



Universidad de Guayaquil

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

**LA FALTA DE REGULACION LEGAL DE EMPRENDIMIENTOS DIGITALES Y SU
REPERCUSION EN LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR**

AUTORES:

MACIAS VERA JORGE LUIS.

ZAMORA ARECHUA STEFANIA AZUCENA.

TUTOR:

ABG. MARIA FERNANDA VELA VELAZQUEZ.

GUAYAQUIL, SEPTIEMBRE 2023

ANEXO X – FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE NTEGRACIÓN CURRICULAR			
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	LA FALTA DE REGULACION LEGAL DE EMPRENDIMIENTOS DIGITALES Y SU REPERCUSION EN LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR		
AUTOR (ES) (nombres/ apellidos):	Jorge Luis Macías Vera Azucena Stefanía Zamora Arechua		
REVISOR TUTOR	Ab. Johanna Alexandra Tandazo Ortega, MSc Ab. María Fernanda Vela Velásquez, MSc.		
INSTITUCIÓN:	Universidad de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales y Políticas		
ESPECIALIDAD:	Derecho		
GRADO OBTENIDO:	Tercer Nivel		
FECHA DE PULICACIÓN:	SEPTIEMBRE 2023	No. PÁGINAS:	DE 130
ÁREA TEMÁTICA:	Derecho del consumidor		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	emprendimiento digital, derechos del consumidor, comercio electrónico, proveedor, consumidor/ digital entrepreneurship, consumer rights, e-commerce, supplier, consumer.		
<p>RESUMEN: El presente trabajo de investigación pretende demostrar la carencia de regulación legal que actualmente afecta a los emprendimientos digitales en nuestro país y cómo esta situación repercute en los derechos de los consumidores, derechos que están consagrados en la Constitución de la República del Ecuador. En la era digital actual, es crucial que los derechos de los consumidores en el ámbito digital sean abordados de manera integral. El ámbito legal debe evolucionar para adaptarse a las cambiantes necesidades de las personas ya la naturaleza dinámica del entorno en el que operan. Dado que vivimos en una época digitalizada a nivel global, resulta esencial contar con una normativa que sea acorde a estas circunstancias. En este contexto, el propósito principal de este trabajo consiste en fortalecer la estructura normativa que rige el comercio electrónico y protege los derechos de los consumidores en Ecuador. En nuestro país, los pilares legales que sustentan esta área son la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, así como la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. Para lograr esto, se propondrá la implementación de mecanismos que no solo otorguen una mayor seguridad jurídica a los consumidores, sino que también impongan mayores</p>			

responsabilidades a los proveedores de servicios o productos que operan en plataformas digitales. De esta manera, se aspira a establecer relaciones comerciales más equitativas y justas para ambas partes involucradas.

ABSTRACT: This thesis has the objective of proving the lack of regulations within Ecuadorian law, in regards of digital businesses. Additionally aims to determine how the lack of regulations negatively impacts digital businesses and consumers. In the digital era it is crucial to regulate every aspect concerning new technologies and procedures that can affect or cause an impact in society and human life. Society, due to its dynamic nature, is in constant evolution; therefore, laws and regulations must adapt to changes in order to satisfy the needs of society. In this context, the main purpose of this investigation is to reinforce the legal system that regulates e-commerce and to strengthen consumers' rights. In order to achieve this purpose, this investigation propose new mechanisms that not only provides more security and protection, but it also imposes new obligations and responsibilities to entrepreneurs and business owners that operates in digital platforms, this will allow to stablish fair and equal conditions in relationships between consumers and enterprises.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTORES:	Teléfonos: 0959888414 0979237261	E-mail: jorge.maciasv@ug.edu.ec azucena.zamora@ug.edu.ec
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Dr. Leonel Fuentes Sáenz de Viteri Teléfono: 0997020947 E-mail: unidad.titulacionderecho@ug.edu.ec mauro.fuentess@ug.edu.ec	

