

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en la competitividad empresarial en Ecuador

Organic Law for the Defense of Consumers in business competitiveness in Ecuador

Fredy Roberto Hidalgo Cajo*
Universidad Nacional de Chimborazo.
Riobamba-Ecuador.
fhidalgo@unach.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-6873-7250>

Silvana Dolores Flores Padilla
Profesional Independiente.
Riobamba-Ecuador.
silvanaf12@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-6575-3693>

Alexis Roberto Rivera Andrade
Profesional Independiente.
Riobamba-Ecuador.
alexisrivera-91@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-9223-6592>

*Correspondencia: fhidalgo@unach.edu.ec

Cómo citar este artículo:
Hidalgo, F., Flores, S., & Rivera, A. (2025). Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en la competitividad empresarial en Ecuador. *Perspectivas Sociales y Administrativas*, 3(1), 37-48. <https://doi.org/10.61347/psa.v3i1.75>

Recibido: 16 de marzo de 2025

Proceso de evaluación:

17 de marzo al 16 de abril de 2025

Aceptado: 16 de abril de 2025

Publicado: 21 de abril de 2025

Resumen: La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en Ecuador establece regulaciones que buscan proteger los derechos de los consumidores, garantizando prácticas comerciales justas y transparentes. La falta de capacitación, el desconocimiento de la normativa y la burocracia pueden afectar la capacidad de las empresas para innovar y diferenciarse en el mercado. El objetivo de esta investigación es evaluar la incidencia de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en la competitividad empresarial, considerando la relación entre el Índice de Precios al Consumidor (IPC) y el desempeño competitivo de las empresas. Se empleó un enfoque mixto cualitativo y cuantitativo, apoyado de una revisión documental de literatura académica, normativas y datos estadísticos secundarios obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2024) junto con el análisis de leyes y reglamentos sobre la Ley Orgánica de defensa del Consumidor en la Competitividad Empresarial en Ecuador. Los principales resultados fueron: la evolución del IPC entre 2000 y 2024 refleja la influencia de factores macroeconómicos y regulatorios en la estabilidad de precios y la competitividad empresarial. Si bien la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor ha fortalecido la transparencia y la confianza en el mercado, su impacto en la contención de la inflación es limitado, lo que evidencia la necesidad de estrategias económicas complementarias.

Palabras clave: Competitividad empresarial, consumidor, defensa, índice de precios.

Abstract: The Organic Law on Consumer Protection in Ecuador establishes regulations that seek to protect the rights of consumers, guaranteeing fair and transparent business practices. Lack of training, ignorance of regulations, and bureaucracy can affect the ability of companies to innovate and differentiate themselves in the market. The objective of this research is to evaluate the impact of the Organic Law on Consumer Protection on business competitiveness, considering the relationship between the Consumer Price Index (CPI) and the competitive performance of companies. A mixed qualitative and quantitative approach is used, supported by a documentary review of academic literature, regulations, and secondary statistical data obtained from the National Institute of Statistics and Censuses (2024) together with the analysis of laws and regulations on the Organic Law on Consumer Protection in Business Competitiveness in Ecuador. The main results were: The evolution of the CPI between 2000 and 2024 reflects the influence of macroeconomic and regulatory factors on price stability and business competitiveness. Although the Organic Law on Consumer Protection has strengthened transparency and confidence in the market, its impact on containing inflation is limited, which highlights the need for complementary economic strategies.

Keywords: Business competitiveness, consumer, defense, price index.

Copyright: Derechos de autor 2025 Fredy Roberto Hidalgo Cajo, Silvana Dolores Flores Padilla, Alexis Roberto Rivera Andrade.



Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0.

1. Introducción

La implementación y aplicación de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor representa un desafío significativo para las empresas, ya que impone regulaciones destinadas a proteger los derechos de los consumidores, pero al mismo tiempo afecta la competitividad empresarial. Si bien estas normativas garantizan prácticas comerciales justas, mejoran la calidad de los productos y servicios, y fortalecen la confianza del consumidor, su cumplimiento implica costos adicionales, adaptaciones operativas y cambios en las estrategias comerciales (Viteri et al., 2024).

Dávila (2024) menciona que la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en Ecuador en el artículo 302 se define como un marco normativo que busca regular y proteger los derechos de los consumidores frente a proveedores de bienes y servicios. Esta ley debe adaptarse a las realidades cambiantes del comercio y los patrones de consumo excesivo, promoviendo mecanismos y procedimientos idóneos y eficaces para la defensa de los derechos de los consumidores. Su objetivo principal es regular las relaciones entre proveedores y consumidores, proteger los derechos del consumidor, y promover la equidad y seguridad jurídica en dichas relaciones (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2000).

Algunos de los derechos fundamentales establecidos incluyen: derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, derecho a recibir información adecuada, clara y veraz sobre los bienes y servicios ofrecidos, incluyendo sus precios y características, derecho a un trato no discriminatorio y equitativo por parte de los proveedores y derecho a la educación del consumidor (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2000).

