

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA, CIENCIAS SOCIALES Y POLITICAS
CARRERA DE DERECHO**

TEMA:

**Control del abuso de posición de dominio en los mercados
digitales financieros en Ecuador**

AUTOR:

Hidalgo Bowen, Pablo José

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
ABOGADO**

TUTOR:

Ab. García Auz, José Miguel, Mgs

Guayaquil, Ecuador

30 de agosto del 2024



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA, CIENCIAS SOCIALES Y
POLITICAS
CARRERA DE DERECHO**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Hidalgo Bowen, Pablo José**, como requerimiento para la obtención del título de **Abogado**.

TUTOR



Firmado electrónicamente por:
**JOSE MIGUEL
GARCIA AUZ**

f. _____

Ab. García Auz, José Miguel, Mgs

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Dra. Nuria Perez Puig-Mir, PhD.

Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2024



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA, CIENCIAS SOCIALES Y
POLITICAS
CARRERA DE DERECHO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Hidalgo Bowen, Pablo José;**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Control del abuso de posición de dominio en los mercados digitales financieros en Ecuador**, previo a la obtención del título de **Abogado** ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2024

AUTOR

f. _____

Hidalgo Bowen, Pablo José



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA, CIENCIAS SOCIALES Y
POLITICAS
CARRERA DE DERECHO**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Hidalgo Bowen, Pablo José**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Control del abuso de posición de dominio en los mercados digitales financieros en Ecuador**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2024

AUTOR

f. _____

Hidalgo Bowen, Pablo José

INFORME DE REVISIÓN COMPILATIO



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

TESIS HIDALGO BOWEN (ABUSO DE POSICIÓN DE DOMINIO EN MERCADOS DIGITALES)



Nombre del documento: TESIS HIDALGO BOWEN (ABUSO DE POSICIÓN DE DOMINIO EN MERCADOS DIGITALES).docx
ID del documento: b2833792317e67a91456aaeacc6463ca552e1976
Tamaño del documento original: 54,38 kB
Autores: []

Depositante: José Miguel García Auz
Fecha de depósito: 24/8/2024
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 24/8/2024

Número de palabras: 8897
Número de caracteres: 57.914

Ubicación de las similitudes en el documento:



AUTOR

Hidalgo Bowen, Pablo José

TUTOR



Firmado electrónicamente por:
**JOSE MIGUEL
GARCIA AUZ**

Ab. García Auz, José Miguel, Mgs

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres por su apoyo incondicional y ayuda durante toda la carrera. Especialmente en los momentos en los que me sentí agobiado por lo que debía enfrentar.

A los profesores que tuve a lo largo de la carrera los cuales me inspiraron y fomentar mi amor por el derecho, impartiendo valiosas lecciones de vida que me servirán para mi ejercicio profesional

A mis compañeros de la facultad, por su ayuda constante, su compañía a lo largo de estos años de crecimiento y sobre todo por su paciencia y amistad.

DEDICATORIA

A mi madre Verónica, por su sabiduría, amor incondicional, su lucha constante contra las adversidades y la gran paciencia que ha tenido conmigo a lo largo de los años a pesar de mis errores.

A mi abuela Martha y a mi hermana Daniela, por su amor, su cariño, su conocimiento y apoyo incondicional, por nunca dejar que se me olvide lo que soy capaz de lograr.

A mis tíos, Xavier y Johanna, por ser mi casa lejos de mi casa, por guiarme dentro de este tiempo de carrera universitaria apoyándome siempre de cerca, pendientes de mi progreso.

A mis amigos, Bruno, George, Eduardo y Fernando, por impulsarme cada día a dar una mejor versión de mí y crecer como persona, por creer en mí y lo que soy capaz.

A todas las personas que acabo de nombrar, este logro es tanto mío como de ustedes, no hubiera sido posible llegar aquí sin su presencia, lo único que puedo hacer es darles las gracias.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA, CIENCIAS SOCIALES Y
POLITICAS
CARRERA DE DERECHO**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

LEOPOLDO XAVIER ZAVALA EGAS
DECANO DE CARRERA

f. _____

MARITZA GINETTE REYNOSO GAUTE
COORDINADOR DEL ÁREA

f. _____

(NOMBRES Y APELLIDOS)
OPONENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad: Jurisprudencia

Carrera: Derecho

Periodo: Semestre A

2024 Fecha: 26/08/2024

ACTA DE INFORME FINAL

El abajo firmante, docente tutor del Trabajo de Titulación denominado *Abuso de posición de dominio en mercados digitales* elaborado por el estudiante *Hidalgo Bowen, Pablo José*, certifica que durante el proceso de acompañamiento dicho estudiante ha obtenido la calificación de **10 (DIEZ)**, lo cual lo califica como **APTO PARA LA SUSTENTACIÓN**.



Firmado electrónicamente por:
JOSE MIGUEL
GARCIA AUZ

Ab. José Miguel García Auz, Mgs.

DOCENTE TUTOR

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	2
CAPÍTULO I.....	3
Definiciones.....	3
Antecedentes	4
Análisis de la Normativa Reguladora	7
Mercado Digital del Sector Financiero	9
Normativa Comparada	12
CAPÍTULO II.....	15
Conductas Anticompetitivas	15
Dificultades de la Legislación de Mercados Digitales.....	17
Propuesta de Reforma de Ley	18
Propuesta de Reforma de Reglamento.....	20
Importancia de la Legislación de los Mercados Digitales	21
Consecuencias.....	22
CONCLUSIONES	25
RECOMENDACIONES	26
BIBLIOGRAFÍA Y/O REFERENCIAS.....	27

RESUMEN

Con el pasar del tiempo, poco a poco los mercados han tenido que ser regulados por el constante abuso de posición de dominio y actos excluyentes que aquellos agentes económicos que han sido beneficiados con gran capital y desarrollo han deseado implementar para destruir a la competencia y fomentar su crecimiento. Es por esta razón que en el territorio ecuatoriano existe la Superintendencia de Control de Poder Mercado, la cual regula las conductas anticompetitivas que se presentan en el Ecuador, conductas que intentan impedir la expansión de los mercados y la libertad de los consumidores a escoger que producto, bien o servicio utilizan, sin embargo, con el avance de la tecnología, se crean nuevos mercados digitales que presentan nuevos desafíos que dejan en obsolescencia la normativa actual y su poder de control ya que esta no contempla de manera expresa el espacio digital. Al no existir una normativa directa y expresa para las nuevas problemáticas, se presta para que exista un posible abuso del mercado en función de que no son aplicables de manera concreta las regulaciones que existen, en especial en un sector donde existen grandes y pocos operadores, como lo es el mercado digital financiero.

Palabras Claves: *Agente Económico, Posición de Dominio, Superintendencia de Control de Poder de Mercado, mercados digitales.*

ABSTRACT

As time goes by, little by little markets had to be regulated due to the constant abuse of dominant position and excluding pacts that certain economic agents that had been blessed with immense capital and development have wished to implement in order to destroy the competition. This is the reason why in the ecuadorian territory exists an entity called Superintendence of Market Power Control, which regulates anticompetitive conducts that occur within the country, behaviour that impedes the expansion of markets and the consumer freedom to choose what product or service the acquire, however, with the advancement of technology, new digital markets have been created that represent new challenges that leave in complete obsolescence the actual statutory law and regulations implemented given the fact that these do not directly control the digital space. Without any law to control these new problems and challenges, it can very easily lead to an abuse of dominant position within the market due to the fact that not all the current regulations are applicable, especially when it comes to a sector with big and powerful agents like the digital financial markets.

