



ESCUELA DE DERECHO

Tema:

**DERECHOS DE COMPETENCIA: PREVENCIÓN DE LAS PRÁCTICAS
MONOPÓLICAS EN EL MERCADO ECUATORIANO**

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Abogado

Línea de investigación:

ESTADO, DERECHO Y SOCIEDAD

Autor:

Nancy Maritza Cevallos Sánchez

Director:

Abg. Santiago Javier Paliz Ibarra Mg.

Esmeraldas - Ecuador

Marzo 2025

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Tema:

**DERECHOS DE COMPETENCIA: PREVENCIÓN DE LAS PRÁCTICAS
MONOPÓLICAS EN EL MERCADO ECUATORIANO**

Línea de investigación:

ESTADO, DERECHO Y SOCIEDAD

Santiago Javier Paliz Ibarra, Ab. Mg.

f. _____

ASESOR

Manases Esaud Gaspar Santos, Ab. Mg.

f. _____

CALIFICADOR

William José Guaira Ramos, Ab. Mg.

f. _____

CALIFICADOR

Andrés Sebastián Heredia Alvear, Ab. Mg.

f. _____

COORDINADOR ESCUELA DE DERECHO

Mariana de Jesús Verduga Álvarez, Ab. Mg.

f. _____

SECRETARIA GENERAL PUCESE

Esmeraldas – Ecuador

Marzo 2025

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo: **NANCY MARITZA CEVALLOS SÁNCHEZ**, con cédula de ciudadanía 0801580937, autor del trabajo de graduación titulado: “Derechos De Competencia: Prevención De Las Prácticas Monopólicas En El Mercado Ecuatoriano” previa a la obtención del título profesional de ABOGADO, en la escuela de DERECHO.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través del sitio web de la Biblioteca de la PUCE Esmeraldas, el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de la Universidad.

Esmeraldas, marzo 2025

Cevallos Sánchez Nancy Maritza
CC. 0801580937



DEDICATORIA

Con todo mi cariño dedico este trabajo a mis amados hijos, Daniel Steffano Trejo Cevallos y Julio Cesar Trejo Cevallos, cuyo amor y apoyo incondicional han sido mi fortaleza y mi mayor inspiración en este largo camino, este logro es tan suyo como mío, y los amo con todo mi corazón.

A mis queridos sobrinos y sobrinas, en especial a Mari Lady Quiñones Cevallos y Odaliz Bone Cevallos, quienes con su cariño y entusiasmo me han impulsado a seguir adelante. Quiero que sepan que sus sueños también pueden hacerse realidad, con esfuerzo y dedicación.

Este título no es solo un logro personal, sino también un triunfo para toda nuestra familia, ya que cada paso que di hacia esta meta fue pensando en ustedes, en el futuro que quiero construir para nosotros, un futuro lleno de oportunidades, alegrías y sueños cumplidos.

Su amor incondicional, sus risas y su apoyo inquebrantable fueron el motor que me impulsó a seguir adelante, incluso en los momentos más difíciles.

Este logro que compartimos es una prueba de que juntos podemos alcanzar cualquier meta que nos propongamos y deseo que sea un ejemplo para ustedes, una muestra de que, con dedicación, esfuerzo y perseverancia, los sueños se hacen realidad.

Que este título sea un legado para ustedes, una herencia de lucha y superación, para que sepan que no hay límites cuando se trata de alcanzar sus metas.

Siempre estaré a su lado, para apoyarlos, guiarlos y celebrar cada uno de sus triunfos.



AGRADECIMIENTO

Culminar esta etapa como abogado es un sueño hecho realidad, y este logro no hubiera sido posible sin el apoyo fundamental de personas muy especiales en mi vida.

Quiero expresar mi profunda gratitud a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas (PUCESE), por abrirme sus puertas y brindarme una formación académica de excelencia. A mis catedráticos, su guía y sabiduría fueron faros que iluminaron mi camino. En especial, agradezco al Dr. Santiago Paliz y al Dr. William Guaira, cuyas enseñanzas y consejos dejaron una huella imborrable en mi desarrollo profesional.

A mis compañeros, con quienes compartí aulas y experiencias inolvidables, gracias por el compañerismo, el apoyo mutuo y las risas que hicieron más amena esta travesía.

A mi familia, pilar fundamental de mi vida, mi agradecimiento es infinito. A mis padres, cuyo amor incondicional y sacrificio me impulsaron a perseguir mis metas. A mis hermanas y hermanos, por su aliento constante y cariño inquebrantable. A mis sobrinas y sobrinos, que con su alegría y entusiasmo me recordaron la importancia de soñar en grande.

Y, por supuesto, a mis hijos, Daniel Steffano y Julio Cesar, cuya presencia en mi vida es la mayor motivación y alegría. Este logro es también suyo, y espero que les sirva de inspiración para alcanzar sus propios sueños.

Finalmente, agradezco a todas las personas que, de una u otra forma, contribuyeron a hacer de este sueño una realidad. Su apoyo, consejos y cariño fueron un impulso invaluable en mi camino.

RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo examina la evolución y el marco legal del derecho de competencia en Ecuador, centrándose en la Constitución de la República y la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (LORCPM). El objetivo principal de esta normativa es prevenir, corregir y sancionar los abusos derivados del poder de mercado, asegurando la libre competencia y la protección de los consumidores.

El análisis abarca las estructuras de mercado, incluyendo monopolios, oligopolios y prácticas desleales en los sectores público y privado. Se estudian las barreras de entrada que dificultan el acceso de empresas a diversos sectores económicos, resaltando la necesidad de una regulación efectiva para fomentar un entorno competitivo. Se proponen estrategias para mitigar la concentración del poder y fortalecer a las PYMES, enfatizando el rol crucial del Estado en un marco regulatorio justo, sólido y colaborativo.

Adicionalmente, se aborda la internalización con mercados chinos, sugiriendo que podría ser un socio comercial estable y dinámico. Se recomienda incluir cláusulas específicas que protejan los intereses del país, el medio ambiente, los derechos laborales y la industria local.

En resumen, este estudio subraya la importancia de un marco legal robusto y una regulación efectiva para promover la competencia, proteger a los consumidores y fomentar un desarrollo económico sostenible en Ecuador, considerando también las oportunidades y desafíos de la internalización con mercados internacionales.

Palabras clave: Derecho de competencia, Libre competencia, Regulación del mercado, Prácticas desleales, Internacionalización.

ABSTRACT

This paper examines the evolution and legal framework of competition law in Ecuador, focusing on the Constitution of the Republic and the Organic Law for the Regulation and Control of Market Power (LORCPM). The primary objective of this legislation is to prevent, correct, and penalize abuses arising from market power, ensuring free competition and consumer protection.

The analysis covers market structures, including monopolies, oligopolies, and unfair practices in both the public and private sectors. It explores the barriers to entry that hinder companies' access to various economic sectors, highlighting the need for effective regulation to foster a competitive environment. Strategies are proposed to mitigate the concentration of power and strengthen SMEs, emphasizing the crucial role of the State in establishing a fair, robust, and collaborative regulatory framework.

Additionally, the paper addresses internationalization with Chinese markets, suggesting that China could be a stable and dynamic trading partner. It recommends including specific clauses to protect the country's interests, the environment, labor rights, and local industry.

In summary, this study underscores the importance of a robust legal framework and effective regulation to promote competition, protect consumers, and foster sustainable economic development in Ecuador, while also considering the opportunities and challenges of internationalization with global markets.

Keywords: Competition law, Free competition, Market regulation, Unfair practices, Internationalization.



INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	3
1.1. Antecedentes históricos del Derecho de Competencia en el Estado Ecuatoriano	3
1.2. El Derecho de competencia en Ecuador	4
1.4. Efectos de la Competencia en Ecuador	10
1.5. Las leyes relacionadas con el derecho de Competencia	13
1.6. La Libertad de Empresa y el Derecho de la Competencia en el marco de la Contratación Pública de Ecuador	15
1.7. El Mercado relevante en Ecuador	17
CAPÍTULO II	20
2.1. Prevención de las Prácticas Monopólicas en el Mercado Ecuatoriano	20
2.2. El Poder de Mercado	20
2.4. Oligopolios	23
2.5. Competencia Desleal	25
2.6. Las Barreras de Entrada en la Competencia Ecuatoriana	26
CAPÍTULO III	29
3.1. Prevención de Monopolio y Oligopolios en los sectores Públicos y Privado 29	
3.2. Monopolios Públicos Y Privados	31
3.3. Inversión extranjera	32
CONCLUSIONES	34
RECOMENDACIONES	36
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	38

INTRODUCCIÓN

En el Estado Ecuatoriano el Derecho de Competencia se caracteriza por su dinamismo para el desarrollo económico del país, permitiendo la creación de un entorno empresarial justo y equitativo. A medida que el Estado enfrenta complejidades en la dinámica económica, la regulación de la competencia se convierte en una necesidad. La Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (LORCPM) se ha establecido como el marco normativo que busca prevenir, corregir y sancionar los abusos derivados del poder de mercado.

En este contexto se explorarán las barreras económicas, legales, tecnológicas que pueden dificultar la entrada de nuevos competidores a los mercados, además de contribuir al debate sobre la importancia de la participación de la empresa privada en las contrataciones públicas, además del aporte efectivo que el Estado le debe a la pequeña y mediana Empresa.

Este proyecto analiza las barreras económicas, legales y tecnológicas que limitan la entrada de nuevas empresas al mercado, como la falta de transparencia en las contrataciones públicas, afectando la competencia y favoreciendo a actores ya establecidos que podrían ejercer poder monopolista, además de enfocarse en analizar las alternativas aplicables en beneficio de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) con la participación efectiva del Estado

El análisis relacionado con la internalización de los mercados nacionales. Finalmente, se plantea la necesidad de desarrollar políticas más efectivas que no solo protejan a los consumidores, sino también promuevan un ambiente de libre competencia que incentive la participación, innovación, el desarrollo económico sostenible con la protección de medio ambiente.