Además, los consumidores tienen la responsabilidad de ejercer un consumo racional y responsable, informarse sobre las condiciones de uso de los bienes y servicios, y no afectar el medio ambiente. Asimismo, los productos durables deben estar garantizados por el proveedor para cubrir defectos de fabricación y funcionamiento (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2000).

Por otro lado, la competitividad empresarial se refiere a la capacidad de una empresa para ofrecer productos o servicios que se comparen favorablemente con los de otras empresas en el mismo mercado, para lograr así beneficios superiores y sostenibilidad a largo plazo. Se ve influenciada por factores como la calidad de los productos, la eficiencia en la producción, la relación con los clientes, la utilización de tecnologías emergentes y la capacidad para satisfacer las demandas del mercado (Ramos-Rivadeneira & Jiménez-Toledo, 2024).

Según Sánchez y Parra (2024) la competitividad puede medirse a través de varios niveles, incluyendo el macro (país), meso (sector o industria), meta (región) y micro (empresa). A nivel micro, su determinación incluye aspectos como la gestión empresarial, la responsabilidad social, la sostenibilidad ambiental, la productividad y la asociatividad empresarial. Esta noción implica que la competitividad está influenciada por una combinación eficaz de circunstancias nacionales y estrategias empresariales.

En este sentido, en el marco jurídico ecuatoriano, la competitividad empresarial se aborda desde varias normativas y políticas públicas que fortalecen el desarrollo productivo y la sostenibilidad de las empresas. La Constitución de la República del Ecuador (2008) establece en su artículo 284 que la política económica debe promover el desarrollo de una economía social y solidaria, fomentando la competitividad, la eficiencia y la sostenibilidad del aparato productivo. Además, el artículo 304 menciona que la política comercial debe estimular la producción nacional y la inserción estratégica en la economía global.

La normativa del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2010) en su artículo 302 establece incentivos fiscales, arancelarios y de financiamiento para mejorar la competitividad empresarial. También promueve la innovación, la inversión extranjera y la simplificación de trámites para facilitar el desarrollo de negocios. Por otra parte, la Ley de Emprendimiento e Innovación (2000) en su artículo 302, fomenta la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) mediante incentivos tributarios, acceso a financiamiento y apoyo a la digitalización. Asimismo, La Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (2011) garantiza la libre competencia, evita prácticas anticompetitivas y fomenta un mercado justo para todas las empresas.

Sumado a esto, el Índice de Precios al Consumidor (IPC) es un indicador que mide el promedio de los precios de una canasta de bienes y servicios consumidos por los hogares. Este índice refleja cómo los cambios en los precios afectan el costo de vida de los consumidores y es utilizado para calcular la inflación (Gaytán, 2021).

Para Martínez-Manrique (2020) este índice se utiliza ampliamente en el análisis económico y social, ya que ayuda a medir la inflación, toma de decisiones económicas y diseñar políticas públicas. Se calcula a partir de un conjunto definido de bienes y servicios considerados representativos del consumo de la población, y se actualiza regularmente para reflejar cambios en los hábitos de consumo y en los precios de mercado.

Desde un análisis del IPC, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor influye en la competitividad empresarial al establecer normas sobre calidad, publicidad y fijación de precios, evitando distorsiones que puedan afectar la estabilidad del mercado. Un entorno regulado y justo permite que las empresas compitan en igualdad de condiciones, incentivando la eficiencia y la innovación. Un entorno regulado y justo permite que las empresas compitan en igualdad de condiciones, incentivando la eficiencia y la innovación. Además, el IPC, al medir la evolución de los precios de bienes y servicios, refleja cómo las políticas de protección al consumidor y la competencia influyen en la inflación y el poder adquisitivo, lo que impacta directamente en la demanda y rentabilidad de las empresas (Pérez, 2023).

Por otra parte, la regulación económica se define como una técnica del Estado moderno que forma parte de sus funciones de policía administrativa, consistente en la utilización de un conjunto de normas e instrumentos jurídico-económicos para lograr el adecuado funcionamiento de actividades o sectores esenciales de una comunidad. Esta regulación busca establecer un equilibrio entre los intereses de las partes involucradas y no puede dejarse completamente al libre juego del mercado (Carbajales, 2019).

Esta regulación puede abarcar diversas áreas, incluyendo la protección al consumidor, la preservación de la competencia, la supervisión de los mercados financieros y la regulación de sectores específicos como la energía, telecomunicaciones, y servicios públicos. En esencia, la regulación económica busca equilibrar los intereses de los diversos actores económicos como empresas y consumidores y asegurar que se mantengan condiciones equitativas y transparentes en el funcionamiento del mercado (Gutiérrez, 2024).

La regulación económica para impulsar la competitividad empresarial se vincula con el IPC al garantizar condiciones equitativas en el mercado. Esta normativa protege a los consumidores contra prácticas abusivas, promoviendo una competencia justa entre empresas y evitando la especulación de precios que pueda distorsionar el IPC. Al regular la calidad, la publicidad y la fijación de precios, la ley incentiva la transparencia y eficiencia empresarial, lo que se traduce en una mayor estabilidad en los precios de bienes y servicios. De esta manera, el equilibrio entre la protección del consumidor y la libre competencia contribuye a un mercado más dinámico y sostenible, favoreciendo el crecimiento económico y la confianza de los consumidores (Gómez-Apac, 2024).

