



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

**TEMA:**

**Protección jurídica del consumidor digital en la legislación  
ecuatoriana.**

**AUTORA:**

**Silva Vera, Denisse Alicia**

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del grado de  
ABOGADO DE LOS TRIBUNALES Y JUZGADOS DE LA  
REPÚBLICA DEL ECUADOR.**

**TUTORA:**

**Dra. Moreno Navarrete, María Andrea, Phd**

**Guayaquil, Ecuador**

**02 de septiembre del 2023**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Silva Vera, Denisse Alicia**, como requerimiento para la obtención del Título de **Abogado de los Tribunales y Juzgados de la República del Ecuador**.

**TUTORA**



f. \_\_\_\_\_

FORMA DIGITALMENTE POR:  
MARÍA ANDREA MORENO  
NAVARRETE

**Dra. Moreno Navarrete María Andrea, Phd**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

**Dra. Nuria Pérez Puig-Mir, Phd.**

**Guayaquil, a los 02 días del mes de septiembre del año 2023**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES Y  
POLÍTICAS  
CARRERA DERECHO**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Silva Vera Denisse Alicia**

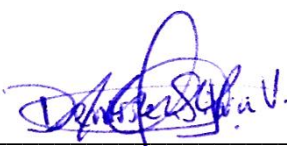
**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Protección jurídica del consumidor digital en la legislación ecuatoriana**, previo a la obtención del Título de **Abogado de los Tribunales y Juzgados de la República del Ecuador** ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

**Guayaquil, a los 02 días del mes de septiembre del año 2023**

**LA AUTORA**

f.   
\_\_\_\_\_  
**Silva Vera Denisse Alicia**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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


**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Silva Vera Denisse Alicia**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del trabajo de titulación, **Protección jurídica del consumidor digital en la legislación ecuatoriana**, cuyos contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 02 días del mes de septiembre del año 2023**

**LA AUTORA:**

f.   
\_\_\_\_\_  
**Silva Vera Denisse Alicia**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

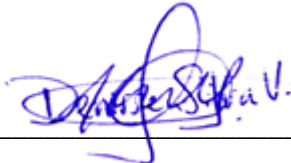
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y, CIENCIAS SOCIALES Y  
POLÍTICAS  
CARRERA DE DERECHO

REPORTE DE URKUND

The screenshot shows the URKUND interface. On the left, document details are listed: 'Documento: Titulacion de Denisse Silva\_antipalajo.doc (D173231651)', 'Presentado: 2023-08-29 11:40 (-05:00)', 'Presentado por: denisse.silva@cu.ucsg.edu.ec', 'Recibido: maritza.reynoso.ucsg@analysis.orkund.com', and 'Mensaje: Rv: tesis final. [Mostrar el mensaje completo](#)'. Below this, a green progress bar indicates '0%' completion, with the text 'de estas 14 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.' On the right, a 'Lista de fuentes' panel is visible with columns for 'Categoria' and 'Enlace/nombre de archivo'. It contains three entries: 'Fuentes alternativas' and 'Fuentes no usadas'. The bottom of the interface shows navigation icons and a status bar with '0 Advertencias', 'Reiniciar', and 'Compartir' buttons.

f.    
 SISTEMA AUTOMATIZADO POR:  
 MARIA ANDREA MORENO  
 NAVARRETE

**TUTORA**  
**Dra. Moreno Navarrete María Andrea, Phd**

f. 

**ESTUDIANTE**  
**Silva Vera Denisse Alicia**

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, a mis padres y amigos por ser ese pilar fundamental en mi vida. Por brindarme su apoyo incondicional para cumplir mis objetivos, impulsándome siempre a perseguir mis metas y no abandonarlas frente a las adversidades.

Además de mi tutora la Abogada Andrea Moreno por la paciencia, dedicación y su gran aporte académico que me brindo para que este proyecto sea posible.

## DEDICATORIA

*A Dios, a mi familia que me ayudaron con mucho esfuerzo para que pueda obtener mi título, mis amigos cercanos y los que están a distancia. Que, con sus motivaciones y empuje, lograra alcanzar una de mis metas. Y a las personas que no están presente, en la vida terrenal, les dedico este trabajo.*

*También, quiero dedicar a mi tutora la Abogada Andrea Moreno por su paciencia, comprensión y su apoyo académico para terminar este proyecto.*



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

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**Ab. JOSÉ MIGUEL GARCIA AUZ, Mgs.**

OPONENTE

f. \_\_\_\_\_

**Dr. LEOPOLDO XAVIER ZAVALA EGAS**

DECANO

f. \_\_\_\_\_ -

**Ab. MARITZA REYNOSO GAUTE, Mgs.**

COORDINADORA DEL ÁREA





UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**Facultad:** Jurisprudencia  
**Carrera:** Derecho  
**Periodo:** UTE A 2023  
**Fecha:** 31 de agosto 2023

### ACTA DE INFORME FINAL

El abajo firmante, docente tutor del Trabajo de Titulación denominado **Protección jurídica del consumidor digital en la legislación ecuatoriana** elaborado por la estudiante **Silva Vera Denisse Alicia** certifica que durante el proceso de acompañamiento dicho estudiante ha obtenido la calificación de **10 (diez)**, lo cual lo califica como **APTA PARA LA SUSTENTACIÓN**.



---

**Dra. Moreno Navarrete María Andrea, PhD**

**TUTORA**

## ÍNDICE

AGRADECIMIENTO .....	V
DEDICATORIA .....	VI
INTRODUCCIÓN.....	2
CAPÍTULO 1 .....	3
1. El Comercio Electrónico .....	3
1.1 Nociones conceptuales. ....	3
1.2 Antecedentes.....	4
2. Consumidor Digital. ....	5
2.1 Concepto. ....	5
2.2 Regulación normativa en Derecho Comparado Europeo. ....	7
2.3 Análisis normativo argentino y colombiano.....	8
CAPÍTULO 2 .....	10
3. El Comercio Electrónico en la normativa ecuatoriana.....	10
3.1 Generalidades. ....	10
3.2 Aplicación de la normativa de transformación. ....	11
3.3 Revisión de la estrategia nacional de desarrollo del 2020. ....	11
4. El consumidor digital en el ordenamiento ecuatoriano. ....	13
4.1 Protección de los consumidores en normativas ecuatorianas.....	13
4.2 Derecho Comparado frente a la normativa ecuatoriana. ....	14
4.3 Análisis y tratamiento legal ecuatoriano.....	18
CONCLUSIONES.....	20
RECOMENDACIONES .....	22
REFERENCIAS.....	24

**RESUMEN:** Se realizó un estudio, cuya problemática jurídica es la falta de reconocimiento a los derechos y obligaciones del consumidor digital ecuatoriano. En este trabajo, se analiza el papel que desempeña el consumidor digital y su vulnerabilidad frente al comercio electrónico en el ordenamiento jurídico a partir del Derecho Comparado. Se trata de un estudio exploratorio del tipo comparativo-descriptivo. Que se tiene como objetivo encontrar un equilibrio en la regulación pública y privada en los negocios digitales y así precautelar los intereses de los consumidores. Existen varios desafíos asociados con el comercio electrónico, respecto al consumidor digital. En casos en los que el consumidor se le vulnera sus derechos, es necesario establecer un marco legal que brinde seguridad jurídica y confianza a los consumidores digitales. El desarrollo entorno a los consumidores y las empresas impulsan asignar diversos tratamientos en el comercio electrónico. Ecuador no es ajeno a la necesidad de adoptar regulaciones eficientes que respondan a las exigencias particulares del entorno comercial digital. Se concluye que el Ecuador tiene normativas deficientes para brindar mecanismos de solución a las controversias que enfrenten los consumidores digitales.

