Nacional de Concentraciones Económicas, y remitidas a esta Comisión consta:

- El memorando Nro. SCE-IGT-INCCE-DNCCE-2026-086 de 30 de julio de 2026, ingresado en el Gestor Procesal el 30 de julio de 2026, a las 17h08, con trámite signado con el ID: 2026073017085655, en el que adjunta:
  - El informe SCE-IGT-INCCE-2026-019 y su extracto no confidencial de 30 de julio de 2026.
  - La providencia emitida el 30 de julio de 2026 a las 17h00, dentro del
  - expediente SCE-IGT-INCCE-18-2025.

[16] De los antecedentes obrados en el presente expediente; consta:

- El acto administrativo de avoco conocimiento e inicio del procedimiento, emitido el 31 de julio de 2026, a las 16h30; y,
- El escrito presentado el 03 de agosto de 2026, a las 15h21, por el operador económico Restaurantes Unidos RESTAUNSA S.A.

VI. FUNDAMENTOS DE DERECHO DE LA RESOLUCIÓN

6.1. Constitución de la República del Ecuador

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

> "***Art. 213.-*** *Las superintendencias son organismos técnicos de vigilancia, auditoría, intervención y control de las actividades económicas, sociales y ambientales, y de los servicios que prestan las entidades públicas y privadas, con el propósito de que estas actividades y servicios se sujeten al ordenamiento jurídico y atiendan al interés general. Las superintendencias actuarán de oficio o por requerimiento ciudadano. Las facultades específicas de las superintendencias y las áreas que requieran del control, auditoría y vigilancia de cada una de ellas se determinarán de acuerdo con la ley. (…)*"

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

> "***Art. 335.-*** *El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.*
>
> *El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal.*
>
> ***Art. 336.-*** *El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.*
>
> *El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley."*

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

6.2. Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado

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

> "***Art. 1.- Objeto.-*** *El objeto de la presente Ley es evitar, prevenir, corregir, eliminar y sancionar el abuso de operadores económicos con poder de mercado; la prevención, prohibición y sanción de acuerdos colusorios y otras prácticas restrictivas; el control y regulación de las operaciones de concentración económica; y la prevención, prohibición y sanción de las prácticas desleales, buscando la eficiencia en los mercados, el comercio justo y el bienestar general y de los consumidores y usuarios, para el establecimiento de un sistema económico social, solidario y sostenible.*
>
> ***Art. 2.- Ámbito.-*** *(Sustituido por la Disp. Reformatoria Segunda num. 3 de la Ley s/n, R.O. 311-S, 16-V-2023).- Está sometido a las disposiciones de la presente Ley todo ente que lleve a cabo, actual o potencialmente, actividades económicas, independientemente de su forma jurídica o modo de financiación; es decir, están sometidos a la presente Ley todos los operadores económicos, sean estos personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, con o sin fines de lucro, nacionales o extranjeras, que realicen actividades económicas, actual o potencialmente, en todo o en parte del territorio nacional, así como aquellos que las realicen*

fuera del país en la medida en que éstas produzcan o puedan producir efectos en el territorio ecuatoriano.

Entre otras, se entenderá por actividad económica a toda actividad de intercambio de bienes y/o servicios dentro del mercado, cualquiera que sea su forma o denominación, incluso aquellas que realizan las entidades del Estado a través de la contratación pública u otros medios.

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, demostrándose que actúan como una sola entidad económica.

La presente Ley persigue la promoción y protección de la competencia con base en méritos, buscando el bienestar general por medio de la eficiencia económica."

[20] El artículo 14 de la LORCPM determina 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."

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

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

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

[22] 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:*

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.

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."

[23] 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."*

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

> "***Art. 22.- Criterios de decisión.-*** *A efectos de emitir la decisión correspondiente según el artículo anterior, se tendrán en cuenta los siguientes criterios:*
>
> *1.- El estado de situación de la competencia en el mercado relevante;*
>
> *2.- El grado de poder de mercado del operador económico en cuestión y el de sus principales competidores;*
>
> *3.- La necesidad de desarrollar y/o mantener la libre concurrencia de los operadores económicos, en el mercado, considerada su estructura así como los actuales o potenciales competidores;*
>
> *4.- La circunstancia de si a partir de la concentración, se generare o fortaleciere el poder de mercado o se produjere una sensible disminución, distorsión u obstaculización, claramente previsible o comprobada, de la libre concurrencia de los operadores económicos y/o la competencia;*
>
> *5.- La contribución que la concentración pudiere aportar a:*

a) La mejora de los sistemas de producción o comercialización;
b) El fomento del avance tecnológico o económico del país;
c) La competitividad de la industria nacional en el mercado internacional siempre y cuando no tenga una afectación significativa al bienestar económico de los consumidores nacionales;
d) El bienestar de los consumidores nacionales;
e) Si tal aporte resultare suficiente para compensar determinados y específicos efectos restrictivos sobre la competencia; y,
f) La diversificación del capital social y la participación de los trabajadores."

6.3. Reglamento para la Aplicación de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (en adelante también: RLORCPM)

[25] 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) (Sustituido por el Art. 7 del D.E. 1193, R.O. 341-S, 01-XII-2020).- En el caso de la fusión entre empresas u operadores económicos, desde que la junta general de accionistas de los operadores económicos involucrados, o sus órganos competentes de conformidad con el estatuto correspondiente, hubieren acordado llevar a efecto la operación de fusión.

b) (Sustituido por el Art. 7 del D.E. 1193, R.O. 341-S, 01-XII-2020).- 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 la celebración del acto en cuestión sea autorizado por la junta general de accionistas o socios, o el órgano competente, de los operadores económicos involucrados, de conformidad con el estatuto correspondiente.

c) (Sustituido por el Art. 7 del D.E. 1193, R.O. 341-S, 01-XII-2020).- En el caso de la adquisición, directa o indirecta, de la propiedad o cualquier derecho sobre acciones o participaciones de capital o títulos de deuda que den cualquier tipo de derecho a ser convertidos en acciones o

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

d) (Sustituido por el Art. 7 del D.E. 1193, R.O. 341-S, 01-XII-2020).- En el caso de la vinculación mediante administración común, existe acuerdo 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, del operador económico respecto del cual recaiga el cambio o toma de control.

e) (Sustituido por el Art. 7 del D.E. 1193, R.O. 341-S, 01-XII-2020).- En el caso de cualquier otro acuerdo o acto que transfiera en forma táctica 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 desde el momento en que los partícipes consientan en realizar el acto que origine la operación de concentración económica, y determinen la forma, el plazo y las condiciones en que vaya a ejecutarse.

Cuando los partícipes sean compañías, se considerará que el acuerdo existe cuando la celebración del acto en cuestión sea autorizado por la junta general de accionistas o socios, o el órgano competente, de los operadores económicos involucrados, de conformidad con el estatuto correspondiente.

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."

[26] El artículo 20.1 del RLORCPM establece el procedimiento para el análisis de una operación de concentración notificada, que la SCE puede conducirlo en dos fases:

"***Art. 20.1.- Procedimiento de autorización.-*** *(Agregado por el Art. 10 del D.E. 1193, R.O. 341-S, 01-XII-2020).- Para el análisis de operaciones de*

concentración económica que sean notificadas previamente para su autorización, y en consideración de los tiempos previstos en el artículo 21 de la Ley, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado conducirá un procedimiento dividido en dos fases.

En la primera fase, dentro del término de veinticinco (25) días, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado decidirá si la operación de concentración económica presentada para su aprobación, requiere de un análisis más extenso, en virtud de los potenciales riegos a la competencia que pudieran generarse, en razón de las características propias de la operación de concentración.

Los operadores económicos deberán presentar toda la información necesaria a fin de que la Superintendencia de Control del Poder de Mercado pueda constatar que la operación de concentración económica notificada no presenta riesgos a la competencia. La Superintendencia de Control del Poder de Mercado valorará la información presentada por el operador económico notificante y analizará las circunstancias particulares de cada operación de concentración económica para tomar una decisión. En caso de que la Superintendencia de Control del Poder de Mercado no tenga duda sobre la inocuidad de la operación de concentración económica, decidirá su autorización, caso contrario, informará al operador económico notificante que se continuará el análisis de la operación en una segunda fase.

En caso de que la Superintendencia de Control del Poder de Mercado no se pronuncie dentro del término establecido para la primera fase, se entenderá que el procedimiento continuará en la segunda fase, automáticamente.

Durante la segunda fase la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, a fin de tomar una decisión, contará con el tiempo restante de los 60 días término establecidos en el artículo 21 de la Ley.

Durante este período se deberá analizar los posibles riesgos a la competencia que se generen en los mercados relevantes, para ello se podrá suspender los términos, para realizar solicitudes de información, conforme lo establecido en el artículo 20 del presente Reglamento y podrá prorrogarse por un término adicional de sesenta (60) días, conforme el artículo 21 de la Ley.

La Superintendencia de Control del Poder de Mercado podrá, dentro de los términos establecidos en la Ley, establecerá un procedimiento simplificado de autorización para aquellas operaciones de concentración económica que se adapten a parámetros objetivos, determinados previamente por la Superintendencia, sobre la posibilidad de que no generen efectos negativos a la competencia.".

[27] El artículo 21 del RLORCPM se refiere a los criterios de decisión para las operaciones de concentración económica, así:

"***Art. 21.- Criterios de decisión.-*** *(Reformado por el Art. 1 del D.E. 1161, R.O. 842, 16-IX-2016).- La Superintendencia (…) 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 (…) 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 (…), esta denegará la operación de concentración."

6.4. Instructivo de Gestión Procesal Administrativa de la SCE (2023)

[28] El artículo 31 del Instructivo determina el procedimiento para las operaciones de concentración económica notificadas obligatoriamente, así:

"***Art. 31.- PROCEDIMIENTO DE NOTIFICACIÓN OBLIGATORIA PREVIA DE OPERACIONES DE CONCENTRACIÓN ECONÓMICA.-*** *Para dar cumplimiento al procedimiento de notificación obligatoria previa, previsto en los artículos 15 y 16 de la LORCPM, y, 20 y 20.1 del RLORCPM, se observará lo siguiente: (…)*

5. ETAPA DE RESOLUCIÓN:

(…) *En caso de que la Intendencia Nacional de Control de Concentraciones Económicas haya dispuesto el inicio de la fase 2 de investigación, una vez recibido el informe técnico emitido por ese órgano, la CRPI dispondrá del término restante de los sesenta (60) días establecidos en el primer inciso del artículo 21 de la LORCPM para resolver su autorización, subordinación o denegación. (…)."*

VII. CARACTERÍSTICAS DE LA OPERACIÓN DE CONCENTRACIÓN ECONÓMICA BAJO ANÁLISIS

7.1. Descripción de la operación de concentración económica.-

[29] La operación de concentración económica, consiste en la adquisición por parte de Restaurantes Unidos RESTAUNSA S.A. (RESTAUNSA) de la totalidad de los activos productivos y operativos que Donut House S.A. (DONUT HOUSE) utiliza para operar la franquicia DUNKIN DONUTS en el Ecuador.

[30] La transacción se instrumentó mediante un contrato de compraventa de activos suscrito el 5 de diciembre de 2025. No comprende la adquisición de acciones y su ejecución está sujeta a tres condiciones suspensivas clave:

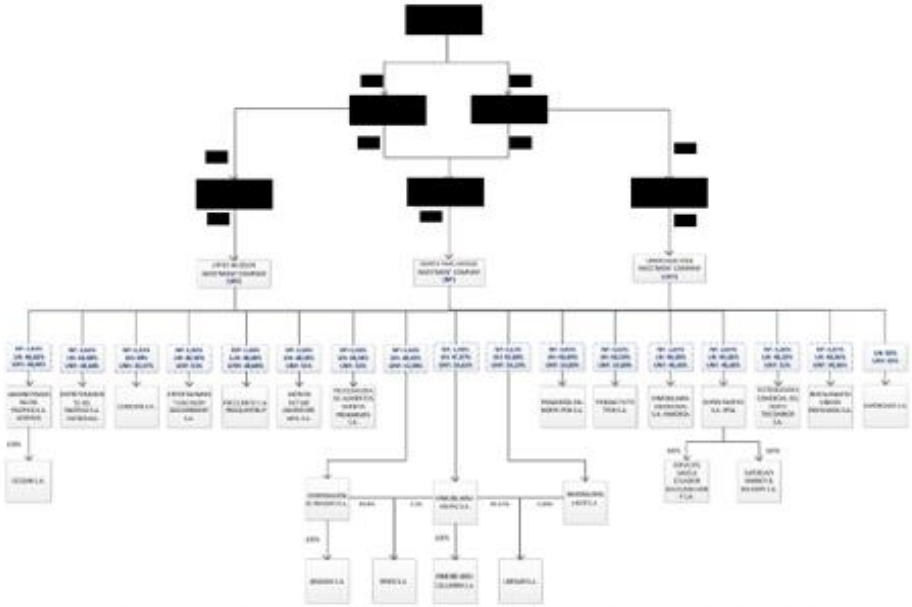


[31] Desde la perspectiva económica, la adquisición va más allá de una simple transferencia de activos aislados; implica la continuidad de la explotación de la franquicia DUNKIN DONUTS en el país. Por lo tanto, los activos y la actividad económica asociada constituyen una única unidad de negocio dedicada a la preparación, producción, distribución y comercialización de donas, panadería, pastelería, postres y bebidas bajo dicha marca.

[32] Al perfeccionarse la operación, RESTAUNSA asumirá el control exclusivo sobre esta unidad de negocio, configurando una concentración económica en los términos del literal e) del artículo 14 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (LORCPM).

[33] La Intendencia manifiesta que la presente transacción se trata de la adquisición de activos, de un operador, y que como tal no hay una modificación de la estructura societaria. Sin embargo a manera referencial presenta la conformación del grupo económico adquirente.

Gráfico No. 1. Estructura societaria del grupo económico al que pertenece DONUT HOUSE



Fuente: RESTAUNSA (2025). Formulario de Notificación de 12 de diciembre de 2025, signado con número de anexo 368366 del número de trámite interno 20251215164458660; Anexo al escrito de 27 de mayo de 2026, signado con número de anexo 385248 del número de trámite interno 20260527084738999.
Elaboración: INCCE

7.2. Determinación de la existencia de una operación de concentración económica en los términos regulados en la LORCPM.-

[34] De conformidad con el contenido del artículo 14 de la LORCPM, la configuración de una operación de concentración económica se fundamenta en la existencia de un cambio o toma de control de una o varias empresas u operadores económicos mediante 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.

[35] En este sentido, el requisito inicial es establecer la existencia de dicho cambio o toma de control, de acuerdo al esquema contractual específico, de manera que se catalogue a la transacción como una operación de concentración bajo lo normado en la LORCPM; para posteriormente analizar si se configura una relación vertical u horizontal de mercado entre las partes; y, finalmente, constatar la obligación de notificar a la autoridad la operación pretendida.

[36] En la configuración de la operación de concentración económica, necesariamente, debe existir un cambio o toma de control como consecuencia de la operación descrita.

[37] Respecto del concepto de control, el artículo 12 del Reglamento a la LORCPM dispone lo siguiente:

> "***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. El control podrá ser conjunto o exclusivo (…).

[38] Mientras que el artículo 14 de la LORCPM determina:

"***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:*

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 (…)"

[39] Por su parte, el artículo 16 de la LORCPM determina:

"***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. (…)

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. […]".

[40] En el presente caso resulta evidente que mediante la operación propuesta, se configura la adquisición por parte de Restaurantes Unidos RESTAUNSA S.A. (RESTAUNSA) de la totalidad de los activos productivos y operativos que Donut House S.A. (DONUT HOUSE) utiliza para operar la franquicia DUNKIN DONUTS en el Ecuador.