Key Words: *Economic Agent, Dominant Position, Superintendence of Market Power Control, Digital Markets.*

INTRODUCCIÓN

Nuestra vida gira alrededor de los mercados, nuestra sola supervivencia está sujeta a nuestra capacidad de adquirir distintos bienes y servicios a fin de poder desarrollarnos a plenitud y como es debido. Es la necesidad de alimentos, vivienda y servicios básicos la que ha movido grandes cantidades de recursos para poder subsistir y, en muchos casos, mejorar nuestro estilo de vida, siendo este el motivo por el cual han existido agentes que desean enriquecerse de las necesidades de las personas, creando una cadena de demanda y oferta en la que el poder de control de adquisición recae en muchas ocasiones sobre el agente económico que está prestando o vendiendo dicho producto o servicio, actuando inclusive de manera nociva hacia otros individuos que desean entrar al mismo espacio de mercado a fin de aumentar injustamente su capacidad de producción y capital, por lo que la necesidad de regular el mercado se ha convertido realmente necesaria. Ahora bien, el mercado siempre operó en el espacio físico que nosotros ocupamos, facilitando el control de conductas poco adecuadas puesto su detección puede ser en ciertas ocasiones sencilla, sin embargo, con la aparición del internet y los espacios virtuales, la regulación y control de los abusos de los agentes que operan dentro de estos mercados es extremadamente complicada, teniendo de igual manera retos que solo corresponden a estos por encontrarse en otra modalidad. Nuestra normativa no va a la par con los avances tecnológicos y, por más que la Superintendencia de Control del Poder de Mercado tenga competencia para aplicar la norma presente, no siempre se puede sujetar a los problemas modernos, por lo que debemos preguntarnos, ¿Cuál es el control del posible abuso de posición de dominio en los mercados digitales en Ecuador? Nuestra Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado (LORCPM) es muy amplia y permite operar con cierto control y regulación, pero no es suficiente, a consecuencia de esto desarrollaremos en los próximos capítulos los elementos de la presente problemática.

CAPÍTULO I

Definiciones

A fin de poder analizar debidamente lo que concierne al control del poder del mercado digital debido al abuso de posición de dominio y la aplicabilidad de la norma vigente que la Superintendencia de Control del Poder de Mercado posee en nuestro territorio debemos establecer la definición de los conceptos que trataremos en la presente investigación. En primer lugar, entendemos al mercado como la agrupación de actividades que los distintos agentes económicos realizan con total libertad y sin regulación del Estado, siendo de esta forma que se determina de igual manera el mercado dentro del espacio virtual (Real Academia Española, 2024).

Así mismo, debemos delimitar la concepción de lo que nos referimos cuando hablamos de un mercado relevante. Greco y Vicens (2021) plantean que el mercado relevante del producto son todos los bienes y servicios que se espera que sean reemplazados por los oferentes en función de sus características, precios y consumo. Es necesario para identificar el mercado relevante examinar qué bienes o servicios pueden sustituir al producto en cuestión, en el sentido de que satisfagan las necesidades de los clientes y ejerzan presión competitiva sobre la industria proveedora. Debemos puntualizar la determinación del mercado relevante indicando que se debe tomar en consideración el lugar geográfico donde se realiza dicho comercio y la existencia de servicios o productos sustitutos.

De la concepción de mercado obtenemos el agente económico, el cual no es nada más que aquellos que permiten la actividad económica, es decir, los que operan dentro del mercado y cuyas decisiones afectan de manera directa a un tercero, siendo en este caso, las compañías el ejemplo más claro de agentes económicos en razón de que intervienen directamente en el mercado, en los productos que comercializan y en toda su línea de producción y distribución, ya sea ofreciendo un producto o la prestación de un servicio (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, 2022).

Por otro lado, tenemos el abuso de posición de dominio, que es determinado dentro de nuestra legislación por el artículo 9 de la LORCPM (2011), la cual indica que se entenderá por abuso de poder de mercado en los casos que los operadores

económicos impacten de manera negativa la eficiencia económica o alteren, impidan, minimicen o falseen la competencia. De esa manera, podemos definir el concepto antes descrito como la capacidad que posee un operador de alterar independientemente o en conjunto, de manera negativa, a los otros elementos que constituyen el mercado como los distribuidores, proveedores y consumidores finales (Conexión ESAN, 2018).

Ahora bien, no será posible categorizar la conducta anticompetitiva que se está realizando como abusiva si el agente económico no posee en primer lugar poder de mercado. El poder de mercado se puede entender de manera sencilla como la acumulación de la capacidad de poder alterar o influir en el mercado de tal manera que ocasione un impacto significativo, tal como lo detalla el artículo 7 de la LORCPM (2011), pero también es posible entenderlo según Fernández (2006), quien lo define como “la situación de poder que una compañía posee que le permite obstaculizar la correcta competencia dentro de un mercado determinado” (p.63) otorgándole libertad de operar de manera independiente a los consumidores u otros operadores que dependen de ella.

Finalmente, debemos entender a la Superintendencia de Control de Poder de Mercado como la entidad reguladora de la libre competencia dentro del territorio ecuatoriano, cuya máxima autoridad será el superintendente, el cual lo dispone el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, ejerciendo su cargo por un periodo de cinco años, pudiendo ser reelegido solo en una ocasión. Creada por el artículo 36 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, esta institución nace de la necesidad de tener una autoridad dentro de la administración que tenga capacidad sancionadora y resolutive sobre el desarrollo económico y crecimiento comercial que se produce por la libre y sana competencia de los agentes presentes dentro del mercado.

Antecedentes

La regulación de los mercados y el fomento de la competencia libre tienen sus raíces en el surgimiento del capitalismo moderno. El siglo XIX fue testigo de un crecimiento económico sin precedentes como resultado de la revolución industrial,

pero también condujo a una concentración del poder económico en manos de unas pocas empresas. Esta situación generó preocupación por posibles abusos y explotaciones a los consumidores y pequeñas empresas.

Los Estados Unidos de América fue el primer país que emprendió acciones significativas con la promulgación de la Ley Sherman Antitrust (1890) -*Sherman Antitrust Act*- que fue la primera medida que tomó el Gobierno Federal de los Estados Unidos a fin de limitar los monopolios. Su publicación se dio el 2 de julio de 1890 y se aplica a todas las transacciones y negocios interestatales. La ley prohíbe los contratos, combinaciones o conspiraciones que restrinjan el desarrollo natural del comercio interestatal. También declara ilegal monopolizar, conspirar para monopolizar o intentar monopolizar un mercado de productos o servicios. Veinticuatro años más tarde nace la Ley Antimonopolio Clayton (1914) la que prohibió los contratos de compra exclusivos para operadores del mismo sector, la fijación de precios y más importante aún, prohibió las adquisiciones entre agentes que puedan de alguna forma disminuir la competencia. En consecuencia, un año más tarde se crea la Comisión Federal de Comercio como entidad independiente cuya función era proteger a los clientes y promover el libre y justo comercio (Cornell Law School, 2015).