***Palabras Claves:*** comercio electrónico, derechos, plataformas digitales, bienes y servicios, Internet.

**ABSTRACT:** A study was conducted, the legal issue of which is the lack of recognition of the rights and obligations of Ecuadorian digital consumers. This work analyzes the role played by the digital consumer and their vulnerability in the face of electronic commerce within the legal framework, based on Comparative Law. It is an exploratory study of a comparative-descriptive nature, aiming to find a balance in public and private regulation in digital business to safeguard consumer interests. There are several challenges associated with electronic commerce concerning digital consumers. In cases where a consumer's rights are violated, it is necessary to establish a legal framework that provides legal security and confidence to digital consumers. Developments regarding consumers and businesses drive the need for various treatments in electronic commerce. Ecuador is not immune to the need to adopt efficient regulations that respond to the specific demands of the digital commercial environment. It is concluded that Ecuador lacks adequate regulations to provide mechanisms for resolving disputes faced by digital consumers.

***Keywords :*** *electronic commerce, rights, digital platforms, goods and services , Internet, e-commerce.*

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, con las nuevas tendencias tecnológicas, las redes sociales y las plataformas digitales han revolucionado el ejercicio del comercio, incidiendo en el entorno jurídico. En la última década, el comercio electrónico se ha intensificado ante la comercialización de productos y servicios en línea, tales como: Amazon, eBay y demás sitios web.

Anteriormente, las negociaciones se formalizaban mediante contratos escritos, ambas partes manifiestan sus voluntades y cumplían los requisitos establecidos por la ley para su validez. Con el surgimiento de las nuevas tecnologías de información nace el comercio electrónico, dejando de lado los contratos escritos. El cual, ha tenido un gran impacto en el campo del derecho.

Estos cambios han provocado la creación de proyectos de ley y diseñar normas regulatorias entorno al Derecho de los usuarios digitales. La legislación ecuatoriana no puede excluirse frente a las exigencias de la globalización. Su objeto normativo es facilitar la eficacia y correcta regulación del comercio electrónico.

El objetivo regulatorio será encontrar un justo equilibrio en la regulación pública y privada de la economía para precautelar los intereses de los consumidores. Existen varios desafíos asociados con el comercio electrónico: respecto al consumidor digital y la utilización de datos personales y prevención del fraude.

En el presente trabajo, el planteamiento del problema jurídico es: “La falta de reconocimiento a los derechos y obligaciones del consumidor digital ecuatoriano”. Dando a conocer un análisis del papel que desempeña el consumidor digital y su vulnerabilidad frente al comercio electrónico en el ordenamiento jurídico a partir del Derecho Comparado.

## **CAPÍTULO 1**

### **1. El Comercio Electrónico**

#### **1.1 Nociones conceptuales.**

Ante la nueva expansión del comercio a nivel global, se ha generado una nueva forma de hacer negocios. Los avances tecnológicos en muchas áreas comerciales han hecho posible abrir un camino hacia nuevos modelos comerciales, adaptándose a los nuevos tipos de negociaciones electrónicas y a la reestructuración de los procesos comerciales que estas conllevan. Actualmente, con el fin de satisfacer las necesidades del consumidor en la adquisición de bienes y servicios.

De manera sencilla, según sus propias palabras, define (Malca, 2001) el comercio electrónico como:

Cualquier forma de transacción comercial donde las partes interactúan con el uso de las tecnologías de la informática y de las telecomunicaciones, que soportan las transacciones de productos o servicios entre las empresas, entre estas y particulares o con el Estado. (p.32)

Por su parte, los autores (Cubillos Velandia & Rincón Cardenas, 2002) expresan que el comercio electrónico: “Es aquel que se formaliza por algún medio electrónico, creando una incidencia real y directa sobre las voluntades o el desarrollo de la interpretación de un futuro acuerdo”. (p.180)

Conforme a los conceptos planteados por los juristas, se puede definir como un acuerdo que se perfecciona a través del intercambio electrónico de datos entre computadoras, que tiene una incidencia real y directa en la formación de la voluntad y en el desarrollo futuro del acuerdo. Este acuerdo puede ser celebrado en forma total o parcial, mediante el envío de las manifestaciones de voluntad o de documentos escritos a través de medios digitales.

Vale indicar, como lo señalo en su momento (Comisión de la Comunidades Europeas, 1997) el comercio electrónico: “Consiste en realizar electrónicamente transacciones

comerciales basado en el tratamiento y transmisión electrónica de datos, textos incluidos, imágenes y videos”. (p.8)

En el Programa de Trabajo sobre el Comercio Electrónico, que el Consejo General de la Organización Mundial del Comercio adoptó en septiembre de 1998, y exclusivamente para efectos de dicho programa, se señala que, por la expresión “comercio electrónico” se entenderá “la producción, venta y distribución de productos a través de redes de telecomunicaciones”. (Organización Mundial del Comercio, 1998)

Por encima de los matices que cada conceptualización incorpora, es posible concebir al comercio electrónico como el conjunto de transacciones comerciales que tiene lugar en línea a través de medios electrónicos como son: bienes y servicios, sin la necesidad del contacto físico, opera un sistema global, mediante la utilización de redes informáticas y herramientas digitales. Lo que la hace accesible a nivel mundial, sin límites geográficos, ni temporales.

## 1.2 Antecedentes.

En cuanto al fenómeno digital que ha causado una revolución tecnológica en la sociedad y el impacto en el entorno jurídico. La aparición de nuevos sistemas de comunicación y formas de hacer negocios, se ve afectada la normativa tradicional que regula estos tipos de negocio. De modo que se brinde y garantice una seguridad a los usuarios.

Años atrás las personas realizaban actividades de comercio entre sí, pero conforme ha evolucionado el mundo del comercio. Se ha visto la necesidad de adoptar nuevas herramientas tecnológicas la cual, hoy por hoy, está en un constante cambio con la ayuda del Internet. De tal forma que, las personas han generado un modo diverso de crear mercado tradicional, haciendo referencia a la adquisición de bienes y servicios en el entorno digital.