En este contexto, el estudio realizado por Urdaneta-Montiel y Zambrano-Morales (2024) en la provincia de El Oro, Ecuador, revela que la Ley del Consumidor parte del marco regulatorio bancario, tiene un impacto significativo en la competitividad de las pymes al fomentar condiciones más equitativas para el acceso al financiamiento. Esta legislación protege los derechos de los prestatarios, lo que incrementa la confianza de los empresarios al facilitar la transparencia en las condiciones crediticias, llevando a tasas de interés más competitivas y mejores opciones de financiamiento. Además, al mitigar las desigualdades que enfrentan las pymes frente a las grandes empresas, se fomenta un entorno propicio para la innovación y diversificación de sus productos y servicios.

Por su parte, Fuentes (2022) muestra que la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor impacta considerablemente en la competitividad empresarial. Al exigir que las empresas ofrezcan productos y servicios de óptima calidad con información veraz, la ley fomenta un mercado más justo. Esto obliga a las empresas a mejorar sus estándares y atención al cliente, lo que resulta en una mayor satisfacción y lealtad de los consumidores. Sin embargo, se destaca que la efectividad de estas medidas depende de la adecuada aplicación de las leyes; la falta de implementación puede dificultar su objetivo y afectar la competitividad de las empresas que no se adaptan. Por ende, es importante una revisión periódica de las normativas para que se alineen con las nuevas realidades del comercio, especialmente en el contexto digital.

Además, Tapia et al. (2018) analizan cincuenta empresas miembros del Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES). Los resultados destacan que el 97 % de estas empresas se centra en ofrecer productos y servicios de calidad para atraer más clientes, lo que sugiere que la Ley del Consumidor juega un papel importante en la competitividad empresarial. Al cumplir con las expectativas de los consumidores y mantener altos estándares de calidad, las empresas no solo mejoran su imagen corporativa, sino que se posicionan favorablemente en un mercado cada vez más exigente, y reflejan de esta manera cómo las políticas de RSE influyen en el desempeño empresarial y la sostenibilidad en el contexto de regulaciones de consumo.

Asimismo, Campaña (2019) revela que, aunque la ley busca proteger los derechos del consumidor, su desalineación con los principios y directrices internacionales genera un entorno normativo incierto que afecta la competitividad empresarial. El incremento en los conflictos judiciales y la eliminación de procedimientos especiales en reformas recientes han complicado la resolución de disputas, desincentivando la inversión y afectando la planificación estratégica de las empresas. Además, la falta de protección adecuada para consumidores en situaciones vulnerables mina la confianza en el mercado, lo que no solo afecta la percepción de los consumidores hacia las empresas, sino que desanima a los inversores extranjeros.

La Ley del Consumidor establece regulaciones que impactan la fijación de precios, la calidad de los productos y la protección de los derechos del consumidor. Sin embargo, su aplicación puede influir en el IPC, ya sea mediante restricciones en la fijación de precios, costos de cumplimiento normativo o medidas de control de calidad. Esto plantea el desafío de analizar cómo la implementación de la Ley del Consumidor afecta la competitividad empresarial en relación con las variaciones del IPC y cómo las empresas pueden adaptarse para mantener su rentabilidad sin afectar la accesibilidad de los productos para los consumidores.

El objetivo general de esta investigación es evaluar la incidencia de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en la competitividad empresarial, analizando la relación entre el IPC y el desempeño competitivo de las empresas. Para ello, se plantean tres objetivos específicos: analizar la evolución del IPC en sectores claves y su vínculo con la aplicación de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor;

examinar cómo las regulaciones de protección al consumidor influyen en la estructura de precios y la rentabilidad empresarial y comparar la competitividad de las empresas que cumplen con la normativa frente a aquellas que han sido sancionadas por su incumplimiento.

2. Metodología

El estudio adoptó un enfoque mixto cualitativo y cuantitativo para evaluar la incidencia de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en la competitividad empresarial, considerando la relación entre el IPC y el desempeño competitivo de las empresas. Se utilizó una revisión documental de literatura académica, normativas y datos estadísticos secundarios obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2024). Se examinaron estudios, artículos científicos e informes técnicos, junto con el análisis de leyes y reglamentos sobre la Ley Orgánica de defensa del Consumidor en la competitividad empresarial en Ecuador.

3. Resultados

El IPC entre 2000 y 2024 muestra una tendencia creciente, pasando de 46.25 en el año 2000 a 111.86 en 2024. Este incremento refleja la inflación acumulada y el aumento sostenido en los precios de bienes y servicios. Entre 2000 y 2014, el IPC prácticamente se duplica, alcanzando los 100.64 en 2014, mientras que en los años siguientes el crecimiento es más moderado, con cierta estabilidad entre 2017 y 2020, antes de experimentar un nuevo repunte a partir de 2021.