La aprobación de la Ley Sherman a finales del siglo XIX provocó mucho debate entre los economistas. Miranda y Gutiérrez (2007) indican lo siguiente respecto la Ley Sherman:

Para algunos, la ley no tendría la capacidad de impedir que la economía estadounidense se convierta en un cártel. Para otros, como los expertos de la Escuela Austríaca de Economía, este sería una barrera para lograr la eficiencia que pueden crear los nuevos tipos de organización industrial. (p.219)

Ahora bien, la Ley Sherman no se estimaba como una herramienta útil y eficaz para controlar el comportamiento anticompetitivo. Aunque la ley antimonopolio ha demostrado ser una herramienta eficaz para mantener la transparencia del mercado y la libre competencia, el debate sobre las implicaciones económicas de su aplicación continúa. La Ley Sherman no se aplicó plenamente durante sus dos primeras décadas, pero los tribunales actuaron rápidamente para dar su veraz aplicación.

La preocupación por la equidad en la competencia también llevó a la elaboración de marcos legislativos en Europa. Después de la Segunda Guerra Mundial, la reconstrucción económica de Europa estuvo marcada por políticas de competencia. En 1957, el Tratado de Roma creó la Comunidad Económica Europea y estableció la competencia como uno de sus pilares. Vale mencionar que, el fin primordial de la Unión Europea con la creación del Derecho de Competencia como tal nunca fue el control de los actos anticompetitivos, sino más bien fue la cohesión e integración de todos los países de la comunidad para un crecimiento y progreso unificado ya que la creación de un mercado común requiere la aplicación de políticas de competencia, especialmente porque el colapso de las fronteras económicas intensificará el abuso de posiciones dominantes y la fragmentación de los mercados a través de acuerdos anticompetitivos (Miranda & Gutierrez, 2007).

En América Latina, la regulación de la competencia adquirió su forma relativamente tarde. Fue influenciada por las experiencias de los Estados Unidos y Europa. Durante las décadas de los noventa y dos mil, varios países latinoamericanos, incluyendo Ecuador, implementaron leyes de la competencia, sin embargo, su aplicación fue retrasada de manera considerable, en el caso de Colombia, el país dictaminó la Ley 155 en 1959 que regulaba las prácticas comerciales que puedan considerarse restrictivas, pero no se resolvió absolutamente ningún caso durante las primeras tres décadas posteriores a la promulgación por una falta de promoción de la cultura de competencia, una falta de voluntad por el gobierno colombiano para aplicar esta norma debidamente, pocos recursos económicos para implementar y enforzar esta ley y un claro defecto de estructura y claridad lo cual aumentaba la dificultad para su implementación. La consecuencia que se dio por el cambio del modelo proteccionista con el de un modelo de apertura económica, a finales de los años 80 y en la década de los 90, resultó en que los gobiernos latinoamericanos empezaron a demostrar y expresar positivamente su voluntad política para promulgar nuevas leyes de competencia o reformar las ya existentes y establecer los mecanismos necesarios para implementarlas de manera veraz (Miranda & Gutierrez, 2007).

En el caso del Ecuador, siendo miembro de la Comunidad Andina de Naciones, este debe seguir lo dispuesto por la Decisión 608 promulgada en el 2005 buscando la

protección y promoción de la libertad de competencia y mercado y la protección a los consumidores, como de igual manera a la eficacia industrial (Comunidad Andina, 2005). Por otro lado, El 13 de octubre de 2011, se promulgó la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado y se creó la Superintendencia de Control de Poder de Mercado que, a su vez, estableció la prohibición del abuso de posición de dominio y otros actos de competencia desleal, teniendo su respectivo reglamento publicado el 23 de abril de 2012 con la finalidad de establecer un sistema económico sostenible y solidario (Correa, 2012).

Análisis de la Normativa Reguladora

Alvear y Gómez de la Torre (2015) nos mencionan que la Constitución del Ecuador que se encuentra vigente desde el año 2008 es aplicable en la búsqueda del interés económico de la sociedad y la defensa de la competencia, a la vez protegiendo a los consumidores, clientes y la eficiencia económica. Este marco de defensa se fundamenta en el artículo 238 de nuestra norma suprema, el que define el marco económico ecuatoriano como uno solidario, social y humano, garantizando la armonía entre la sociedad, el estado y el mercado en conjunto con la naturaleza; el artículo 334 (CRE), que promueve el acceso a la producción evitando la concentración; y, en especial, los artículos 304, 335 y 336 de la misma norma, que señalan de manera expresa el deber del Estado de evitar los monopolios, oligopolios, establecer mecanismos de control sancionatorio para las prácticas monopolísticas y de abuso de posición de dominio, fomentando la igualdad de condiciones en el mercado.

En nuestro país se encuentra vigente la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (2011), siendo esta la primordial norma de vigilancia contra la conducta anticompetitiva, detallando en su artículo primero que busca prevenir, eliminar y sancionar los abusos de los agentes económicos que posean poder de mercado buscando en todo momento la eficiencia, la justicia y el bienestar común general. La LORCPM (2011) es bastante clara al establecer los parámetros para la determinación del mercado relevante, lo que entendemos como poder de mercado y a su vez abuso del mismo y aunque si es posible que las conductas expuestas dentro de la presente ley sean realizadas dentro de un mercado digital, pudiendo en esa ocasión tomar las medidas necesarias y sanciones pertinentes para frenar el cometimiento de dicho acto desleal, en ningún momento la Ley señala, indica o hace

referencia a los mercados digitales o a los espacios de comercio en línea lo cual deja clara la falta de avance por parte de nuestra legislación y abre la puerta a que conductas que solo pueden suceder por la digitalidad pasen sin control y se cree ventaja desproporcionada y desleal de ciertos agentes.

Ahora bien, una de las grandes razones por las cuales es promulgada la LORCPM (2011) es con la finalidad de que la administración pueda penalizar a aquellos que están impidiendo el crecimiento económico general, por lo que se estableció dentro de la misma un procedimiento sancionatorio. Este procedimiento podrá ser iniciado de oficio, por el afectado a través de la presentación de una denuncia, a petición de otra entidad pública o por parte de un tercero con legítimo interés, contando con la Superintendencia de Bancos y de Economía Solidaria en el caso de las entidades del sistema financiero nacional. Una vez presentada y calificada la denuncia, se correrá traslado de quince días y se le informará al agente económico que está siendo investigado a fin de que justifique su conducta y presente las respectivas explicaciones. En el caso de encontrarse indicios de conductas desleales o anticompetitivas, la autoridad dará inicio a la investigación y señalará un plazo estimado para su duración, siendo posible prorrogarla solo por una ocasión. Vale mencionar que, si la autoridad estima suficientes y correctas las justificaciones presentadas por el agente económico en cuestión o no encuentra indicios suficientes durante la etapa de investigación, el procedimiento será archivado (Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado, 2011).

En el caso de que se encuentran pruebas suficientes indicios y se determine que dicho agente económico está cometiendo actos que van contra la libre competencia y desarrollo de la economía, se procederá con el establecimiento de la sanción respectiva que será de índole pecuniario e irá del ocho al doce por ciento del volumen de negocio producido en el año anterior a la investigación según el tipo y gravedad de la infracción. Si no es posible determinar el volumen de negocio, la sanción podrá ser desde cincuenta remuneraciones básicas unificadas para las infracciones leves hasta inclusive cuarenta mil remuneraciones básicas para las muy graves, siendo este último equivalente a dieciocho millones de dólares de los Estados

Unidos de América (Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado, 2011).

Por consiguiente, todo lo antes expuesto está regulado por un Reglamento de aplicación que vela por la correcta implementación de la LORCPM (2011) en todas sus etapas y los actos que de estas provengan. El Reglamento agrega contexto y define ciertos aspectos que encontramos en la Ley, como por ejemplo, determina la manera en la que se determinará el volumen de negocio de las instituciones que pertenezcan al sistema financiero, así mismo, detalla el criterio general de evaluación que la Superintendencia debe seguir a fin de determinar la naturaleza de las conductas, haciendo hincapié en que la misma deberá analizar caso a caso la potencialidad, efecto y objeto negativo que pueda existir y que pueda impactar negativamente en el bienestar general (Reglamento para la Aplicación de la ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado, 2012).