Ahora bien, en la época de los noventa la comunicación se facilitaba las relaciones entre internautas en cualquier parte del mundo. Pero con el avance y ágil comunicación entre usuarios se fueron creando actividades comerciales entre empresas impulsando futuras compraventas, ventas, contrataciones de servicios.

Siguiendo la línea del tiempo, las épocas más relevantes del inicio del Comercio Electrónico son: En 1960 el intercambio electrónico de datos EDI (Electronic Data Interchange) se da a través de esta plataforma que facilitaba entre empresas transferencias de

datos financieros. Y a finales de los 90 hasta la actualidad en la que emerge el Comercio Electrónico como una forma de hacer negocios.

Lo cual, se va categorizar en tres olas importantes. La primera ola nace en 1995 hasta el 2003 como un fenómeno estadounidense, en la que se crea sitios web comerciales en inglés incluyendo la llegada de Amazon y eBay con mayor posesión en compras en línea. Se utilizó el correo electrónico como herramienta de comunicación, aunque muy poco estructurada.

Dentro de la época 2000 en adelante se da la ola de la revolución industrial y tecnológica, dando sus primeros pasos en el mundo virtual. Sin embargo, en el 2003 se da el despegue del comercio electrónico con mayor auge. A medida que avanzaba la tecnología se incrementaba el mercado digital a través de varias plataformas y dispositivos digitales.

La segunda ola surge dentro de la época 2004 hasta el 2009 con la Revolución Industrial, en la que se adoptó pequeños modelos de subasta como son las ventas en pequeños anuncios. (Schneider, 2013) expresa que: “ Las tecnologías Web 2.0 que permitieron el crecimiento del comercio electrónico que se presentó durante la segunda ola representarán un papel primordial durante la tercera. Por ejemplo, los sitios web como Facebook y las tecnologías como Twitter pueden utilizarse para entablar el comercio social, que es el uso de conexiones interpersonales en línea para promover o vender bienes y servicios”. (p.15)

La tercera ola aparece en la época 2010 hasta la actualidad con la revolución informática. En la que aparece las plataformas móviles también llamadas m-commerce. Al hablar de negocios electrónicos trajo consigo una evolución de los contratos paralelo al avance tecnológico. Creando una variante contractual dentro de la práctica comercial del entorno digital.

## **2. Consumidor Digital.**

### **2.1 Concepto.**

La Real Academia Española define al consumidor como:

Persona física o jurídica, que, actuando en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional, adquiere, utiliza o disfruta bienes, productos, servicios, actividades o funciones para uso personal, familiar y colectivo,



siempre que lo haga como destinatario final, y siendo indiferente que quienes producen, facilitan, suministran o expiden dichos bienes o servicios tengan naturaleza pública o privada, individual o colectiva. (Diccionario panhispánico del español jurídico, 2023)

Con la globalización digital ha generado cambios importantes tanto en el ámbito social como comercial. En el aspecto comercial surge la aparición de un nuevo tipo de consumidor con el “consumidor digital” que toma el manejo de las tecnologías de la información y comunicación, de forma que su estilo de vida busca resolver sus necesidades por medio de compras en línea.

Según los autores (Espinoza Vélez & Armijos Buitrón, 2022) expresan respecto del consumidor digital:

Se puede afirmar que el consumidor digital tiene características esenciales que van, de la mano con la modernización de la sociedad y del mercado. Estos individuos se mantienen permanentemente informados y muy atentos a la cantidad de información disponible en Internet. Sus preferencias están ligadas a los datos que se disponga y a la variedad de opciones que pueda considerar antes de tomar la decisión de compra correcta. (p.172)

De manera amplia, con la llegada de la era digital a nuestras vidas, el desempeño del usuario en el comercio electrónico. Se crea nuevos términos en la que se configura un nuevo consumidor. Este como un individuo digital que tiene la capacidad de estar conectado en todo momento y en cualquier lugar de mundo, dando al consumidor herramientas tecnológicas que son útiles a la hora de buscar, evaluar y hacer uso de la información obtenida para adquirir un producto o servicio.

Respecto a los autores antes mencionados, expresan elementos esenciales del consumidor digital, que el individuo digital está ligado a una constante evolución respecto a las nuevas herramientas tecnológicas que surgen dentro mercado digital. Y su capacidad de estar conectado, informado y hacer uso de esa información para sus necesidades personales.

Según (Vega, 2005) define al consumidor digital como: “El sujeto del mercado digital que adquiere bienes o presta servicios, como usuario final para satisfacer sus propias necesidades personales”. (p.94)

El consumo en las plataformas digitales surge una división de los consumidores, en función de un bien o servicio. Logrando, de esta forma, definir al consumidor digital como: el individuo que utiliza la tecnología para investigar, comparar o pactar compras de producto inclusive mediante el uso de servicios, sea por dispositivos móviles o computadoras a través de aplicaciones o sitios web.

## 2.2 Regulación normativa en Derecho Comparado Europeo.

En el comercio electrónico se ha ampliado de manera significativa la oferta de los bienes y servicios disponibles para los consumidores, permitiendo comprar desde la comodidad de sus hogares y tener una amplia variedad de opciones. Sin embargo, existe un riesgo potencial de adquirir bienes y servicios de mala calidad o falsificaciones.

Los bienes y servicios son objeto de cualquier prestación en el que se emplea el sistema electrónico para su elaboración, celebración y envío. Cabe destacar que el “Sistema de información como método para generar, enviar, recibir, archivar o procesar de alguna otra forma comunicaciones electrónicas”. (Utilización de las Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales, 2007)

En definitiva, la información es un elemento clave en el comercio electrónico. Los consumidores digitales esperan encontrar información detallada y precisa de los productos y los servicios que están considerando adquirir. Sin embargo, a veces la información proporcionada en línea puede ser engañosa o falsa, lo que puede llevar a decisiones de compras equivocadas.

Con el incremento de las actividades en línea, también hay un aumento de recolección de datos de los consumidores. Los datos recopilados pueden ser utilizados para personalizar las experiencias en línea y mejorar la eficiencia, pero también existe el riesgo de que sean utilizados para fines malos intencionados.

Las transacciones en línea son cada vez más comunes, pero también pueden ser más vulnerables a fraudes o estafas. Es importante que los consumidores tomen medidas para proteger la información financiera y asegurar que las transacciones se realicen de sitios web certificados.

Conforme a la legislación de europea estipulado en los artículos 4,5 y 6 al darse las transacciones comerciales estas incluyen con derechos como:

Primero, que el consumidor reciba la información clara y sencilla antes de finalizar cualquier contrato electrónico. Segundo, la información que fue proporcionada por medios electrónicos, debe confirmarse por escrito o respaldo digital en el momento de ejecución del contrato. Incluso, el consumidor tendrá derecho a retractarse de celebrar el contrato electrónico. Finalmente, el consumidor está protegido frente a ventas no solicitadas y pagos fraudulentos realizadas mediante tarjetas de crédito. (Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo, 2000)

El consumidor digital en el comercio electrónico tiene acceso a una amplia variedad de bienes y servicios, datos e información y transacciones en línea. Que se puede enfrentar a riesgos relacionados con la seguridad de datos y la integridad de las transacciones. Por ende, es importante que los consumidores tomen medidas para proteger su información y tomen decisiones informadas de sus compras en línea.