[41] En consecuencia, la transacción notificada, se ajusta con el requisito contenido en el artículo 14 de la LORCPM, en particular respecto a la letra c).

7.3. Obligación de notificación.-

[42] De conformidad con el artículo 16 de la normativa aplicable, las operaciones de concentración económica —ya sean de carácter horizontal o vertical— se encuentran sujetas al procedimiento de notificación previa y obligatoria ante la autoridad de competencia, siempre que se verifique el cumplimiento de al menos una de las siguientes condiciones:

- **Umbral por volumen de negocios:** Que el volumen de negocios total en el Ecuador del conjunto de los operadores partícipes, durante el ejercicio contable anterior a la operación, supere el monto en Remuneraciones Básicas Unificadas (RBU) establecido por la Junta de Regulación.

- **Umbral por cuota de mercado:** Que, tratándose de una concentración entre competidores directos, la operación resulte en la adquisición o el incremento de una cuota igual o superior al 30% del mercado relevante (ya sea a nivel nacional o en un mercado geográfico delimitado).

[43] Conforme a la Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración Económica, el examen de la autoridad se ajusta a la naturaleza específica de la transacción, ya sea horizontal (entre competidores), vertical (en distintas etapas de la cadena) o de conglomerado. Es preciso señalar que una misma transacción puede presentar características mixtas; por ejemplo, una operación predominantemente vertical que incorpore elementos horizontales.

7.4. Naturaleza de la Operación

[44] La normativa distingue entre dos tipos de configuraciones que exigen control:

- Concentraciones Horizontales: Transacciones entre operadores que son competidores actuales o potenciales, al participar en el mismo nivel de la cadena de producción con productos sustitutos.
- Concentraciones Verticales: Transacciones entre operadores en distintos niveles de la cadena productiva, que mantienen una relación actual o potencial de cliente-proveedor.

7.5. Aplicación al Caso

[45] En el expediente actual, se identificó que la operación analizada involucra a DONUT HOUSE, dedicada a la producción y venta de donas y bebidas bajo la franquicia DUNKIN DONUTS, y a RESTAUNSA, que gestiona restaurantes de diversas marcas internacionales. Aunque ambas participan en la preparación y venta de alimentos y bebidas, sus formatos comerciales, productos y ocasiones de consumo difieren, por lo que no se configura un traslape horizontal directo. Sin embargo, se identifican relaciones verticales relevantes:

a) Entre la administración de locales comerciales del grupo adquirente y los establecimientos de DONUT HOUSE;
b) Entre los servicios de delivery digital de SUPEREASY y la comercialización de productos DUNKIN DONUTS; y
c) De manera potencial, entre la actividad minorista del grupo (supermercados e hipermercados) y la distribución de productos de panadería de DONUT HOUSE. Adicionalmente, las ventas corporativas de DONUT HOUSE no generan vínculos horizontales ni verticales con el adquirente. En consecuencia, la operación se caracteriza como una integración vertical, cumpliendo con el supuesto previsto en el artículo 16 de la LORCPM.

[46] De la evidencia recopilada se verifica que si bien RESTAUNSA y DONUT HOUSE participan en actividades relacionadas con la preparación y venta de alimentos y bebidas, las características de los establecimientos operados por cada uno presentan diferencias en cuanto al tipo de productos ofrecidos, formato comercial y ocasión de consumo. Estos aspectos serán analizados con mayor detalle en la sección correspondiente a la delimitación del mercado relevante.

7.6. Cumplimiento de Umbrales

[47] Con el propósito de validar el cumplimiento de la condición establecida en el artículo 16, literal a) de la LORCPM, la INCCE ha estructurado su análisis bajo el marco jurídico que define el volumen de negocios y su metodología de cálculo.

[48] Con base en los Estados Financieros al 31 de diciembre de 2024 de los operadores involucrados en la transacción y sus empresas vinculadas, la INCCE calculó el volumen de negocios en Ecuador de la operación de concentración:

Cuadro 2. Volumen de negocios en Ecuador de la operación de concentración

Razón Social	Ingresos de actividades ordinarias (A)	Transacciones entre empresas del mismo grupo económico (B)	Total de ingresos Ordinarios (A-B)
DONUT HOUSE S.A.	6.213.828	-	6.213.828
RESTAURANTES UNIDOS RESTAUNSA S.A.	42.876.956	403.862	42.473.094
CORPORACION EL ROSADO S. A.	1.588.020.730	-	1.588.020.730
SUPERCINES S.A.	51.421.520	169.771	51.251.749

Razón Social	Ingresos de actividades ordinarias (A)	Transacciones entre empresas del mismo grupo económico (B)	Total de ingresos Ordinarios (A-B)
PANADERIA DEL NORTE PDN S.A.	16.621.319	16.614.759	6.560
PROCESADORA DE ALIMENTOS KARNITA PROKARNITA S.A.	33.073.278	33.063.399	9.879
INMOBILIARIA LAVIE S.A.	28.952.753	28.473.378	479.375
INMOBILIARIA MOTKE S.A.	56.035.370	56.017.876	17.494
INMOBILIARIA MERIDIONAL INMERISA S.A.	11.600.393	11.096.533	503.860
ADMINISTRADORA DEL PACÍFICO S.A. ADEPASA	128.555.602	58.382.563	70.173.039
SUPER PUNTOS S.A. (SPSA)	5.985.723	5.902.736	82.987
FRECUENTO S.A. FREQUENTBUY	5.598.047	-	5.598.047
ENTRETENIMIENTO DEL PACIFICO S.A. ENTREPASA	701.530	-	701.530
ENTERTAINMENT DISCOVERY DISCOVERMENT S.A.	11.361.379	5.732.554	5.628.825
DISTRIBUIDORA COMERCIAL DEL NORTE TRICOMNOR S.A.	67.796.234	65.272.227	2.524.007
TIENDAS TUTI TTDE S.A.	687.672.011	-	687.672.011
MOTION PICTURE ADVENTURE MPA S.A.	-	-	-
COMDERE S.A.	21.582	-	21.582
BRIKO S.A.	2.463.906	2.463.906	-
ABACAM S.A.	-	-	-
UBESAIR S.A.	3.600.000	[redacted]	[redacted]

Razón Social	Ingresos de actividades ordinarias (A)	Transacciones entre empresas del mismo grupo económico (B)	Total de ingresos Ordinarios (A-B)
INMOBILIARIA COLUMBIA S.A.	637.529	620.996	16.533
ECOSAN S.A.	1.362.294	616.547	745.747
SUPEREASY MARKET & DELIVERY S.A.	2.946.590	-	2.946.590
SERVICIOS GACELA ECUADOR GACELADELIVERY S.A.	1.151.787	-	1.151.787
Total volumen de negocio en el Ecuador:			**2.466.239.253**

[49] En consecuencia, el volumen de negocios en Ecuador de los partícipes en la operación de concentración no supera el umbral determinado en la letra a), del artículo 16 de la LORCPM, establecido en 200.000 Remuneraciones Básicas Unificadas, equivalente a USD 94.000.000 en 2025.

[50] En cuanto al Umbral de Cuota de Mercado conforme lo indica la Intendencia, será constatado en el análisis desarrollado en las secciones siguientes de este informe, la operación de concentración económica también cumple con la condición establecida en la letra b) del artículo 16 de la LORCPM.

VIII. DETERMINACIÓN DEL MERCADO RELEVANTE

[51] El análisis del estado de la competencia en el mercado afectado es un pilar fundamental para la resolución de cualquier operación de concentración, conforme lo estipula el artículo 22 de la LORCPM. Este ejercicio constituye el punto de partida técnico para el análisis ex ante, permitiendo evaluar con precisión:

- **Cambios estructurales:** La alteración en la configuración del mercado derivada de la integración de las partes.
- **Efectos competitivos:** La identificación de potenciales riesgos horizontales (eliminación de competidores directos) y verticales (restricción de acceso a insumos o canales de distribución).

[52] Para la presente evaluación, la INCCE fundamenta su metodología de determinación del mercado relevante en la normativa vigente, integrada por la LORCPM y los lineamientos técnicos de la Resolución 011, emitida por la Junta de Regulación el 23 de septiembre de 2023. Esta base normativa garantiza un estándar de análisis coherente y riguroso para la toma de decisiones por parte de la CRPI.

[53] En este caso, la operación notificada involucra a RESTAUNSA y DONUT HOUSE, empresas que desarrollan actividades de producción y comercialización de productos de panadería, pastelería y postres, con presencia en el mercado minorista de alimentos preparados.

[54] La definición del mercado relevante implica considerar tanto la dimensión de producto —esto es, los bienes y servicios que son sustitutivos desde la perspectiva del consumidor— como la dimensión geográfica, que delimita el área en la cual las condiciones de competencia son suficientemente homogéneas. A partir de esta delimitación, se evalúa si la operación genera traslape horizontal, al coincidir en la misma línea de productos, o traslape vertical, al integrar distintos eslabones de la cadena de valor (producción, distribución y comercialización).

[55] Este ejercicio es fundamental para determinar si la concentración puede dar lugar a un incremento significativo del poder de mercado, afectar la estructura competitiva o generar riesgos de exclusión de competidores. En consecuencia, el análisis del mercado relevante se convierte en la base para valorar los posibles efectos restrictivos o, en su caso, las eficiencias derivadas de la operación.

8.1. Descripción de los bienes o servicios ofertados por los operadores económicos intervinientes en la operación de concentración

[56] De acuerdo con lo señalado por la Intendencia, los bienes y servicios objeto de la presente operación corresponden principalmente a la preparación, distribución y comercialización de alimentos y bebidas, junto con actividades complementarias asociadas a su cadena de valor. En términos generales, estas actividades comprenden:

a) La prestación de servicios en cafeterías y establecimientos especializados;

b) La administración y el arrendamiento de locales comerciales;

c) La operación de plataformas digitales de intermediación y entrega a domicilio (delivery); y,

d) La comercialización minorista de alimentos a través de canales de autoservicio.

Cuadro 3. Actividades económicas de RESTAUNSA (y su grupo económico) y DUNKIN DONUTS

Actividad de DONUT HOUSE / DUNKIN DONUTS	Actividad del grupo económico adquirente	Tipo de integración
Preparación y venta de alimentos y bebidas en cafeterías y establecimientos especializados	Administración y arriendo de locales comerciales	Vertical
Preparación y venta de alimentos y bebidas en cafeterías y establecimientos especializados	Servicios de intermediación digital y delivery	Vertical
Venta mayorista de productos de panadería y pastelería	Comercialización de productos de consumo masivo a través de supermercados e hipermercados	Vertical potencial

Comercialización de productos de panadería y pastelería para clientes corporativos	No se identifica una actividad económica relacionada	Mercado adquirido

Fuente: RESTAUNSA[4]
Elaboración: INCCE

8.2. Mercado de producto

[57] Bajo los criterios del artículo 5 de la LORCPM, el mercado de producto se delimita identificando los bienes o servicios que el consumidor considera intercambiables por su precio y funcionalidad. Identificar este abanico de sustitutos permite proyectar con precisión los efectos de la concentración en la estructura del mercado relevante.

[58] Conforme a la normativa de competencia, el mercado del producto se define por la sustituibilidad (demanda y oferta), considerando las características, precio, uso y marco legal de los bienes o servicios.

8.2.1. Mercado de producto 1: Servicios de preparación y venta de alimentos en cafeterías y establecimientos especializados.

[59] De La Intendencia señala que este mercado comprende los servicios de preparación, elaboración y comercialización de alimentos y bebidas consumidos principalmente en el mismo establecimiento o bajo la modalidad de entrega (delivery y para llevar) a través de cafeterías y locales especializados.

[60] Al respecto el operador notificante señaló que DONUT HOUSE comercializa bajo la marca DUNKIN DONUTS, productos tales como donas, antojitos, sánduches, productos de cafetería caliente y fría, bebidas frías, jugos, té helado, frozen, frappés, gaseosas, aguas. Asimismo, indicó que RESTAUNSA participa en la preparación y venta de alimentos mediante establecimientos de servicio completo y limitado, bajo las marcas IHOP, CHILI'S, RED LOBSTER, OLIVE GARDEN Y CARL'S JR.

[61] En tal sentido el notificante propone segmentar el mercado por formato y ocasión de consumo, separando cafeterías/establecimientos especializados de restaurantes de servicio completo y limitado.

8.2.1.1. Análisis de sustitución de la demanda

[62] La intendencia explica que desde la perspectiva de la demanda, la sustitución entre los distintos formatos de establecimientos de preparación y venta de alimentos depende, principalmente, del momento de consumo, del tipo de producto ofrecido y de la experiencia asociada al servicio.

[63] Es así que los consumidores distinguen claramente entre: (i) consumo breve asociado a cafeterías/pastelería (desayunos ligeros, meriendas, pausas laborales, take-away) y (ii) comidas principales en restaurantes de servicio completo (almuerzos/cenas) con experiencia más prolongada y servicio en mesa.

[4] RESTAUNSA (2025). Formulario de notificación signado con ID 2026011510570716 anexo 371276.

[64] Concluyendo la sustitución entre cafeterías/establecimientos especializados y restaurantes (tanto completos como limitados) es limitada; los consumidores rara vez consideran ambos formatos sustitutos cercanos para la misma ocasión de consumo.

8.2.1.2. Análisis de sustitución de la oferta

[65] Conforme el análisis efectuado por la intendencia, se identifica que desde la perspectiva de la oferta, si bien existen ciertos elementos comunes entre los distintos formatos de restaurantes informales, la sustitución entre cafeterías especializadas y otros tipos de restaurantes no resulta inmediata en el corto plazo.

[66] Las cafeterías especializadas exigen maquinaria específica, conocimientos de repostería, un formato de local adecuado y un posicionamiento de marca enfocado en la dupla café-pastelería; en contraste, los restaurantes completos demandan una mayor capacidad de cocina, servicio de mesa y una estructura operativa más compleja. Esto evidencia que ambos modelos de negocio poseen requerimientos productivos claramente diferenciados.

[67] Por consiguiente adaptar un formato a otro implica inversiones en infraestructura, equipamiento, personal y procesos, por lo que la reconversión no es inmediata ni de bajo costo.

[68] En conclusión la capacidad de reorientación rápida y rentable entre formatos es limitada; por tanto, la presión competitiva cruzada desde la oferta es insuficiente para integrar los formatos en un único mercado relevante.

[69] Con base en las diferencias cualitativas observadas en demanda y oferta —ocasiones de consumo, composición de la oferta, nivel de servicio, capacidades operativas, precedentes nacionales e internacional— la INCCE considera como mercado de producto relevante el de servicios de preparación y venta de alimentos y bebidas en cafeterías y establecimientos especializados.

8.2.1.3. Criterio de la CRPI

[70] De la revisión del informe técnico elaborado por la Intendencia Nacional de Control de Concentraciones Económicas (INCCE) y de la información obrante en el expediente, esta Comisión concluye que la delimitación del mercado relevante de producto —correspondiente a los servicios de preparación y expendio de alimentos y bebidas en cafeterías y establecimientos especializados— se encuentra debidamente fundamentada.

[71] En efecto, las características del servicio, la ocasión de consumo, el modelo de negocio y las condiciones de oferta evidencian que dichos establecimientos constituyen un segmento diferenciado frente a otros formatos de restauración. Asimismo, las restricciones de sustituibilidad, tanto desde la demanda como desde la oferta, impiden considerar a los restaurantes de servicio completo o limitado como sustitutos cercanos.

[72] En consecuencia, esta Comisión acoge el criterio de la INCCE y determina que el mercado relevante de producto debe circunscribirse a los servicios de preparación

y venta de alimentos y bebidas en cafeterías y establecimientos especializados, refleja la dinámica competitiva aplicable a la presente operación de concentración económica.