Mercado Digital del Sector Financiero

El sistema financiero ecuatoriano posee un rol importante en el adecuado funcionamiento de la economía, en vista de que a través de este se realizan las distintas actividades del sector financiero que existen, por lo tanto, es primordial la estructurada participación de las distintas entidades financieras a fin de que estas contribuyan a incrementar el crecimiento económico y buen vivir de la población, en ese sentido, Narváez y Ordoñez (2020) nos mencionan al respecto que:

El sistema financiero está comprendido tanto por instituciones públicas como privadas con la finalidad de realizar la captación de los ahorros y colocarlos en fondos a través de créditos para de tal manera crear rendimientos financieros a las instituciones que intermedian y a sus socios, este movimiento de recursos corresponde a un papel necesario en el avance de la economía de los países en consecuencia de que el flujo de dinero que proviene de los excedentes se transforman en créditos destinados a usuarios que requieren de estos recursos. (pp. 196-197)

El avance tecnológico se introduce cada vez más en la vida de las personas y el sector financiero no se queda atrás. Poco a poco hemos visto como distintas plataformas y servicios en línea han aparecido a medida que distintas tecnologías emergen, pero fue gracias a la pandemia COVID-19 que el mundo entero sufrió lo que propagó el progreso radical de servicios que se pudieran utilizar de manera remota y sin el contacto o interacción entre individuos. En el caso del sector financiero, estos se vieron obligados a utilizar todas las herramientas que tenían a su disposición para brindar la seguridad necesaria a fin de permitir que los usuarios realicen distintas transacciones estando protegidos de algún ataque o problema. En consecuencia, fueron apareciendo y aumentando los agentes económicos que prestan servicios de procesamiento de pagos, aquellos que dan la facilidad de realizar transacciones monetarias en línea de manera segura al adquirir algún producto o servicio, siendo a su vez estos agentes auxiliares de los servicios financieros (Aristi & Aragón, 2023).

El incremento de la utilización de herramientas digitales ha tenido un impacto tan veraz que la Asamblea Nacional del Ecuador creó la Ley Orgánica para el Desarrollo, Regulación y Control de los Servicios Financieros Tecnológicos - Ley Fintech, la cual tiene como objetivo principal impulsar la innovación y uso de herramientas tecnológicas del sector financiero, así como regular las actividades tecnológicas financieras. Esta Ley indica que toda actividad considerada Fintech (financial technology o tecnología financiera en español), deberá operar con lealtad, seguridad y confidencialidad con los datos de los usuarios que usen dicha tecnología, sin embargo, esta ley no regula las conductas que las compañías que prestan dichos servicios cometen (Ley Fintech, 2022).

Al analizar los mercados digitales de manera más general encontramos las denominadas “plataformas”, a las que Ortiz (2023) señala que “sirven para conectar a los usuarios con los servicios o productos que se están ofreciendo” (p.37). Estas funcionan a través de una interfase digital de fácil acceso que usualmente tiene su propio enfoque, aunque no es raro encontrar plataformas que incorporen varias transacciones bajo un solo sistema. Las plataformas han puesto su inmensa utilidad al momento de producir eficacia al momento de conectar a la oferta y la demanda en un solo sitio ya que estas reducen la falta de simetría que ocurren dentro de las

operaciones, por ejemplo, plataformas de ventas de productos como Shopify, enlaza a los consumidores con los productos y así reduce precios y aumenta ventas beneficiando a todas las partes.

En ese sentido, estos mercados en numerables situaciones prestan servicios y productos cuyo valor es cero, es decir, tienen un precio que no corresponde en dinero, es por este motivo que el valor de acceso en el espacio digital no suele ser en numerario, sino en especie, la moneda que se utiliza es la información y los datos, por consiguiente si se puede considerar que hay un intercambio de igual valor en información y tiempo, ya que muchos servicios están sujetos al tráfico que atraen monetizando la exposición de usuarios a lo que estos decidan publicitar dentro de su interfaz y hagan que el individuo interactúe con ello, siendo a través de ventanas externas, pop-ups, o anuncios publicitarios que no pueden ser eliminados o evadidos (Ortiz, 2023).

Como ya lo mencionamos, el insumo base de la era digital es la información, lo que implica que deberá existir una discusión acerca de la protección de estos, en vista de que existe el mal uso y obtención irregular para fines comerciales. Los datos están impregnados en toda la economía y la alteración de las estructuras de competencia de carácter tradicional. Los datos en la economía digital se utilizan para realizar un análisis de precios, personalizar servicios, y crea nuevos modelos y estrategias para brindar un mejor producto final relacionado con el consumidor. Dentro de la disputa por los datos que son clave para la economía digital, los legisladores afrontan la gran dificultad de encontrar el equilibrio entre seguir innovando por medio de los datos como sustento y guía y priorizar la privacidad de los usuarios. En el centro está el debate de si los cómo se deben de considerar los datos y la legitimidad de su uso dentro del comercio (Núñez & Da Silva, 2021).

En la actualidad hay un debate dentro de la doctrina respecto del alcance que el derecho de competencia puede tener en estos nuevos mercados en razón de que muchos mercados digitales no poseen precio por el servicio brindado lo que ocasiona que no sea posible medir la disminución de su excedente, escapándose de esta manera de la lógica presente dentro de la competencia, por otro lado, hay un sector que batalla con la idea antes expuesta argumentando que a pesar de que el

intercambio no sea de carácter monetario, de igual manera hay un canje que se da por la información y atención del consumidor como una clase de divisa. En ese sentido, la autoridad de nuestro país no debe tomar en consideración el precio como elemento principal al momento de definir un mercado digital sino tomando las preferencias, sustitución y elasticidad como aristas de medición (Ortiz, 2023).

Teniendo en cuenta las características del mercado digital como ya se han mencionado, debemos entender de qué manera es posible delimitar el mercado relevante en línea. En primer lugar, se necesita recolectar la información correcta de las partes mediante documentos internos como planes estratégicos y presentaciones ejecutivas en las que se discute la posición que ocupan dentro del comercio; en segundo lugar, en un espacio donde el precio no es un factor tan relevante, se prescinde que la autoridad acceda a reportes de analistas especializados o encuestas de consumidores para acertar el control que una compañía; y, para finalizar, es importante la implementación de una prueba como la SSNDQ (Small but Significant Non-transitory Decrease in Quality) que consiste en disminuir en una pequeña cantidad la calidad del servicio prestado para observar si se muda a otro servicio sustituto y de esta forma determinar que estos agentes se encuentran en el mismo mercado relevante (Ortiz, 2023).

Normativa Comparada

La República de Chile regula la competencia desleal y actos anticompetitivos a través de la Ley 20169, que fue promulgada en el 2007 durante el gobierno de la expresidenta Michelle Bachelet. A diferencia de Ecuador, Chile no tiene una superintendencia especializada para regular actos que van contra la libre competencia, en su lugar la autoridad competente encargada de enforzar el debido comportamiento de los agentes es el Ministerio de Economía. La Ley 20169 define la competencia desleal como toda aquella conducta que no siga la corriente de la buena fe y la costumbre, que actúe por medios ilegítimos y busque desviar los clientes de un mercado. Así mismo, Chile tiene un proceso sancionatorio en caso del cometimiento de alguna infracción que es llevado en los juzgados de lo civil, siendo una vez con sentencia ejecutoriada a favor del perjudicado, que se enviará el proceso al Fiscal

Nacional Económico, el cual impondrá la multa respectiva en vista de la gravedad, el beneficio obtenido irregularmente y el estado de reincidencia (Ley 20169, 2007).