### 2.3 Análisis normativo argentino y colombiano.

Conforme establece la Ley 25.506 Firma Digital Argentino, concede al ordenamiento jurídico, la regulación que permite crear un marco jurídico que conduzca a un desarrollo de manera segura de las vías de la negociación electrónica, facilitando el empleo del comercio electrónico y conceder a los usuarios un soporte informático que pueda ser aplicable de manera segura y ágil.

Se reconoce en esta ley, la firma digital para su validez dentro del comercio electrónico cumpliendo los requisitos conforme lo establece el ente certificador. Además de reconocer certificados extranjeros que cumplan con los respectivos requisitos de validez. Los usuarios digitales del comercio electrónico proporcionan un medio que facilitan el empleo de estas técnicas modernas de comunicación e información.

Con la finalidad de facilitar la interposición de reclamos de los consumidores y usuarios a través de una plataforma electrónica, el ordenamiento jurídico argentino busca asignar competencias jurídicas respecto a los efectos de los reclamos planteados para posterior se dé un tratamiento y eventual resolución.

Acorde establece la Ley 527 de Colombia, la regulación general que abarca el comercio electrónico. Tendrá la obligación de proteger al consumidor, adaptando como la información

que se dé por mensaje de texto, sin importar el medio que se realice. la norma le brinda un valor jurídico y probatorio al mensaje de datos. Esta con la finalidad de brindar seguridad a las transacciones electrónicas otorgando efecto jurídico, validez o fuerza obligatoria a cualquier información realizado por medio de mensaje de datos.

El objetivo principal de las negociaciones electrónicas dentro de Colombia, se estipula principios básicos dentro del comercio electrónico. Consagrando así la aparición de instituciones concediendo ciertas facultades a las entidades de certificación, certificados y firmas digitales.

En el decreto 587 de 2016 prevé al consumidor garantizar de manera efectiva el libre ejercicio de los derechos de los consumidores y velar por sus intereses económicos. Establece los procedimientos para presentación de quejas y reversión de pago realizado por los consumidores a través de las operaciones realizadas dentro del comercio electrónico.

Después de analizar la normativa respecto al comercio electrónico. Se puede indicar las principales similitudes entre las normativas y algunos vacíos respecto a la regulación del comercio electrónico.

Estos son los aspectos importantes del comercio electrónico:

- En ambas normativas regulan la implementación y desarrollo del Comercio Electrónico dentro del territorio nacional. Con la finalidad de difundir información y dar a conocer la utilización del comercio digital.
- Se coinciden en las definiciones, formación e interpretación de ley, efectos jurídicos, firma digital, certificados y entidades de certificación. Dentro del marco jurídico del comercio electrónico se garantiza neutralidad, igualdad y de más principios dentro del tratamiento jurídico del comercio electrónico por medio del uso de las herramientas tecnológicas dentro del proceso de información.
- En los consumidores se reconoce los derechos y obligaciones en la normativa que rige en cada país. Sin embargo, existe normativa orgánica que protege al consumidor dentro del entorno digital respecto al comercio electrónico.

## **CAPÍTULO 2**

### **3. El Comercio Electrónico en la normativa ecuatoriana.**

#### **3.1 Generalidades.**

El (Código del Comercio , 2019) que rige en el Ecuador, define al comercio electrónico en el artículo 74 como “Toda transacción comercial de bienes o servicios digitales o no, realizada en parte o en su totalidad a través de sistemas de información o medios electrónicos, considerando los tipos de relaciones existentes”. En concordancia con artículo 1 de la Ley de Comercio Electrónico, Firma Electrónica y Mensaje de Datos, que menciona como objeto de ley al comercio electrónico.

La Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE), establece una relación de las empresas que deciden vincular sus negocios certificados, ya sea para ofertar sus productos o servicios, incluso impulsar y capacitar a las empresas ecuatorianas que incursionan en el mundo digital. Como ejemplos existen algunas empresas afiliadas a la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico como: De-prati, Pycca, Tipti, entre otras utilizan las plataformas digitales en sus actividades económicas.

Por esta razón, la utilización comercial de las páginas web dentro del Ecuador, que se ofrecen actualmente son: canales de compras-ventas de bienes y servicios en línea. El usuario accederá al Internet y podrá realizar transacciones por medio de dispositivos electrónicos en cualquier lugar.

Como indica el informe estadístico de V Medición de e-commerce dentro del país, se puede establecer que los canales de compras más usadas por los ecuatorianos que son: páginas web con 35%, WhatsApp 45%, redes sociales como Facebook e Instagram 28%, aplicaciones web 44%, portales de comercio electrónico (mercado libre) 10% y otros 4%. Optando así por la inserción del comercio electrónico como medio de comercio tradicional en el Ecuador, debido al incremento de nuevos compradores digitales. (Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico. , 2022)

Es importante destacar que las páginas web que ofrecen bienes servicios o deben ser reconocidos y respaldados por una firma electrónica en Ecuador. Esto regulado por la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos. Sin embargo, existe un

catálogo amplio dentro del mercado digital que es necesario se implementen medidas de seguridad dentro de estas plataformas digitales para prevenir fraudes y garantizar la confianza en las transacciones en línea.

### 3.2 Aplicación de la normativa de transformación.

En el estudio de la (Ley Orgánica para la transformación digital y audiovisual , 2023) está enfocada al desarrollo en la economía digital del país. Con la finalidad de brindar los objetivos específicos establecidos en la norma, como es: la modernización y transformación digital a través de marcos legales que regulen e impulsen la economía digital. Inclusive dentro del territorio ecuatoriano se busca garantizar la protección de datos de los ciudadanos.

En la referida ley, se remarca la noción de la economía digital como un punto medular del comercio electrónico. En la normativa se establece términos que se conceptualizan al gobierno digital y que posee tres pilares fundamentales en la gobernanza de datos, la interoperabilidad y seguridad digital.

Respecto al gobierno digital establece que los gobiernos a través del uso de las tecnologías, información y comunicación, se logre así una forma transformadora digital. De tal forma, que se adopte la digitalización de ciertos procesos para la eficacia dentro de las entidades que se gobierna.

Dentro de los pilares fundamentales, se habla de la gobernanza de datos que implica asegurar a través de procesos, herramientas que permiten evaluar el uso de las tecnologías digitales en la organización. Seguido de la interoperabilidad, que implica la capacidad de las plataformas digitales del intercambio de información de manera uniforme y eficiente, brindando una seguridad a los usuarios en el intercambio de información entre sistemas.