8.2.2. Mercado de producto 2: Servicios de intermediación digital de delivery de última milla (Plataformas digitales)

[73] Conforme el análisis efectuado por la INCCE se evidencia que Las plataformas digitales de delivery son multilaterales, conectan consumidores, comercios y repartidores. La participación de cada grupo depende de los demás, generando complementariedad y efectos de red.

[74] RESTAUNSA informó que SUPEREASY es una plataforma B2C (business to consumer) que intermedia pedidos de supermercados, bienes de consumo masivo y alimentos preparados, con tiempos de entrega de entre 45 y 90 minutos.

8.2.2.1. Análisis de sustitución de la demanda

[75] Con base a lo descrito por el operador adquirente en el formulario de notificación, la INCCE conforme al análisis de sustitución de la demanda se evidencia que las tiendas físicas no ejercen una presión competitiva equivalente sobre las plataformas digitales de última milla, ya que implican desplazamiento y contacto directo con el producto, lo que resta conveniencia al consumidor. De igual manera, los servicios de courier tampoco constituyen sustitutos directos, pues se concentran únicamente en el transporte de paquetes, mientras que las plataformas integran en un mismo entorno digital la compra, el pago y la entrega.

[76] En contraste, las plataformas digitales permiten una interacción eficiente entre consumidores, proveedores y repartidores, ofreciendo atributos diferenciados de conveniencia, coordinación y acceso a múltiples alternativas de consumo dentro de una sola aplicación.

8.2.2.2. Análisis de sustitución de la oferta

[77] El análisis de sustitución de la oferta muestra que los establecimientos físicos, aunque podrían desarrollar aplicaciones propias para receptar pedidos, no logran replicar el modelo multicomercio característico de un marketplace, ya que su lógica se centra en canalizar ventas de su propia marca y no en integrar múltiples oferentes dentro de un mismo ecosistema digital.

[78] Por su parte, los servicios de encomienda o courier carecen de la infraestructura tecnológica y comercial necesaria para competir de manera inmediata con las plataformas digitales de última milla, pues deberían realizar inversiones significativas en sistemas de gestión de pedidos, integración de comercios, pagos digitales y captación de usuarios.

[79] En contraste, las plataformas existentes han demostrado una capacidad de expansión transversal hacia distintos segmentos —como supermercados, farmacias, restaurantes y tiendas de mascotas— reforzando la competencia multisegmento y ofreciendo al consumidor una propuesta integral que concentra diversas necesidades en una sola aplicación. Esta dinámica evidencia que la presión

competitiva real proviene de las plataformas agregadoras ya posicionadas en el mercado, mientras que los demás actores presentan limitaciones estructurales para ejercer una sustitución efectiva.

[80] La Intendencia analiza la clasificación de las plataformas digitales de última milla como un mercado independiente, basándose en precedentes internacionales y criterios de competencia económica. Se argumenta que estos servicios de entrega no compiten directamente con las compras presenciales o las aplicaciones propias de un solo comercio debido a su naturaleza de ecosistema multilateral.

[81] A diferencia de los métodos tradicionales, estas plataformas ofrecen una ventaja logística de ahorro de tiempo y una amplia variedad de opciones que los sustitutos no pueden replicar fácilmente.

[82] El análisis concluye que las barreras estructurales y los efectos de red consolidan a los agregadores digitales como un sector especializado y diferenciado. Así, la competencia real ocurre únicamente entre interfaces tecnológicas que integran el proceso de compra, pago y distribución en una sola experiencia.

[83] En consecuencia, la Intendencia define el mercado de producto como el de servicios de intermediación digital para delivery de última milla.

8.2.2.3. Criterio de la CRPI

[84] En función del análisis efectuado al informe de la INCCE y a la información que obra en el expediente, esta Comisión considera que la delimitación del mercado relevante correspondiente a los servicios de intermediación digital para delivery de última milla se encuentra debidamente sustentada desde una perspectiva económica.

[85] En efecto, las plataformas digitales de última milla operan como mercados multilaterales, cuya competitividad depende de la interacción simultánea entre consumidores, comercios afiliados y repartidores, así como de la existencia de efectos de red que dificultan que otros canales tradicionales ejerzan una presión competitiva equivalente. Desde la perspectiva de la demanda y de la oferta, los servicios convencionales de mensajería, courier o los canales físicos de comercialización no constituyen sustitutos cercanos, debido a sus diferencias funcionales y operativas.

[86] En consecuencia, esta Comisión concluye que la competencia efectiva se desarrolla entre plataformas digitales agregadoras, por lo que comparte el criterio de la INCCE en el sentido de que los servicios de intermediación digital para delivery de última milla constituyen un mercado relevante independiente para el análisis de la presente operación de concentración económica.

8.2.3. Mercado de producto 3: Gestión y administración del alquiler de activos inmobiliarios de uso comercial en centros comerciales

[87] Según la intendencia, la gestión y administración del alquiler de activos inmobiliarios con fines comerciales en centros comerciales abarca dos aspectos: la habilitación de espacios físicos para actividades económicas (locales, islas, patios de comida y

zonas empresariales) y la administración integral del propio activo inmobiliario donde operan.

[88] Según la INCCE, el servicio de alquiler de locales en centros comerciales no equivale a un simple arrendamiento inmobiliario tradicional, sino que constituye una gestión y administración comercial integral del activo.

[89] El valor del servicio para el arrendatario depende tanto del espacio físico como del entorno comercial administrado (ubicación, flujo de consumidores, mix comercial, tiendas ancla, seguridad y reputación).

[90] Los administradores utilizan criterios de selección para evaluar de forma integral a los potenciales arrendatarios. Los factores más valorados por los operadores económicos son:

- Trayectoria o experiencia previa: 77,3%
- Solvencia económica o financiera: 75,0%
- Condiciones contractuales ofrecidas: 72,7%
- Requerimientos técnicos y afinidad con el perfil del visitante: 70,5%

[91] El análisis de modalidades (especialmente en el sector de alimentos y bebidas) demuestra que las condiciones no se rigen por un canon uniforme. Se implementan concesiones, componentes variables sobre ventas, períodos de gracia, plazos diferenciados según el tipo de espacio (locales, islas, anclas) y mecanismos de control sobre el giro y la categoría para preservar el mix comercial. Los administradores conservan la facultad de aceptar o rechazar solicitudes basándose en la compatibilidad del negocio con el centro comercial, trascendiendo la mera disponibilidad física o la disposición de pago del interesado.

[92] Por lo tanto, dichos factores justifican reconocer un servicio especializado de administración y gestión en el alquiler de espacios comerciales dentro de centros comerciales.

[93] Conforme lo detallado en el Formulario de notificación, el operador económico adquirente establece el siguiente análisis:

8.2.3.1. Análisis de sustitución de la demanda

[94] El mercado de gestión de alquiler de locales comerciales atiende a personas y empresas que realizan actividades orientadas a la venta de bienes y servicios, como restaurantes, cafeterías, tiendas de ropa, tecnología, farmacias o ferreterías. Para operar en un centro comercial, los interesados deben negociar directamente con los administradores, considerando no solo el espacio físico, sino también factores como ubicación, visibilidad, afluencia de público y el mix comercial del complejo.

[95] La principal ventaja de estos locales es la mayor exposición y flujo de clientes, lo que puede aumentar la rentabilidad. Sin embargo, esto implica costos de arrendamiento más altos que los de locales independientes, generando un dilema para los operadores: mayor visibilidad versus menores costos fijos. Algunos negocios, como restaurantes y cafeterías, pueden funcionar en ambos formatos, mientras que

sectores como moda o cosméticos dependen más de la ubicación en centros comerciales por razones estratégicas.

[96] A nivel internacional, no existe consenso sobre cómo delimitar este mercado. Por ejemplo, la CNMC en España analizó en 2016 un mercado más estrecho centrado en superficies dentro de centros comerciales. No obstante, dado el grado de sustitución desde la demanda, resulta razonable considerar un mercado más amplio que abarque la gestión de alquiler de activos comerciales en general. Aun así, adoptar un enfoque conservador y limitar el análisis al mercado más estrecho no altera las conclusiones sobre competencia económica.

8.2.3.2. Análisis de sustitución de la oferta

[97] En Ecuador existen numerosas empresas dedicadas a la construcción y gestión de complejos comerciales. Las principales limitaciones para su desarrollo no son técnicas, sino la disponibilidad de terrenos adecuados y el acceso a financiamiento. En este escenario, varias constructoras e inmobiliarias cuentan con la capacidad e incentivos para ingresar y competir, enfrentando pocas barreras operativas.

[98] Por ello, el mercado relevante podría definirse de manera amplia, considerando que empresas inmobiliarias que aún no gestionan complejos comerciales podrían hacerlo y generar presión competitiva. Sin embargo, dado que la operación analizada no representa riesgos significativos para la competencia, se adopta un enfoque conservador y se delimita el análisis al mercado de gestión y administración de alquiler de locales en complejos comerciales.

[99] Por su parte la intendencia, en base a lo descrito por el operador, manifiesta:

RESTAUNSA sostiene que el mercado relevante abarca la gestión de alquiler de activos inmobiliarios comerciales en general (dentro y fuera de centros comerciales). Sin embargo, reconoce que de forma conservadora podría limitarse únicamente a centros comerciales.

[100] La delimitación requiere evaluar si los espacios en centros comerciales enfrentan presión competitiva de locales externos. Esto se hace mediante el análisis de sustitución de oferta y demanda, apoyándose en la experiencia internacional y nacional.

[101] Como referencia para la delimitación del mercado analizado, esta Intendencia examinó precedentes internacionales vinculados al arrendamiento y administración de espacios comerciales en centros comerciales. Dichos antecedentes aportan elementos relevantes para valorar la existencia de condiciones diferenciadas de competencia frente a otros activos inmobiliarios destinados a uso comercial.

i. Precedentes Internacionales

- **Chile (TDLC)**: Delimitó el mercado en centros comerciales (malls y, excepcionalmente, power centers), identificando riesgos de competencia por integración vertical y condiciones contractuales.
- **Reino Unido (OFT / CMA)**: Reconocen que los acuerdos inmobiliarios con restricciones de uso o exclusividades impactan la competencia.

- **Comisión Europea y España (CNMC)**: Han tratado los centros comerciales como segmentos diferenciados dentro de los bienes raíces comerciales.

ii. Precedentes Nacionales

[102] La SCE ha analizado previamente la concesión de locales en centros comerciales en Quito y ha determinado que el alquiler de inmuebles puede constituir un bien diferenciado según atributos como ubicación, flujo o condiciones contractuales. En el caso Novodreams / Green Supply Chain Managment, la CRPI señaló que el alquiler de inmuebles puede constituir un bien diferenciado en función de sus características específicas[5].

[103] La Intendencia manifiesta además que los antecedentes sirven como referencia, pero la delimitación del mercado relevante debe basarse en las condiciones efectivas de sustitución en el caso concreto. Es necesario analizar si los espacios en centros comerciales enfrentan suficiente presión competitiva de otros activos inmobiliarios de uso comercial —como locales a pie de calle, galerías o plazas comerciales— considerando tanto la demanda como la oferta.

iii. Sustitución entre espacios comerciales y espacios ubicados en centros comerciales

[104] La INCCE analiza si el arrendamiento en centros comerciales constituye un mercado distinto frente a otras opciones como locales a pie de calle o plazas menores. El estudio determina que factores como el flujo masivo de clientes, la seguridad y la complementariedad de marcas otorgan a estos complejos una ventaja competitiva única. Desde la demanda, los comerciantes priorizan el tráfico de visitantes y el posicionamiento del activo sobre el costo del alquiler. Por el lado de la oferta, se concluye que otros inmuebles no pueden replicar de forma inmediata la gestión centralizada y el mix comercial necesarios para competir. En consecuencia, el informe define formalmente el mercado relevante como la gestión y administración del alquiler específicamente dentro de centros comerciales. Esta distinción técnica excluye a otros formatos inmobiliarios debido a que no ejercen una presión competitiva suficiente ni ofrecen atributos equivalentes.

[105] Por lo anterior la Intendencia define como mercado de producto relevante el de gestión y administración del alquiler de activos inmobiliarios de uso comercial en centros comerciales.

8.2.3.3. Criterio de la CRPI

[106] Desde la perspectiva de la economía de la competencia, esta Comisión considera que la delimitación del mercado de producto circunscrita a los centros comerciales constituye una aproximación metodológicamente adecuada, al permitir evaluar la operación bajo el escenario competitivo más exigente. En efecto, si la operación no genera riesgos para la competencia dentro de un mercado definido de manera restrictiva, con mayor razón dichos riesgos no se materializarían bajo una delimitación más amplia.

[5] SCE, Expediente No. SCE-CRPI-25-2025, Resolución de 04 de septiembre de 2025. Recuperado de: https://www.sce.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2025/10/RESOLUCION-04-09-2025-EXP-SCE-CRPI-25-2025-09h30.pdf

[107] Asimismo, la evidencia que obra en el expediente demuestra que los espacios comerciales ubicados en centros comerciales presentan características competitivas diferenciadas, derivadas de factores como la administración centralizada, el flujo de consumidores, la complementariedad del mix comercial y la infraestructura compartida, atributos que no pueden ser replicados por locales independientes, galerías o plazas comerciales de menor escala. En consecuencia, estos últimos no ejercen una presión competitiva suficientemente intensa para disciplinar las condiciones comerciales de los operadores de centros comerciales.

[108] Por lo expuesto, esta Comisión comparte el criterio de la INCCE y concluye que la gestión y administración del alquiler de activos inmobiliarios de uso comercial en centros comerciales constituye un mercado de producto diferenciado para efectos del análisis de la presente operación de concentración económica.

8.2.4. Mercado de producto 4: Comercialización al por menor de productos de consumo masivo a través de supermercados, hipermercados y hard discount

[109] La intendencia manifiesta que el operador RESTAUNSA no delimitó este mercado en su notificación, pero sí manifestó la intención de vender productos de DONUT HOUSE en supermercados e hipermercados de Grupo El Rosado, por lo que su análisis resulta imperioso.

[110] La comercialización al por menor de productos de consumo masivo a través de supermercados e hipermercados, trata de la venta directa a consumidores finales en establecimientos físicos de autoservicio, con amplia variedad de productos alimentarios y no alimentarios. Otros formatos como tiendas de conveniencia o minimarkets presentan diferencias en surtido, escala y condiciones competitivas, por lo que no siempre forman parte del mismo mercado relevante.

[111] La intendencia en su análisis ha identificado precedentes internacionales donde se ha estudiado este tipo de mercados.

- En el caso FORTERNOVA / ENGROTUS, la Comisión Europea ha definido este mercado como retail de productos de consumo diario en canales modernos (supermercados, hipermercados y cadenas de descuento). Se han considerado posibles segmentaciones por tamaño de establecimiento, aunque en general se mantiene la visión de un mercado integrado.
- La Fiscalía Nacional Económica de Chile entiende este mercado como un espacio de competencia basado en precios, variedad y promociones, con barreras de entrada altas y riesgos de concentración.
- En el ámbito nacional la SCE, en el Expediente No. SCE-CRPI-5-2024, correspondiente a la operación Corporación Favorita C.A. / TIPTI NEWCO LLC, ha definido previamente este mercado como la venta minorista en supermercados e hipermercados, diferenciándolo de tiendas tradicionales por surtido, infraestructura y experiencia de compra. No se han identificado diferencias sustanciales entre supermercados e hipermercados que justifiquen segmentación adicional.

[112] En este sentido el análisis debe determinar si otros formatos minoristas (tiendas de barrio, estaciones de servicio, etc.) ejercen presión competitiva suficiente sobre supermercados e hipermercados, considerando tanto la demanda como la oferta.