Otro país de Latinoamérica que tiene regulación antimonopólica y de competencia desleal es México. Los Estados Unidos Mexicanos controlan la libre competencia, competencia e interés público mediante la Ley Federal de Competencia Económica, expedida el 23 de mayo de 2014 por el Congreso Nacional bajo la intención de proteger la eficaz operación de los mercados y el progreso económico indicando en su norma que aquellas conductas serán castigadas severamente, siendo la Comisión Federal de Competencia Económica la máxima autoridad de enforzar dicha ley y llevar procesos investigativos y sancionatorios. La normativa mexicana indica que existen prácticas monopólicas relativas y otras absolutas, lo que indicará la severidad de la multa a aplicarse a dichos agentes económicos infractores, separando de igual forma las sanciones por la gravedad y por el tipo de conducta, así mismo, otra peculiaridad de esta ley es que al detallar a lo que se considera como agente económico, también toma en consideración a las instituciones sin fines de lucro (Ley Federal de Competencia Económica, 2014).

Finalmente analizaremos la Ley 45 de la legislación panameña con relación a su control de las conductas anticompetitivas la cual entró en vigor a partir del año 2007. La normativa aparece por la misma necesidad que nosotros junto a otras naciones hemos tenido de regular, proteger y salvaguardar tanto el crecimiento como el desarrollo económico al frenar los actos restrictivos de mercado y los monopolios mientras se fomenta la libre competencia y eficiencia de mercados con un enfoque en la protección de los consumidores. El primer aspecto que destacar de la regulación panameña es que no considera como infractores de comportamientos monopolísticos a ciertos agentes que, a pesar de que tengan un monopolio sobre el mercado en el que operan, no llegaron a poseer dicho control por medio de prácticas prohibidas por la norma (Ley 45, 2007).

En sentido de sanciones, la Ley indica que los procesos serán llevados por los tribunales de justicia mediante acción civil los cuales podrán imponer triplicado el pago de daños y perjuicios y las costas procesales que pudieron surtir de dicho procedimiento, sin embargo, el tribunal podrá tendrá la capacidad de disminuir dicha

el pago al doble del valor de los daños en el caso de que se verifique que dicha infracción no resultó de mala fe, sin perjuicio de que antes de las sanciones civiles, el tribunal puede disponer de medidas correctivas de considerarse la presencia de supuestos prohibidos, medidas que pueden ser la sujeción de realización de transacciones para darle cumplimiento a las pautas que se ajusten a la norma o la desconcentración, terminación y supresión de los actos cometidos (Ley 45, 2007).

CAPÍTULO II

Conductas Anticompetitivas

Los mercados digitales poseen características diferentes a los mercados tradicionales, y al tener dichas diferencias, estos presentan ciertas conductas que pueden ser denominadas como abusivas o anticompetitivas contra otros agentes siendo este uno de los puntos principales de la problemática de la presente investigación en función de que nuestra normativa no regula expresamente los mercados cuyas transacciones y comercio ocurre en su mayoría o exclusivamente dentro del espacio cibernético. A continuación, vamos a señalar dichas conductas y realizar un análisis de su afectación directa dentro de la competencia:

I. Forced Free Riding

Esta teoría se centra en el papel único que desempeñan las plataformas digitales, en particular en las plataformas de transacciones o contenidos que son utilizadas por los consumidores para vender productos, o proporcionar contenidos a sus clientes. El *forced free riding* surge tal como lo menciona la Organización para la Cooperación Económica y Desarrollo (2020) "cuando una plataforma se apropia de la innovación de otras empresas que dependen de la plataforma para acceder a los consumidores"(p.55). Así, una plataforma dominante puede aprovecharse de su papel de intermediario, como su acceso a datos sobre vendedores y consumidores, para intentar excluir la competencia en los mercados asociados a la plataforma. Este tipo de estrategia puede ser una alternativa para impedir el acceso a una plataforma, ya que podría permitir cosechar los beneficios de la innovación de sus rivales.

La conducta de *forced free riding* es muy pertinente y existe gran posibilidad de su existencia en las plataformas de transacciones. Las empresas dominantes que facilitan las transacciones en las plataformas digitales podrían hacer uso de los datos de los compradores y vendedores para introducir sus propios productos a la venta dicha plataforma. El posible abuso surgiría si la posición de la plataforma como facilitadora de transacciones es utilizada para afectar directamente a ese mercado por la cantidad de información que posee de otros agentes económicos y el giro de su negocio (Organisation for Economic Co-operation and Development, 2020).

II. Self-Preferencing

El *Digital Freedom Fund* (2020) señala que el *self-preferencing* implica “actos que una empresa puede tomar los cuales están destinados a favorecer sus propios productos o servicios frente a los de sus competidores” (parr.1). El *self-preferencing* en muchas ocasiones se describe como un subconjunto de otro tipo de conducta más amplio y que abarca más conductas que en este caso es el *leveraging*, conocido también en español como apalancamiento. El *leveraging* se centra en el uso del poder de mercado para potenciar una posición en otro mercado. Analizando esta conducta desde la perspectiva del derecho de competencia, la preocupación general que se presenta con el *self-preferencing* y otros tipos de conducta de *leveraging* es que una empresa con una posición dominante puede adoptar esta conducta para mejorar su propia posición en el mercado e impedir o inhibir la entrada o expansión de otros competidores. En otras palabras, existe la preocupación de que la conducta de *Self-Preferencing* y/o de apalancamiento de las empresas dominantes pueda producir efectos de exclusión en sentido a otros agentes económicos emergentes o de menor tamaño.

III. Privacy Policy Tying

Se suele denominar en la práctica como *privacy policy tying* a la agrupación de los datos de los usuarios que se obtiene normalmente a través de la vinculación de las políticas de privacidad que existen al momento de acceder o utilizar alguna plataforma o servicio digital. Es importante recalcar que las políticas de privacidad pueden ser incluso establecidos como una especie de contrato, un documento legal válido que describe cómo tratará y compartirá los datos e información de los usuarios de las empresas que los recopilan durante la prestación de sus servicios.

En la mayor cantidad de los casos, están integradas en las condiciones de servicio, de modo que, cuando los usuarios aceptan estas condiciones, también están aceptando la política de privacidad. Normalmente, estas políticas permiten a las empresas recopilar y combinar datos de usuarios procedentes de sus diversos servicios, a menudo no relacionados entre sí, así como de múltiples fuentes de

terceros. El abuso de posición de dominio en el presente caso se da cuando una compañía que presta su servicio utiliza la información recopilada de los usuarios para avanzar y promover su negocio de manera anticompetitiva porque está apoderándose de valiosa información del mercado de manera desleal (Condorelli & Padilla, 2024).

Dificultades de la Legislación de Mercados Digitales

No es fácil formular reglas para asegurar la existencia de una competencia justa en los propios mercados en línea, en vista de que el funcionamiento de las plataformas en línea está sujeto a grandes cambios, cuenta con complejas estrategias de negocio, están en oferta cosas difíciles de ver o de tocar, etc. Las grandes corporaciones captan un gran conjunto de datos e, indudablemente, son muy fuertes en el mercado. Todo ello hace que la gente se empiece a preguntar cómo se podrían dar todas las oportunidades equitativas en este tipo de mercado. Desde luego, queda el reto de precisar de forma adecuada el mercado relevante en el mundo digital, y la necesidad de contar con instrumentos sofisticados para controlar las prácticas anticompetitivas, entre otras consideraciones a resolver.