En suma, las medidas de seguridad digital, es la confianza en el entorno digital para el desarrollo progresiva de las vías de comunicación como el comercio electrónico por medio de implementación de acciones, controles y medidas que proporcionen como un medio seguro y confiable, facilitando la relación entre los administrados.

### 3.3 Revisión de la estrategia nacional de desarrollo del 2020.

En el análisis del marco legal del informe ejecutivo del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información y Ministerio de Producción Comercio

Exterior, Inversiones y Pesca, que establece la (Estrategia Nacional de Comercio Electrónico , 2022) consta expresado el fortalecimiento al desarrollo del comercio electrónico recalando la importancia de desarrollar un marco normativo que realce la protección al consumidor digital.

Este régimen incide en cuestiones jurídicas de instrumentación digital, como es el derecho de retracto o devolución, la publicidad engañosa, y el uso adecuado de mecanismos alternativos de solución de controversias transfronterizas, a través de medios electrónicos encauzados en la protección eficiente al consumidor. El informe aborda diversas problemáticas y necesidades relacionadas con el comercio electrónico en Ecuador, y se propone varias medidas y acciones para fortalecer y fomentar su desarrollo, como:

- La actualización de la Ley de Defensa del Consumidor para incluir un apartado que indique que la ley es de obligatoriedad tanto para el comercio tradicional como para el comercio electrónico. Lo que podría implicar para el trabajo del defensor público en la protección de los derechos del consumidor en el ámbito digital, específicamente en la capacitación del defensor público en temas de comercio electrónico.
- La elaboración de un decreto ejecutivo de acciones a favor de procedimientos eficientes y expeditos en protección al consumidor, como la capacidad de hacer mediación en línea y asesoría gratuita al afectado por un acto del operador económico, lo que podría requerir la capacitación del personal encargado de brindar estos servicios.
- Enfatizar la importancia de mejorar la infraestructura TIC y la alfabetización digital, así como de fortalecer y capacitar a las MIPYME y unidades de la economía popular y solidaria en la adopción del comercio electrónico.
- Actualizar la legislación para proteger los derechos del consumidor digital y promover buenas prácticas en el comercio electrónico.
- La implementación de un sistema nacional de direcciones y código postal para facilitar las transacciones, destacando la importancia del sector postal en la logística del comercio electrónico.

## **4. El consumidor digital en el ordenamiento ecuatoriano.**

### **4.1 Protección de los consumidores en normativas ecuatorianas.**

En su artículo 1 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, (2000)., establece: “El objeto es regular las relaciones entre proveedores y consumidores, promover el conocimiento del consumidor y proteger los derechos del consumidor, así como buscar la justicia y brindar seguridad en las relaciones entre las partes”.

En la actualidad, con el surgimiento de conflictos en la negociación electrónica de bienes y servicios, hay un incumplimiento por parte de empresas o proveedores que ofrecen bienes y servicios, lo cual perjudica a los consumidores y vulnera la seguridad jurídica de la transacción.

Además, en el artículo 75 de la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensaje de Datos., (2002) detalla los elementos relacionados en el comercio electrónico, mensaje de datos, regula los aspectos relacionados con el comercio electrónico, prestación de servicios, tales como derechos de los usuarios entre otros que se regula en la Ley.

En el artículo 74 del Código de Comercio Ecuatoriano establece que el comercio electrónico, los contratos de bienes y servicios sea total o parcial mediante sistemas de información o medios electrónicos. Además, de indicar que los contratos de servicios electrónicos a través de medios electrónicos y las obligaciones que se derivan de estos contratos, estipulado en el artículo 76 y 239 Código de Comercio Ecuatoriano.

En concordancia con el artículo 44. Ley de Comercio Electrónico, Firma Electrónica y Mensaje de Datos. Estableciendo que todas las actividades comerciales, financieras o de servicios tendrán los mismos efectos jurídicos.

Las transacciones comerciales celebradas por medios electrónicos, gozará de validez, esto asociado a la información de compra y venta de productos y servicios a través de medios informáticos. Estipulado en el artículo 243 del Código de Comercio Ecuatoriano. En concordancia con el artículo 45. de la Ley de Comercio Electrónico, Firma Electrónica y Mensaje de Datos. Del mismo modo, de la entrega de bien o servicio de manera oportuna y



eficiente establecido de forma mutua, estipulado en el artículo 18 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

La Ley Modelo sobre Comercio Electrónico fue el primer texto legislativo en que se plasmaron los principios fundamentales que hasta la presente fecha se contemplan en los modelos regulatorios de la región. Ecuador fue receptivo a este modelo. En particular, tiene como finalidad, la de superar los obstáculos que plantean las disposiciones legislativas y que no pueden modificarse mediante contrato equiparando el trato dado a la información sobre papel al trato dado a la información electrónico. Su contenido comprende reglas internacionalmente aceptables encaminadas a suprimir los obstáculos jurídicos y a dar una mayor previsibilidad al comercio electrónico.

La trascendencia de este modelo, se centró en acoger los principios de su contenido. El principio de la no discriminación asegura que no se denegarán a un documento sus efectos jurídicos, su validez o su ejecutabilidad por la única razón de que figure en formato electrónico. Se acompaña a su contenido, el principio de la neutralidad respecto de los medios técnicos obliga a adoptar disposiciones cuyo contenido sea neutral respecto de la tecnología empleada.

Ante la rápida evolución tecnológica, el objetivo de las reglas neutrales es dar cabida a toda novedad que se produzca en el futuro sin necesidad de emprender una labor legislativa, mientras que el principio de la equivalencia funcional se establecen los criterios conforme a los cuales las comunicaciones electrónicas pueden equipararse a las comunicaciones sobre papel.

#### 4.2 Derecho Comparado frente a la normativa ecuatoriana.

En la Ley 25.506 Firma Digital respecto del Comercio Electrónico Argentino en sus artículos 2 y 5 define y se diferencia entre firma digital y firma electrónica. Ambas son reconocidas por forma legal, pero establece una validez jurídica distinta frente al marco normativo que esté brinda. (2001)

En el artículo 16 de la Ley 25.506 Firma Digital Argentino se reconoce los certificados extranjeros siempre que reúnan los requisitos establecidos en la normativa que rige dentro del territorio nacional y reconocido por un certificador licenciado. Conforme los expresa en los artículos 17 y siguientes planteando quienes son las entidades encargadas de otorgar estos certificados. Estas autoridades están regidas por ciertas funciones y obligaciones que establece la misma ley.

En los artículos 27 y 28 de la Ley 25.506 Firma Digital Argentino establece una organización institucional que plantea la figura de un sistema auditor previo a la Comisión Asesora que se forma en el ámbito jurisdiccional para la infraestructura de la firma digital, esta Comisión evalúa varios elementos específicos para el cumplimiento de validez de los certificados emitidos.

En concordancia con los artículos 33 y 35 define el sistema de auditoria y de la Comisión de Asesoría para la Infraestructura de firma digital además de sus competencias y respectivas funciones.