**ANEXO XI – DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y DE AUTORIZACIÓN DE LICENCIA GRATUITA
INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON
FINES NO ACADÉMICOS**

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

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO
ACADÉMICOS**

Nosotros, Jorge Luis Macias Vera con C.I. 0940439110 y Azucena Stefanía Zamora Arechua con C.I. 1207003045, certificamos que los contenidos desarrollados en este trabajo de integración curricular, cuyo título es **LA FALTA DE REGULACION LEGAL DE EMPRENDIMIENTOS DIGITALES Y SU REPERCUSION EN LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR** son de nuestra absoluta propiedad y responsabilidad, en conformidad al Artículo 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, autorizamos la utilización de una licencia gratuita intransferible, para el uso no comercial de la presente obra a favor de la Universidad de Guayaquil.



Jorge Luis Macias Vera
C.I. 0940439110



Azucena Stefanía Zamora Arechua
C.I. 1207003045

ANEXO VI - CERTIFICADO DE PORCENTAJE DE SIMILITUD

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

Habiendo sido nombrada **Ab. María Fernanda Vela Velásquez, MSc.**, tutora del trabajo de titulación, certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por los estudiantes **MACIAS VERA JORGE LUIS y ZAMORA ARECHUA AZUCENA STEFANIA**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de ABOGADO DE LOS TRIBUNALES Y JUZGADOS DE LA REPÚBLICA DE ECUADOR.

Se informa que el trabajo de titulación: **LA FALTA DE REGULACION LEGAL DE EMPRENDIMIENTOS DIGITALES Y SU REPERCUSION EN LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR** ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio TURNITIN, quedando el 4% de coincidencia.

Turnitin Informe de Originalidad Visualizador de documentos

Procesado el 07-ago-2023 a las 10:00
 Identificador: 1142814943
 Número de palabras: 2882
 Idioma: es

La Falta de Regulación Legal de Emprendimient... Por Stefania Zamora

Índice de similitud 4%	Similitud según Fuente Internet: 0% Bibliotecas: 0% Trabajos del estudiante: 0%
--	---

modo: ver informe en esta ventana (vista clásica) ▼

<0% match [De Editores, "Jurisprudencia e arrentario", Revista de Derecho Sanitario, 2018]
[De Editores, "Jurisprudencia e arrentario", Revista de Derecho Sanitario, 2018](#)

<0% match [trabajos de los estudiantes desde 10-sept-2007]
[Submitted to UNTV DE LAS AMERICAS on 2015-09-10](#)

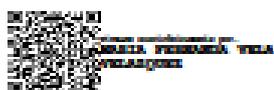
<0% match [trabajos de los estudiantes desde 15-oct-2023]
[Submitted to Universidad del Bono de Panamá on 2021-10-15](#)

<0% match [trabajos de los estudiantes desde 04-nov-2023]
[Submitted to Universidad Peruana de Las Américas on 2022-11-04](#)

<0% match [Internet desde 12-dic-2007]
<http://www.unclal.es>

<0% match [Internet desde 12-jun-2022]
<http://repositorio.upeu.edu.ec>

https://www.turnitin.com/newreport_classic.asp?lang=es&oid=2142814943&ft=1&bypass_cv=1



Ab. María Fernanda Vela Velásquez, MSc.
 Docente - Tutora
 C.I. 0915562961
 Fecha: Guayaquil, 10 de agosto de 2023

ANEXO V - CERTIFICADO DEL DOCENTE-TUTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

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

Guayaquil, 10 de agosto del 2023

Abg. Eduardo Argudo González, Mg.
Director de la Carrera De Derecho
Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales y Políticas
Universidad de Guayaquil
Ciudad. –

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación denominado **LA FALTA DE REGULACION LEGAL DE EMPRENDIMIENTOS DIGITALES Y SU REPERCUSION EN LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR** de los estudiantes MACIAS VERA JORGE LUIS y ZAMORA ARECHUA AZUCENA STEFANIA, indicando que ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- Las estudiantes demuestran conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que los estudiantes **MACIAS VERA JORGE LUIS y ZAMORA ARECHUA AZUCENA STEFANIA** están aptos para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,