Crear una norma que controle y regule con total eficacia a los mercados en línea tiene múltiples dificultades. Para empezar, no existe, por lo menos en Latinoamérica una ley dirigida al comercio que ocurre dentro de la digitalidad, por lo que su concepción sería experimental al no tener las herramientas de realizar un análisis con otra norma de igual o similar calibre. En segundo lugar, el poder catalogar una conducta como anticompetitiva requiere ir realizando pasos y la correcta observación de cada caso que se da, y dado que el espacio digital se sitúa en otro plano del comercio su regulación se torna compleja, de tal manera que habría que añadir competencias a la autoridad existente para facilitar que puedan hacer aplicar la normativa como corresponde y con un total alcance. Y por último, aunque las conductas propuestas puedan quedar englobadas dentro de las ya existentes por la similitud que puedan guardar las unas con las otras no haría del todo cierto la postura expuesta, pues la norma no distingue la virtualidad como un centro del comercio, de forma que su control e imposición de requisitos o de limitaciones podría verse afectado, dado que muchas de las situaciones podrían quedar bajo defensa argumentando que

sus actos solo buscan la eficiencia económica para otorgar así a consumidores y usuarios el mejor producto o servicio.

Propuesta de Reforma de Ley

El 12 de octubre de 2022 se publicó la Ley de Mercados Digitales en el Diario Oficial de la Unión Europea al desear que se eleve la competitividad de los mercados en línea y estos se convierten en más justos y fáciles de acceso para las medianas y nuevas compañías que prestan servicios virtuales. Esta Ley detalla detenidamente una serie de criterios que permiten identificar a los guardianes de acceso. Los guardianes de acceso son plataformas de gran tamaño que prestan servicios básicos como buscadores, tiendas o mensajería, siendo estos los que deberán dar el acceso a los datos que los usuarios generen, entregar la información y herramientas a las compañías que publiciten en los guardianes para determinar de manera independiente el desempeño de su negocio y permitir que se celebren contratos fuera de su plataforma en todo momento (European Commission, 2023).

Por lo antes expuesto, podemos determinar que el impacto de los mercados digitales y su falta de control ha sido tan nocivo para la eficiencia económica que la Unión Europea se vio en la necesidad de legislar y controlar dicho sector, puesto decidieron prevenir posibles efectos catastróficos que este problema es capaz de ocasionar. En ese sentido, en función de nuestra falta de regulación en la ya existente norma y el rápido avance tecnológico que experimentamos con el pasar de los años, indico lo siguiente:

La Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado es fundamental para combatir prácticas anticompetitivas en mercados tradicionales. No obstante, varios problemas y ambigüedades surgieron como resultado de una rápida evolución del mercado, especialmente en el ámbito digital. La economía digital ha planteado varias cuestiones que esta ley no aborda concretamente tales como *self-preferencing*, la priorización de productos propios en plataformas, *forced free riding*, el no compensado uso de contenido o servicios de terceros, y *privacy policy tying*, los servicios se condicionan al intercambio de datos personales.

Estas prácticas anticompetitivas no están claramente reguladas por la ley actual, dejando así un gran vacío en la norma que puede ser explotada por empresas con poder de mercado, especialmente en el entorno digital. Además, la definición usual de los elementos que comprenden los actos anticompetitivos se ha quedado atrás en el avance de la sociedad y ha ocasionado una posible falta de control. Para satisfacer las necesidades cambiantes del mercado y asegurar verdadera competencia y protección a los consumidores es necesario llevar a cabo una reforma que incluirá disposiciones claras y específicas sobre los mercados digitales, así como un fortalecimiento de los mecanismos de supervisión y control de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado. Esta actualización permitiría a Ecuador mantenerse a la vanguardia en la regulación económica y garantizar un entorno competitivo justo en todos los sectores.

La reforma planteada tendrá la inclusión de un nuevo inciso dentro del artículo 5 de la Ley, el cual explica los elementos que se tomarán en consideración para determinar un mercado relevante. Ahora bien, determinar un mercado relevante dentro de la digitalidad tiene un elemento de diferencia con la determinación de un mercado relevante en un mercado tradicional, por lo que se agregará lo siguiente:

«Para la determinación de un mercado relevante se utilizará la prueba de SSNIP para los mercados tradicionales; y, se utilizará así mismo la prueba de SSNDQ para los mercados digitales y/o no tradicionales».

De igual manera, existirá un agregado al artículo 2 de la LORCPM (), el cual define el ámbito de aplicación de la Ley y los operadores económicos que están regulados por esta. Dicho agregado dejará claro la existencia de mercados digitales lo que hará posible su regulación y control, detallándolo como se muestra a continuación:

Art. 2.- Ámbito.- 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, **de manera física o virtual**, así como aquellos que las realicen fuera del país en la medida en que éstas produzcan o puedan producir efectos en el territorio ecuatoriano.

Propuesta de Reforma de Reglamento

Por otra parte, el procedimiento para reformar una ley puede ser en muchas ocasiones bastante tardío, causando que continúe el abuso de la falta de regulación que presenta la Ley a pesar de que se esté buscando de manera positiva el control de este. Es por este motivo que planteo de igual manera la reforma al Reglamento de Aplicación de la LORCPM (2011), en especial su artículo 8, inciso cuarto, en el que señala que una práctica podrá ser determinada como restrictiva de competencia cuando exista consenso doctrinario, sin embargo, este requisito es el que impide que otras conductas no estipuladas en la Ley como las que ocurren de manera exclusiva en el mercado digital puedan ser controladas debido a que no existe consenso doctrinario para los servicios que se prestan en línea por lo que debería eliminarse y así abrir paso a un mejor control de mercado; y, a pesar de que el mismo inciso indica en sus últimas líneas que aquellas conductas que no cumplan con este elemento, se les aplicará el criterio general de evaluación, la Ley no regula conductas de mercados digitales, por lo que dicha herramienta no tendría objeto para ser aplicada.

El artículo 8 del Reglamento detalla las prácticas que serán consideradas como restrictivas por su objeto, es decir, la finalidad del acuerdo o acto que se está realizando debe de tener como fin la restricción, distorsión o falsedad de la competencia, señalando a la fijación de precios, el reparto de mercados y la limitación de producción como las prácticas restrictivas principales, sin embargo, sí podrá la autoridad determinar cómo restrictivas a otras prácticas por su objeto aunque no estén descritas en el artículo señalado. Es en el cuarto y último inciso de este artículo que encontramos los requisitos para poder considerar como restrictiva por su objeto a una conducta; y, si seguimos lo planteado, se eliminaría el consenso doctrinario como un requisito, dejando al art.8, inciso cuarto de la siguiente manera:

Art. 8.- Acuerdos y prácticas restrictivas por objeto.- [...] Una práctica podrá ser considerada restrictiva por su ausencia de potenciales efectos positivos en los términos previstos en el artículo 12 de la Ley, y que existan reiteradas decisiones o casos previos que confirmen empíricamente la naturaleza anticompetitiva de una determinada conducta. En ausencia de tales elementos y salvo las conductas listadas en este artículo, se aplicará el criterio general de evaluación.