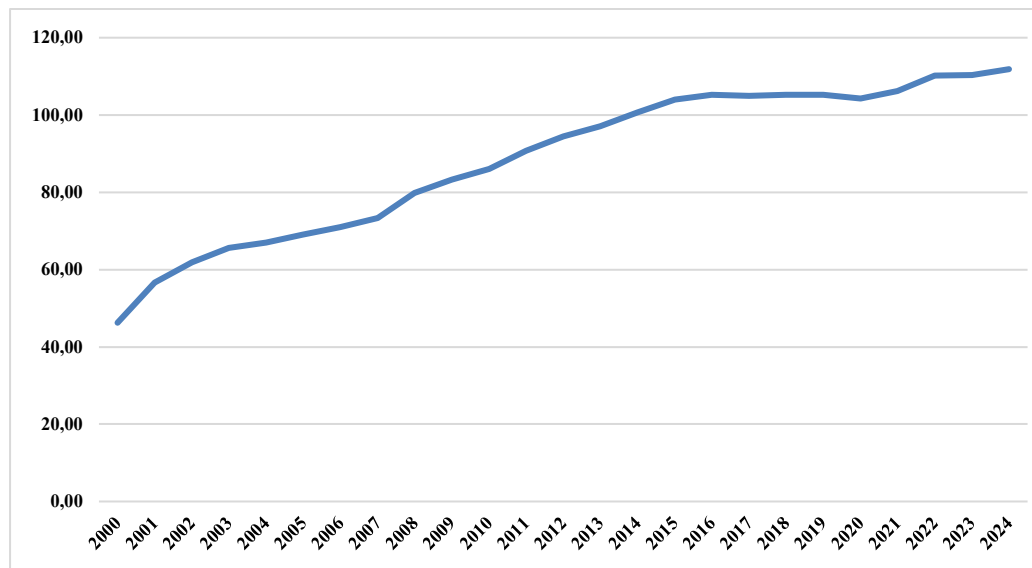
La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor tiene como objetivo proteger a los ciudadanos contra prácticas comerciales abusivas y garantizar precios justos y transparencia en el mercado. Si bien el IPC ha mantenido una tendencia al alza, algunos periodos de estabilidad, como el de 2017-2020, podrían estar relacionados con controles de precios y regulaciones de mercado que ayudaron a contener la inflación. Sin embargo, el incremento registrado entre 2021 y 2024 sugiere presiones inflacionarias recientes vinculadas con la reactivación económica postpandemia, aumentos en los costos de producción y ajustes en la oferta y demanda.

Desde una perspectiva histórica, el periodo 2000-2014 muestra un crecimiento sostenido del IPC, lo que indica un aumento progresivo en los costos de bienes y servicios esenciales como alimentación, transporte y vivienda. Durante este tiempo, la aplicación de la Ley del Consumidor pudo haber influido en la estabilización de ciertos precios, aunque no evitó el incremento general. Entre 2015 y 2020, el IPC se mantiene relativamente estable con fluctuaciones menores, lo que sugiere una mejor regulación del mercado, posibles controles de precios o menor presión inflacionaria. A partir de 2021, el IPC vuelve a aumentar significativamente, lo que podría estar relacionado con el contexto económico global y local.

El aumento del IPC afecta directamente el poder adquisitivo de los consumidores, especialmente en sectores esenciales como alimentos, transporte y vivienda. Factores como los costos de producción, las importaciones y las regulaciones del mercado pueden haber influido en la variación de precios. La evolución del IPC en las últimas dos décadas muestra una tendencia creciente con periodos de relativa estabilidad y nuevas alzas recientes. Aunque la Ley del Consumidor ha podido mitigar algunos impactos, la inflación sigue siendo un desafío importante.

Figura 1

Evolución del Índice de Precios al Consumidor



Regulaciones de protección al consumidor y la rentabilidad de las empresas

Las regulaciones de protección al consumidor juegan un papel medular en la estructura de precios y la rentabilidad de las empresas, ya que imponen normas que garantizan la transparencia, calidad y equidad en las transacciones comerciales. El cumplimiento de estas regulaciones puede generar costos adicionales asociados con certificaciones, controles de calidad y garantías, lo que influye en la determinación de precios y en los márgenes de ganancia. Al mismo tiempo, el respeto a estas normativas puede fortalecer la confianza del consumidor, incrementar la lealtad de los clientes y mejorar la competitividad en el mercado (Vélez-Crespo & Reyes-Idrovo, 2023).

Las regulaciones de protección al consumidor pueden influir significativamente en la estructura de precios y la rentabilidad de las empresas de diversas maneras, tanto positivas como negativas. Muñoz et al. (2024) detallan algunos de los principales efectos. Las regulaciones de protección al consumidor pueden incrementar los costos operativos y limitar la fijación de precios, también pueden generar beneficios al fortalecer la confianza y fidelización de los clientes, impulsando una demanda más estable y sostenible. La clave para las empresas radica en encontrar un equilibrio entre el cumplimiento normativo y la optimización de su estructura de costos (Ochoa & Freire, 2024).