Ab. María Fernanda Vela Velásquez, MSc.
Tutora de Trabajo de Integración Curricular
C.I. 0915562961
Fecha: Guayaquil, 10 de agosto de 2023

ANEXO VII – INFORME DEL DOCENTE REVISOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

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

Guayaquil, agosto 18 de 2023

Director

Abg. Eduardo Argudo González, Mgs

DIRECTOR (A) DE LA CARRERA DE DERECHO

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Ciudad. –

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el informe correspondiente a la REVISIÓN FINAL del Trabajo de Titulación **LA FALTA DE REGULACION LEGAL DE EMPRENDIMIENTOS DIGITALES Y SU REPERCUSION EN LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR** de los estudiantes MACIAS VERA JORGE LUIS y ZAMORA ARECHUA AZUCENA STEFANIA. Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimiento de los siguientes aspectos:

Cumplimiento de requisitos de forma:

El título tiene un máximo de 16 palabras.

La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida.

El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad.

La investigación es pertinente con la línea y sublíneas de investigación de la carrera.

Los soportes teóricos son de máximo 23 años.

La propuesta presentada es pertinente.

Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:

El trabajo es el resultado de una investigación.

El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.

El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.

El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica el que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que el estudiante está apto para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,

JOHANNA ALEXANDRA TANDAZO ORTEGA
Firmado digitalmente por
JOHANNA ALEXANDRA
TANDAZO ORTEGA

Ab. Johanna Alexandra Tandazo Ortega, Mgs.

C.I. 0921503967

FECHA: Agosto 18 de 2023

Dedicatoria I

Dedico este logro a Dios por ser guía, fortaleza y cuidado durante cada paso que doy en mi vida, por el profundo amor que me muestra a diario de diversas formas y su infinita misericordia para conmigo.

A mis padres el Sr. José Zamora Naciff y Sra. Olga Arechua Engracia, quienes con su infinito amor, consejos y sacrificio fueron el pilar principal en mi formación académica y personal, para ser la mujer que soy ahora, poseer los valores que habitan en mí y lograr cada meta que me he propuesto a lo largo de mi vida.

A mis hermanas, quienes me han acompañado a lo largo no solamente de esta etapa universitaria si no a lo largo de mi vida, las 3 juntas siempre.

A mi familia, quienes de una u otra manera han contribuido en apoyarme en distintos ámbitos de mi vida.

Azucena Stefania Zamora Arechua

Dedicatoria II

Con profundo compromiso y dedicación, culmina este arduo viaje que ha sido la realización de mi tesis. Quiero expresar mi sincero agradecimiento a todos aquellos que me acompañaron en este trayecto de aprendizaje y descubrimiento.

A mis padres Jimmy Macias Banda y Patricia Vera Ramírez, pilares de cariño y sabiduría, por su inquebrantable guía y amor constante, quienes además me han transmitido la lección de que, incluso cuando el camino parece lleno de desafíos, con dedicación y trabajo arduo es posible alcanzar cualquier objetivo.

A mis hermanos, quienes han sido mi constante fuente de apoyo, aliento y comprensión. Sus palabras de aliento y amor incondicional fueron mi motor en los momentos desafiantes.

A mis amigos y compañeros de estudio, por las innumerables conversaciones, y risas que enriquecieron mi etapa universitaria.

Jorge Luis Macías Vera

Agradecimiento I

Agradezco a Dios y mis amados padres Olga y José por su soporte espiritual, emocional, económico y material para poder enfocarme en mis estudios y no abandonarlos. A mis queridas hermanas Sherlyn y Chelsy, porque su presencia en mi vida es fuente de inspiración para superarme cada día y así ser guía y apoyo en sus vidas.

A Vanessa y Javier mis primos, por haberme permitido vivir en su casa durante la mayor parte de mi carrera universitaria, pero principalmente por cuidarme y haberme hecho sentir en un cálido hogar.