La ley 24.240 de la Ley de Defensa del Consumidor Argentino, a través de la autoridad de aplicación nacional, se implementan mecanismos para canalizar reclamos de los consumidores frente a los intereses económicos de los usuarios, creando así un sistema integrados de la Ventanilla Federal Única de Reclamos de Defensa del Consumidor. (1993)

En comparación a la normativa argentina, la normativa ecuatoriana no define la firma digital en la ley. Se reconoce la firma electrónica y los demás procedimientos para su correcta validez. Sin embargo, no limita estas figuras que corresponde al comercio electrónico. Se reconoce el ente de regulación y control “CONATEL” Consejo Nacional de Telecomunicaciones como organismo para emitir los certificados correspondientes.

La ley 527 de Comercio Electrónico de Colombia define al igual que la normativa argentina la firma digital, dando un ámbito de aplicación más amplio a ciertos documentos e información mediante integración de mensaje de datos. indicando cuales son los requisitos y atribuciones que debe tener para que tengan validez jurídica.

De igual forma, establece la entidad autorizada que es la Superintendencia de Industria y Comercio la cual, está facultada para emitir los certificados previos a la evaluación de los requisitos correspondientes. Planteando las funciones de estas entidades de certificación, incluso los deberes y responsabilidades.

El decreto 587 de 2016 del Estatuto del Consumidor establece regular bienes y servicios realizados por mecanismos de comercio electrónico. Los consumidores realizar podrán realizar sus respectivas quejas inclusive por los sistemas de pagos realizado de forma electrónica. Además, de aplicar los procedimientos correspondientes para hacer efectiva la reversión de pago.

En comparación del marco legislativo argentino y colombiano frente al ecuatoriano, estas siguen la Ley Modelo de Comercio Electrónico, dando lugar la unidad y armonización al derecho mercantil internacional. Su finalidad es aptar la Ley Modelo de la CNUDMI, por la flexibilidad de este modelo, ajustarse a las necesidades de estos países frente a las exigencias internacionales.

Para Colombia sigue de cerca la Ley Modelo de Comercio Electrónico de la CNUDMI, y su propósito fue fomentar la unificación y armonizar el derecho mercantil internacional, por medio de la utilización el intercambio electrónico de datos supliendo el método tradicional de comercio, dando rapidez a toda relación mercantil.

La Ley Modelo permite que cada país la moldee dando lugar a la legislación propia que sea acorde a sus estructuras sociales, culturales, económicas, legislativas y tecnológicas. Lo cual garantiza un medio legislativo armónico y con un mínimo estandarizado en cuanto a conceptos, lenguaje y procedimientos, para así lograr un desarrollo uniforme en el derecho mercantil internacional. La comisión redactora de la ley colombiana, la cual estaba integrada por el sector público y privado, decidió adaptar la Ley Modelo de la CNUDMI, ya que, por lo flexible de éste modelo, permitía ajustarlo a las necesidades del país. Esta iniciativa no pretendió otra finalidad diferente que tener una ley nacional ajustada a las exigencias internacionales (Gómez, 2004, p. 40).

La confianza es un factor determinante en la relación jurídico-comercial, siendo de vital importancia a lo largo de desarrollo mercantil, político y humano. La estabilidad de un proceso comercial es: “el resultado del equilibrio siempre inestable de tres elementos, la seguridad jurídica del contexto de donde se realiza, el nivel de riesgo que se ésta dispuesto a asumir y la confianza existente entre las partes que intervienen en una transacción” (Font, 2002, citado por García, 2004, p. 76).

Una referencia que permite aproximar este concepto, fue expuesta por la Corte Constitucional en sentencia C-662/00 al establecer: La confianza es la variable crítica para incentivar el desarrollo progresivo de las vías electrónicas de comunicación conocidas como correo electrónico y comercio electrónico, pues es el elemento que permite acreditarlos como un medio seguro, confiable y, de consiguiente, apto para facilitar las relaciones entre los coasociados.

En este contexto, la práctica de adquirir servicios en otros países, celebrar transacciones de oferta y demanda, transferir fondos, consultar los saldos de las cuentas es una forma fácil y rápida que hoy en día utilizan todos los consumidores de las vías electrónicas, aunque en algunas veces estas operaciones se frustran por la desconfianza en el sistema operativo. Asimismo, ofrecer bienes y servicios en cualquier parte mercado, implica un gran reto, más aún si no se tiene confianza y el respaldo jurídico. En el comercio electrónico la confianza está directamente relacionada con la seguridad (García, 2004, p. 82).

Otra cuestión de trascendencia es la seguridad informática, la cual, se maneja desde tres frentes de acción, el primero es la clave de acceso, para ingresar al software de un sistema operativo; el segundo son los mecanismos de seguridad para el intercambio de información por medio de las redes de comunicación; y el tercero es acceder con restricción a bases de datos. Las fuentes de información viajan a lo largo de todas las redes informáticas y pueden ser causal de ataques o estafas, para ello se debe prever identificando donde se vuelve vulnerable y reforzar la seguridad. El propósito de los agentes comerciales es “desarrollar e implementar mecanismos de seguridad”, conociéndose la debilidad del sistema y lo que puede llevar el ataque de fraude electrónico.

Cuando se habla de la seguridad de la empresa, se busca generar confianza, confidencialidad, integridad, reputación, buen nombre, éxito y prevención. Estos elementos son los que generan un ambiente de seguridad en la red. La seguridad en la red busca mantener el equilibrio entre internet y la red de la empresa. El equilibrio se conseguirá si se tiene un sistema de seguridad que dificulte la irrupción de las formas de ataque en el sistema operativo. Sin la seguridad de la red, que posee la empresa, no garantiza la invulnerabilidad, mi conexión a internet será insegura, poniendo en riesgo la red de la empresa y en general los sistemas operaciones (García, 2004, p. 90).

Para generarse un ataque en una empresa, por lo general se realiza por empleados a nivel interno, quienes tienen conocimiento del sistema operativo y su vulnerabilidad. Se deben generar mecanismos de seguridad por la empresa como:

- a. Seguridad de tránsito y de usuario.
- b. Seguridad de usuario

Las manifestaciones de fraude electrónico se pueden contrarrestar en dos áreas, a saber, jurídica y técnica. En este estudio nos enfocamos en la jurídica, la cual se maneja por las disciplinas del derecho comercial y del derecho penal. Cuando se habla de la parte comercial se 57 refiere a “certificaciones, certificados digitales y firmas digitales”, (Ley 527 , 1999).