Figura 2

Principales efectos de las regulaciones de protección al consumidor

Restricciones en la fijación de precios: algunas regulaciones pueden limitar la capacidad de las empresas para establecer precios libremente, como ocurre con los controles de precios en sectores regulados (energía, medicamentos, telecomunicaciones) o la prohibición de prácticas como la publicidad engañosa o las cláusulas abusivas en contratos.

Mejora en la confianza del consumidor y demanda: las regulaciones pueden generar un entorno más seguro para los consumidores, aumentando su confianza en los productos y servicios. Esto puede traducirse en mayor lealtad, repetición de compra y, en algunos casos, una mayor disposición a pagar por productos certificados o con garantía de calidad, lo que puede compensar los costos adicionales de cumplimiento.

Impacto en la competencia y estrategias de mercado: las regulaciones pueden beneficiar a las empresas que ya cumplen con estándares elevados, dificultando la entrada de competidores que no pueden asumir estos costos. Sin embargo, también pueden afectar negativamente a pequeñas empresas con menor capacidad financiera para adaptarse a normativas estrictas, favoreciendo la concentración del mercado en grandes corporaciones.

Riesgo de sanciones y costos legales: el incumplimiento de regulaciones puede derivar en multas, demandas o incluso la prohibición de operar en ciertos mercados. Para evitar estos riesgos, las empresas deben invertir en asesoría legal y cumplimiento normativo, lo que puede reducir su rentabilidad si no se gestiona adecuadamente.

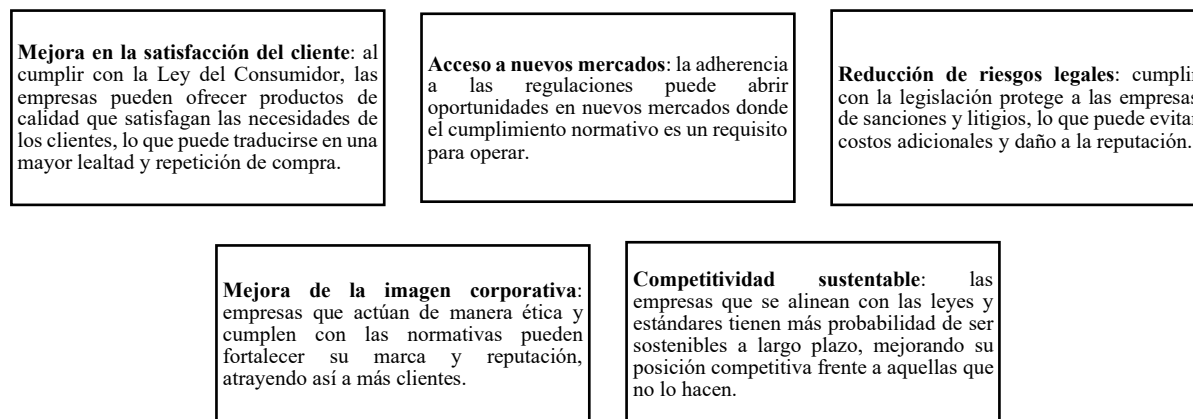
Competitividad de empresas que cumplen con la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

La competitividad empresarial en los mercados regulados está estrechamente vinculada con el cumplimiento normativo y la percepción del consumidor. En el caso de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, las empresas que se adhieren a sus disposiciones no solo evitan sanciones legales, sino que fortalecen su reputación, generando confianza y lealtad en su clientela. Por otro lado, aquellas que han recibido sanciones enfrentan desafíos adicionales, como la pérdida de credibilidad, costos legales y restricciones comerciales que pueden afectar su posicionamiento en el mercado (Salazar-Pazmiño, 2023).

Carrasco et al. (2021) indican que el cumplimiento de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor no solo es un requisito legal, sino una estrategia clave para la competitividad empresarial. Las empresas que respetan los derechos del consumidor tienen mayores posibilidades de crecimiento sostenible, mientras que aquellas que enfrentan sanciones pueden ver afectada su estabilidad y desempeño en el mercado. Entre estos se destacan:

Figura 3

Beneficios para las empresas que cumplen con la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