Entender y estudiar las prácticas monopólicas y demás problemas que afectan el sistema económico-empresarial en el Estado Ecuatoriano es crucial para afrontar los retos que enfrenta la política económica y legal del país. Una investigación detallada sobre estas prácticas permitirá el desarrollo de políticas efectivas que no solo protejan a los consumidores, sino que también promuevan un ambiente de libre competencia, fomentando la innovación y mejorando la calidad de vida de la población. La regulación adecuada de la competencia es,

por tanto, esencial para garantizar que todos los actores económicos tengan las mismas oportunidades dentro del mercado.

Objetivo General: Analizar el estado actual del derecho de competencia, la participación de la pequeña industria en las contrataciones públicas con especial énfasis en la protección y financiamiento de la industria local y evaluar la efectividad de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (LORCPM) en la prevención de prácticas monopólicas.

Objetivos Específicos: Examinar los antecedentes históricos, la regulación de la competencia. Es importante la participación del Estado para crear las vías y brindar alternativas necesarias para el funcionamiento y desarrollo de la pequeña industria como los alivios financieros.

Hipótesis: Se postula que, a pesar de la existencia de la LORCPM, las prácticas monopólicas en el mercado ecuatoriano persisten debido a deficiencias en la implementación y supervisión de la legislación y la falta de un compromiso claro por parte de las instituciones responsables de su aplicación. Por lo tanto, es necesario reforzar los mecanismos regulativos para fomentar una mayor colaboración entre el Estado y el sector privado y poder garantizar una competencia efectiva.

Este trabajo no solo busca ofrecer un diagnóstico detallado sobre la situación actual del derecho de competencia en Ecuador, sino también contribuir al debate académico y político sobre la necesidad de una regulación, para fomentar un entorno económico saludable. La protección efectiva hacia las Pymes es clave para asegurar el desarrollo sostenible de la industria nacional.

CAPITULO I

1.1. Antecedentes históricos del Derecho de Competencia en el Estado Ecuatoriano

En el ámbito de la Unión Europea, el derecho de competencia se origina con el Tratado de Roma de 1957, documento fundamental para la integración económica, la creación de un mercado común y la implementación de políticas de competencia enfocadas en profundizar la integración económica, los Arts. 101 y 102 del (Tratado de fundamento de la Unión Europea) Según Miranda y Gutiérrez (2007), este tratado aseguró que la competencia no fuese falseada dentro de los sectores estratégicos, destacando la prohibición de acuerdos que restrinjan la competencia, facilitando el ingreso de factores comerciales y eliminando barreras de entrada, (pág. 231).

En el año de 1883 se lleva a cabo la firma del convenio de París, en el que se establece que los estados deben brindar protección a la competencia leal, el convenio señala otras actividades prohibidas como la confusión en los productos, actividad comercial o industrial del competidor, las falsedades en contra del competidor o inducir al público al error sobre los productos de la parte contraria, entre otros.

Por otra parte el Derecho de Competencia en Ecuador ha evolucionado gradualmente a lo largo del tiempo, influenciado por el desarrollo económico, la apertura comercial y la necesidad de regular el comportamiento de los agentes económicos, con la inexistencia de una legislación específica sobre competencia el estado operaba bajo un esquema de economía cerrada y proteccionismo estatal, luego por los siglos XX, el Estado ya regulaba la economía mediante controles de precios, subsidios y monopolios estatales en sectores estratégicos como telecomunicaciones, energía y petróleo; en la Constitución de 1998 existe un primer reconocimiento del Derecho de Competencia con la necesidad de un mercado más abierto y regulado, incorporando principios de libre competencia y prohibición de prácticas monopólicas en ciertos sectores.

En la Constitución del 2008 establece un Modelo de Economía Social y Solidaria, donde el Estado tiene un rol activo en la regulación de mercados; y en

el año 2011 se promulga la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (LORCPM) Esta ley Crea la Superintendencia de Control del Poder de Mercado (SCPM) Institución encargada de supervisar y sancionar conductas anticompetitivas como los abusos de posición de dominio, acuerdos colusorios y concentraciones económicas que limiten la competencia.

1.2. El Derecho de competencia en Ecuador

Según Correa (2019) el Estado desempeña un papel fundamental en la creación y regulación de las normas jurídicas y controlar la actividad económica del país, además impulsa y protege el buen funcionamiento de los mercados, implementa políticas de libre competencia con el fin de negar la posibilidad de formación de monopolios, abuso de poder de mercado y propender al fomento y desarrollo empresarial etc. (pág. 05)

De tal manera que la libertad de empresa establecida como un derecho económico que ha venido fortaleciéndose por los diferentes cambios desde los siglos xx hasta la llegada de la globalización, basándose en un derecho económico internacional que busca regular los mercados con leyes y tratados, que al ser analizados minuciosamente nos encontramos con un derecho establecido para competir: que es la facultad que se atribuye a las personas para emprender sin ningún obstáculo en cualquier actividad comercial de forma lícita y respetando el medio ambiente. (pág. 06)

Como es expuesto por Danilo Silva, quien es Superintendente del Poder de Mercado (2024) Cuando la competencia en el mercado aumenta, los consumidores se benefician, ya que la mayor oferta de opciones obliga a las empresas a disminuir sus precios y a innovar en la mejora de sus productos. Este fenómeno no solo favorece a los consumidores, sino que también fomenta un incremento en la productividad y en el crecimiento económico, al incentivar a las empresas a optimizar sus pro recursos, a diferenciarse en un entorno más competitivo. (pág. 29)

¿Qué es el derecho de competencia?, son normas y principios jurídicos diseñados para promover y proteger la libre competencia entre los agentes económicos, su objetivo es garantizar un entorno económico equitativo, que fomente la innovación la protección a los consumidores y promueva el desarrollo

económico sostenible, este Derecho se manifiesta en la norma, las reglas, los principios jurídicos y políticas que ayudan a que las empresas compitan de manera justa.

Para Gómez (2024). La competencia se define como la relación entre varias empresas que ofrecen bienes o servicios similares a un grupo de consumidores. Este proceso competitivo implica una rivalidad constante entre las empresas para captar la preferencia de los consumidores en un mercado determinado, que puede abarcar desde una zona comercial local hasta el ámbito internacional. La competencia es esencial para la dinámica del mercado, ya que impulsa a las empresas a mejorar sus ofertas y a ser más eficientes. (pág. 51)

La competencia obliga a la empresa a adaptarse al mercado, fomenta la innovación, la reducción de costos y la asignación óptima de recursos. Esta dinámica competitiva, al garantizar que se produzcan los bienes y servicios más demandados al menor costo posible, se convierte en sí misma en un bien jurídico que debe ser protegido. Es por ello que resulta crucial prevenir prácticas que restrinjan la competencia, como los monopolios, cárteles y promover políticas que fomenten un entorno empresarial competitivo y dinámico.

De igual forma Guillem (2017) afirma que el derecho de la competencia es una rama del derecho económico que se encarga de brindar libertad a todas las personas, sean naturales o jurídicas para ejercer actos de comercio, prohibiendo posiciones dominantes, conductas restrictivas como la competencia desleal y el abuso de poder. (pág. 168) Es así que por un lado está la libre competencia económica, donde cualquier persona está en su total derecho de entrar o salir del mercado, de ejercer actos de comercio como oferente o como consumidor, no existe posibilidad de que el que este dentro del mercado pueda interferir en el acceso a un emprendedor.

¿Cuál es el rol del empresario industrial en el libre mercado? es generar riqueza, pero no solo para sí mismo sino para contribuir con mejoras al nivel de vida de la población, a través de la inversión de la producción y así poder brindar empleo digno a la población, he aquí la figura del empresario que: solo se la puede comprender bajo el supuesto de libertad a la hora de contratar, fijar precios y por supuesto saber tomar las decisiones oportunas cuando se tiene la iniciativa.

Los empresarios permiten que los mercados se puedan equilibrar por si solos, cumpliendo con la oferta para cubrir la demanda de los consumidores, en este juego las empresas más competitivas, las que obtienen resultados son las que sobreviven; ¿qué significa? Que son las empresas con altos estándares de Compliance, es decir que cumplen con las normas, y que tengan capital para invertir y estén en constante innovación.

Del análisis del Artículo 283, 284 relacionado con la política económica y el 304 relacionado con la política comercial, establecidos en Constitución de la República del Ecuador (CRE) se desprende que el objetivo del Estado es promover la participación de las empresas y en especial brindar las garantías necesarias a la producción nacional, a la pequeña industria (Pymes) para poder encontrar la vía del crecimiento, el desarrollo sostenible en el tiempo, para esto se debe contar con la participación de los dos sectores; Estado y Empresa, mediante una combinación de estrategias.

1.2.1. Optimización de Recursos de parte de la Empresa

Realizar un análisis exhaustivo de los recursos disponibles (materiales, equipos, personal) para identificar áreas de mejoras, Invertir en capacitación del personal para mejorar sus habilidades y conocimientos en el uso de los recursos y herramientas disponibles, implementar cambios, estar en constante innovación.

Mantenimiento preventivo para los equipos y maquinarias, asegurando su funcionamiento óptimo y prolongando su vida útil, así como la adopción de Tecnologías Apropriadas como software de gestión empresarial sencillas como estrategias de marketing digital de bajo costo, como redes sociales y correo electrónico, para promocionar productos o servicios y llegar a un público más amplio.

1.2.2. Financiamiento y apoyo por parte del gobierno

Explorar programas de apoyo y financiamiento ofrecidos por el gobierno para pequeñas y medianas empresas (PYMES) que buscan mejorar su productividad con opciones de crédito y financiamiento en instituciones financieras que ofrezcan condiciones favorables para empresas con bajos recursos.