La segunda vía, se presenta en lo relacionado con el uso indebido del software, la apropiación indebida de datos e información confidencial, interferencia de datos ajenos, manipulación de datos, incorporación de datos falsos etc. Estas son conductas que se marcan dentro del tipo penal denominado “delito informático”, el cual se define como: Todas aquellas acciones u omisiones típicas – antijurídicas y dolosas – cometidas contra otra persona natural o jurídica, realizadas mediante el uso de sistemas electrónicos de transmisión de información y, destinadas a producir un perjuicio en la víctima a través de atados a la sana técnica informática, lo cual, generalmente producirá de manera colateral lesiones a distintos valores jurídicos, reportándose muchas veces, un beneficio ilícito en el agente, sea o no de carácter patrimonial, actué con o sin ánimo de lucro. (Acurio del Pino, p.14)

#### 4.3 Análisis y tratamiento legal ecuatoriano.

El derecho del consumidor en Ecuador está regulado por la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y la Ley de Comercio Electrónico, Firma Electrónica y Mensaje de Datos. Estas leyes establecen los derechos y obligaciones de los consumidores y empresas en la compra y uso de productos y servicios digitales. Las empresas que ofrecen servicios o venden bienes por Internet deben estar reconocidas en el Ecuador y contar con un certificado y aprobación de una firma electrónica.

En casos en los que el consumidor tenga dificultades para resolver problemas de jurisdicción con sitios web que han incurrido en contrataciones ficticias, es necesario establecer un marco legal que brinde seguridad jurídica y confianza a los consumidores digitales. Las negociaciones electrónicas están reguladas por el Código de Comercio ecuatoriano. Sin embargo, esta normativa necesita ser actualizada para adaptarse a los cambios tecnológicos.

Las empresas también deben garantizar la seguridad de la información del consumidor y su privacidad, e informar de manera clara y transparente sobre las condiciones del contrato electrónico y los cambios realizados. La privacidad de los datos personales es una preocupación crucial para los consumidores, y debido al aumento de los riesgos de robo de identidad y fraude, los usuarios digitales se han vuelto más consciente de los peligros de las transacciones en línea. Por esta razón, es importante que el comercio electrónico adopte medidas de seguridad adecuadas para proteger la información financiera y personal de sus clientes.

En cuanto a la logística, tanto las empresas públicas como privadas deben garantizar una gestión eficiente y segura del proceso de recepción y entrega de paquetes, tomando en

cuenta la continuidad del servicio, la privacidad, seguridad, integridad y disponibilidad de los productos. Para ello, deben ofrecer información en los sitios web, herramientas de cálculo de precios de envío y seguimiento, y brindar una experiencia satisfactoria al usuario final.

Además, de la falta de infraestructura tecnológica y capacitación en materia de comercio electrónico en los organismos encargados de hacer cumplir la ley es otro factor que afecta el tratamiento legal en este ámbito. Es importante que estos organismos cuenten con la tecnología y los recursos necesarios.

## CONCLUSIONES.

1. Los avances en las tecnologías de la información y la comunicación han transformado el ambiente comercial, y al mismo tiempo, han creado nuevas oportunidades para los consumidores y las empresas. Ecuador no es ajeno a la necesidad de adoptar regulaciones eficientes que respondan a las exigencias particulares del entorno.

2. El desarrollo entorno a los consumidores y las empresas están impulsando que se fomente la asignación de tratamientos diferenciados acogiendo el ámbito amplio del comercio electrónico y su aplicación en las transacciones efectuadas por medio de teléfonos móviles u otros dispositivos, como computadoras o tabletas, y las compras suelen realizarse por medio de aplicaciones y plataformas específicamente diseñadas para ello.

3. Las empresas que se dedican al comercio electrónico deben proporcionar a los consumidores información suficiente para que estos puedan: identificar y localizar a la empresa; comunicarse con la empresa de forma rápida, fácil y eficaz; resolver toda controversia que pueda surgir de forma adecuada y eficaz; y dar notificación a la empresa de todo acto procesal realizado en caso de controversias nacionales o transfronterizas.

4. De forma sintetizada, la transformación del ámbito comercial por medio de los avances tecnológicos tanto de la información como de la comunicación. El desarrollo entorno a los consumidores y las empresas impulsan asignar diversos tratamientos en el comercio electrónico. Ecuador no es ajeno a la necesidad de adoptar regulaciones eficientes que respondan a las exigencias particulares del entorno.

5. La creciente demanda de bienes y servicios en este ámbito y a los riesgos asociados a los fraudes que pueden ser perpetrados en línea exigen que las empresas vinculadas al comercio electrónico asuman deberes y compromisos especiales para proporcionar información clara a los consumidores, de manera que estos puedan: acceder a canales de comunicaciones eficientes, considerando las realidades negociales transfronterizas.

6. La Ley Modelo sobre Comercio Electrónico sirvió como el primer texto legislativo que contempló los principios fundamentales de la no discriminación, la neutralidad respecto de los medios técnicos y la equivalencia funcional y que hasta la presente fecha se mantienen

ampliamente reconocidos como esenciales al comercio electrónico moderno. Ecuador ha sido receptivo a los postulados de este modelo legislativo.

7. La protección a los consumidores que realizan transacciones en línea requiere que el legislador ecuatoriano adopte un diseño normativo que promueva la transparencia y que promueva el uso de los medios alternativos de solución de conflictos, sobre la base de las reglas generales admitidas en el Derecho, y más especialmente a las normas internacionales que fomentan un mercado interno competitivo y sostenible. La característica principal de estos sistemas de resolución de conflictos en línea es la flexibilidad, es decir, la posibilidad de adaptar el proceso a las circunstancias de cada caso.

8. Los organismos internacionales han presentado esfuerzos por adoptar los principios generales y criterios uniformes que permitan la adopción estándares de conducta y procesos que sirvan para reducir la incertidumbre e incrementar la confianza en el comercio electrónico



## RECOMENDACIONES

Es meritorio diseñar un marco normativo ajustado a las necesidades y realidades del comercio electrónico. Ecuador deberá corresponder al régimen comercial que promueve la adopción de nuevas normas adaptadas al comercio electrónico.

Las leyes modelo y recomendaciones presentadas por el entorno internacional promueven la formación de procedimientos electrónicos de resolución de controversias sean accesibles, fáciles de usar, justos, equitativos, oportunos, efectivos, de bajo coste, transparentes, rápidos y sensibles a las diferencias culturales, socioeconómicas y lingüísticas de las partes, entre otros.

Entre estos instrumentos se pueden destacar la recomendación del Consejo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico relativa a los lineamientos para la protección al consumidor en el contexto del comercio electrónico y la Ley Uniforme de Operaciones Electrónicas de los Estados Unidos de América propuesta por la Conferencia Nacional de Comisionados de Derecho Estatal Uniforme, por ser de los primeros en recomendar estos mecanismos.

Para poder cumplir con el objetivo de incrementar la confianza del consumidor en los mercados en línea transnacionales, será necesario que Ecuador adopte medidas para fomentar prácticas comerciales justas y promover el comercio internacional, incluyendo el comercio móvil y electrónico. Este esfuerzo requerirá un trabajo conjunto tanto del sector público como privado, para proporcionar al consumidor acceso a soluciones proporcionadas.