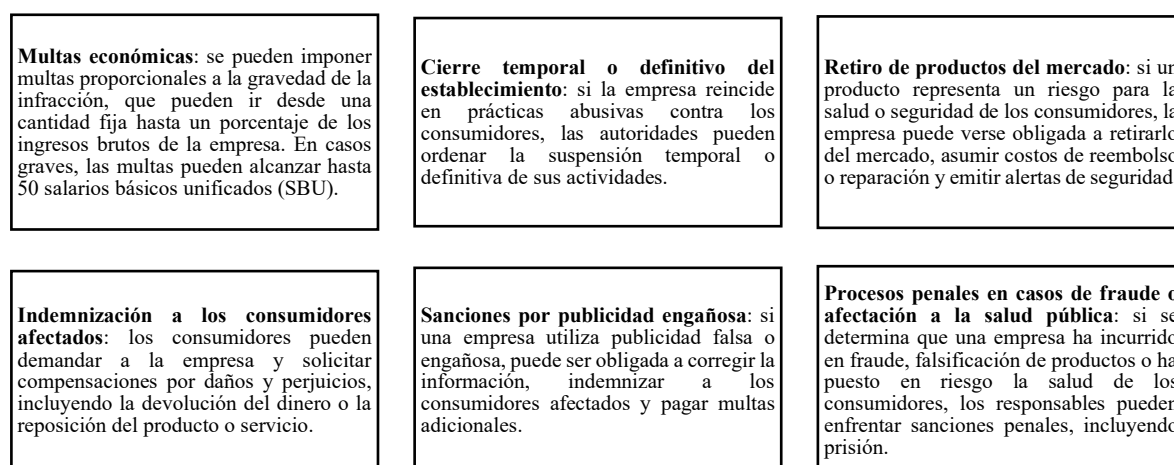


Cumplir con la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en Ecuador proporciona a las empresas múltiples beneficios en términos de competitividad. Este cumplimiento mejora la percepción del cliente, ya que garantiza un servicio justo y transparente, lo que lleva a una mayor retención de clientes y recomendaciones, creando una ventaja competitiva sostenible. Además, un alto porcentaje de consumidores están dispuestos a pagar más por un excelente servicio al cliente, lo que puede resultar en mayores ingresos. Además, adherirse a esta normativa ayuda a evitar sanciones severas que podrían afectar la economía y la reputación de la empresa, protegiéndola así de posibles pérdidas (Guerrero, 2024).

Al contrario, las empresas que no cumplen con la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en Ecuador pueden enfrentar diversas sanciones administrativas, civiles y, en algunos casos, penales. Estas sanciones son impuestas por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado (SCPM) y otras entidades de control. Algunas de las sanciones más comunes incluyen:

Figura 4

Sanciones para las empresas que cumplen con la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor



Las empresas que cumplen con la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor no están sujetas a sanciones, ya que actúan conforme a las normativas establecidas para garantizar los derechos de los consumidores. Sin embargo, en caso de incumplimiento, las sanciones pueden incluir multas, clausura temporal o definitiva del establecimiento, y hasta la obligación de indemnizar a los consumidores

afectados. Estas buscan asegurar prácticas comerciales justas y proteger a los ciudadanos de posibles abusos, promoviendo un mercado transparente y equitativo (García & Redrobán, 2024).

4. Discusión

Se evidencia que la aplicación de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor ha contribuido a la protección de los ciudadanos y a la regulación del mercado, promoviendo la transparencia y la competitividad empresarial. Sin embargo, su impacto en la contención de la inflación es limitado frente a factores macroeconómicos más amplios. Concordando con el estudio realizado por Campaña (2019), la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en Ecuador revela que, aunque busca proteger los derechos del consumidor, su desalineación con los principios y directrices internacionales genera un entorno normativo incierto que afecta la competitividad empresarial.

Las empresas que cumplen con la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor obtienen una ventaja competitiva sostenible al fortalecer su reputación, generar confianza en los consumidores y asegurar su permanencia en el mercado. Este cumplimiento les permite acceder a nuevos mercados, minimizar riesgos legales y fomentar la lealtad de sus clientes, impactando positivamente en su rentabilidad y crecimiento. En esta línea, Urdaneta-Montiel y Zambrano-Morales (2024) destacan que la Ley del Consumidor influye significativamente en la competitividad de las pymes, al crear condiciones más equitativas para el acceso al financiamiento. La legislación protege los derechos de los prestatarios, aumentando la confianza empresarial y promoviendo mayor transparencia en las condiciones crediticias, lo que se traduce en tasas de interés más competitivas y mejores oportunidades de financiamiento.

De manera similar, el estudio de Tapia et al. (2018) destaca el papel fundamental de la Ley del Consumidor en la competitividad empresarial. Cumplir con las expectativas de los consumidores y mantener altos estándares de calidad no solo fortalece la imagen corporativa, sino que mejora el posicionamiento en un mercado cada vez más exigente. En contraste, las empresas sancionadas enfrentan pérdidas económicas, restricciones comerciales y un deterioro en su reputación, lo que compromete su estabilidad y competitividad.

Las regulaciones de protección al consumidor tienen un impacto considerable en la estructura de precios y en la rentabilidad de las empresas, ya que establecen normas que aseguran la equidad y la transparencia en el mercado. Aunque pueden generar costos adicionales derivados de certificaciones, controles de calidad y cumplimiento normativo, también contribuyen a fortalecer la confianza del consumidor y fomentar su fidelización, lo que resulta en una demanda más estable y sostenible. Según Fuentes (2022), la efectividad de estas medidas depende de su correcta implementación; la falta de aplicación adecuada obstaculiza su propósito y afecta la competitividad de las empresas que no logren adaptarse.