Buscar asesoramiento y mentorías de expertos en gestión empresarial y productividad para identificar áreas de mejora y recibir orientación en la implementación de estrategias como conocer a fondo las necesidades y expectativas de los clientes para ofrecer productos y servicios que satisfagan sus demandas de manera eficiente, además de priorizar la calidad en servicio al cliente y considerarle como el corazón de la Empresa, es un aliado indirecto generando recomendaciones para el crecimiento del negocio.

a medida que las empresas hacen esfuerzos para desempeñarse mejor, por captar la atención del usuario, dentro del escenario competitivo y para controlar los actos salidos de contexto existe una normativa que fija los parámetros en los cuales una empresa puede desenvolverse para mantener esa competencia leal, lo que previene prácticas anticompetitivas, como los acuerdos colusorios y el abuso de posición dominante, que pueden distorsionar la libre competencia. Este enfoque no solo incentiva la innovación y mejora de productos y servicios, sino que también contribuye a una asignación más eficiente de los recursos, impulsando el crecimiento económico en el entorno.

¿Cuál es el fundamento de la libre competencia? es la libertad de elección que tiene el consumidor para elegir qué y donde comprar; por su parte el vendedor decidir lo que venderá, donde y como lo venderá, en teoría la libre competencia permite el equilibrio del mercado, lo que conocemos como un mercado competitivo, sin embargo, es necesario contar con normas que regulen el acto de competir como tal, para evitar perjuicios a la sociedad.

la personalización de los servicios: es una estrategia clave que las empresas utilizan para ofrecer una experiencia más ajustada a las preferencias y expectativas individuales de los consumidores, permitiéndole a las empresas diferenciarse de sus competidores y crear una conexión más estrecha con sus clientes, en este sentido se pueden observar distintas percepciones dentro de las instituciones en relación con la información, la cual se valora como un activo fundamental para impulsar el desarrollo y fortalecer las capacidades competitivas. (pág. 09)

En el ámbito económico y organizativo, la competencia es un proceso en el que empresas o entidades compiten entre sí para atraer a los consumidores,

ofreciendo mejores productos, servicios, precios o innovación. Como explyan Medina, de la Garza & Jiménez (2011) Este periodo está marcado por elementos esenciales como la globalización: la cual se perfila como un proceso donde las empresas, productos, servicios e incluso capitales, trascienden las fronteras nacionales y se integran en un mercado global, donde la competencia no se limita a actores locales o nacionales, sino que involucra a empresas de todo el mundo.

Esta era posindustrial contemporánea se distingue por un giro hacia la gestión del conocimiento y la información como los principales motores del desarrollo económico y social que ha traído consigo una transformación profunda en las estructuras económicas que además de centrarse en la producción de bienes materiales también se ha desplazado hacia la creación, manejo y circulación de conocimiento. Las empresas y las economías hoy en día no solo dependen de recursos físicos o manufacturados, sino también de la capacidad para gestionar y aprovechar la información y el conocimiento.

Las habilidades y la creatividad de los individuos, se ha convertido en uno de los activos más valiosos. La globalización digital, el acceso a la información en tiempo real a través de la tecnología, internet y las redes sociales ha democratizado el conocimiento y permitido una conectividad global sin precedentes. Las fronteras geográficas y económicas se han difuminado, facilitando el intercambio y la colaboración internacional. Este fenómeno ha generado una nueva dinámica social y económica, donde el conocimiento fluye rápidamente y la innovación se ha convertido en un motor fundamental para el crecimiento y el progreso.

La era posindustrial también ha traído consigo una transformación en las demandas laborales; Las profesiones más demandadas están relacionadas con la creación y el análisis de datos, la programación, la ingeniería, la investigación científica y la gestión empresarial, los desconectados de la digitalización y la innovación corren el riesgo de quedar atrás en un mundo cada vez más interconectado y dependiente de las tecnologías emergentes, las empresas utilizan grandes volúmenes de datos para predecir comportamientos de los

consumidores, personalizar productos y servicios, y mejorar la eficiencia operativa.

En el ámbito empresarial, se debe dar importancia a la identidad y la imagen corporativa es crucial. Según Fontes et al. (2016), las empresas que buscan trascender y establecer relaciones comerciales positivas con su público consumidor invierten en construir su propia imagen corporativa, lo que les permite diferenciarse en un mercado competitivo (Fontes et al., 2016, p. 55). La identidad corporativa se desarrolla a través del comportamiento, la comunicación y el simbolismo, elementos que juntos forman el carácter único de la empresa, fundamental para su éxito y percepción pública.

1.3. Características del Derecho de Competencia

De conformidad con la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder del Mercado (LORCPM) en concordancia con la constitución de la República del Ecuador (CRE) sus principales características son las siguientes:

Libertad de Competencia: De acuerdo con el Artículo 1 de la (LORCPM). La Ley establece la libre participación de las empresas en el mercado, sin restricciones anticompetitivas que puedan limitar el número de participantes o distorsionar la competencia. (2011) este principio resalta la importancia de un mercado justo y abierto, promoviendo la eficiencia económica y el beneficio para los consumidores.

Prohibición de Prácticas Anticompetitivas: También prescribe el Artículo 1 de la (LORCPM). La ley prohíbe una serie de prácticas consideradas perjudiciales para la competencia, como los acuerdos colusorios entre empresas para fijar precios, dividir mercados o limitar la producción. (2011)

Protección de la Competencia: Tipifica de igual manera el Artículo 1 de la (LORCPM). Se busca proteger la competencia frente a cualquier acción o conducta que pueda limitar o distorsionar la competitividad. (2011)

Sanciones: Como indica el Artículo 7 de la (LORCPM). Se establece sanciones para las empresas que infrinjan sus disposiciones, incluyendo multas económicas y otras medidas correctivas. (2011) Las sanciones económicas y

medidas correctivas son necesarias para disuadir conductas anticompetitivas y reparar el daño causado. Su aplicación efectiva refuerza la confianza en el sistema y garantiza la integridad del mercado.

Transparencia: Esta señalado en el Artículo 5 de la (LORCPM). Se promueve la transparencia en los mercados, lo que permite a los consumidores tomar decisiones informadas y a las autoridades de competencia monitorear el comportamiento de las empresas. (2011) La transparencia en los mercados es crucial para equilibrar el poder entre consumidores y empresas, promoviendo decisiones informadas y confianza. Además, facilita a las autoridades detectar irregularidades y prevenir prácticas anticompetitivas.

Eficiencia Económica: Como esta detallado en el Artículo 4 de la (LORCPM). La competencia fomenta la eficiencia económica al incentivar a las demás empresas a innovar, a mejorar la calidad de sus productos y servicios, y reducir los costos. (2011)

Bienestar del Consumidor: Esta señalado en el Artículo 2 de la (LORCPM). La competencia beneficia a los consumidores al ofrecer una mayor variedad de productos y servicios a precios más competitivos. (2011) La competencia es un pilar clave para el bienestar del consumidor, ya que amplía las opciones disponibles y reduce los costos, permitiendo un acceso más equitativo a bienes y servicios.

1.4. Efectos de la Competencia en Ecuador

Robert H. Bork (1978) argumenta que, aunque la competencia tiene muchos beneficios, también puede tener efectos negativos. Por ejemplo, el éxito de grandes empresas puede llevar a la ruina a pequeños competidores, es por esto que no solo se debe proteger a los consumidores, sino también al proceso competitivo, además del fortalecimiento del sector económico más vulnerable como son las pequeñas y medianas empresa (Pymes).

1.4.1. Efectos positivos de la competencia

La competencia en el mercado genera múltiples beneficios para los consumidores, entre ellos, precios más bajos, una mayor variedad de productos y servicios, así como una mejora en la calidad de los mismos. Además, incentiva

a las empresas a ofrecer una excelente atención al cliente y a garantizar un mayor poder de elección para los consumidores, permitiéndoles acceder a opciones que se ajusten mejor a sus necesidades y preferencias.

Por otro lado, la competencia impulsa a las empresas a mantenerse en constante innovación, desarrollando nuevas estrategias y tecnologías para destacar en el mercado. Asimismo, promueve una mayor eficiencia en la utilización de sus recursos, lo que les permite minimizar costos y optimizar sus procesos productivos, contribuyendo con un entorno económico más dinámico y sostenible.

Mayor dinamismo: La competencia introduce un mayor dinamismo en el mercado, ya que las empresas están constantemente buscando nuevas oportunidades y estrategias para superar a sus competidores. Estimula el crecimiento económico: Al promover la innovación, la eficiencia y la productividad, la competencia puede ser un motor importante para el crecimiento económico de un país.

1.4.2. Efectos negativos de la competencia

Uno de los principales efectos negativos de la competencia es la reducción de precios, que, si bien beneficia a los consumidores, puede perjudicar a algunas empresas al disminuir sus márgenes de ganancia. Esto puede llevar a algunas empresas a adoptar estrategias agresivas para mantenerse en el mercado, como reducir costos a expensas de minimizar sueldos o de las condiciones laborales de sus empleados.

Otro efecto negativo de la competencia es el aumento de la presión publicitaria. Las empresas pueden verse obligadas a invertir grandes sumas de dinero en publicidad y marketing para destacar entre sus competidores, lo que puede generar un aumento en los costos y, en última instancia, trasladarse a los consumidores a través de precios más altos.

En algunos casos, la competencia puede llevar a prácticas desleales por parte de las empresas, como el dumping (vender productos por debajo de su costo de producción) o la colusión (acuerdos secretos entre empresas para fijar precios o

repartirse el mercado). Estas prácticas perjudican a los consumidores y a las empresas que no participan en ellas.