Tratándose de controversias transnacionales, los países deben proporcionar a los consumidores, tanto nacionales como extranjeros, todas las herramientas necesarias para resolver sus conflictos, desde información clara y específica hasta sistemas efectivos que fomenten el auto cumplimiento de acuerdos o decisiones derivados de estos procedimientos o que los mismo sean ejecutables de una forma sencilla y viable, brindándoles a las partes seguridad jurídica, ya que de esto depende su éxito.

Como alternativas se establece las siguientes:

- Los legisladores deben crear, modificar o ampliar un marco jurídico específico conforme a la normativa Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensaje de Datos, debido a la alta demanda de bienes y servicios por parte de los consumidores y los avances tecnológicos, en virtud del creciente desarrollo del comercio electrónico, tanto a nivel nacional como internacional.
- Las instituciones responsables de administrar justicia enfrentan ineficientes y retrasos debido a la complejidad de los casos que deben abordar y la necesidad de verificar los reclamos presentados por los consumidores. Estos desafíos son agravados por la falta de eficacia en los mecanismos de control y las brechas de las regulaciones que protegen los derechos de los consumidores durante su ejecución.
- Es esencial que tanto los funcionarios como los defensores públicos encargados de resolver conflictos y proteger los derechos de los consumidores, reciban capacitación tanto en aspectos legales como técnicos. De esta manera podrán desempeñar sus funciones de manera efectiva y eficiente.

## REFERENCIAS

Acurio del Pino, S. (s.f.). Delitos Informáticos: Generalidades. 67.

*Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico*. (2022). Obtenido de <https://cece.ec/wp-content/uploads/2021/04/PresentacionMedicionEcommerce2020-UEES-04MAYO2020.pdf>

Código del Comercio. (2019). Ecuador: Ediciones legales.

Comisión de la Comunidades Europeas. (1997). *Iniciativa Europea del Comercio Electrónico* (pág. 40). Bruselas: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.

Corte Constitucional, Sentencia C-662/00 (2000).

Cubillos Velandia, R., & Rincón Cardenas, E. (2002). En *Introducción jurídica al Comercio Electrónico*. (pág. 436). Bogotá: Ediciones Jurídicas Gustavo Ibañez.

*Diccionario panhispánico del español jurídico*. (2023). Obtenido de Diccionario panhispánico del español jurídico: <https://dpej.rae.es/lema/consumidor-ra>

Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo. (2000). Directiva sobre el Comercio Electronico. Diario Oficial de las Comunidades Europeas.

Espinoza Vélez, M. P., & Armijos Buitrón, V. A. (2022). La transformación digital y su incidencia en el e-commerce en Ecuador. *Memorias de la Décima Segunda Conferencia Iberoamericana de Complejidad, Informática y Cibernética* (pág. 174). Loja: Departamento de Ciencias Empresariales, Universidad Técnica Particular de Loja.

Estrategia Nacional de Comercio Electrónico. (2022). Ecuador: Asamblea Nacional.

García Santiago, H. J. (2004). Seguridad en el comercio electrónico. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana: Facultad de Derecho.

Ley 24.240 de la Ley de Defensa del Consumidor. (1993). Argentina.

Ley 25.506 Firma Digital . (2001). Argentina.

Ley 527 Comercio Electrónico . (1999). Colombia.

Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensaje de Datos. (2002). Ecuador: Ediciones legales.

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. (2000). Ecuador: Ediciones legales.

Ley Orgánica para la transformación digital y audiovisual . (2023). Ecuador: Registro Oficial.

Malca, O. (2001). En *Comercio Electrónico* (pág. 141). Lima : Universidad del Pacífico .

*Organización Mundial del Comercio.* (1998). Obtenido de [https://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/minist\\_s/mc12\\_s/briefing\\_notes\\_s/bfecom\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/thewto_s/minist_s/mc12_s/briefing_notes_s/bfecom_s.htm)

Relaño, A. (2011). Consumidores digitales, un nuevo interlocutor. *Distribución y Consumo*, 116.

Schneider, G. (2013). Contrato Electrónico 10 ma edición. México: Cengage Learning Editores, S.A.

Utilización de las Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales. (2007). *Convención de las Naciones Unidas* (pág. 111). New York: United Nations Publication.

Vega, L. (2005). Contratos Electrónicos y Protección de los Consumidores. Madrid: Reus.



**Presidencia  
de la República  
del Ecuador**



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



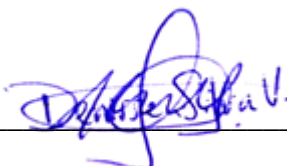
## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Silva Vera, Denisse Alicia**, con C.C: # **0925315756** autora del trabajo de titulación: **Protección jurídica del consumidor digital en la legislación ecuatoriana** previo a la obtención del título de **Abogado de los Tribunales y Juzgados de la República del Ecuador** 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, **02 de septiembre de 2023**

f. 

Nombre: **Silva Vera, Denisse Alicia**

C.C: **0925315756**



<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>			
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN</b>			
<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Protección jurídica del consumidor digital en la legislación ecuatoriana.		
<b>AUTOR(ES)</b>	Silva Vera , Denisse Alicia.		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Moreno Navarrete, María Andrea.		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Jurisprudencia y, Ciencias Sociales y Políticas		
<b>CARRERA:</b>	Carrera de Derecho		
<b>TITULO OBTENIDO:</b>	Abogado de los Tribunales y Juzgados de la República del Ecuador		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	02 de septiembre de 2023	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	26
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Derecho Mercantil, Derecho Civil, Derecho Privado		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	comercio electrónico, consumidor final, plataformas digitales, contratos electrónicos, Internet, e-commerce.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT:</b>	<p>Se realizó un estudio, cuya problemática jurídica es la falta de reconocimiento a los derechos y obligaciones del consumidor digital ecuatoriano. En este trabajo, se analiza el papel que desempeña el consumidor digital y su vulnerabilidad frente al comercio electrónico en el ordenamiento jurídico a partir del Derecho Comparado. Se trata de un estudio exploratorio del tipo comparativo-descriptivo. Que se tiene como objetivo encontrar un equilibrio en la regulación pública y privada en los negocios digitales y así precautelar los intereses de los consumidores. Existen varios desafíos asociados con el comercio electrónico, respecto al consumidor digital. En casos en los que el consumidor se le vulnera sus derechos, es necesario establecer un marco legal que brinde seguridad jurídica y confianza a los consumidores digitales. El desarrollo entorno a los consumidores y las empresas impulsan asignar diversos tratamientos en el comercio electrónico. Ecuador no es ajeno a la necesidad de adoptar regulaciones eficientes que respondan a las exigencias particulares del entorno comercial digital. Se concluye que el Ecuador tiene normativas deficientes para brindar mecanismos de solución a las controversias que enfrenten los consumidores digitales.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593959062688	<b>E-mail:</b> denis_alice23@hotmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::</b>	<b>Nombre: Reynoso Gaute, Maritza</b>		
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2222024		
	<b>E-mail:</b> maritza.reynoso@cu.ucsg.edu.ec		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			