8.2.4.1. Sustitución entre supermercados, hipermercados y hard discount

[113] La INCCE examina si las tiendas de hard discount pertenecen al mismo sector económico que los supermercados e hipermercados tradicionales en Ecuador. El análisis determina que estos formatos forman parte de un canal moderno de comercialización único, basado en el autoservicio y la gestión organizada de productos masivos.

[114] A diferencia de las tiendas de barrio tradicionales, estos establecimientos compiten directamente al cumplir la misma función económica de abastecimiento para el consumidor.

[115] La entidad concluye que las diferencias en tamaño o variedad de productos no justifican separar estos modelos de negocio en mercados distintos. Por lo tanto, cualquier evaluación sobre concentración económica debe considerar a estos actores de manera conjunta para entender la dinámica competitiva actual. Esta unificación de criterios facilita la supervisión de las estrategias comerciales y la protección de la libre competencia en el país.

8.2.4.2. Sustitución entre supermercados, hipermercados, hard discount vs. formatos minoristas de menor escala

[116] En el informe se detalla un análisis técnico para determinar si los pequeños comercios de proximidad compiten directamente con las grandes cadenas de autoservicio bajo la definición de un mismo mercado relevante. En ese sentido la INCCE concluye que las tiendas de barrio y estaciones de servicio no son sustitutos cercanos del canal moderno debido a sus marcadas limitaciones en infraestructura, logística y variedad de productos.

[117] Mientras los supermercados permiten realizar compras integrales, los formatos menores solo atienden necesidades puntuales, lo que genera una brecha estructural insalvable tanto en la oferta como en la demanda. Por lo tanto, el documento establece una distinción competitiva clara, agrupando únicamente a hipermercados y tiendas de descuento dentro de una misma categoría operativa y comercial.

[118] En consecuencia, para efectos del presente análisis, se define como mercado de producto relevante la comercialización al por menor de productos de consumo masivo mediante supermercados, hipermercados y establecimientos hard discount.

[119] Esta delimitación responde a las características de la operación y a la relación económica examinada en este expediente, sin prejuzgar la definición que pudiera adoptarse en otros procedimientos a partir de sus circunstancias específicas.

8.2.4.3. Criterio de la CRPI

[120] Esta comisión concuerda con la delimitación realizada por la INCCE. La decisión de agrupar supermercados, hipermercados y hard discount en un mismo mercado relevante es técnicamente sólida en virtud de que todos cumplen la función económica equivalente dentro del rol de abastecimiento integral de productos de consumo masivo bajo autoservicio; existe presión competitiva entre estos formatos, tanto en precios como en promociones y surtido; comparten características estructurales que los diferencian claramente del canal tradicional, como barreras de entrada y economías de escala; la definición se alinea con precedentes internacionales y nacionales, evitando criterios contradictorios.

[121] No obstante, esta Comisión considera importante señalar que la dinámica competitiva del hard discount merece ser observada, ya que su estrategia de precios bajos y surtido reducido puede generar efectos diferenciados en ciertas zonas geográficas o segmentos de consumidores. Aunque no justifica una delimitación separada en este caso, sí podría ser relevante en futuros análisis de concentración.

8.2.5. Mercado de producto 5: Mercado mayorista de distribución de productos de panadería y pastelería

[122] La El operador RESTAUNSA, conforme el formulario de notificación, describe la estructura del mercado de distribución mayorista centrado en productos de panadería y repostería. Se define específicamente un modelo de negocio B2B, donde empresas como DONUT HOUSE S.A. suministran alimentos a tiendas de conveniencia para su posterior reventa. Esta actividad comercial se distingue de las ventas directas al público, enfocándose en la comercialización a gran escala de donas y pasteles. El texto delimita así un mercado relevante de productos procesados destinados a intermediarios comerciales en lugar de consumidores finales. De esta manera, se establece la importancia de los canales de distribución mayoristas dentro de la industria alimentaria especializada.

[123] Así mismo en el mismo formulario el operador notificante analiza la dinámica competitiva y la flexibilidad del mercado de panadería y repostería al por mayor para tiendas de conveniencia.

[124] Desde la perspectiva de la demanda, los compradores consideran que los productos de diversos proveedores son intercambiables, ya que todos cumplen la función de ofrecer alimentos listos para el consumo.

[125] Por el lado de la oferta, se destaca que múltiples operadores tienen la capacidad técnica para adaptar su producción y logística sin enfrentar obstáculos financieros o regulatorios significativos.

[126] Debido a que las barreras de entrada son bajas y la tecnología es accesible, existe una presión competitiva constante entre fabricantes industriales y locales. En conclusión, el texto justifica una definición amplia del mercado, rechazando segmentaciones estrictas debido a la alta capacidad de sustitución entre los distintos actores.

[127] Por su parte la INCCE efectuó el análisis técnico para definir el mercado relevante en el sector de la distribución mayorista de panadería y pastelería. En este contexto

utiliza precedentes internacionales para establecer una visión de mercado amplia, evitando segmentaciones restrictivas para evaluar adecuadamente los posibles vínculos verticales con canales de autoservicio.

8.2.5.1. Análisis de sustitución de la demanda.

[128] Desde la perspectiva de la demanda, se argumenta que productos como las donas son sustituibles por otros artículos horneados basándose en criterios de rentabilidad y rotación comercial.

8.2.5.2. Análisis de sustitución de la oferta.

[129] Por el lado de la oferta, se identifica que diversos fabricantes industriales y distribuidores poseen la capacidad logística necesaria para abastecer a minoristas.

[130] De esta manera la INCCE concluye que no es necesario limitar el análisis a un solo producto, pues el mercado permite una competencia diversa entre múltiples proveedores de repostería.

8.2.5.3. Criterio de la CRPI

[131] Tras analizar el informe técnico efectuado por la Intendencia Nacional de Control de Concentraciones Económicas (INCCE) y de la información que obra en el expediente, esta Comisión considera que la delimitación de un mercado amplio de distribución mayorista de productos de panadería y pastelería resulta técnicamente adecuada para la evaluación de la presente operación de concentración.

[132] En efecto, al tratarse de un análisis de posibles vínculos verticales, una definición amplia del mercado permite reflejar de mejor manera las condiciones reales de competencia, al incorporar la presión competitiva ejercida por múltiples proveedores capaces de abastecer productos sustitutos destinados a la reventa. Esta aproximación evita sobreestimar el poder de mercado derivado de una delimitación excesivamente restrictiva y resulta suficiente para evaluar los potenciales efectos de la operación.

[133] En consecuencia, esta Comisión comparte el criterio de la INCCE y concluye que el mercado de distribución mayorista de productos de panadería y pastelería constituye la delimitación más apropiada para el análisis de la presente operación de concentración económica.

8.2.6. Mercado de producto 6: Comercialización de productos de panadería y pastelería a clientes corporativos

[134] DONUT HOUSE desarrolla, de manera complementaria a sus actividades principales, la comercialización de productos de panadería, pastelería, postres, alimentos preparados, y bebidas a clientes corporativos. Esta actividad comprende la atención de pedidos realizados por empresas, instituciones, organizaciones y otros clientes para reuniones, eventos empresariales, celebraciones, capacitaciones y actividades similares.

[135] En este segmento, los clientes demandan productos alimenticios preparados para su consumo directo por un grupo de personas, valorando principalmente factores como el precio, la cantidad requerida, la presentación, la facilidad de distribución, la oportunidad de entrega, la capacidad de abastecimiento y la adecuación de los productos al tipo de evento.

[136] El operador adquirente mediante el formulario de notificación define el mercado relevante con base al siguiente análisis:

"Describe la estructura y dinámica del mercado corporativo de alimentos destinados a eventos, celebraciones y reuniones institucionales. El análisis destaca que la competencia en este sector no se limita a un producto específico, sino que abarca cualquier alimento preparado que cumpla con requisitos de logística, volumen y presupuesto. Por ello, productos como donas, sánduches y empanadas funcionan como sustitutos funcionales, ya que las empresas priorizan la conveniencia y la eficiencia operativa sobre la especialidad culinaria. La oferta competitiva integra tanto a proveedores especializados como a servicios de catering y restaurantes con capacidad de producción a gran escala. En última instancia, la presión competitiva la ejercen aquellos oferentes capaces de garantizar la frescura y puntualidad en la entrega para satisfacer la demanda corporativa."

[137] La INCCE por su parte analiza la delimitación del mercado de alimentos preparados enfocados específicamente en el sector corporativo. Determina que las empresas no buscan solo panadería, sino soluciones integrales de alimentación para eventos que cumplan con estándares de logística y volumen.

[138] Por ello, la presión competitiva no se limita a panaderías tradicionales, sino que incluye a restaurantes y servicios de catering con capacidad de adaptación operativa.

[139] La investigación concluye que este segmento abarca diversos proveedores capaces de satisfacer las demandas institucionales sin grandes cambios en su infraestructura. Finalmente, se establece que no existen conflictos de competencia ni riesgos de monopolio tras la adquisición de la empresa analizada.

[140] La Intendencia considera suficiente definir este mercado de producto como la comercialización de productos de panadería, pastelería y otros alimentos preparados dirigidos a clientes corporativos, Alertando que esta definición se aplica exclusivamente al caso presente, permitiendo futuras variaciones según las particularidades de otras investigaciones comerciales..

8.2.6.1. Criterio de la CRPI

[141] Del análisis del informe técnico de la INCCE y de los antecedentes del expediente, esta Comisión, valida la delimitación del mercado relevante centrada en la comercialización de productos de panadería, pastelería y alimentos preparados dirigidos al segmento corporativo.

[142] Dicha definición se justifica económicamente debido a que la inclusión de otros alimentos preparados refleja la sustituibilidad real de la demanda corporativa, más

orientada a criterios de volumen, logística, plazos y presupuesto que a bienes específicos. Asimismo, al constatarse en el expediente la ausencia de traslapes horizontales y relaciones verticales, cualquier nivel de desagregación adicional en el mercado resultaría irrelevante para los fines de la evaluación competitiva.

[143] En consecuencia, al respaldar la postura de la INCCE, la Comisión determina que la propuesta refleja adecuadamente la realidad del mercado corporativo y es idónea para medir los impactos de la operación evaluada..

8.3. Mercado geográfico

[144] En lo relativo a la delimitación del mercado geográfico, el artículo 5 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (LORCPM), en concordancia con los lineamientos técnicos establecidos por la Junta de Regulación, constituye el marco normativo fundamental para determinar el alcance espacial de la competencia.

[145] Desde una perspectiva económica, este mercado se define como el área territorial, en la que los operadores económicos involucrados participan en la oferta de los bienes objeto de la presente concentración, y donde los clientes enfrentan condiciones de competencia homogéneas. Bajo este criterio, la delimitación geográfica permite identificar el ámbito de influencia donde los consumidores pueden acudir a fuentes alternativas de aprovisionamiento, permitiendo así evaluar con precisión si la operación de concentración objeto de análisis otorga a la entidad resultante la capacidad de ejercer poder de mercado unilateral en una zona determinada.

[146] Al En esa misma línea de ideas, El análisis efectuado por la Intendencia, se fundamenta en la identificación de fuentes de suministro alternativas y evalúa variables críticas como los costos de transporte, las barreras comerciales y los métodos de venta.

[147] Dicha delimitación se aplica específicamente a industrias que incluyen desde servicios de entrega digital y centros comerciales hasta la comercialización de alimentos en supermercados y cafeterías. Para determinar el alcance territorial, la autoridad examina la ubicación de la demanda, la proximidad de los competidores y el acceso de los consumidores a los productos.

8.3.1. Mercado geográfico 1: Servicios de preparación y venta de alimentos en cafeterías y establecimientos especializados

[148] La El análisis del mercado relevante de servicios de preparación y venta de alimentos en cafeterías y establecimientos especializados de pastelería revela un alcance eminentemente local, condicionado por la ubicación física de los puntos de venta y los patrones de desplazamiento de los consumidores. Conforme a la práctica decisoria previa de la autoridad en el caso SHEMLON / TELEPIZZA, la delimitación geográfica requiere diferenciar estructuralmente entre aquellos establecimientos ubicados al interior de centros comerciales y aquellos situados fuera de estos, conocidos como locales a la calle.

[149] Para los establecimientos localizados dentro de centros comerciales, el ámbito geográfico se circunscribe al propio recinto, toda vez que la decisión de consumo responde a una dinámica de conveniencia, impulsividad o complementariedad, generando una demanda cautiva o semicautiva que limita la sustituibilidad hacia otros complejos comerciales. En contraste, para los locales ubicados fuera de centros comerciales, la presión competitiva opera a través de isócronas geográficas y zonas de influencia urbana definidas por la distancia y el tiempo de desplazamiento tolerable por la demanda. Este entorno competitivo se encuentra determinado por variables estratégicas de localización evaluadas por los operadores del mercado —tales como el flujo peatonal, el tráfico comercial, el perfil del consumidor, la accesibilidad, la visibilidad, la seguridad y las condiciones económicas del arrendamiento—, las cuales reafirman que la rivalidad económica se manifiesta primordialmente en el entorno inmediato del punto de venta.

[150] En lo referente al análisis de la relación vertical derivada de la concentración económica, la evaluación se focaliza en la actividad de gestión y administración de alquiler de activos inmobiliarios comerciales del grupo adquirente. Por consiguiente, se excluyen del análisis vertical los locales independientes y aquellos situados en centros comerciales ajenos al grupo, delimitando el ámbito de estudio exclusivamente a los establecimientos de DONUT HOUSE presentes en los centros comerciales vinculados al Grupo El Rosado, los cuales comprenden Riocentro Ceibos, El Dorado, Durán Paseo, Riocentro Entre Ríos, Machala Paseo Shopping, Milagro Paseo, Paseo Portoviejo, Paseo Manta y Riocentro 6 de Diciembre.

8.3.2. Mercado geográfico 2: Servicio de intermediación digital de delivery de última milla

[151] El análisis del mercado geográfico relevante para los servicios de intermediación digital de delivery de última milla exige determinar si la presión competitiva opera a escala nacional o si se encuentra restringida por variables de índole territorial y logística. Conforme a la notificación del operador y a la experiencia regulatoria en precedentes como el caso Walmart/Cornershop ante la COFECE y Corporación Favorita/Tipti Newco LLC ante la SCE, la rivalidad económica en este sector no exhibe una homogeneidad a nivel nacional. La prestación eficiente de estos servicios requiere una coordinación simultánea y localizada entre la demanda de los consumidores, la oferta de comercios afiliados y la disponibilidad de la red de repartidores, lo que condiciona fuertemente la sustituibilidad geográfica y delimita el alcance de la competencia a un entorno estrictamente urbano y local.

[152] Desde una perspectiva de economía industrial, la cobertura efectiva de plataformas como Supereasy Market & Delivery S.A. está condicionada por los costos de transporte, los tiempos de entrega y las restricciones operativas que impiden una sustitución inmediata por parte de los consumidores ante variaciones en las condiciones comerciales de otras plazas. La expansión hacia nuevas áreas geográficas implica barreras a la entrada representadas por inversiones significativas en infraestructura logística, tecnológica y comercial, así como la necesidad de consolidar una masa crítica de agentes en ambos lados de la plataforma de dos lados. En consecuencia, los operadores ubicados en una demarcación territorial específica no ejercen una disciplina competitiva directa o inmediata sobre zonas ajenas a su red de cobertura operativa.