También es factible que, en lugar de eliminar el consenso como un elemento, se añada al tercer inciso del mismo artículo la existencia de mercados no tradicionales, como lo serían los que se encuentran en línea. La reforma del reglamento permitiría actualizar las herramientas de regulación y control, adaptándolas a las nuevas realidades del mercado, y fortaleciendo el papel de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado en la vigilancia de este sector. El añadido que se plantea incorporar al tercer inciso del artículo 8 del Reglamento de la LORCPM resultaría en el mismo leyéndose de la siguiente forma:

Art. 8.- Acuerdos y prácticas restrictivas por objeto.- [...] De igual forma podrán ser consideradas como acuerdos y prácticas restrictivas por objeto, a las conductas colusorias en procesos de contratación pública y subastas públicas. Sin perjuicio de las conductas antes señaladas, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado podrá determinar qué otros acuerdos y prácticas son restrictivas por su objeto, en virtud del contenido del acuerdo, sus objetivos y/o el contexto legal y económico del cual forma parte, inclusive aquellas ocurridas fuera de mercados tradicionales.

Importancia de la Legislación de los Mercados Digitales

La normativa de la competencia económica resulta más necesaria que en otras etapas en este momento de la historia en el que la economía digital está en expansión. En un ambiente claramente controlado por grandes actores tecnológicos, la normativa de los mercados digitales tomaría un papel relevante al frenar la concentración de poder en unos pocos. Regulando la práctica de los acuerdos de fijación de precios, la

colusión e incluso la adquisición anticompetitiva es garantía de que el mercado del ciberespacio mantenga abiertas sus fronteras abiertas, el cual es requisito para que sea un mercado abierto y competitivo; y, en último lugar, fomentarán la innovación, la protección de los usuarios y la oposición a los monopolios digitales en condiciones de restringir el acceso a los servicios y tecnologías de diferente índole. Por lo tanto, también se puede concluir que una de las normas que regula la conducta bajo las restricciones anticompetitivas promueve en términos generales un equilibrio y nivel en las condiciones en beneficio de los participantes no tan prominentes, que no tienen control sobre el mercado y lo utilizan como en igualdad de condiciones con los gigantes.

El Poder controlar los nuevos mercados digitales a través de la competencia económica es sumamente complicado y difícil, pero es vital. Las plataformas y los servicios digitales que estas prestan, al tener un modelo de negocio relacionado directamente con la adquisición y manejo de masivos volúmenes de datos e información, poseen un poder de mercado sin precedentes. La normativa tiene la necesidad de adaptarse a esta nueva realidad, y entra en juego la transparencia de la utilización de los algoritmos, la portabilidad de los datos, la neutralidad de la red. Así mismo, es importante que la autoridad de competencia cuente con los recursos y el know-how necesario para investigar y sancionar las prácticas anticompetitivas en el ámbito digital. Es en consecuencia de tener una autoridad capacitada e innovadora podremos asegurarnos de que esta nueva era en línea y todos los beneficios que emanan de la misma se repartan de una manera más justa y equitativa y que los consumidores puedan disfrutar de un entorno digital libre y competitivo.

Consecuencias

La posible creación de monopolios poderosos por parte de grandes agentes económicos es una de las principales consecuencias de la falta de control de la competencia. Sin un control adecuado, las empresas pueden dominar el mercado, eliminar la competencia y fijar precios que no se corresponden con el valor real del producto objeto de un suplemento. Es necesario recalcar que las conductas monopolísticas resultan en la capacidad de aumentar o fijar los precios de los productos, causando una afectación directa al bienestar de la población. En ese

sentido, podemos determinar que un alto poder de mercado frena la competencia y ataca los consumidores (Federal Trade Commission, 2019).

Además, la falta de regulación conduce a una disminución significativa de la innovación. Las empresas deben cambiar constantemente sus estrategias de mercado y prestación para mantenerse relevantes en un mercado libre de competencia. No obstante, unas pocas personas obtienen el control total del espacio y dejan de preocuparse por el progreso y el bienestar de los usuarios, ya que obtienen todas las ganancias sin necesidad de realizar cambios. Chandra y Padoan (2012) señalan que en este sentido se puede enfatizar que los mercados menos competitivos a menudo se ven afectados por la innovación, lo que afecta el crecimiento de las ganancias a largo plazo. Como resultado, los consumidores se ven privados de nuevas tecnologías y opciones que pueden limitar el progreso económico.

Un resultado de la falta de control es la capacidad de afectar la capacidad de los consumidores de acceder a ciertos productos. El momento en que los poderosos agentes controlan el mercado, pueden fijar precios altos, y eso significa que tenemos que gastar más dinero por las cosas que compramos y necesitamos. Esto es particularmente difícil para las personas de los grupos vulnerables porque gastan una mayor parte de sus ingresos en ciertos bienes y servicios que son parte de sus necesidades básicas. Se puede inferir de lo mencionado que la falta de competitividad resulta en un mayor costo de vida, ya que las familias con menos recursos y bajos ingresos son las más afectadas por esta tendencia. Por lo tanto, se establece que el control de la competencia es crucial para velar por el bienestar económico de la sociedad. (Werden, 2009).

En conclusión, los mercados no regulados están plagados de corrupción y negocios turbios, ya que la falta de regulación sólo induce a los agentes a adoptar comportamientos poco éticos para obtener ventajas indebidas sobre otros. Lo dicho ocasiona la completa destrucción de la confianza en el mercado y crea un ciclo de desigualdad entre los agentes. La falta de regulación, como se ha mencionado, puede aumentar la corrupción y las prácticas empresariales poco éticas, lo que puede afectar

negativamente la estabilidad económica y social. La justicia, la transparencia y la eficiencia son requisitos para la regulación de la competencia económica.

CONCLUSIONES

- La humanidad ha visto con el pasar del tiempo el abuso de las grandes empresas y agentes económicos por lo que nos hemos visto en la necesidad de regular los actos de abuso y restricción de la libre competencia. Estas medidas han aparecido con sus propios desafíos y problemas al momento de aplicarse, sin embargo, son necesarias para el bienestar común y desarrollo de la economía.
- La digitalidad presenta elementos nuevos, a los cuales nos tenemos que adaptar para continuar protegiendo a los individuos que forman parte de la sociedad y promueven el crecimiento del mercado. Es importante realizar cambios en nuestras formas de control, avanzando de la mano con la tecnología y los desafíos que esta pueda presentar.
- Implementar nuevas ideas dentro del ordenamiento jurídico es complicado pero necesario. Estamos presenciando la conexión y mezcla de todos los ámbitos en los cuales opera y se relaciona el ser humano, y como tal, debemos asegurarnos de que exista cohesión y cooperación a fin de continuar innovando y creciendo.

RECOMENDACIONES

PRIMERO: Que la Superintendencia de Control de Poder de Mercado realice un estudio de la aplicabilidad de su norma a fin de encontrar vacíos legales que perjudiquen la correcta implementación de esta.

SEGUNDO: Detallar en el ámbito de aplicación presente en la LORCPM que tanto los mercados tradicionales, como los virtuales serán tomados en consideración para la implementación de sanciones por conductas anticompetitivas.

TERCERO: Reformar el Reglamento de la LORCPM, en especial los artículos que regulan la designación de comportamientos anticompetitivos que no se encuentran de manera expresa detallada en la Ley.