La competencia también puede generar una concentración del mercado en manos de unas pocas empresas grandes, causando muchas dificultades a las empresas más pequeñas para competir hasta llegar al punto de cerrar o ser adquiridas por las empresas poderosas.

En este sentido el gobierno debe crear líneas de acceso a financiamiento y crédito, Creación de fondos de inversión y líneas de crédito con tasas de interés preferenciales, incentivos para la banca privada para que otorgue préstamos accesibles a las Pymes, reducción de cargas tributarias y simplificación de trámites para nuevas empresas en sus primeros años de operación.

Incluir capacitación y asistencia técnica, la creación de programas de formación empresarial en gestión, marketing, finanzas y digitalización, brindar asistencia técnica gratuita o de bajo costo para mejorar la competitividad de las Pymes, Apoyo en la adopción de nuevas tecnologías y comercio electrónico, garantizar que un porcentaje de las compras del Estado se destinen a productos y servicios de las Pymes.

Promover la participación de pequeñas empresas en licitaciones públicas con condiciones más flexibles, apoyo con capital de inicio con carácter no reembolsable Programas de incentivo para la formalización de microempresas con beneficios iniciales, reducción de costos de afiliación al seguro social o facilidades de pago para pequeños negocios, el estado debe buscar la forma de crear acuerdos comerciales para el fomento de la internacionalización y exportaciones, creando programas de apoyo para la exportación de productos de las Pymes, brindar asesorías para cumplir con normativas internacionales y certificaciones de calidad.

Estas eficiencias contribuyen al desarrollo bienestar de la economía. Los consumidores, quienes, al decidir qué empresas tienen éxito en el mercado, actúan como jueces del proceso competitivo. (pág. 74) Por lo que definimos a la política de competencia como un conjunto de reglas y normas que los gobiernos implementan para garantizar que los mercados funcionen de manera justa y

eficiente. Su objetivo principal es proteger a los consumidores, fomentar la innovación y promover el crecimiento económico al prevenir prácticas comerciales desleales y anticompetitivas.

Es importante la política de competencia porque brinda protección al consumidor: Evita que las empresas abusen de su posición dominante para fijar precios excesivos o reducir la calidad de los productos y servicios, Incentiva a las empresas a desarrollar nuevos productos y servicios, ya que un mercado competitivo obliga a las empresas a ser más eficientes y creativas, promueve la eficiencia económica al asignar recursos de manera más eficiente.

Con la aplicación de la política de competencia se evitan los acuerdos colusorios, donde dos o más empresas se ponen de acuerdo para fijar precios, dividir mercados o limitar la producción, de la misma forma los abusos de posición dominante, cuando una empresa con una posición de poder en el mercado utiliza esa posición para perjudicar a sus competidores o a los consumidores, las concentraciones económicas, cuando dos o más empresas se fusionan o adquieren el control de otras, lo que puede reducir la competencia en el mercado.

Para aplicar la política de competencia los gobiernos suelen establecer autoridades encargadas de investigar posibles infracciones, así mismo analizar denuncias y realizar investigaciones de mercado para detectar prácticas anticompetitivas, y en ese sentido establecer las respectivas sanciones a las empresas infractoras, que van desde la prohibición de ciertas prácticas, multas, ordenar la venta de activos. Las empresas deben conocer y cumplir las normas de competencia para evitar sanciones y proteger su reputación, una política de competencia efectiva puede generar un entorno de crecimiento empresarial más justo y transparente, lo que beneficia a todas las empresas a largo plazo, implementar programas de educación y sensibilización sobre la competencia, así como fomentar la competencia en sectores específicos.

1.5. Las leyes relacionadas con el derecho de Competencia

La Constitución de la República del Ecuador, en su artículo 284, reconoce la importancia del mercado y la necesidad imperante de la competencia. Esta disposición subraya que la libertad de competir es parte integral de la libertad de

emprender, y destaca el Derecho de la Competencia como esencial para mantener un mercado ordenado y justo. Esta normativa busca equilibrar la libertad empresarial con la protección de los consumidores y asegurar una operación de mercado eficiente y justa, lo que se traduce en un entorno económico equilibrado que fomenta el desarrollo sostenible, la participación y la innovación, permitiendo que todos los agentes económicos tengan igualdad de oportunidades (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Junto con la Constitución, la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado y otras normativas conforman el marco jurídico que brinda protección y reconoce derechos tanto a proveedores como a consumidores. Este marco legal actúa en contra de la concentración económica excesiva, con el objetivo de evitar prácticas monopólicas y oligopólicas que contravengan el interés general, buscando siempre promover mercados eficientes. Las normas estipulan el derecho a desarrollar lícitamente diversas actividades económicas y la libre concurrencia de operadores económicos, además de condenar prácticas que restrinjan la libre competencia, y establecen mecanismos de control de calidad y procedimientos de defensa, con las respectivas sanciones por vulneraciones y compensaciones por daños (Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, 2011).

El artículo 304 de la Constitución del Ecuador establece los objetivos de la política comercial del país: desarrollar y fortalecer los mercados internos y ejecutar acciones para una inserción estratégica en la economía mundial. Se menciona la necesidad de fortalecer el aparato productivo y la producción nacional, especialmente en sectores estratégicos como la agricultura, la industria y la tecnología, con el fin de reducir la dependencia de importaciones y aumentar la competitividad de los productos ecuatorianos en el mercado internacional (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Para fortalecer el aparato productivo, el Estado puede implementar políticas como subsidios, incentivos fiscales, créditos preferenciales y regulaciones arancelarias que protejan a los productores nacionales frente a la competencia extranjera. Esto ayuda a evitar el desplazamiento de empresas locales por productos importados más baratos y fomenta una economía diversificada y

menos dependiente de sectores tradicionales como el petróleo y la exportación de materias primas.

La Superintendencia de Competencia Económica mediante reporte virtual expone que: Las resoluciones que emita la Súper Intendencia de Competencia Económica de conformidad con sus competencias. cuenta con autoridades que protegen la libre competencia, el control de los mercados, las políticas de competencia, y las reglas previas de control. La regulación de los mercados le corresponde a la Función Ejecutiva, a través de la Junta de Regulación del Poder de Mercado y los reguladores sectoriales que son (M A) en el ámbito agrícola, (M S) en el ámbito sanitario y la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones ARCT entre otros. (2024)

1.6. La Libertad de Empresa y el Derecho de la Competencia en el marco de la Contratación Pública de Ecuador

El Estado se reserva el derecho de administrar, regular, controlar y gestionar los sectores estratégicos, de conformidad con los principios de sostenibilidad ambiental, precaución, prevención y eficiencia, estos sectores son los que por su magnitud cuentan con gran influencia económica, social, política o ambiental, y deberán orientarse al pleno desarrollo de los derechos y al interés social.

Se consideran, a la energía en todas sus formas, las telecomunicaciones, los recursos naturales no renovables, el transporte y la refinación de hidrocarburos, la biodiversidad y el patrimonio genético, el espectro radioeléctrico, el agua, y los demás que determine la ley, del análisis relacionado a la Libertad de Empresa se desprende que el Derecho de la Competencia y la Contratación Pública en Ecuador, el Estado es el principal contratante en el país, administra la contratación pública representando una parte significativa del presupuesto general del Estado.

Baldeon (2014). reconoció que la Libertad de Empresa como un derecho constitucional, aplicaría solo para empresas del sector privado, no para el sector público, en este caso la Corte Constitucional si la reconoce como un derecho fundamental. Este reconocimiento implica que, a pesar de su ausencia textual, la libertad de empresas forma parte de la vida jurídica del país y está protegida por los mecanismos constitucionales. (pág. 130) La no inclusión de la Libertad

de Empresa y el Derecho de Libre Competencia en la Constitución contratación pública refleja una tendencia del Estado ecuatoriano a priorizar la intervención pública en la economía, esto se traduce en un enfoque que favorece la participación de ciertas empresas, lo que podría limitar la libertad de acción de los actores del sector privado y de la ciudadanía en su conjunto.

La Contratación Pública como una herramienta del estado debe contribuir a objetivos más amplios, como el desarrollo económico y social del país, esto incluye la priorización de proveedores nacionales, especialmente micro y pequeñas empresas. Con estas acciones afirmativas se contribuye al fortalecimiento y el desarrollo local y así reducir las desigualdades sociales. Está a la vista que el Estado, como principal contratante, tiene la capacidad de influir en el mercado y de acuerdo a las políticas de contratación puede favorecer a ciertos proveedores, lo que genera demasiado ruido con los principios de competencia y libertad de empresa, además de caer en prácticas corruptas como los acuerdos colusorios y restrictivos hacia la competencia.

Se aborda la problemática de las prácticas colusorias, donde los proveedores pueden llegar a acuerdos para fijar precios, limitar la oferta o dividir mercados. Estas prácticas preocupan en gran manera, en el contexto de la contratación pública, ya que pueden resultar en sobrepagos y en la reducción de la calidad de los bienes y servicios adquiridos por el Estado. El autor propone recomendaciones en la contratación en los sectores estratégicos y públicos para equilibrar la necesidad de apoyar a la economía local con la finalidad de mantener un entorno competitivo que beneficie a todos los actores del mercado.

1:) Revisión del Marco Normativo. establecer una revisión a las leyes y regulaciones que son las que nos dan las bases para el control de prácticas anticompetitivas y el abuso de poder de mercado, esto incluye la Constitución de la república, Art, 313 y la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, la cual es creada para prevenir y sancionar conductas que puedan distorsionar la competencia; la contratación pública, al ser un área donde el Estado actúa como principal comprador, puede ser susceptible a distorsiones de competencia. Se analizan casos en los que la contratación pública ha sido

utilizada de manera que favorece a ciertos proveedores, lo que puede generar prácticas colusorias o abusos de poder.