[153] En virtud de estas consideraciones estructurales, la INCCE determina que el mercado geográfico relevante para la intermediación digital de última milla presenta un alcance local, circunscrito al área de influencia efectiva de las plataformas. Específicamente, debido a la continuidad territorial y la superposición de las zonas de atención logística, las ciudades de Guayaquil y Samborondón se configuran de manera conjunta como un solo bloque económico, delimitando formalmente los mercados geográficos relevantes de análisis en las circunscripciones de Quito, Guayaquil-Samborondón y Santa Elena.

8.3.3. Mercado geográfico 3: Gestión y administración del alquiler de activos inmobiliarios de uso comercial en centros comerciales

[154] El análisis económico del mercado relevante en la dimensión geográfica para la gestión y administración del alquiler de espacios comerciales en centros comerciales requiere determinar si la presión competitiva opera a escala nacional o si se encuentra acotada a ámbitos locales. Si bien el operador económico notificante, RESTAUNSA, sostiene que el mercado es de alcance nacional debido a que las decisiones de inversión, portafolio y expansión inmobiliaria se estructuran considerando el territorio en su conjunto, la autoridad de competencia y la práctica internacional —respaldada por precedentes de la Comisión Europea, la CMA del Reino Unido y la CNMC de España— establecen que la cobertura territorial de un grupo inmobiliario no determina por sí sola la amplitud del mercado geográfico. Por el contrario, la delimitación debe sustentarse en la capacidad real de sustitución de los arrendatarios, quienes evalúan alternativas de localización en función de atributos específicos del activo, tales como el flujo de visitantes, la visibilidad, la accesibilidad y el posicionamiento comercial dentro de un entorno delimitado.

[155] La evidencia empírica recopilada a través de las respuestas a los cuestionarios y plantillas regulatorias (Plantillas 5 y 6b) confirma que la sustituibilidad por el lado de la demanda presenta un carácter eminentemente local. Los operadores de cafeterías y establecimientos especializados fundamentan sus decisiones de localización y reubicación en variables estrictamente vinculadas al entorno inmediato o trade area, tales como la densidad de tráfico peatonal, el perfil demográfico del consumidor, las condiciones económicas del arrendamiento y la proximidad a generadores de demanda. Asimismo, la información aportada por los administradores de centros comerciales corrobora que la rivalidad para captar locatarios comerciales se ejerce primordialmente entre complejos ubicados dentro de la misma zona de influencia urbana o corredores específicos, descartando una presión competitiva homogénea a nivel nacional.

[156] En consecuencia, la INCCE adopta una metodología basada en la identificación de conjuntos competitivos derivados de las relaciones de reconocimiento recíproco o coincidente reportadas por los propios agentes económicos. En lugar de imponer isócronas rígidas ex ante, los tiempos máximos de desplazamiento se utilizan únicamente como parámetros descriptivos para aproximar la extensión física de cada área de influencia. Este enfoque permite estructurar el análisis estructural de la concentración económica y su relación vertical en distintos mercados geográficos locales —como Quito, Guayaquil-Samborondón, Manta, Ambato, entre otras ciudades—, reflejando de manera precisa las condiciones reales de competencia, densidad comercial y disponibilidad de activos alternativos en cada localidad.

8.3.4. Mercado geográfico 4: Comercialización al por menor de productos de consumo masivo a través de supermercados, hipermercados y establecimientos hard discount

[157] La delimitación del mercado geográfico relevante en la comercialización minorista de productos de consumo masivo a través de supermercados, hipermercados y formatos de descuento duro requiere contrastar la dimensión de la oferta frente a la de la demanda. Si bien desde la perspectiva de la oferta los operadores pueden estructurar redes logísticas centralizadas, políticas comerciales homogéneas y una capacidad de negociación agregada de alcance nacional o multirregional, dicha integración logística no determina por sí misma un mercado geográfico de cobertura nacional. En consecuencia, la delimitación económica exige evaluar la sustituibilidad efectiva de los consumidores, ponderando los costos y tiempos de desplazamiento, la ubicación de los establecimientos y la disponibilidad de alternativas como determinantes de la presión competitiva.

[158] Los precedentes regulatorios internacionales de la Comisión Europea y las decisiones de la autoridad nacional de competencia evidencian que, a pesar de la centralización logística de los agentes económicos, la rivalidad competitiva por la demanda se circunscribe principalmente a ámbitos locales. Teórica y empíricamente, las áreas de influencia se delimitan mediante parámetros de desplazamiento —típicamente evaluados en un umbral de hasta treinta minutos de conducción—, los cuales reflejan los límites espaciales dentro de los cuales los consumidores perciben opciones sustitutas cercanas para sus decisiones de compra regular.

[159] Para la estimación cuantitativa de las cuotas de participación y la operatividad de la investigación, la autoridad adoptó una aproximación metodológica fundamentada en el criterio de áreas de influencia de hasta treinta minutos en automóvil. Dada la densidad de activos y la extensión urbana en las principales metrópolis del país, el análisis en Quito y Guayaquil se operacionalizó mediante zonas urbanas basadas en la conectividad vial y la distribución espacial. Para el resto de las circunscripciones territoriales, se adoptó a cada ciudad como la unidad geográfica estándar de análisis, garantizando la consistencia con el criterio de sustituibilidad local.

8.3.5. Mercado geográfico 5: Distribución de productos de panadería y pastelería

[160] La delimitación del mercado geográfico en la distribución mayorista de productos de panadería y pastelería requiere evaluar el ámbito territorial en el cual los proveedores mayoristas pueden abastecer a clientes comerciales bajo condiciones competitivas homogéneas. En este segmento, el análisis parte de la postura del agente notificante (RESTAUNSA), el cual sostiene una dimensión de alcance nacional fundamentada en la viabilidad de articular una producción centralizada y redes logísticas capaces de superar las restricciones de desplazamiento para atender la demanda en cualquier provincia del país.

[161] A diferencia de los mercados de comercialización minorista, cuya rivalidad espacial está supeditada a la localización y movilidad del consumidor final, la dinámica competitiva de la distribución mayorista está determinada por la capacidad

operativa de los proveedores para proyectar su oferta a escala multirregional con costos, frecuencias de suministro y condiciones comerciales comparables. Esta aproximación concuerda con la práctica internacional en materia antitrust —como los precedentes evaluados por la CMA—, los cuales reconocen que el alcance geográfico de la distribución mayorista de alimentos se define por la cobertura efectiva de los operadores y la superposición de sus áreas de actividad.

[162] Al no evidenciarse barreras logísticas, técnicas o de perecibilidad que impidan el suministro interprovincial, la INCCE determina que los factores de oferta permiten una cobertura uniforme a nivel del país. Por consiguiente, se concluye que el mercado geográfico relevante para la distribución de productos de panadería y pastelería presenta una dimensión estrictamente nacional, delimitada por el territorio de la República del Ecuador.

8.3.6. Mercado geográfico 6: Comercialización de productos de panadería y pastelería a clientes corporativos

[163] El análisis del mercado geográfico de comercialización de productos de panadería y pastelería a clientes corporativos revela una dualidad en la dimensión competitiva: por un lado, existen operadores cuya capacidad de cobertura se restringe a un ámbito local debido a limitaciones logísticas, y por otro, empresas con alcance nacional que aprovechan su infraestructura instalada para atender pedidos en múltiples ciudades. Esta coexistencia de presiones competitivas locales y nacionales configura un entorno híbrido en el que la proximidad al cliente, los tiempos de entrega y la capacidad de abastecimiento son determinantes para delimitar el área efectiva de competencia.

[164] En el plano local, la estructura competitiva se caracteriza por la presencia de restaurantes y servicios de catering que operan principalmente en su cantón o ciudad. La restricción logística limita su capacidad de expansión hacia otras localidades, lo que genera un escenario de competencia focalizada en áreas específicas. En este contexto, la presión competitiva se ejerce de manera directa en el ámbito territorial inmediato, reforzando la importancia de factores como la eficiencia en la distribución y la capacidad de respuesta a la demanda corporativa.

[165] En contraste, los operadores con cobertura nacional logran superar las barreras logísticas mediante el apalancamiento de establecimientos ya instalados y redes de distribución propias. Estos actores pueden atender pedidos corporativos en distintas ciudades, lo que amplía el alcance de la competencia y permite que las condiciones de mercado se integren en una dimensión nacional. La existencia de estos operadores introduce un nivel adicional de presión competitiva que trasciende las fronteras locales y asegura que los clientes corporativos dispongan de alternativas en diferentes puntos del país.

[166] Desde la perspectiva regulatoria, la Intendencia concluye que no resulta necesario definir de manera concluyente si el mercado geográfico relevante corresponde a un ámbito local o nacional. La razón fundamental es que, independientemente de la delimitación adoptada, la operación de concentración bajo análisis no altera la estructura competitiva existente. RESTAUNSA y las empresas de su grupo económico no participan en este mercado ni generan traslapes horizontales o relaciones verticales que pudieran modificar las condiciones de competencia.

[167] En consecuencia, la definición precisa del mercado geográfico carece de relevancia determinante para el caso. Lo esencial es reconocer que la competencia se desarrolla simultáneamente en niveles locales y nacionales, sin que ello implique un riesgo de afectación a la estructura competitiva. Por tanto, este mercado no constituye un mercado afectado por la operación de concentración económica, lo que valida la neutralidad competitiva del análisis y descarta la necesidad de medidas correctivas específicas..

8.3.7. Criterio de la CRPI

[168] Con base al informe técnico elaborado por la Intendencia Nacional de Control de Concentraciones Económicas (INCCE) y de la información que obra en el expediente, esta Comisión considera que la delimitación geográfica adoptada para los distintos mercados relevantes se encuentra debidamente sustentada en las características competitivas de cada actividad económica y en los principios de sustituibilidad previstos en el artículo 5 de la LORCPM.

[169] En particular, la definición de ámbitos geográficos locales para aquellos mercados en los que la competencia depende de factores como la ubicación de los establecimientos, las áreas de influencia de los centros comerciales, los tiempos de desplazamiento o la cobertura efectiva de las plataformas digitales, resulta consistente con las condiciones reales de competencia. Por su parte, la delimitación de mercados de alcance nacional en actividades de distribución y comercialización mayorista responde a la existencia de redes logísticas, capacidad de abastecimiento y condiciones de oferta que permiten ejercer presión competitiva a nivel nacional.

[170] Esta Comisión observa, además, que la metodología empleada por la INCCE se fundamenta en criterios económicos objetivos y en la dinámica competitiva de cada mercado, evitando definiciones uniformes que desconozcan las particularidades de los distintos sectores analizados. Asimismo, en aquellos mercados donde la definición geográfica exacta no resulta determinante para la evaluación de la operación, la Intendencia justifica adecuadamente que, cualquiera sea la delimitación adoptada, las conclusiones sobre la inexistencia de afectaciones a la competencia permanecen inalteradas.

[171] En consecuencia, esta Comisión comparte la delimitación geográfica propuesta por la INCCE para los mercados relevantes analizados, al considerar que refleja adecuadamente las condiciones efectivas de competencia y constituye una base técnica suficiente para evaluar los efectos de la presente operación de concentración económica.

8.4. Definición de los mercados relevantes:

[172] Esta Comisión acoge el criterio de la Intendencia al determinar que el mercado de producto y geográfico relevante se circunscribe a:

i. Mercado Servicios de preparación y venta de alimentos y bebidas en cafeterías y establecimientos especializados en centros comerciales
ii. Servicios de intermediación digital de delivery de última milla, con alcance geográfico local, delimitado por cada ciudad en la que opera la

plataforma.

iii. Gestión y administración del alquiler de activos inmobiliarios de uso comercial en centros comerciales, con alcance geográfico local, determinado por las zonas de influencia de cada centro comercial

iv. Comercialización al por menor de productos de consumo masivo a través de supermercados, hipermercados y establecimientos hard discount, con alcance geográfico local, en áreas de influencia de hasta 30 minutos alrededor de los establecimientos.

v. Distribución de productos de panadería y pastelería a nivel nacional.

vi. Comercialización de productos de panadería y pastelería a clientes corporativos.

IX. ANALISIS ESTRUCTURAL DE LOS MERCADOS RELEVANTES

[173] El análisis estructural de los mercados relevantes definidos, permite identificar el grado de concentración, las cuotas de participación, así como la potencial generación de poder económico producto del proceso de concentración entre los operadores reportados.

[174] En este sentido el artículo 7 de la LORCPM, define el poder de mercado como: "*la capacidad de los operadores económicos para influir significativamente en el mercado. Dicha capacidad se puede alcanzar de manera individual o colectiva. Tienen poder de mercado u ostentan posición de dominio los operadores económicos que, por cualquier medio, sean capaces de actuar de modo independiente con prescindencia de sus competidores, compradores, clientes, proveedores, consumidores, usuarios, distribuidores u otros sujetos que participen en el mercado.*"

[175] En materia de competencia, el Índice Herfindahl-Hirschman (HHI) permite evaluar la concentración total del mercado, considerando la participación de todos los operadores. De acuerdo con los parámetros internacionales, valores de HHI superiores a 2.500 reflejan una alta concentración, entre 1.500 y 2.500 una concentración moderada y por debajo de 1.500 una estructura competitiva.

[176] La Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración Económica, en cuanto a los índices de concentración menciona (…) *la SCE considera que, en términos generales, las operaciones que afectan a mercados con niveles de concentración por debajo de ciertos umbrales presentan un bajo potencial de reducir de manera sustancial la competencia. En consecuencia, por lo general, la SCE descartará profundizar el análisis si, con posterioridad a la operación de concentración, el índice de concentración del mercado:*

i. Registra un HHI inferior a 1.000 puntos (índice expresivo de un mercado poco concentrado);

ii. El HHI se mantiene entre 1.000 y 2.000 (índice expresivo de un mercado moderadamente concentrado), con una variación (ΔHHI) menor a 250 puntos; o,

iii. El HHI es mayor a 2.000 puntos (índice expresivo de un mercado altamente concentrado), con una variación (ΔHHI) menor a 150 puntos.

Los niveles de HHI antes mencionados constituyen únicamente una señal preliminar sobre la posible existencia de riesgos derivados de una operación de concentración económica. Por ello, cuando se identifiquen indicios de preocupación, la SCE debe complementar este análisis con una evaluación cualitativa y cuantitativa más amplia. Dicha evaluación debe considerar, entre otros aspectos: i) la contestabilidad del mercado a través de la presencia o ausencia de barreras de entrada; ii) los posibles efectos competitivos de la operación de concentración ya sean unilaterales y/o coordinados; y iii) la existencia de contrapesos, tales como las eficiencias derivadas de la operación o el poder de negociación de la demanda."

9.1. Mercado relevante 1: Servicios de preparación y venta de alimentos y bebidas en cafeterías y establecimientos especializados en centros comerciales.

[177] Con el propósito de caracterizar la estructura competitiva del mercado de servicios de preparación y venta de alimentos y bebidas en cafeterías y establecimientos especializados en centros comerciales, esta Intendencia recabó información de los principales operadores que desarrollan estas actividades en los centros comerciales identificados durante la investigación. La información recopilada permite identificar a los principales participantes del mercado y estimar la distribución de las cuotas de participación para efectos del presente análisis, sin perjuicio de la existencia de otros operadores cuya participación no modifica las conclusiones alcanzadas. Los resultados se presentan a continuación:

Cuadro 15. Participación de DONUT HOUSE en el mercado de servicios de preparación y venta de alimentos y bebidas en cafeterías y establecimientos especializados en centros comerciales

Centro Comercial	Cuota 2025	Principal competidor	Índice de Dominancia	Preocupación
Riocentro Ceibos	0-10%	No	20-30%	No
Riocentro El Dorado	10-20%	No	40-50%	No
Paseo Shopping Durán	10-20%	No	40-50%	No
Riocentro Entrerios	30-40%	No	50-60%	No
Paseo Shopping Machala	30-40%	No	50-60%	No
Paseo Shopping Manta	10-20%	No	40-50%	No
Paseo Shopping Milagro	20-30%	No	50-60%	No
Paseo Shopping Portoviejo	10-20%	No	20-30%	No
Riocentro Quito	10-20%	No	30-40%	No

Fuente: Plantilla 5 Ventas cafeterías
Elaboración: INCCE

[178] La intendencia en el análisis de este mercado relevante manifiesta:

"De la información presentada en el cuadro anterior se desprende que, en ninguno de los centros comerciales analizados, DONUT HOUSE ostenta la condición de principal operador en el mercado de servicios de preparación y venta de alimentos y bebidas en cafeterías y establecimientos especializados.