La aplicación de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en Ecuador ha contribuido a la protección de los ciudadanos y a la regulación del mercado, promoviendo la transparencia y competitividad empresarial, aunque su impacto en la contención de la inflación es limitado frente a factores macroeconómicos más amplios. Las empresas que cumplen con la ley logran una ventaja competitiva al fortalecer su reputación, generar confianza y asegurar su permanencia en el mercado, mientras que las pymes se benefician de condiciones más equitativas para acceder a financiamiento. Sin embargo, la desalineación de la ley con principios internacionales genera un entorno normativo incierto, lo que afecta la competitividad empresarial (Vélez-Crespo & Reyes-Idrovo, 2023).

5. Conclusiones

La evolución del IPC entre 2000 y 2024 refleja un incremento sostenido, con períodos de estabilidad y repuntes recientes vinculados con factores económicos como la reactivación postpandemia y el aumento en los costos de producción. La aplicación de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor ha contribuido a la protección de los ciudadanos y a la regulación del mercado, promoviendo la transparencia y la competitividad empresarial. Sin embargo, su impacto en la contención de la inflación es limitado frente a factores macroeconómicos más amplios. Aunque la ley ayuda a mitigar las distorsiones del mercado, el crecimiento del IPC demuestra la necesidad de estrategias complementarias para garantizar la estabilidad de precios, proteger el poder adquisitivo y fomentar un entorno económico equilibrado y sostenible.

Las regulaciones de protección al consumidor impactan significativamente en la estructura de precios y la rentabilidad de las empresas, al establecer normas que garantizan la equidad y transparencia en el mercado. Si bien pueden generar costos adicionales debido a certificaciones, controles de calidad y cumplimiento normativo, también fortalecen la confianza del consumidor y fomentan la fidelización, lo que puede traducirse en una demanda más estable y sostenible. Además, estas regulaciones pueden limitar la fijación de precios y dificultar la entrada de nuevos competidores, beneficiando a empresas consolidadas, pero afectando a aquellas con menor capacidad financiera. En este sentido, las empresas deben encontrar un equilibrio entre el cumplimiento normativo y la optimización de su estructura de costos para maximizar su rentabilidad y competitividad en el mercado.

Las empresas que cumplen con la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor logran una ventaja competitiva sostenible al fortalecer su reputación, mejorar la confianza del consumidor y garantizar su permanencia en el mercado. Estas compañías pueden acceder a nuevos mercados, reducir riesgos legales y fomentar la lealtad de sus clientes, lo que impacta positivamente en su rentabilidad y crecimiento. En contraste, las empresas que han recibido sanciones enfrentan pérdidas económicas, restricciones comerciales y un deterioro en su imagen, lo que afecta su estabilidad y competitividad. La comparación entre ambas situaciones demuestra que el cumplimiento normativo no solo es una obligación legal, sino una estrategia necesaria para la sostenibilidad empresarial y el éxito en mercados regulados.

Referencias

- Campaña, P. (2019). La defensa del consumidor en el Ecuador. De espaldas a los principios internacionales de protección. *Iuris Dictio*, (24), 17-32. <https://lc.cx/C-M05d>
- Carbajales, M. (2019). Hacia una definición jurídica de regulación económica. *Revista republicana*, (26), 43-66. <https://doi.org/10.21017/rev.repub.2019.v26.a59>
- Carrasco, Y., Mendoza, N., López, Y., Mori, R., & Alvarado, J. (2021). La competitividad empresarial en las pymes: retos y alcances. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(5), 557-564. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v13n5/2218-3620-rus-13-05-557.pdf>
- Código Orgánico de la Producción Comercio e. Inversiones. [COPCI], Ley Orgánica Art. 302. (29 de diciembre de 2010). Registro Oficial (351). (Ecuador).
- Constitución de la República del Ecuador [CRE]. Art. 284, Art. 304. 20 de octubre de 2008. (Ecuador).