2:) Establecer mecanismos de supervisión y control, para garantizar que las prácticas de contratación pública se realicen de manera justa y competitiva. Esto incluye la función de entidades reguladoras y la importancia de la transparencia en los procesos de contratación, una supervisión efectiva es crucial para prevenir abusos y asegurar que los recursos públicos se utilicen de manera eficiente.

3:) Fortalecer las capacidades de las entidades reguladoras, mejorar la formación de los funcionarios encargados de la supervisión y fomentar una cultura de cumplimiento normativo entre los proveedores, identificar las restricciones a la competencia que pueden surgir en el ámbito de la contratación pública, se analizan tanto las restricciones legales como las prácticas que pueden limitar la participación de proveedores en los procesos de contratación, afectando así la competencia y la eficiencia del uso de recursos públicos.

4:) Establecer procedimientos claros y transparentes, fomentar la participación de un mayor número de proveedores y garantizar que las decisiones de adjudicación se basen en la transparencia, en criterios objetivos y no discriminatorios y seguir trabajando en la mejora de estos procesos.

1.7. El Mercado relevante en Ecuador

En el ámbito de la legislación ecuatoriana, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado tiene la función de definir el mercado relevante para cada caso específico, considerado como el espacio económico donde empresas que ofrecen productos o servicios similares compiten entre sí, y donde los consumidores tienen la capacidad de elegir entre estas alternativas. Según la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (LORCPM), el mercado relevante es crucial para determinar dónde una empresa puede ejercer poder de mercado y afectar las condiciones de competencia.

Para identificar el mercado relevante, la Superintendencia considera la región geográfica del mercado, el producto o servicio involucrado, y las características de los grupos específicos de vendedores y compradores que interactúan en él.

Esta ley establece un marco jurídico sólido para asegurar la competencia y proteger a los consumidores de prácticas anticompetitivas.

La determinación del mercado relevante permite identificar a los competidores directos de una empresa, evaluar su participación y poder en el mercado, y diseñar políticas de competencia efectivas. Por ejemplo, la popularidad de una marca o modelo específico en una tienda puede hacer que dicha tienda sea parte del mercado relevante para ese producto, lo cual incluye a todas las empresas que ofrecen productos o servicios sustituibles entre sí.

Fernández, Martínez, y Ngono (2019) señalan la importancia de que las organizaciones planifiquen estratégicamente para mantenerse competitivas. Los directores deben estar alineados con las tendencias del mercado y las demandas de los consumidores, adoptando una mentalidad abierta a la innovación y la planificación estratégica para asegurar el éxito organizacional (Fernández, Martínez, & Ngono, 2019).

El mercado y las necesidades de los consumidores están en constante evolución, y el éxito de las empresas depende de su capacidad para definir estrategias efectivas, innovar y planificar adecuadamente. Ser competitivo implica mantener un estándar de aceptación dentro del mercado, lo cual se mide por la capacidad de una empresa para satisfacer a sus clientes. La competitividad requiere un marco de referencia claro, establecido a través de la misión y visión de la organización, y un plan de acción que se enfoque en mantener o aumentar sus ventajas competitivas.

En la actualidad, la competitividad y la innovación son diferenciadores clave entre las organizaciones exitosas y las que no lo son. Los cambios en los mercados globales requieren que la planificación estratégica sea una herramienta crucial para mitigar riesgos y adaptarse a nuevas necesidades de los clientes. Esto permite a las organizaciones definir su misión, objetivos y estrategias de asignación de recursos para alcanzar sus metas.

En resumen, la gestión del mercado relevante y la competencia en Ecuador es una tarea compleja que involucra múltiples factores, desde la determinación geográfica y de producto hasta la adaptación a las dinámicas de cambio y la



planificación estratégica. La normativa ecuatoriana busca controlar la concentración económica y promover un entorno de competencia leal, crucial para el acceso equitativo al mercado por parte de todos los actores económicos.

CAPÍTULO II

2.1. Prevención de las Prácticas Monopólicas en el Mercado Ecuatoriano.

En el Estado ecuatoriano las regulaciones de las prácticas monopólicas se encuentran bajo el amparo de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (LORCPM), promulgada en 2011. El objetivo principal de esta ley es prevenir, corregir y sancionar los abusos derivados del poder de mercado, incluyendo las prácticas anticompetitivas y otras conductas que puedan perjudicar el adecuado funcionamiento del mercado. La legislación busca promover un entorno económico equitativo y competitivo, asegurando que la actividad comercial sea amparada bajo la ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (LORCPM), se busca promover la libre competencia y proteger los derechos de los consumidores, fomentando un entorno económico más equitativo y saludable.

su Propósito es Promover la competencia: Garantizar que las empresas compitan en igualdad de condiciones, evitando prácticas desleales o monopólicas. Evitar abusos de poder de mercado: Prevenir que empresas adopten posición dominante, que no realicen acciones que perjudiquen a competidores y consumidores y a su vez a la actividad comercial, para no afectar la economía en general.

La Ley prohíbe las concentraciones económicas y supervisa, impide fusiones o adquisiciones que puedan generar concentración excesiva en el mercado y afectar la competencia, para ello se establecen sanciones a prácticas anticompetitivas, castiga acuerdos colusorios, abuso de posición dominante y cualquier conducta que restrinja la competencia, para equilibrar las relaciones económicas entre las empresas y proteger el bienestar social al garantizar mercados más justos y competitivos.

2.2. El Poder de Mercado

El poder de mercado se define como la capacidad significativa de una empresa para influenciar el mercado, ya sea a través de su marca o su posición dominante. Este poder puede manifestarse en la capacidad de una empresa para actuar independientemente de competidores, consumidores y otros agentes económicos, lo cual puede conducir a una reducción en la diversidad de

productos y servicios, aumentos de precios y falta de innovación. La LORCPM establece medidas rigurosas para controlar y, en caso necesario, sancionar las fusiones o adquisiciones que puedan llevar a una concentración excesiva de mercado y distorsionar la competencia.

Influencia: La capacidad de alterar las condiciones del mercado.

Independencia: Puede actuar sin depender de otros agentes económicos.

Reducción de la competencia: Al limitar la entrada de nuevos competidores o eliminar a los existentes, el poder de mercado puede llevar a mercados menos competitivos, con menor variedad de productos y precios más altos.

La ley establece un régimen de control previo para las fusiones y adquisiciones que puedan generar o fortalecer una posición dominante en el mercado, en el caso de que se constate un abuso del poder de mercado, la Superintendencia puede imponer diversas medidas correctivas, como la obligación de vender activos, la imposición de multas, o la modificación de conductas.

En el caso de abuso de poder en situaciones de dependencia económica el artículo 10 de la LORCPM regula esta figura, donde empresas dominantes explotan la dependencia económica de proveedores que no cuentan con más alternativa equivalentes, son prácticas que obligan a los proveedores a depender exclusivamente de un comprador, convirtiéndose en un monopsonio.

En el plano internacional Zambrano, (2022) confirma que la Legislación ecuatoriana se alinea con estándares internacionales, como lo establecido por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y el Tribunal de la Comunidad Europea. Estas instituciones destacan la necesidad de prevenir prácticas que debiliten la competencia y favorezcan estructuras de mercado, erradicando las acciones monopólicas, oligopólicas y monopsonios. (pág. 30)

2.3. Monopolios

Según Izurieta (2013), un monopolio es una estructura de mercado donde una sola empresa o entidad controla totalmente la oferta de un bien o servicio, sin competencia significativa. Esto le otorga a la entidad monopolística un gran

poder para determinar precios, controlar la calidad del producto y establecer las condiciones del mercado. Además, se crean barreras que dificultan o impiden que nuevas empresas ingresen al mercado, asegurando que la empresa monopolista no tenga que compartir clientes y mantenga su exclusividad en el mercado. Estas barreras pueden ser económicas, legales y tecnológicas.

Las barreras de entrada son mecanismos diseñados para evitar que otras empresas entren al mercado y compitan en igualdad de condiciones. Cuando un monopolio está perfectamente establecido, los consumidores no tienen más alternativa que consumir los productos ofrecidos por el monopolista, dándole a este último el poder de manipular los precios, disminuir la calidad de los productos y, en algunos casos, ofrecer un servicio al cliente deficiente.

2.3.1. Características de un Monopolio

Único proveedor: La empresa monopolista domina el mercado sin competencia

Falta de Sustitutos Cercanos: No existen alternativas reales al producto o servicio ofrecido por el monopolio.

Altas Barreras de Entrada: Es extremadamente difícil o imposible para otras empresas ingresar al mercado debido a barreras legales, económicas o tecnológicas.

Poder de Fijación de Precios: El monopolista tiene la capacidad de determinar los precios sin restricciones de mercado.

Demanda Inelástica: Los consumidores, a menudo, no tienen más opción que aceptar las condiciones impuestas por el monopolista.

2.3.2. Tipos de Monopolio

Monopolio Natural: Se forma cuando una empresa posee un recurso único o un talento especial, como yacimientos de sal naturales o habilidades particulares, que naturalmente limitan la competencia.

Monopolio Diferenciado: Ocurre cuando las empresas ofrecen el mismo producto a diferentes precios a diversos consumidores, basándose en el conocimiento de las necesidades específicas del comprador o las condiciones de consumo.

Monopolio de Oferta: Se establece cuando una empresa domina la mayoría de un negocio y, por ende, controla la industria. Las demás empresas en el mercado siguen las condiciones impuestas por la empresa líder.

Monopolio Gubernamental: Es ejercido por el gobierno sobre ciertos bienes y servicios esenciales, como los servicios de transporte público, productos como el alcohol, el tabaco y el petróleo.

Además, se reconoce el concepto de monopsonio, donde hay un único comprador que domina el mercado, dictando los términos y condiciones a los proveedores.