REFERENCIAS

- Alvear, P., & Gómez de la Torre, B. (2015). *Derecho de Corrección Económica: defensa de la competencia y competencia desleal: aportes para su construcción*. Quito: Corporación de Estudios y Publicaciones.
- Aristi, A., & Aragón, A. (2023). *EL SECTOR FINANCIERO EN LA ERA DIGITAL*. madrid: Data-Driven Envelopment with Privacy-Policy Tying.
- Asamblea Nacional. (2011). *LEY ORGÁNICA DE REGULACIÓN Y CONTROL DEL PODER DE MERCADO*. Quito: Registro Oficial.
- Asamblea Nacional. (2022). *LEY ORGÁNICA PARA EL DESARROLLO, REGULACIÓN Y CONTROL DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS TECNOLÓGICOS - LEY FINTECH*. Quito: Registro Oficial.
- Asamblea Nacional de Panamá. (31 de octubre de 2007). *gacetaoficial.gob.pa*. Obtenido de <https://www.gacetaoficial.gob.pa/pdfTemp/25914/7277.pdf>
- Chandra, V., & Padoan, P. (2012). *Innovación y crecimiento, en busca de una frontera en movimiento*. Ciudad de México: Organisation for Economic Co-operation and Development.
- Comisión Nacional de Defensa de la Competencia. (16 de Mayo de 2022). *procompetencia.gob.do*. Obtenido de <https://procompetencia.gob.do/agentes-economicos-que-son-y-cuales-existen-en-la-actualidad/>
- Comunidad Andina. (2005). Normas para la protección y promoción de la libre competencia en. *Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena*, 1-19.
- Condorelli, D., & Padilla, J. (2024). Data-Driven Envelopment with Privacy-Policy Tying. *The Economic Journal*, 515-537.
- Conexión ESAN. (28 de Febrero de 2018). *ConexionEsan.com*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/cuando-ocurre-y-en-que-consiste-un-abuso-de-posicion-de-dominio>
- Congreso Nacional de Chile. (02 de febrero de 2007). *bcn.cl*. Obtenido de <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=258377>
- Congreso Nacional Mexicano. (23 de MAYO de 2014). *ordenjuridico.gob.mx*. Obtenido de <http://www.ordenjuridico.gob.mx/leyes.php#gsc.tab=0&gsc.q=comisi%C3%B3n%20federal%20de%20competencia%20econ%C3%B3mica&gsc.sort=>

- Cornell Law School. (16 de agosto de 2015). *law.cornell.edu*. Obtenido de https://www.law.cornell.edu/wex/es/regulaci%C3%B3n_antimonopolio_y_comercial
- Correa, R. (09 de mayo de 2012). *planificacion.gob.ec*. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/presidente-de-la-republica-promulgo-el-reglamento-para-la-aplicacion-de-la-ley-organica-de-regulacion-y-control-del-poder-de-mercado/#:~:text=Poder%20de%20Mercado-,La%20Ley%20Org%C3%A1nica%20de%20Regulaci%C3%B3n%20y%20Cont>
- Digital Freedom Fund. (05 de marzo de 2020). *digitalfreedomfund.org*. Obtenido de https://digitalfreedomfund.org/wp-content/uploads/2020/05/5_DFF-Factsheet-Self-preferencing-and-EU-competition-law.pdf
- European Commission. (21 de junio de 2023). *digital-markets-act.ec.europa.eu*. Obtenido de https://digital-markets-act.ec.europa.eu/about-dma_en?prefLang=es
- Federal Trade Commission. (30 de septiembre de 2019). *ftc.gov*. Obtenido de https://www.ftc.gov/system/files/documents/reports/federal-trade-commission-bureau-competition-department-justice-antitrust-division-hart-scott-rodino/p110014hsrannualreportfy2019_0.pdf
- Fernández, C. (2006). CUOTA DE MERCADO Y PODER DE MERCADO. *Fundacion Rafael del Pino*, 61-74.
- Greco, E., & Vicens, M. F. (2021). Mercado relevante: un concepto jurídico con fundamento. *Revista Jurídica de la Universidad de San Andrés*, 42-60.
- Miranda, A., & Gutierrez, J. D. (2007). Historia del Derecho de Competencia. *Revista Bolivariana de Derecho*, 215-267.
- Narvaez, C., & Ordoñez, E. (2020). El sistema financiero en Ecuador. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 195-214.
- Núñez, G., & Da Silva, F. (2021). *La libre competencia en la era digital y la pospandemia: el impacto sobre las pequeñas y medianas empresas*. Santiago: Naciones Unidas.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (03 de diciembre de 2020). *one.oecd.org*. Obtenido de [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/GF\(2020\)4/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/GF(2020)4/en/pdf)
- Ortiz, K. (2023). Derecho de competencia y. *USFQ LAW REVIEW*, 29-43.

Presidencia de la República. (2012). *REGLAMENTO PARA LA APLICACIÓN DE LA LEY ORGÁNICA DE REGULACIÓN Y CONTROL DEL PODER DE MERCADO*.

Quito: Ediciones Legales EDLE S.A.

Real Academia Española. (29 de junio de 2024). *RAE.com*. Obtenido de <https://dle.rae.es/mercado>

Werden, G. (02 de marzo de 2009). *papers.ssrn.com*. Obtenido de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1352032



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

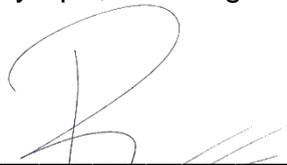
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Hidalgo Bowen, Pablo José**, con C.C: # **092697238** autor del trabajo de titulación: **Control del abuso de posición de dominio en los mercados digitales financieros en Ecuador**, previo a la obtención del título de **ABOGADO** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, 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 titulación 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 SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 30 de agosto 2024

f. 

Hidalgo Bowen, Pablo José

C.C: 0926972381



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Control del abuso de posición de dominio en los mercados digitales financieros en Ecuador.		
AUTOR(ES)	Hidalgo Bowen, Pablo José		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ab. García Auz, José Miguel, Mgs		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas		
CARRERA:	Carrera de Derecho		
TITULO OBTENIDO:	Abogado		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	30 de agosto de 2024	No. DE PÁGINAS:	28
ÁREAS TEMÁTICAS:	Derecho de Competencia, Derecho Societario, Derecho Mercantil		
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:	Agente Económico, Posición de Dominio, Superintendencia de Control de Poder de Mercado, mercados digitales, Mercado Relevante, Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	<p>Con el pasar del tiempo, poco a poco los mercados han tenido que ser regulados por el constante abuso de posición de dominio y actos excluyentes que aquellos agentes económicos que han sido beneficiados con gran capital y desarrollo han deseado implementar para destruir a la competencia y fomentar su crecimiento. Es por esta razón que en el territorio ecuatoriano existe la Superintendencia de Control de Poder Mercado, la cual regula las conductas anticompetitivas que se presentan en el Ecuador, conductas que intentan impedir la expansión de los mercados y la libertad de los consumidores a escoger que producto, bien o servicio utilizan, sin embargo, con el avance de la tecnología, se crean nuevos mercados digitales que presentan nuevos desafíos que dejan en obsolescencia la normativa actual y su poder de control ya que esta no contempla de manera expresa el espacio digital. Al no existir una normativa directa y expresa para las nuevas problemáticas, se presta para que exista un posible abuso del mercado en función de que no son aplicables de manera concreta las regulaciones que existen, en especial en un sector donde existen grandes y pocos operadores, como lo es el mercado digital financiero.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593 969250827	E-mail: pablohbowen@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Reynoso Gaute, Maritza Ginette		
	Teléfono: +593-4-3804600		
	E-mail: maritza.reynoso@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			