- Dávila, L. (2024). Protección a los usuarios de proveedores de bienes y servicios en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor del Ecuador. *RECIAMUC*, 8(3), 84-112. [https://doi.org/10.26820/reciamuc/8.\(3\).sep.2024.84-112](https://doi.org/10.26820/reciamuc/8.(3).sep.2024.84-112)
- Fuentes, E. (2022). El consumidor ecuatoriano y los derechos que brinda la ley orgánica de defensa del consumidor. *Dominio de las Ciencias*, 8(3), 437-457. <https://n9.cl/dopgq>
- García, K. A., & Redrobán, W. E. (2024). Análisis del rol de la Defensoría del Pueblo en la protección de los derechos del consumidor en Ecuador. *Emergentes-Revista Científica*, 4(3), 114-133. <https://pdfs.semanticscholar.org/9979/e843641bacc2dee2fecebd31c2156bcc099c.pdf>
- Gaytán, J. (2021). Estrategia financiera, teorías y modelos. *Mercados y negocios*, 22(44), 97-112. <https://doi.org/10.32870/myn.v0i44.7647>
- Gómez-Apac, H. (2024). ¿Cuál debe ser la finalidad de una ley de defensa de la libre competencia?: A propósito de lo establecido en la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado del Ecuador. *DICERE Revista de Derecho y Estudios Internacionales*, 1(2), 1-17. <https://doi.org/10.33324/dicere.v1i2.813>
- Guerrero, E. (2024). La vocación de servicio al cliente como estrategia de posicionamiento en la mente del consumidor. *Sinergia Académica*, 7(3). <https://n9.cl/glogw>
- Gutiérrez, A. (2024). La regulación económica como privatización de la función pública. *Revista Alegatos*, 99-120. <https://alegatos.azc.uam.mx/index.php/ra/article/view/1727>
- Ley Orgánica de Defensa al Consumidor [LODC]. Art. 302. (10 de julio de 2000). Registro Oficial (116). (Ecuador).
- Ley Orgánica de Emprendimiento E. Innovación. [LODC]. Art. 302. (21 de febrero de 2000). Registro Oficial (151). (Ecuador).
- Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado. (13 de octubre de 2011). Registro Oficial (555). (Ecuador).
- Martínez-Manrique, R. (2020). El Índice de Precios al Consumidor en la provincia Santiago de Cuba: una disyuntiva para reflexionar. *Anuario Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 42-53. <https://anuarioeco.uo.edu.cu/index.php/aeco/article/view/5140>
- Muñoz, M., Núñez, C., Mendoza, O., & Andachi, W. (2024). La protección de los derechos de los consumidores. Especial referencia a los contratos de adhesión en Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 10(4), 1667-1693. <https://doi.org/10.23857/dc.v10i4.4148>
- Ochoa, A., & Freire, E. (2024). Análisis crítico de las normas aplicables al procedimiento judicial en materia de derechos del consumidor en Ecuador. *Revista Lex*, 7(24), 118-135. <https://doi.org/10.33996/revistalex.v7i24.173>
- Pérez, A. (2023). Los derechos del consumidor regulados en las normas ecuatorianas. *Dominio de las Ciencias*, 9(3), 2149-2161. <https://doi.org/10.23857/dc.v9i3.3547>
- Ramos-Rivadeneira, D., & Jiménez-Toledo, J. (2024). La innovación desde las tecnologías emergentes para la competitividad empresarial. *Gestión y Desarrollo Libre*, 9(17), 1-14. <https://n9.cl/xz3pb>
- Salazar-Pazmiño, C. E. (2023). La apelación y el derecho para recurrir en materia de defensa del consumidor, ante el órgano de justicia jerárquicamente superior. *Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa REICOMUNICAR*, 6(12), 71-88. <https://www.reicomunicar.journalgestar.org/index.php/reicomunicar/article/view/206>

- Sánchez, R., & Parra, C. (2024). La relación entre la asociatividad empresarial, la productividad y la competitividad: una revisión de la literatura. *Revista Universidad y Empresa*, 26(46). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.13484>
- Tapia, A., Gavilanez, M., Jacome, S., & Balseca, J. (2018). La responsabilidad social empresarial: un desafío para la sostenibilidad de las empresas del Ecuador. *3c Empresa: investigación y pensamiento crítico*, 7(4), 68-89. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6708534>
- Urdaneta-Montiel, A, & Zambrano-Morales. (2024). Marco regulatorio bancario en Ecuador y su impacto en el financiamiento a pymes. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 14(27), 147-163. <https://lc.cx/1SXKFO>
- Vélez-Crespo, S., & Reyes-Idrovo. (2023). La protección de los derechos de los consumidores en el Derecho Civil Ecuatoriano: Un análisis de su evolución y desafíos actuales. *MQRInvestigar*, 7(4), 849-862. <https://doi.org/10.56048/MQR20225.7.4.2023.849-862>
- Viteri, J., Loachamín, S., Campaña, R., & Galarza, C. (2024). La apelación en procesos de defensa al consumidor y el derecho a recurrir. *Ciencia Unemi*, 17(44), 137-148. <https://doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol17iss44.2024pp137-148p>

Transparencia

Conflicto de interés

Los autores declaran que no existen conflictos de interés que influyan en la objetividad de este estudio.

Fuente de financiamiento

No se recibieron fondos financieros de ninguna organización que pudiera tener interés en los resultados presentados.

Contribución de autoría

Fredy Roberto Hidalgo Cajo: Conceptualización, metodología, software, validación, análisis formal, investigación, gestión de datos, visualización, redacción - preparación del borrador original, redacción - revisión y edición, financiamiento, administración del proyecto, recursos, supervisión.

Silvana Dolores Flores Padilla: Conceptualización, software, validación, análisis formal, investigación, gestión de datos, visualización, redacción - preparación del borrador original, redacción - revisión y edición, financiamiento, administración del proyecto, recursos, supervisión.

Alexis Roberto Rivera Andrade: Conceptualización, metodología, software, validación, análisis formal, investigación, visualización, redacción - preparación del borrador original, redacción - revisión y edición, financiamiento, recursos.

Los autores contribuyeron activamente en el análisis de los resultados, revisión y aprobación del manuscrito final.