En resumen, los monopolios y monopsonios presentan desafíos significativos para la competencia y la equidad en el mercado. La legislación y la regulación efectivas son cruciales para gestionar estas estructuras de mercado y asegurar que no perjudiquen el bienestar de los consumidores ni la salud económica general.

2.4. Oligopolios

Un oligopolio es una estructura de mercado en la que un grupo pequeño de empresas domina la oferta de un bien o servicio. Estas empresas tienen un control significativo sobre el mercado, pero a diferencia de un monopolio, hay cierta competencia entre ellas. Debido a que son pocas empresas, sus decisiones suelen estar interrelacionadas, esto significa que las acciones de una afecta directamente a las demás, Según Izurieta (2013),

2.3.2. Características de un Oligopolio:

Pocos Vendedores Principales: Aunque puede haber más empresas pequeñas en el mercado, un grupo reducido controla la mayor parte del mercado.

Productos Homogéneos o Diferenciados: Las empresas en un oligopolio pueden ofrecer productos que son similares entre sí o ligeramente diferenciados.

Interdependencia entre Empresas: Las decisiones sobre precios, producción y estrategias comerciales de una empresa tienen un impacto directo en sus competidores.

Altas Barreras de Entrada: Nuevas empresas encuentran difícil entrar al mercado debido a los altos costos y la lealtad de los consumidores hacia las marcas establecidas.

La competencia en un oligopolio no siempre se basa en precios; las empresas también pueden competir en publicidad, calidad, servicios adicionales o innovación. Por ejemplo, las aerolíneas en ciertas regiones pueden ser dominadas por un pequeño grupo de empresas que controlan el transporte aéreo, influyendo así en los precios y condiciones del mercado. Los grupos oligopólicos tienden a protegerse y colaborar entre sí, coordinando precios y asignando lugares estratégicos en el mercado. Según Izurieta (2013),

2.4.2. Tipos de Oligopolio:

Oligopolio de Demanda: Ocurre en empresas que mantienen una competencia limitada entre ellas, pero poseen poder de mercado significativo debido a la diversidad en la oferta de productos.

Oligopolio de Ofertas: Se forma cuando empresarios acuerdan concentrar su poder económico para competir contra empresas que no son parte de su grupo, como puede ser el caso de tiendas en un mismo centro comercial.

Oligopolio Mixto: Caracterizado por la concentración en algunos productos mientras que otros están más dispersos, como en las cooperativas de transporte que a veces intercambian servicios y usuarios manteniendo la exclusividad.

En resumen, los oligopolios representan una forma compleja de estructura de mercado que requiere una vigilancia y regulación constante para asegurar que no se socaven los principios de competencia justa y que se protejan los intereses de todos los actores del mercado, especialmente los consumidores.

En ocasiones la competencia no está basada en precios, las empresas suelen competir en publicidad, en calidad, servicios adicionales o innovación, un ejemplo es la organización de las aerolíneas que, en varias regiones, un grupo limitado controla el transporte aéreo, es decir, pueden influir sobre el precio de las mercancías compradas o vendidas, pero hasta cierto grado, puesto que son pocos vendedores todos tienen buenas salidas en sus productos, son

competitivos, los grupos oligopólicos, se protegen entre si y se colaboran entre ellos, se ponen de acuerdo en la fijación de precios, se asignan los lugares estratégicos del mercado, se caracterizan principalmente por ser pequeños grupos empresariales. (p. 34)

De entre ellos una empresa lidera el mercado y los demás grupos pequeños se allanan a las condiciones; para que exista un oligopolio son varias las condiciones, pero entre las que se destacan están:

Constantes relaciones entre ellos

No se restringen las participaciones o ventas, pero sí a un nuevo competidor que desean ingresar

Son más flexibles que en los monopolios.

2.5. Competencia Desleal

La competencia desleal es una actividad ilícita que llevan a cabo algunos empresarios o profesionales con el propósito explícito de perjudicar a sus competidores. Esta práctica se basa en la realización de actos deshonestos con la intención de asfixiar económica y comercialmente a la contraparte hasta lograr su eliminación del mercado, apropiándose así de su clientela y expandiendo su participación económica de manera indebida y de mala fe.

De acuerdo con la descripción de, la competencia desleal se manifiesta como una contienda entre agentes económicos que buscan ganar la aceptación del público mediante comportamientos inapropiados. Estos actos desleales no solo buscan fortalecer las estructuras comerciales de quien los practica, sino que también pueden llegar a desprestigiar y dañar significativamente la reputación de los competidores. Esta clase de prácticas es común en el entorno empresarial y está claramente marcada por un espíritu de mala fe.

Entre las prácticas específicas que constituyen la competencia desleal se incluyen: la manipulación de precios, tarifas, descuentos y tasas; la restricción o paralización de la producción, distribución o comercialización de bienes y servicios; la limitación en el desarrollo de nuevas tecnologías e inversiones; la discriminación en precios, condiciones o modalidades de negociación; y la

concertación de acciones destinadas a confundir o perjudicar a otros operadores económicos, incluyendo represalias o coacciones para que adopten conductas contrarias a su ética empresarial. Además, se extiende a la creación de barreras que impiden el acceso de nuevos agentes a los gremios o asociaciones empresariales, obstaculizando así su entrada y participación en el mercado

Estas acciones, al margen de la ética y la legalidad, socavan los principios de una competencia justa y transparente, que son esenciales para el desarrollo de un entorno comercial saludable y equitativo. La legislación vigente busca sancionar y erradicar estas conductas para proteger a los consumidores y asegurar una competencia leal entre empresas, lo cual es fundamental para el estímulo de la innovación y la mejora continua en la calidad de productos y servicios en el mercado.

Los objetivos de dichas empresas son fortalecer sus propias estructuras de negocios a través de actos desleales llegando hasta a desprestigiar ala pate contraria, estas prácticas son muy usuales entre empresas, configurándose la mala fe. (p. 36)

2.6. Las Barreras de Entrada en la Competencia Ecuatoriana

Las barreras de entrada son factores o impedimentos que dificultan o impiden que nuevas empresas ingresen en un mercado, compitiendo así con las ya establecidas. Estas barreras pueden ser económicas, regulatorias y tecnológicas, cada una afectando de manera diferente la dinámica del mercado y la capacidad de nuevos actores para integrarse eficazmente.

Barreras Económicas: Estas barreras emergen cuando los altos costos iniciales de inversión son prohibitivos para nuevos entrantes. La necesidad de un capital considerable para comenzar operaciones puede disuadir a pequeños empresarios y startups de entrar en mercados dominados por grandes corporaciones.

Barreras Regulatorias: Las normativas impuestas por autoridades pueden también restringir la entrada de nuevas empresas. Estas incluyen leyes y reglamentos que, aunque a menudo están diseñados para garantizar la calidad y seguridad en la industria, pueden ser tan restrictivas o costosas que impidan la

entrada de nuevos competidores. Además, las políticas industriales del Estado a veces favorecen a las empresas ya establecidas, manteniendo a nuevas entidades al margen.

Barreras Tecnológicas: Se refieren a los desafíos que enfrentan las nuevas empresas para acceder a tecnologías avanzadas o infraestructuras esenciales como la conectividad a Internet. Las empresas establecidas que ya poseen acceso a tecnologías avanzadas o infraestructuras pueden fortalecer su posición dominante, dejando a nuevas iniciativas en desventaja competitiva.

La Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (LORCPM) busca abordar estas problemáticas asegurando que no se abuse del poder de mercado y promoviendo un entorno competitivo justo. La Superintendencia de Control del Poder de Mercado (SCPM) juega un papel crucial en este contexto, pues tiene la autoridad y los recursos necesarios para supervisar los mercados, promover la competencia, y reducir las barreras de entrada facilitando así la creación de nuevas empresas.

Entre las estrategias para combatir estas barreras se incluyen la simplificación de trámites administrativos, la reducción de costos de inicio mediante incentivos financieros y capacitaciones, así como la educación al consumidor sobre sus derechos y las prácticas de mercado. La colaboración internacional y el intercambio de buenas prácticas también son fundamentales para asegurar que los acuerdos internacionales no promuevan concentraciones de mercado que puedan ser perjudiciales.

La legislación ecuatoriana, a través del artículo 56 de la LORCPM, establece procedimientos claros para investigar infracciones, incluidas las prácticas monopólicas, con medidas cautelares que pueden prevenir daños irreparables al mercado o a los consumidores durante una investigación. Estas provisiones son esenciales para mantener un mercado equitativo y competitivo, donde la transparencia en la contratación pública y la lucha contra las prácticas anticompetitivas sean la norma.

En resumen, una evaluación periódica de la normativa es crucial para adaptarse a los desafíos emergentes en materia de competencia, y la efectividad de la

LORCPM depende de su aplicación práctica y del soporte continuo y riguroso de la SCPM. La protección de la competencia y los derechos de las empresas investigadas deben equilibrarse para garantizar un proceso justo y transparente para todas las partes involucradas.

De igual forma educar al consumidor, a manejar información para identificar y denunciar prácticas anticompetitivas. Colaborar con otros países y organismos internacionales para intercambiar información y buenas prácticas en la prevención de monopolios. Asegurar que los acuerdos internacionales no fomenten concentraciones de mercado perjudiciales, aplicar sanciones significativas y contundente a los infractores; y por último y más importante; Que exista transparencia en la contratación pública sin ninguna clase de favoritismos, Garantizar que las licitaciones públicas sean transparentes y abiertas a la competencia.

CAPÍTULO III

3.1. Prevención de Monopolio y Oligopolios en los sectores Públicos y Privado

En Ecuador, la actividad empresarial dentro del ámbito comercial disfruta de una amplia libertad para contratar, comprar y vender. Esta libertad está regulada bajo el Código Orgánico de Regulación y Control del Poder de Mercado, establecido el 13 de octubre de 2011, que tiene como objetivo principal regular la economía para prevenir, corregir y controlar cualquier abuso de poder que pueda surgir en el entorno económico-social del país.