Asimismo, las cuotas de participación estimadas se mantienen por debajo de los umbrales referenciales utilizados para identificar una eventual posición de dominio (índice de dominancia), lo que constituye un indicio de que el operador adquirido no dispone, por sí solo, de una posición estructural que le permita ejercer poder de mercado en el presente análisis.

Cabe señalar que la información utilizada para la estimación de las cuotas de participación corresponde a los principales operadores identificados durante la investigación. En consecuencia, las participaciones obtenidas constituyen una aproximación conservadora de la estructura del mercado, puesto que la incorporación de la totalidad de cafeterías y establecimientos especializados incrementaría el tamaño del mercado y, previsiblemente, reduciría la participación relativa atribuible a DONUT HOUSE, sin alterar las conclusiones alcanzadas.

En este contexto, la evidencia disponible permite concluir que DONUT HOUSE no posee una posición competitiva que, por sí sola, le confiera capacidad para restringir la competencia en este mercado. En consecuencia, desde una perspectiva estructural, no se identifican elementos que permitan anticipar que la relación vertical derivada de la operación genere riesgos significativos para la competencia.".

9.1.1. Criterio de la CRPI

[179] Esta Comisión observa que las participaciones de mercado de DONUT HOUSE, en los distintos centros comerciales analizados, oscilan entre el [redacted] % y el [redacted] %, sin que en ninguno de ellos el operador adquirido ostente la condición de principal competidor.

[180] Asimismo, los indicadores de concentración y dominancia presentados por la INCCE no evidencian niveles que permitan inferir la existencia de poder de mercado o una posición de dominio por parte de DONUT HOUSE. Por el contrario, la presencia de competidores con participaciones significativas refleja una estructura de mercado en la que subsisten alternativas competitivas para los consumidores.

[181] Adicionalmente, esta Comisión considera que las participaciones estimadas constituyen un escenario conservador, al haberse calculado sobre los principales operadores identificados durante la investigación. La incorporación de la totalidad de establecimientos participantes en el mercado reduciría la participación relativa de DONUT HOUSE, reforzando la conclusión de que el operador no posee capacidad para actuar con independencia de sus competidores, clientes o consumidores.

[182] En consecuencia, esta Comisión comparte el criterio de la INCCE y concluye que la operación analizada no modifica de manera significativa la estructura competitiva del mercado ni genera riesgos asociados al ejercicio de poder de mercado, por lo que no se identifican preocupaciones de competencia derivadas de este mercado relevante..

9.2. Mercado relevante 2: Gestión y administración del alquiler de activos inmobiliarios de uso comercial en centros comerciales, con alcance geográfico local.

[183] En el análisis de este mercado la intendencia manifiesta las cuotas de participación y los índices de concentración se calcularon utilizando los ingresos de los centros comerciales dentro de sus respectivas áreas de influencia. A pesar de las limitaciones derivadas de la falta de datos homogéneos y de la existencia de centros bajo régimen de propiedad horizontal sin un administrador central, estas estimaciones constituyen la mejor aproximación posible y conservan plena utilidad para el análisis de la operación de concentración.

[184] En el cuadro que se agrega a continuación, la intendencia expone:

> *"Como se observa en el cuadro precedente, las participaciones de Grupo El Rosado difieren significativamente entre las distintas áreas de influencia analizadas. Mientras en algunas zonas enfrenta la competencia de otros centros comerciales con participaciones similares o superiores, en otras registra cuotas elevadas dentro de estructuras altamente concentradas. En particular, esta situación se observa en las áreas de influencia correspondientes a Paseo Shopping Durán, Paseo Shopping Machala, Paseo Shopping Milagro y Paseo Shopping Portoviejo.*
>
> *Respecto de estas áreas de influencia, la información disponible permite realizar una aproximación razonable a sus condiciones estructurales. En Durán, el operador notificante no identificó centros comerciales competidores dentro del conjunto competitivo analizado. En Milagro no se identificó competidores de Paseo Shopping Milagro. se identificó a Plaza Tía Milagro; sin embargo, este activo no fue considerado un centro comercial comparable por sus características. En Portoviejo se obtuvo información de los principales operadores identificados en la zona, mientras que en Machala no fue posible obtener respuesta de algunos operadores requeridos, circunstancia que podría sobreestimar la participación estimada de Grupo El Rosado. Sin perjuicio de ello, la información disponible permite caracterizar razonablemente la estructura competitiva de dichas áreas de influencia.*
>
> *Complementariamente, corresponde analizar la estructura competitiva de los centros comerciales administrados por Grupo El Rosado en los que actualmente DONUT HOUSE no mantiene establecimientos, considerando las respectivas áreas de influencia delimitadas en la sección precedente. Este análisis permite evaluar el entorno competitivo en aquellos casos en los que la operación únicamente podría dar lugar a una relación vertical potencial."*

Cuadro 16. Participación de Grupo El Rosado en el mercado de gestión y administración del alquiler de activos inmobiliarios de uso comercial en centros comerciales

Zona / centro de referencia	Cuota Grupo El Rosado	Principal competidor	Cuota principal competidor	HHI	Índice de dominancia	Observación estructural
El Dorado	30-40%	Mall del Sol	40-50%	<3500	40-50%	Zona concentrada; existen operadores alternativos dentro del conjunto competitivo.
Riocentro Ceibos	30-40%	Mall del Sol	30-40%	<3500	30-40%	Zona concentrada con competidores relevantes como Mall del Sol y San Marino.
Durán Outlet (Paseo Shopping)	90-100%	No aplica	0-10%	>3500	90-100%	Estructura monopólica según la información disponible.
Riocentro Entre Ríos	0-10%	Mall del Sol	40-50%	<3500	50-60%	Zona concentrada; El Rosado no lidera el área de influencia.
Paseo Shopping Machala	90-100%	No aplica	0-10%	>3500	90-100%	Estructura prácticamente monopólica, sujeta a la cobertura de información disponible.
Paseo Shopping Manta	20-30%	Mall del Pacífico	70-80%	>3500	80-90%	Zona altamente concentrada; El Rosado no lidera.
Paseo Shopping Milagro	90-100%	No aplica	0-10%	>3500	90-100%	Estructura monopólica según la información disponible.
Paseo Shopping Portoviejo	60-70%	Multiplaza Portoviejo	30-40%	>3500	50-60%	Alta concentración con dos operadores relevantes.
Riocentro Quito	0-10%	Quicentro Shopping	30-40%	<3500	40-50%	Zona concentrada; participación reducida de El Rosado.

Fuente: Plantilla 6
Elaboración: INCCE

Cuadro 17. Cuotas de participación de Grupo El Rosado (con relación vertical potencial)

Zona / centro de referencia	Cuota Grupo El Rosado	Principal competidor	Cuota principal competidor	HHI	Índice de dominancia	Observación estructural
Paseo Shopping Ambato	20-30%	Mall de los Andes	70-80%	>3500	75,24%	Zona altamente concentrada; El Rosado no lidera el área de influencia.
Paseo Shopping Babahoyo	90-100%	C.C. Guillermo Baquerizo Jiménez	0-10%	>3500	99,84%	Alta concentración con liderazgo de El Rosado según la información disponible.
Paseo Shopping Bahía de Caráquez	90-100%	No aplica	0-10%	>3500	100%	Estructura monopólica según la información disponible.
Paseo Shopping Daule	90-100%	No aplica	0-10%	>3500	100%	Estructura monopólica dentro del conjunto competitivo identificado; no se consideran alternativas que disciplinen de forma inmediata las condiciones de arriendo.
C.C. Paseo Shopping Vía Daule	30-40%	Mall del Sol	30-40%	<3500	34,99%	Zona concentrada, pero El Rosado no lidera el área de influencia; existen competidores relevantes como Mall del Sol y San Marino.
Paseo Shopping La Libertad	90-100%	No aplica	0-10%	>3500	100%	Estructura monopólica según la información de ingresos disponible.
Paseo Playas	90-100%	No aplica	0-10%	>3500	100%	Estructura prácticamente monopólica según la información disponible.
Paseo Shopping Quevedo	90-100%	Quevedo Shopping Center	0-10%	>3500	97,74%	Alta concentración con liderazgo de El Rosado.
Paseo Shopping Riobamba	70-80%	Multiplaza Riobamba	20-30%	>3500	74,87%	Zona altamente concentrada con dos operadores relevantes.
Paseo Shopping Santo Domingo	60-70%	Bombolí Shopping	30-40%	>3500	64,99%	Zona altamente concentrada con competidor relevante dentro del área de influencia.
Riocentro Norte	30-40%	Mall del Sol	30-40%	<3500	30-40%	Zona concentrada, pero El Rosado no lidera el área de influencia; existen competidores relevantes como Mall del Sol y San Marino.
Riocentro Sur	20-30%	Mall del Sol	40-50%	<3500	30-40%	Zona altamente concentrada, pero El Rosado no lidera el área de influencia; Mall del Sol y San Marino aparecen como principales referencias competitivas.

Fuente: Plantilla 6A
Elaboración: INCCE.

[185] En virtud del análisis del cuadro 17 la intendencia describe:

> *"En los centros comerciales en los que no se identificó un traslape actual con DONUT HOUSE también se observan diferencias relevantes en la estructura competitiva de las respectivas áreas de influencia. En particular, Grupo El Rosado registra las mayores participaciones en las áreas correspondientes a Paseo Shopping Babahoyo, Paseo Shopping Bahía de Caráquez, Paseo Shopping Daule, Paseo Shopping La Libertad, Paseo Playas, Paseo Shopping Quevedo, Paseo Shopping Riobamba y Paseo Shopping Santo Domingo.*
>
> *Sin embargo, las condiciones estructurales no son homogéneas en todas las áreas de influencia analizadas. En Babahoyo se identificó un competidor dentro de la zona de influencia, el cual fue incorporado en el cálculo correspondiente. En Bahía de Caráquez, el operador notificante no identificó competidores dentro del área analizada. En Daule, el competidor identificado se encuentra fuera de la zona de influencia definida, por lo que no fue considerado como una alternativa que discipline directamente las condiciones competitivas del activo de referencia. En La Libertad, no se obtuvo información suficiente de los operadores requeridos, por lo que la estimación debe ser interpretada con cautela. En Playas no se identificaron competidores que ejerzan presión competitiva directa; en particular, el activo Las Balsas, aunque fue identificado, no presenta características suficientes para ser considerado como un operador que discipline de manera efectiva las condiciones de arriendo del centro comercial de referencia.*
>
> *Por su parte, en Quevedo, Riobamba y Santo Domingo sí se identificaron centros comerciales competidores dentro de las respectivas áreas de influencia. Sin embargo, aun considerando dichas alternativas, Grupo El Rosado mantiene participaciones elevadas o una posición relevante en estructuras altamente concentradas, por lo que estos centros se mantienen dentro del análisis de posibles preocupaciones verticales potenciales. En consecuencia, los centros antes señalados serán considerados en el análisis posterior, sin que ello implique, por sí solo, concluir que la operación genera efectos de cierre o afectación competitiva, sino únicamente que existen elementos estructurales que justifican una revisión más detallada.*
>
> *En consecuencia, las participaciones elevadas identificadas en determinadas zonas de influencia deben entenderse como un primer filtro estructural para determinar si corresponde analizar con mayor detalle posibles riesgos de cierre vertical. Cabe recordar que, la existencia de una cuota elevada en el mercado de alquiler de espacios comerciales en centros comerciales no resulta suficiente, por sí sola, para concluir que la operación genera preocupaciones competitivas. Para ello, corresponde verificar posteriormente si dicha posición se traduce en capacidad real de cierre, si existen incentivos económicos para ejecutar una estrategia de exclusión y si esta podría generar un impacto significativo sobre la competencia efectiva en el mercado aguas abajo de cafeterías y establecimientos especializados."*

9.2.1. Criterio de la CRPI

[186] La Esta Comisión observa que la estructura del mercado de gestión y administración del alquiler de activos inmobiliarios de uso comercial presenta niveles de concentración heterogéneos entre las distintas áreas de influencia analizadas. En varias de ellas, Grupo El Rosado registra participaciones elevadas e, incluso, posiciones monopólicas, situación que se refleja en los índices de concentración y dominancia calculados por la INCCE. No obstante, la existencia de altas cuotas de mercado o de mercados altamente concentrados no constituye, por sí sola, evidencia suficiente para concluir la existencia de riesgos para la competencia derivados de la presente operación de concentración.

[187] Desde la perspectiva del análisis de efectos verticales, resulta indispensable evaluar, además de la estructura del mercado, la capacidad e incentivos del operador para restringir el acceso a espacios comerciales, así como la probabilidad de que una eventual estrategia de exclusión produzca efectos significativos sobre la competencia en los mercados relacionados. En ese sentido, la evidencia incorporada al expediente no demuestra que la operación genere, por sí misma, un riesgo de cierre vertical o de afectación al proceso competitivo.

[188] En consecuencia, esta Comisión comparte el criterio de la INCCE en el sentido de que, si bien Grupo El Rosado ostenta una posición relevante en determinados mercados locales de administración y arrendamiento de espacios comerciales, no existen elementos suficientes para concluir que la operación de concentración produzca efectos anticompetitivos, al no acreditarse la concurrencia de capacidad, incentivos y efectos de exclusión que justifiquen una intervención desde la perspectiva del control de concentraciones económicas.

9.3. Mercado relevante 3: servicios de intermediación digital de delivery de última milla con alcance geográfico local

[189] En atención a la delimitación geográfica efectuada para el mercado de servicios de intermediación digital de delivery de última milla, a continuación, se presentan las cuotas de participación de SUPEREASY, perteneciente al Grupo El Rosado, con el propósito de evaluar si su posición competitiva podría conferirle capacidad para generar efectos derivados de la relación vertical objeto de análisis.

[190] La intendencia en el desarrollo del cuadro 18, explica:

- Las cuotas de participación muestran que SUPEREASY mantiene una presencia competitiva limitada en los mercados geográficos analizados. En Quito y Guayaquil/Samborondón registra participaciones de [redacted]% y [redacted]%, respectivamente, lo que refleja una limitada capacidad para influir en las dinámica competitiva frente a plataformas como Uber Eats, PedidosYa, Tipti y Rappi. En Santa Elena, si bien alcanza una participación de [redacted]%, esta permanece por debajo de la del operador líder, PedidosYa, por lo que tampoco evidencia una posición competitiva relevante en dicho mercado.

- En términos estructurales, las cuotas de participación observadas evidencian que SUPEREASY enfrenta la competencia de diversos operadores en los mercados geográficos analizados, sin que su participación le otorgue una

posición competitiva relevante en el mercado de servicios de intermediación digital de delivery de última milla.

- Adicionalmente, la presente operación no implica la adquisición de un operador que participe en el mercado de plataformas digitales de delivery, por lo que no genera acumulación de cuotas de participación, reducción del número de competidores ni modificaciones significativas en la estructura competitiva de dicho mercado.

Cuadro 18. Cuotas de participación de SUPEREASY en el mercado de servicios de intermediación digital de delivery de última milla

Ciudad	Cuota	Principal competidor	HHI	Índice de dominancia
Quito	0-10%	No	<3500	40-50%
Guayaquil / Samborondón	0-10%	No	<3500	20-30%
Santa Elena	10-20%	No	>3500	20-30%

Fuente: Plantilla 3[139]
Elaboración: INCCE

9.3.1. Criterio de la CRPI

[191] La Esta Comisión considera que la estructura competitiva del mercado de servicios de intermediación digital para delivery de última milla no evidencia que SUPEREASY ostente una posición que le permita ejercer poder de mercado en ninguna de las áreas geográficas analizadas. Si bien en determinados mercados, como Santa Elena, se observan niveles elevados de concentración, la participación de SUPEREASY se mantiene por debajo de la del principal operador y no altera la dinámica competitiva existente.

[192] Asimismo, los indicadores de concentración y dominancia evidencian que el liderazgo del mercado corresponde a otros operadores, por lo que la presente operación no supone la integración de competidores relevantes ni una reducción significativa de la presión competitiva entre plataformas digitales.

[193] En consecuencia, esta Comisión comparte el criterio de la INCCE y concluye que la participación de SUPEREASY no genera preocupaciones desde la perspectiva del control de concentraciones económicas, toda vez que la operación no modifica de manera sustancial la estructura competitiva del mercado ni fortalece una posición de poder de mercado.

9.4. Mercado relevante 4: comercialización al por menor de productos de consumo masivo a través de supermercados, hipermercados y establecimientos hard discount

[194] La intendencia en este apartado aclara que conforme a la delimitación geográfica desarrollada previamente, la INCCE estimó las cuotas de participación correspondientes al año 2025 con base en las ventas anuales de los establecimientos pertenecientes a cada grupo económico146. Para Quito, las cuotas fueron calculadas considerando las zonas Norte, Centro Norte, Centro, Sur, Valles (Tumbaco, Cumbayá y Puembo) y Valle de los Chillos. Para Guayaquil, se

consideraron las zonas Norte, Noroeste, Centro Norte, Centro, Oeste - Vía a la Costa, Suroeste y Sur. Para las demás localidades del país, las cuotas fueron estimadas considerando como unidad geográfica la respectiva ciudad. El detalle de los resultados consta en el Anexo 1.

[redacted] Los resultados muestran que la posición de Grupo El Rosado no es uniforme entre las distintas zonas analizadas en Quito y Guayaquil. [redacted]

[196] En las demás ciudades, las cuotas fueron calculadas considerando las ventas anuales de los establecimientos pertenecientes a cada grupo económico dentro de la respectiva ciudad. Los resultados evidencian una importante heterogeneidad entre mercados locales. En determinadas ciudades, Grupo El Rosado registra participaciones reducidas frente a operadores competidores, mientras que en otras alcanza posiciones de liderazgo e, incluso, constituye el único operador identificado dentro de la unidad geográfica analizada. Estas diferencias responden a la distinta presencia de cadenas competidoras y a la configuración particular de cada mercado local.

[197] Por tanto, los resultados expuestos en el Anexo 1 evidencian que las distintas unidades geográficas analizadas presentan estructuras competitivas diferenciadas, con cuotas de participación y niveles de concentración que varían entre mercados. Si bien en determinadas zonas de Quito y, especialmente, de Guayaquil Grupo El Rosado registra participaciones elevadas, estos indicadores estructurales constituyen únicamente un punto de partida para la evaluación de la operación y, por sí solos, no permiten concluir que la concentración económica producirá una afectación a la competencia. En consecuencia, en la siguiente sección se analizarán los posibles efectos derivados de la operación.

9.4.1. Criterio de la CRPI

[198] Esta Comisión considera que la metodología empleada por la INCCE para delimitar el mercado geográfico y estimar las participaciones de mercado resulta consistente con las características competitivas de cada localidad. La segmentación aplicada en Quito y Guayaquil responde a la heterogeneidad de sus áreas urbanas, mientras que, para el resto de ciudades, la delimitación geográfica adoptada refleja adecuadamente el ámbito en el que los consumidores y operadores ejercen presión competitiva.

[199] El análisis estructural evidencia que la dinámica competitiva difiere entre los mercados locales. En Quito se observa una estructura heterogénea, en la que la intensidad competitiva varía entre zonas sin que exista una posición dominante uniforme. En Guayaquil, por el contrario, los indicadores reflejan una mayor concentración y una posición estructural más sólida de Grupo El Rosado. En las demás ciudades, la estructura competitiva depende de las características de cada

mercado local, identificándose escenarios que van desde mercados con competencia efectiva hasta localidades con elevados niveles de concentración.

[200] En consecuencia, esta Comisión comparte el criterio de la INCCE en el sentido de que la evaluación de la presente operación debe realizarse con un enfoque territorial diferenciado. Si bien en determinados mercados locales se observan elevados niveles de concentración, la existencia de altas participaciones o índices estructurales no constituye, por sí sola, evidencia suficiente de una afectación a la competencia, por lo que resulta necesario complementar el análisis con la evaluación de los efectos competitivos derivados de la operación.

9.5. Mercado relevante 5: Distribución de productos de panadería y pastelería a nivel nacional

[201] Según lo expuesto por la intendencia en su informe manifiesta que:

- Para caracterizar la estructura competitiva del mercado de distribución de productos de panadería y pastelería, la INCCE analizó las actividades desarrolladas por DONUT HOUSE, la importancia económica de este canal dentro de su modelo de negocio y la presencia de otros proveedores con capacidad para abastecer a establecimientos minoristas y cadenas de autoservicios. Este análisis resulta pertinente considerando que la operación genera una relación vertical potencial entre DONUT HOUSE, como proveedor de productos de panadería y pastelería, y los autoservicios pertenecientes al Grupo El Rosado, como potenciales adquirentes de dichos productos.

- De acuerdo con la información proporcionada por el notificante, durante 2025 la actividad de distribución de productos de panadería y pastelería desarrollada por DONUT HOUSE generó ingresos por USD [redacted]. Este valor representa aproximadamente el [redacted]% de los ingresos totales del operador económico adquirido, que ascendieron a USD [redacted] durante dicho año.

- Según lo informado, esta línea de negocio comprende la venta bajo pedido y en volúmenes mayores de productos elaborados, entre ellos donas, destinados al consumo directo o a la prestación de servicios de catering por parte de empresas. En consecuencia, la actividad mayorista constituye una línea complementaria y de limitada relevancia económica dentro del modelo de negocio de DONUT HOUSE, cuya actividad se concentra principalmente en la comercialización directa de productos a consumidores finales.

- Asimismo, se verificó que DONUT HOUSE no registra actualmente ventas a supermercados, hipermercados o establecimientos hard discount, ni abastece a los autoservicios pertenecientes al Grupo El Rosado. Por tanto, si bien DONUT HOUSE desarrolla actualmente actividades de comercialización mayorista, la relación vertical específica con el canal de autoservicios del grupo económico adquirente presenta un carácter potencial.

- La información aportada por el operador económico notificante también evidencia la existencia de presión competitiva en este mercado. [redacted]

[redacted] 6 y 7. Este hecho evidencia que los clientes cuentan con alternativas de abastecimiento y que los proveedores enfrentan una presión competitiva efectiva para mantener sus relaciones comerciales. Asimismo, la pérdida de dicho cliente habría reducido la importancia relativa de la actividad mayorista dentro de las operaciones de DONUT HOUSE.

- Adicionalmente, se identificó la presencia de Moderna Alimentos S.A. operador económico dedicado principalmente a la distribución mayorista de productos de panadería y pastelería, que durante 2025 registró aproximadamente USD 47 millones en ventas de estos productos8. Esta cifra, considerablemente superior a los USD [redacted] obtenidos por DONUT HOUSE en su actividad mayorista, evidencia la presencia de operadores de mayor escala económica y con capacidad para abastecer a establecimientos minoristas, cadenas de autoservicios y otros canales de comercialización.

- En consecuencia, considerando que la relación vertical con los autoservicios del Grupo El Rosado es potencial, que DONUT HOUSE obtiene únicamente el [redacted]% de sus ingresos de la actividad mayorista, que un competidor directo que comercializa productos similares lo reemplazó como proveedor de su principal cliente y que existen operadores de una escala económica significativamente superior con capacidad para abastecer este canal, no se identifican elementos que permitan considerar que la operación otorgaría a las partes la capacidad de condicionar significativamente el abastecimiento de productos de panadería y pastelería.

9.5.1. Criterio de la CRPI

[202] Esta Comisión considera que la metodología empleada por la INCCE para delimitar el mercado geográfico y estimar las participaciones de mercado resulta consistente con las características competitivas de cada localidad. La segmentación aplicada en Quito y Guayaquil responde a la heterogeneidad de sus áreas urbanas, mientras que, en las demás ciudades, la delimitación geográfica adoptada refleja adecuadamente el ámbito en el que se desarrollan el entorno competitivo.

[203] El análisis estructural evidencia que las condiciones competitivas difieren entre los mercados locales. Mientras en Quito la intensidad competitiva varía entre zonas y no se observa una posición dominante uniforme, en Guayaquil los indicadores muestran una estructura de mercado más concentrada y una posición más sólida de Grupo El Rosado. En las restantes ciudades, la estructura competitiva depende de las condiciones particulares de cada mercado local, identificándose escenarios que van desde competencia efectiva hasta mercados altamente

[6] Según información reportada por el operador económico notificante, el [redacted]% de sus ventas en este canal eran a LISTO, quien remplazo dichas ventas por otro competidor
[7] RESTAUNSA (2025). Informe económico signado con ID 2026030213090237 anexo 376102

[8] SCVS: Notas a los Estados Financieros 2024. Moderna Alimentos

concentrados.

[204] En este contexto, esta Comisión coincide con la INCCE en que los indicadores estructurales, tales como las cuotas de mercado, el HHI y los índices de dominancia, constituyen herramientas útiles para caracterizar la estructura de los mercados, pero no resultan suficientes, por sí solos, para acreditar una afectación a la competencia. En consecuencia, la evaluación de la presente operación debe realizarse con un enfoque territorial diferenciado y complementarse con el análisis de los posibles efectos competitivos derivados de la concentración, particularmente en aquellos mercados donde la estructura refleja mayores niveles de concentración.

X. ANÁLISIS DE EFECTOS VERTICALES DE LA OPERACIÓN

[205] La Intendencia detalla la metodología para evaluar si una concentración económica de carácter vertical podría restringir la competencia efectiva. A diferencia de las concentraciones horizontales, las verticales unen distintos niveles de la cadena productiva o comercial, por lo que el análisis se enfoca en determinar si la entidad resultante adquiere la capacidad y los incentivos para implementar estrategias de cierre que limiten el acceso de los competidores a insumos, clientes o canales de comercialización. Siguiendo los criterios de la normativa local y de la Comisión Europea, la evaluación conjunta de estas operaciones requiere examinar tres elementos fundamentales: la capacidad real de la entidad integrada para restringir o encarecer el acceso a dichos elementos considerando la existencia de alternativas en el mercado; la racionalidad económica de ejecutar dicha estrategia al sopesar los beneficios en una fase de la cadena frente a los costos en otra; y la probabilidad de que la conducta genere un efecto perjudicial significativo que reduzca la presión competitiva, aumente las barreras de entrada o afecte negativamente los precios, la calidad y la variedad para los consumidores. Con base en este marco analítico, el estudio procede a examinar las relaciones verticales específicas de la operación para descartar o confirmar riesgos anticompetitivos.

10.1. Relación vertical entre el mercado de servicios de preparación y venta de alimentos y bebidas en cafeterías y establecimientos especializados y el mercado de servicios de intermediación digital de delivery de última milla.

[206] La INCCE analiza la primera relación vertical de la operación, la cual vincula el mercado de cafeterías y establecimientos especializados con el de intermediación digital de delivery de última milla en Quito y Guayaquil/Samborondón. El análisis concluye que la entidad integrada no adquiere capacidad ni incentivos para realizar estrategias de cierre, ni genera efectos perjudiciales significativos sobre la competencia. Por un lado, se descarta el cierre de clientes debido a que Dunkin Donuts no es el principal operador en los centros comerciales analizados y enfrenta a competidores con mayores ventas, por lo que su desvinculación no afectaría a las plataformas rivales. Por otro lado, se descarta el cierre de insumos porque [redacted] Asimismo, se evidencia una falta de incentivos económicos, ya que restringir el acceso a plataformas con mayor base de usuarios generaría costos superiores a los beneficios limitados que aportaría Supereasy. En definitiva, la operación no altera la presión competitiva ni restringe el

mercado efectivo.

10.2. Relación vertical entre la gestión y administración del alquiler de activos inmobiliarios de uso comercial en centros comerciales y el mercado de servicios de preparación y venta de alimentos y bebidas en cafeterías y establecimientos especializados

[207] La Intendencia analiza la relación vertical entre el mercado de gestión y administración de locales en centros comerciales, controlado por Grupo El Rosado, y el mercado de cafeterías y establecimientos especializados, en particular respecto a DUNKIN DONUTS. Se evalúa si la operación podría generar riesgos de cierre de insumos al restringir el acceso de competidores a espacios comerciales. El estudio concluye que, aunque Grupo El Rosado tiene cierta capacidad estructural y contractual para influir en el acceso y permanencia de arrendatarios, los incentivos económicos para favorecer a DUNKIN DONUTS son insuficientes: sus ventas son significativamente menores frente a competidores como Sweet & Coffee o Juan Valdez, sus cánones de arriendo son más bajos y su desempeño comercial ha mostrado una tendencia decreciente. Además, desplazar a operadores con mayor atractivo implicaría costos de oportunidad y afectaría la diversidad y competitividad de la oferta en los centros comerciales. En consecuencia, no se identifican efectos anticompetitivos relevantes, ya que la presencia de múltiples alternativas y la presión competitiva de otros operadores limitan la posibilidad de que la operación restrinja significativamente la competencia efectiva ni las opciones de los consumidores.

10.3. Relación vertical potencial entre la distribución mayorista de productos de panadería y pastelería y la comercialización minorista a través de supermercados, hipermercados y establecimientos hard discount

[208] En este investigación la intendencia describe que la relación vertical entre DUNKIN DONUTS y Grupo El Rosado es únicamente potencial, ya que la primera no abastece actualmente a supermercados, hipermercados ni establecimientos hard discount. Para dimensionar la escala máxima que podría alcanzar, se comparan las ventas totales de DUNKIN DONUTS (USD 4,97 millones en 2025) con las ventas nacionales de panadería y pastelería de Grupo El Rosado ([redacted]), lo que representa un [redacted]%. Sin embargo, esta proporción no constituye una cuota de mercado, pues se refiere a la totalidad de los canales de DUNKIN DONUTS y no al abastecimiento específico de autoservicios, además de que el denominador corresponde solo a las ventas de un operador y no al mercado completo.

[209] Incluso bajo el supuesto extremo de destinar todas las ventas de DUNKIN DONUTS al canal de autoservicios, la escala resultante es reducida frente al volumen de Grupo El Rosado, lo que evidencia que la operación no altera de manera significativa los incentivos de abastecimiento. La presencia de proveedores alternativos con mayor capacidad, como MODERNA ALIMENTOS S.A. (USD 47 millones en ventas mayoristas en 2025), [redacted] demuestra que los clientes mayoristas pueden cambiar de proveedor sin dificultad.

[210] En conclusión, la operación no modifica las relaciones actuales de abastecimiento, la escala potencial de DUNKIN DONUTS es limitada y no existen elementos que permitan prever riesgos para la competencia efectiva. La evidencia disponible indica que no se generan incentivos suficientes para alterar las decisiones de abastecimiento de Grupo El Rosado ni para producir efectos anticompetitivos apreciables en los mercados relacionados.