Para fortalecer la supervisión y regulación de las prácticas monopolísticas y oligopólicas en los mercados ecuatorianos, es esencial la implementación de estrategias que se apoyen en el marco legal establecido por la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado. Estas estrategias deben incluir aspectos regulatorios, económicos y sociales, diseñados para desincentivar la concentración excesiva de poder económico, particularmente dentro del sector público.

Las medidas clave a implementar deben enfocarse en promover la competencia y desmantelar cualquier estructura que permita el dominio de mercado por parte de unas pocas entidades, asegurando un mercado más equitativo y competitivo. Estas acciones son fundamentales para preservar un entorno de mercado saludable donde diversas empresas puedan competir en igualdad de condiciones, beneficiando tanto a la economía como a los consumidores finales.

En el mismo sentido prevenir los monopolios y oligopolios en el sector público es crucial para garantizar la competencia, la transparencia y la eficiencia en la prestación de servicios y el uso de recursos públicos, existen estrategias clave para evitar que estos fenómenos ocurran en este sector, ya que las autoridades de competencia y reguladores deben tener la capacidad de supervisar, controlar y sancionar prácticas anticompetitivas. Esto incluye detectar y prevenir concentraciones o fusiones que puedan limitar la competencia.

La creación de organismos independientes y con poder suficiente puede garantizar la supervisión de las prácticas del sector público y evitar la concentración de poder.

Promover la competencia a través de licitaciones y contrataciones públicas transparentes:

La implementación de procesos de licitación claros y transparentes para la contratación de servicios públicos o la compra de bienes puede evitar que un pequeño grupo de empresas se quede con la mayor parte de los contratos,

Las licitaciones deben ser accesibles para diversas empresas, garantizando que no haya barreras de entrada que favorezcan a unos pocos,

Cuando se detecta la formación de un monopolio o un oligopolio, se puede considerar la división del mercado o sector en varias partes para promover una mayor competencia.

La participación de la ciudadanía y las organizaciones de la sociedad civil en los procesos de toma de decisiones puede ayudar a evitar que grupos de poder influyan de manera desmedida en las políticas públicas.

Promover la rendición de cuentas y la transparencia también es fundamental para evitar el abuso de poder y los comportamientos anticompetitivos.

Evitar la concentración de poder político y económico:

Es importante que las políticas públicas no favorezcan la concentración de recursos o decisiones en unas pocas manos, ya que esto puede generar un entorno propicio para la creación de monopolios u oligopolios.

Un marco jurídico que limite las influencias políticas sobre las empresas públicas o privadas en sectores clave puede ayudar a prevenir este tipo de problemas.

Estimular la innovación y la entrada de nuevas empresas al sector público puede romper las estructuras monopolísticas u oligopólicas.

Promover políticas de descentralización y regionalización:

Descentralizar la toma de decisiones y la gestión de recursos puede permitir una mayor competencia entre actores de distintas regiones, reduciendo el poder de unos pocos.

3.2. Monopolios Públicos Y Privados

En Ecuador, es fundamental que el Estado trabaje en eliminar las barreras de entrada para permitir que individuos y empresas de menor tamaño puedan participar en contratos y servicios públicos. La burocracia, que a menudo actúa como el mayor obstáculo para la competencia y la innovación, contribuye a mantener monopolios estatales costosos e ineficientes. El gobierno debe esforzarse por revisar y eliminar el entramado de leyes, requisitos, reglamentos, y políticas burocráticas que perpetúan estos monopolios, disminuyen la calidad de los servicios públicos y dañan la economía, elevando costos y reduciendo la cantidad y calidad del empleo.

La competencia en el sector público está frecuentemente limitada, y sólo unas pocas empresas privadas, que forman un núcleo de monopolistas, participan en los contratos públicos. Este arreglo, a menudo conformado de manera ilícita, resulta en entidades ineficientes y corruptas. Las empresas o grupos empresariales capaces de participar encuentran numerosas barreras, lo cual frena las inversiones necesarias para el país.

Desafortunadamente, la política está profundamente entrelazada con estos monopolios, actuando como un intermediario entre los monopolistas y los legisladores o representantes estatales, quienes a través de sobornos y creando barreras inaccesibles, impiden la entrada de otras empresas que podrían ofrecer servicios valiosos a la comunidad y al estado. (Diario la hora, 2023)

El economista Alberto Acosta Burneo sugiere que, a pesar de las reformas en la Ley de Compañías, la hegemonía de ciertos grupos económicos en los mercados ecuatorianos probablemente no cambiará. Esta supremacía se ejerce sobre clases sociales menos poderosas y, aunque existen muchas empresas en el país, solo un 4% de ellas domina la actividad comercial, tanto en el sector público como en el privado, lo que genera una gran incertidumbre comercial y afecta negativamente los ingresos fiscales.

Danilo Vélez, del Instituto Ecuatoriano de Economía Política (IEEP), (cepal, 2023) apunta que Ecuador se sitúa por debajo del promedio mundial y continental en el Índice de Libertad Económica, reflejando desafíos estructurales significativos como la corrupción y la falta de liquidez que necesitan ser

abordados para mejorar el gasto público y evitar que la burocracia bloquee iniciativas gubernamentales.

El Estado debe facilitar la actividad económica y reducir la burocracia que impide la ejecución de programas gubernamentales. Esto incluye la digitalización de procesos y la implementación de plataformas en línea para que los ciudadanos puedan realizar trámites y acceder a servicios públicamente sin necesidad de interacciones presenciales, agilizando así los procedimientos y reduciendo los tiempos de espera.

Además, en el mercado ecuatoriano, algunas empresas del sector privado, como Claro Ecuador, Grupo Alba Visión, Corporación Favorita, y Grupo Eljuri, ejercen un control significativo sobre diversas industrias, lo que puede considerarse como posiciones monopólicas u oligopólicas. Estas condiciones subrayan la necesidad de promover la competencia en sectores estratégicos y de reformar ciertos artículos constitucionales para permitir más competencia en las contrataciones públicas.

Finalmente, es crucial que el Estado ofrezca incentivos fiscales para la inversión en sectores estratégicos y considere reformas que fortalezcan los mecanismos de defensa de la competencia y eliminen barreras para la entrada de nuevos competidores, garantizando así el correcto funcionamiento de los mercados y el

3.3. Inversión extranjera

La inversión extranjera es crucial para el crecimiento económico, la creación de empleo y la transferencia de tecnología en Ecuador. Lograr esto requiere establecer un marco de seguridad jurídica y simplificar los procesos administrativos para crear un entorno favorable para la inversión. Es esencial mantener estabilidad política y económica, ya que los inversionistas prefieren destinos con instituciones sólidas, estado de derecho y políticas macroeconómicas estables. Además, contar con legislación clara y reglas de juego predecibles es fundamental para brindar seguridad jurídica a los inversionistas. (CEPAL, 2023)

Reducir la burocracia y facilitar los procedimientos para establecer empresas y realizar inversiones son pasos importantes. El fortalecimiento del gobierno

corporativo es un proceso continuo que exige el compromiso de todos los actores involucrados, desde la alta dirección hasta los accionistas y otras partes interesadas. Esto incluye facilitar el acceso a financiamiento para proyectos innovadores, eliminar barreras para la entrada de nuevos competidores en el mercado, fomentar la transparencia, apoyar la participación de empresas ecuatorianas en ferias internacionales y promover la creación de alianzas estratégicas con firmas extranjeras.

La internalización de empresas se refiere al proceso por el cual una empresa expande sus operaciones internacionalmente, estableciendo presencia directa en mercados extranjeros a través de la exportación, creación de filiales, adquisición de empresas locales o formación de alianzas estratégicas. Esto permite a las empresas beneficiarse de la diversificación de mercados, crecimiento y expansión, la reducción de costos y el aprovechamiento de economías de escala.

En particular, el mercado chino, siendo el segundo mayor importador mundial, presenta una oportunidad significativa para los productos ecuatorianos, potencialmente impulsando las exportaciones y el crecimiento económico. Un acuerdo comercial con China podría atraer inversiones chinas en sectores clave como infraestructura, energía y tecnología, y generar empleo. Sin embargo, es crucial que tales acuerdos incluyan salvaguardias para proteger el medio ambiente y los derechos laborales, dado que la producción china a menudo se asocia con bajos estándares en estas áreas.

La negociación de acuerdos comerciales debe ser cuidadosa y responsable, asegurando que protejan los intereses nacionales y contemplen cláusulas sobre competencia justa, propiedad intelectual y normas laborales y ambientales. Además, es imperativo implementar políticas que fortalezcan la competitividad de la industria local, proporcionando acceso a financiamiento, tecnología y capacitación, y diversificando los mercados para apoyar el desarrollo de la industria nacional.

CONCLUSIONES

La legislación ecuatoriana, fundamentada en la Constitución y la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, ha establecido mecanismos efectivos para proteger la libre competencia y prevenir prácticas anticompetitivas y manipulación de precios, asegurando así que los consumidores reciban productos de calidad adecuada. Este marco legal es crucial para fomentar un entorno empresarial dinámico que beneficie tanto a consumidores como a proveedores, incentivando a las empresas a innovar y mejorar sus productos y servicios, lo que a su vez conduce a un desarrollo económico más robusto y a la creación de un mercado más eficiente.

El Estado desempeña un rol esencial en la formulación y aplicación de normativas que promueven un ambiente de competencia libre y justa. Estas normativas no solo buscan prevenir la formación de monopolios y otros abusos del poder de mercado, sino que también fomentan el crecimiento empresarial, la innovación y la protección de los derechos de los consumidores. Además, se subraya la importancia del papel del empresario, cuya libre actuación es fundamental para el desarrollo económico y social a través de la generación de empleo y el equilibrio de mercado.