10.4. Criterio de la CRPI

[211] Esta Comisión considera que el análisis efectuado por la Intendencia Nacional de Control de Concentraciones Económicas (INCCE) permite concluir que la presente operación no genera riesgos significativos de naturaleza vertical que puedan traducirse en una restricción efectiva de la competencia en los mercados relacionados.

[212] Si bien el expediente evidencia la existencia de relaciones verticales entre algunas de las actividades desarrolladas por los operadores económicos involucrados, la sola presencia de dichos vínculos no resulta suficiente para presumir efectos anticompetitivos. De conformidad con los principios que rigen el análisis de operaciones de concentración, es necesario verificar que el operador resultante cuente simultáneamente con la capacidad, los incentivos y la posibilidad real de ejecutar estrategias de exclusión que produzcan un efecto apreciable sobre la competencia.

[213] En el presente caso, la evidencia incorporada al expediente no demuestra que la operación modifique de manera sustancial la estructura de los mercados relacionados ni que fortalezca la capacidad del grupo económico para restringir el acceso de competidores a insumos, canales de comercialización o clientes. Del mismo modo, no se identifican incentivos económicos suficientes que hagan probable la implementación de estrategias de cierre vertical ni elementos que permitan prever una afectación significativa al bienestar de los consumidores o al proceso competitivo.

[214] En consecuencia, esta Comisión comparte el criterio de la INCCE y concluye que los vínculos verticales identificados no generan preocupaciones desde la perspectiva del control de concentraciones económicas, por lo que la operación no es susceptible de producir una restricción significativa de la competencia por esta vía.

XI. CRITERIOS PARA LA DECISIÓN RESPECTO DE LA OPERACIÓN DE CONCENTRACIÓN

[216] Con base en el análisis efectuado y en la evidencia que obra en el expediente administrativo, esta Comisión considera que la metodología empleada por la INCCE, así como las conclusiones derivadas del análisis de los mercados relevantes, la estructura competitiva y los efectos de la operación, se encuentran debidamente sustentadas desde una perspectiva técnica y económica. En consecuencia, al no advertirse elementos que desvirtúen dicho análisis y en observancia de los criterios adoptados por esta Superintendencia, esta Comisión acoge las conclusiones de la INCCE, y sin perjuicio de los criterios que constan en el desarrollo del presente acto adminstrativo, emitirá su decisión con base a los siguientes criterios:

11.1. Criterio 1.

[217] La operación notificada corresponde a la adquisición, por parte de RESTAUNSA, de todos los activos productivos y operativos empleados por DONUT HOUSE S.A. en la explotación de la franquicia DUNKIN DONUTS en Ecuador. Con esta transacción, RESTAUNSA asumirá el control exclusivo de la unidad de negocio vinculada a la franquicia, lo que incluye la preparación, producción, distribución y comercialización de donas, productos de panadería, pastelería, postres y bebidas bajo la marca DUNKIN DONUTS. En virtud de ello, la operación configura una concentración económica conforme a lo establecido en el literal c) del artículo 14 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado.

11.2. Criterio 2.

[218] En relación con el primer criterio establecido en el artículo 16 de la LORCPM, del análisis realizado se desprende que la operación configura una concentración económica de carácter vertical, dado que se identifican vínculos actuales y potenciales entre las actividades desarrolladas por los operadores involucrados

11.3. Criterio 3.

[219] Conforme al artículo 5 de la LORCPM para efectos del análisis de la operación de concentración económica notificada, se determinó los siguientes mercados relevantes:

i. Servicios de preparación y venta de alimentos y bebidas en cafeterías y establecimientos especializados en centros comerciales
ii. Servicios de intermediación digital de delivery de última milla, con alcance geográfico local, delimitado por cada ciudad en la que opera la plataforma.
iii. Gestión y administración del alquiler de activos inmobiliarios de uso comercial en centros comerciales, con alcance geográfico local, determinado por las zonas de influencia de cada centro comercial
iv. Comercialización al por menor de productos de consumo masivo a través de supermercados, hipermercados y establecimientos hard discount, con alcance geográfico local, en áreas de influencia de hasta 30 minutos alrededor de los establecimientos.
v. Distribución de productos de panadería y pastelería a nivel nacional.
vi. Comercialización de productos de panadería y pastelería a clientes corporativos.

11.4. Criterio 4.

[220] Del análisis estructural de los mercados relevantes y de los efectos verticales derivados de la operación, se concluye que la concentración económica no genera riesgos significativos para la competencia efectiva. Si bien el Grupo El Rosado mantiene posiciones relevantes e incluso elevadas en determinados mercados relacionados con la administración de centros comerciales y la

comercialización minorista de productos de consumo masivo, la evidencia técnica demuestra que tales condiciones estructurales no se traducen, en el caso concreto, en una capacidad e incentivos suficientes para implementar estrategias de cierre vertical que restrinjan el acceso de competidores a insumos, canales de comercialización o clientes. Asimismo, en los mercados analizados persisten operadores alternativos que ejercen presión competitiva efectiva, por lo que la operación no modifica de manera sustancial la estructura competitiva existente ni fortalece el poder de mercado de las partes.

11.5. Criterio 5.

[221] Del análisis integral de la operación se determina que la adquisición de los activos productivos y operativos de DONUT HOUSE S.A. por parte de RESTAUNSA S.A. no genera traslapes horizontales relevantes ni produce efectos verticales que puedan ocasionar una disminución sustancial de la competencia, el fortalecimiento de una posición de dominio o el establecimiento de barreras que limiten el acceso o permanencia de competidores en los mercados relevantes identificados. En consecuencia, desde la perspectiva económica y de competencia, no se identifican elementos que justifiquen objetar la operación de concentración económica, al no evidenciarse afectaciones significativas al proceso competitivo ni al bienestar de los consumidores, por lo que esta puede ser autorizada al amparo de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado.

11.6. Criterio 6.

[222] En consecuencia, del examen integral realizado sobre la operación de concentración económica notificada, esta Comisión concluye que la transacción no genera una disminución sustancial de la competencia en los mercados relevantes analizados, ni configura la creación o el reforzamiento de una posición de dominio. El análisis de los indicadores de concentración, junto con la evaluación de la estructura competitiva y la presencia de agentes rivales de importancia, permite descartar la existencia de riesgos significativos derivados de su ejecución. En tal virtud, se determina que la operación no resulta idónea para producir una afectación sensible de la competencia efectiva, ni para distorsionar u obstaculizar el funcionamiento eficiente de los mercados, manteniéndose incólumes las condiciones de rivalidad y disciplina competitiva que garantizan la protección de los consumidores y la libre concurrencia.

11.7. Criterio 7.

[223] Esta Comisión considera que, analizados conjuntamente la estructura de los mercados relevantes, la intensidad competitiva observada, las relaciones verticales identificadas y la ausencia de modificaciones sustanciales en los incentivos competitivos de los operadores involucrados, la operación no posee la aptitud de restringir significativamente la competencia efectiva en los mercados analizados.

11.8. Sobre el escrito del operador económico.

[224] Sin perjuicio del derecho constitucional de toda persona a dirigir peticiones a las autoridades públicas, esta Comisión observa que el procedimiento especial para el control previo de operaciones de concentración económica no contempla, una vez remitido el informe de la Intendencia Nacional de Control de Concentraciones

Económicas y avocado conocimiento por la CRPI, una etapa adicional para la presentación de alegaciones, observaciones o escritos destinados a sustentar el sentido de la decisión que deba adoptar este órgano resolutor. En esta fase procesal, la actuación de la Comisión se circunscribe al análisis del informe técnico y de los antecedentes que integran el expediente administrativo remitido por la autoridad investigadora, conforme al diseño procedimental previsto en la LORCPM y su Reglamento.

[225] En consecuencia, la presentación de escritos que pretendan promover pronunciamientos adicionales o incorporar argumentaciones de fondo no previstas en la normativa aplicable resulta ajena a la naturaleza y finalidad de esta etapa del procedimiento, pues podría generar incidencias procesales incompatibles con el trámite especial establecido por el ordenamiento jurídico y afectar los principios de celeridad, economía procesal y seguridad jurídica que rigen la actuación administrativa. Lo anterior no implica restricción alguna al derecho de petición, sino el reconocimiento de que dicho derecho debe ejercerse de conformidad con el procedimiento expresamente previsto para cada actuación administrativa.

En mérito de los elementos de hecho y de derecho expuestos, de la claridad derivada de estos, a través del proceso de concentración económica examinado, cumple con los estándares de eficiencia y legalidad previstos en la LORCPM y al tener elementos suficientes para pronunciarse, la Comisión de Resolución de Primera Instancia,

RESUELVE:

PRIMERO.- AGREGAR al expediente el escrito detallado en el numeral 9, del apartado I. VISTOS, de la presente actuación.

SEGUNDO.- AUTORIZAR la operación de concentración económica notificada por el operador económico **Restaurantes Unidos RESTAUNSA S.A.**; de conformidad con los artículos 21 y 22 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, artículos 20.1 y 21 de su Reglamento y artículo 31 del Instructivo de Gestión Procesal Administrativa de la Superintendencia de Competencia Económica.

TERCERO.- DECLARAR la presente resolución como confidencial.

CUARTO - AGREGAR la presente resolución en su parte confidencial, al expediente.

QUINTO.- DISPONER a la analista económica en el término de un (1) día elabore la versión no confidencial y pública de la presente resolución. Para el efecto la secretaria de sustanciación deberá comunicar la presente disposición para su cumplimiento.

SEXTO.- AGREGAR al expediente en su parte reservada la versión no confidencial de la presente resolución.

SÉPTIMO.- MANTENER la confidencialidad de toda la documentación e información previamente declarada en la **INTENDENCIA NACIONAL DE INVESTIGACIÓN Y CONTROL DE CONCENTRACIONES ECONÓMICAS**, lo cual será considerado por la Secretaria de Sustanciación de la CRPI al momento de ordenar el expediente y clasificar la documentación en el Gestor Procesal.

OCTAVO.- NOTIFICAR la presente Resolución, de la siguiente manera:

8.1. En su versión no confidencial y pública al operador económico **Restaurantes Unidos RESTAUNSA S.A.**, en las direcciones de correo electrónico: osantosd@santosburbano.com; bharo@santosburbano.com; martininsua@yahoo.com; y, luisaviteri03@gmail.com, ratificados en el escrito que se agrega.

8.2. En su versión confidencial a la **INTENDENCIA NACIONAL DE CONTROL DE CONCENTRACIONES ECONÓMICAS** dentro del expediente SCE-IGT-INCCE-18-2025, en el Gestor Procesal, por medio de **SECRETARÍA GENERAL**.

Notificación que se efectuará de conformidad con lo descrito en el segundo inciso del artículo 164 del Código Orgánico Administrativo, en concordancia con el artículo 66 del Código Orgánico General de Procesos, y con la Disposición General Segunda de la Resolución Nro. SCPM-DS-2020-026, de 03 de julio de 2020, que determina: "*Para notificaciones se priorizará el uso de los correos electrónicos señalados por los operadores económicos. Los órganos de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, instarán a los operadores económicos y a los ciudadanos en general a señalar correos electrónicos para notificaciones*".

NOVENO.- ORDENAR a la Secretaria de Sustanciación de la CRPI, que una vez transcurrido el tiempo para que la presente resolución cause estado en sede administrativa, siente la razón correspondiente dejando constancia en el expediente.

DÉCIMO.- ORDENAR a la Secretaria de Sustanciación de la CRPI, que una vez que se cumpla con lo indicado en el acápite que antecede, en el término de dos (2) días, remita la presente resolución, mediante memorando institucional, a Secretaría General de la SCE, adjuntando el formulario correspondiente para su publicación en la página web institucional por parte de la Dirección Nacional de Comunicación de la SCE, así como también en el Registro Oficial, esto de conformidad con la normativa interna; por cuanto el referido acto administrativo no ha sido declarado como confidencial.

Para el efecto, remitirá el texto de la presente resolución en su versión no confidencial y pública, en el formato que requiera Secretaría General para cumplir con la publicación.

UNDÉCIMO.- DEJAR CONSTANCIA que de conformidad con la certificación realizada por el Abg. Jorge Marcelo Rojas Salazar, en su calidad de Secretario General de la SCE, mediante memorando Nro. SCE-DS-SG-2026-283 de 20 de abril de 2016, suscrito, en la que se certifica que NO existe una sección denominada "Gaceta Oficial", no se ordena la mencionada certificación.

DUODÉCIMO.- ARCHIVAR el presente expediente administrativo, una vez que por Secretaría de sustanciación se haya dado cumplimiento a lo dispuesto en la presente actuación.

Para el efecto, la Secretaria de Sustanciación de la CRPI, realizará las gestiones correspondientes para ordenar el expediente y clasificar la información de ser el

caso, y remitir el expediente para custodia de Secretaría General de la SCE, de conformidad con la normativa interna emitida para el efecto.

DÉCIMO TERCERO.- INDICAR que de conformidad con la Acción de Personal Nro. SCE-INAF-DNATH-2026-398-A de 06 de agosto de 2026, que rige desde el 07 al 18 de agosto; actúa en calidad de quinta comisionada la Abg. María José Gutiérrez Núñez en su calidad de Intendente Nacional de Investigación y Control de Prácticas Desleales, Subrogante.

DÉCIMO CUARTO.- ORDENAR que la **Abg. Andrea Castillo Vallejo**, continúe actuando en calidad de secretaria de sustanciación, dentro del presente expediente, quien se encargará de la notificación, emisión de las razones, conferir las certificaciones correspondientes, ordenar el expediente y ejecutar las disposiciones constantes en la presente actuación administrativa.

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE.-

F: Dr. Marco Landázuri Álvarez, **COMISIONADO;** Dra. Ingreed Cajas Torres **COMISIONADA;** Msc. Miguel Cumbicus Jiménez, **COMISIONADO;** Abg. María José Gutiérrez Núñez, **COMISIONADA;** Dr. Marcelo Ortega Rodríguez, **PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DE RESOLUCIÓN DE PRIMERA INSTANCIA**

(FIN DE LA VERSIÓN NO CONFIDENCIAL)

Versión elaborada por:

Validar únicamente en FirmaEC.
Firmado electrónicamente por:
SORAYA ISABEL SEVILLA SILVA

Econ. Isabel Sevilla Silva
Experto de Abogacía de la Competencia

Versión revisada por:

Validar únicamente en FirmaEC.
Firmado electrónicamente por:
FREDDY DAVID PACHECO GUEVARA

Mgs. Freddy Pacheco
Experto de Promoción de la Competencia

Versión aprobada por:

Validar únicamente en FirmaEC.
Firmado electrónicamente por:
INGREED MARCELA CAJAS TORRES

Dra. Ingreed Cajas Torres
COMISIONADA



Mgs. Jaqueline Vargas Camacho
DIRECTORA (E)

Quito:
Calle Mañosca 201 y Av. 10 de Agosto
Atención ciudadana
Telf.: 3941-800
Ext.: 3134

www.registroficial.gob.ec

MG/FA

El Pleno de la Corte Constitucional mediante Resolución Administrativa No. 010-AD-CC-2019, resolvió la gratuidad de la publicación virtual del Registro Oficial y sus productos, así como la eliminación de su publicación en sustrato papel, como un derecho de acceso gratuito de la información a la ciudadanía ecuatoriana.

"Al servicio del país desde el 1º de julio de 1895"

El Registro Oficial no se responsabiliza por los errores ortográficos, gramaticales, de fondo y/o de forma que contengan los documentos publicados, dichos documentos remitidos por las diferentes instituciones para su publicación, son transcritos fielmente a sus originales, los mismos que se encuentran archivados y son nuestro respaldo.