El artículo 313 de la Constitución ecuatoriana resalta la responsabilidad del gobierno nacional en la asignación, regulación y control de los sectores estratégicos, incluyendo la administración de la contratación pública. Este marco busca promover el desarrollo social y económico, garantizando que las prácticas comerciales sean equitativas y competitivas. Sin embargo, la contratación pública en Ecuador podría estar sujeta a distorsiones y favoritismos, potencialmente dando lugar a prácticas colusorias y corruptas.

Reforzar la competencia es esencial para el correcto funcionamiento de los mercados, ya que mejora la calidad de la inversión, la diversificación de mercados y promueve mejoras continuas en producción y servicios. Esto incluye ofrecer una excelente atención al cliente, reducir precios y mejorar la calidad de productos y servicios mediante la adquisición de nuevas tecnologías. En un entorno competitivo, las empresas se esfuerzan constantemente por innovar y

optimizar sus recursos, lo que se traduce en crecimiento empresarial y una mayor productividad nacional, generando así más oportunidades de empleo y crecimiento económico.

La internacionalización hacia el mercado chino presenta beneficios al considerar a China como un socio comercial estable y dinámico. Sin embargo, la entrada de productos chinos a bajo costo podría dañar la industria local, en especial a las pequeñas y medianas empresas, causando un desequilibrio comercial considerable. China posee una gran ventaja comercial sobre Ecuador, por lo que cualquier acuerdo podría impactar negativamente la balanza comercial y la producción nacional. Además, es conocido que la producción china a menudo está asociada con bajos estándares ambientales y laborales. Por lo tanto, cualquier acuerdo comercial con China debe incluir cláusulas de salvaguarda para proteger el medio ambiente y los intereses nacionales, y se deben implementar políticas que fortalezcan la industria nacional para asegurar un impacto positivo y sostenible.

RECOMENDACIONES

Implementación de Auditorías Periódicas: Es crucial realizar auditorías y evaluaciones constantes en sectores estratégicos para detectar y sancionar prácticas anticompetitivas. Esto debería ir acompañado del fortalecimiento de políticas de apoyo económico y profesional para medianas y pequeñas empresas. Asimismo, se deben establecer campañas de fomento al emprendimiento y cursos de desarrollo personal, marketing, atención al cliente, educación sobre derechos de los consumidores y mecanismos para denunciar abusos de mercado. Además, se deberían establecer alianzas internacionales y adoptar prácticas de competencia de otros países, buscando también la cooperación económica con organismos internacionales para mejorar la competitividad y el emprendimiento nacional.

Educación y Concienciación sobre la Competencia Justa: Es esencial promover la educación y concienciación sobre la importancia de la competencia justa tanto entre empresarios como en el público general. Fomentar espacios de diálogo entre el Estado, el sector privado y los consumidores es fundamental. Debería considerarse la adaptación de las normativas a las nuevas realidades del mercado global y digital, garantizando la protección efectiva de la competencia y el bienestar de los consumidores. Implementar programas de capacitación dirigidos a emprendedores y empresas sobre el cumplimiento de las normas de competencia y sus beneficios a largo plazo es crucial.

Reforma del Artículo 313 de la Constitución: Se recomienda reformar el artículo 313 de la Constitución para implementar criterios más estrictos que aseguren competencia y transparencia en los procesos de contratación pública, evitando la colusión y la corrupción. Esto incluye la administración, regulación y control de los sectores estratégicos, asegurando que sean accesibles para empresas ecuatorianas de todos tamaños y alineados con principios de sostenibilidad ambiental, precaución, prevención y eficiencia.

Fortalecimiento de la Competencia por Parte de Empresarios Ecuatorianos: Los empresarios deben adoptar estrategias de competitividad sostenible, invertir en innovación, tecnología, investigación y desarrollo para diferenciarse de la competencia. Es vital tener flexibilidad y adaptabilidad al entorno, implementar

una planificación estratégica que permita anticiparse a cambios del mercado para minimizar riesgos, invertir en capacitación del personal para fortalecer la competitividad y productividad en el sector empresarial, y promover alianzas con el sector público para generar políticas que estimulen el crecimiento económico.

Fomento de la Producción de Alto Valor Agregado: Es esencial promover la producción de bienes y servicios con alto valor agregado y certificaciones de calidad para competir en mercados donde la ventaja china sea menor. Explorar acuerdos comerciales con países que ofrezcan condiciones equitativas y responsables con el medio ambiente es crucial. Además, desarrollar programas de capacitación en innovación, eficiencia productiva y digitalización ayudará a las empresas ecuatorianas a competir en el mercado global. Asegurar que cualquier acuerdo comercial con China incluya cláusulas de reciprocidad y protección para sectores estratégicos ecuatorianos, evitando una apertura descontrolada, es crucial para proteger la industria local y el crecimiento de las Pymes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1, V. M. (2017). Poder de mercado y barreras de entrada. Lambayeque, Peru.
- Baldeon, I. (2017). La Libertad de Empresa y el Derecho de la Competencia en el marco de la Contratación Pública del Ecuador. *Foro*, 129-130.
- Bork, R. (1978). *The Antitrust Paradox: A Policy at War with Itself*. New York: Free Press.
- cepal. (2023). Estudio sobre los posibles impactos de un acuerdo comercial entre Ecuador y China. *CEPAL*. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/65febfd1-dd1e-4023-9be1-b23ef7a751a2/content>
- Comunidad Andina de Naciones (CAN). (26 de Mayo de 1969). Acuerdo de Cartagena. Cartagena, Bolivar, Colombia: Editorial de la Comunidad Andina de Naciones.
- Coronel, M. (2013). Guia para el anunciante sobre el manejo legal de la competencia desleal en Ecuador. *Trabajo de titulacion*. Universidad de las americas, Chile.
- Correa, D. (2019). *Libertad de empresa, intervencionismo del estado y libre competencia*. Guayaquil: Universidad de Especialidades Espiritu Santo.
- Diario la hora recuperado de. (15 de mayo de 2023). *Los monopolios públicos y privados hacen que los productos y servicios le cuesten más a los ecuatorianos*. Obtenido de <https://www.lahora.com.ec/pais/monopolios-publicos-privados-golpe-bolsillo-ciudadanos/>
- Ecuador, A. C. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi: Lexis.
- Ecuador, A. N. (13 de Octubre de 2011). Ley Organica de Regulación y Control del Poder de Mercado. *Registro Oficial Suplemento 555*. Quito, Pichincha, Ecuador: Lexis.

- Fernandez, S., Martinez, L., & Ngono, R. (2019). Barreras Que Dificultan La Planeación Estratégica En Las Organizaciones. *Revista de la Universidad Autónoma de México*, 254-279.
- Fernandez, S., Martinez, L., & Ngono, R. (2019). BARRERAS QUE DIFICULTAN LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA EN LAS ORGANIZACIONES. *Scielo*, 254-279.
- Fontes, O., Velarde, A., & Camarena, D. (2016). Imagen corporativa, un elemento clave para la diferenciacion. *Redalyc*, 54-55.
- Fontes, O., Velarde, A., & Camarena, D. (2016). Imagen corporativa: Un elemento clave de diferenciacion. *Redalyc*, 54 - 55.
- Fontes, O., Velarde, A., & Camarena, D. (2016). Imagen corporativa: Un elemento clave de diferenciacion. *Trascender: Contabilidad y Gestion*, 53 - 59.
- Fontes, O., Velarde, A., & Camarena, D. (2016). Imagen Corporativa: Un elemento clave para la diferenciacion. *Redalyc*, 54 - 55.
- Gomez, H. (2024). Que es la competencia y cuales son sus ventajas. *Revista de derecho y estudios internacionales*, 50-62.
- Grijalva, A., & Troya, J. (2003). Elementos para un derecho de la competencia en el Ecuador . *Foro*, 5-47.
- Guillem, M. (2017). El derecho de la competencia. *Foro*, 168-174.
- Izurrieta, G. (2013). *Guia para el anunciante sobre el manejo legal de la competencia desleal en Ecuador*. Quito: ABYA-YALA.
- Londoño, M., & Gutierrez, J. (2007). Historia del derecho de la competencia. *Redalyc*, 231-235.
- Londoño, M., & Gutierrez, J. (2007). Historia del derecho de competencia. *Redalyc*, 231-235.

- Medina, J., de la Garza, M., & Jiménez, K. (2011). COMPETENCIA EMPRESARIAL CON EL USO DE LA INFORMACIÓN Y LA TECNOLOGÍA. *Investigación y Administración*, 07-17.
- Miranda, A., & Gutiérrez, J. (2007). Historia del derecho de la competencia. *Revista Boliviana de Derecho*, 231-235.
- Patricio, D. (2019). *Libertad de empresa, intervencionismo deL estado y libre competencia* . Guayaquil.
- Patricio, Q. (2011). *El derecho de la libre competencia en el nuevo marco constitucional del Ecuador*. Quito : Universidad de las Americas.
- Quevedo Vergara, P. J. (2011). *El derecho de la libre competencia en el nuevo marco constitucional del Ecuador*. Quito: Universidad de la Americas.
- Registro oficial. (2011). *Ley organica de regulacion y control del poder de mercado*. Quito.
- SCE. (2024). Superintendencia de competencia Economica. *Revista digital competencia en el mundo*.
- Silva, D. (2024). *Hablemos de Competencia*. Quito: Superintendencia de Competencia Económica.
- Superintendencia de Competencia Económica. (2024). *Reporte Virtual de la Superintendencia de Competencia Económica*. Quito: Editorial de la Superintendencia de Competencia Económica.
- Zambrano, V. (2022). *El abuso de poder de mercado en la legislación ecuatoriana: regulación y libre competencia*. Portoviejo : Universidad de San Gregorio de Portoviejo.