A mi querido Daniel, quien es este último periodo de mi vida estudiantil y personal ha sido fuente de apoyo y amor incondicional cada día.

A Jorge Luis, mi compañero de tesis, por su apoyo y comprensión, ha sido gratificante compartir esta etapa universitaria con un amigo y compañero como él, desde el primer día de clases hasta ahora que vamos a sustentar nuestra tesis.

A todos mis amigos y familiares, que de una u otra manera han aportado con su cariño y atenciones, recuerdos indelebles en mi vida.

Azucena Stefania Zamora Arechua

Agradecimiento II

Deseo expresar mi más profundo agradecimiento. Mi amada madre, Patricia Vera, y mi querido padre, Jimmy Macias, merecen un reconocimiento sincero por ser mi fuente de inspiración y por brindarme su apoyo constante a lo largo de este proceso. Sus palabras de aliento y su confianza han sido la fuerza impulsora que me permitió superar los desafíos que encontré en mi camino universitario.

A mis queridos hermanos, Jeniffer, Luigi y Genesis, les agradezco por su apoyo y cariño incondicional. Sus ocurrencias y momentos compartidos, junto con sus palabras y compañía, me dieron la determinación para seguir adelante, incluso en los momentos más difíciles.

A Dios, por las bendiciones que han enriquecido mi existencia, por su presencia constante en cada paso que emprendo, por iluminar mi mente y sendero con personas que han sido mi apoyo y compañía a lo largo de toda mi vida.

Por último, a mi amiga y compañera de tesis, Stefanía, te doy las gracias de corazón. Nuestra colaboración y trabajo en equipo han sido fundamentales. Tu entusiasmo y compromiso en este proyecto nos han permitido llegar a este punto. Gracias a tu apoyo, hemos logrado culminar esta etapa con éxito.

Jorge Luis Macías Vera

Tabla de contenido

Introducción	1
CAPÍTULO I.....	3
1. Planteamiento del problema	3
1.1 Formulación del problema.....	5
1.2 Sistematización del Problema	5
1.3 Objetivos de la investigación.....	5
1.3.1 Objetivo General	5
1.3.2 Objetivos específicos.....	5
1.4 Justificación	6
1.5 Delimitación	6
1.6 Hipótesis.....	7
1.7 Sistematización de Variables	8
1.7.1 Variables independientes:	8
1.7.2 Variables dependientes:	8
1.7.3 Variables de control:.....	8
CAPÍTULO II.....	8
2. MARCO TEÓRICO	8
2.1 Antecedentes de la investigación	8
2.1.1 Emprendimiento digital	10
2.1.2 Definición	10
2.1.3 Historia y evolución	12
2.1.3.1 Comercio electrónico o E-commerce	13

2.1.4 Tipos de emprendimientos digitales	15
2.1.4.1 Ecuador Comercio Electrónico	16
2.1.5 Importancia económica y social de los emprendimientos digitales ..	18
2.1.6 Marco normativo y regulaciones existentes en Ecuador	20
2.1.7 Regulaciones internacionales en el ámbito digital	21
2.2 Derechos del Consumidor	23
2.2.1 Eventos clave en la historia de los derechos del consumidor	23
2.2.2 Definición	25
2.2.3 Evolución histórica del derecho del consumidor en Ecuador	27
2.2.4 Derechos del consumidor en Ecuador y su protección legal.....	29
2.2.6 Desafíos en la protección de los derechos del consumidor en la era digital	45
2.2.7 Análisis de la falta de procedimiento en la defensa de los derechos del consumidor	47
2.2.8 Entidades encargadas de la protección de los derechos del consumidor	48
2.2.9 El proceso ordinario en la protección de los derechos del consumidor y los desafíos que enfrenta en la actualidad.	49
2.3 Ámbito Internacional del derecho del consumidor	51
2.3.1 Legislación Comparada.....	51
2.4 MARCO CONCEPTUAL	55
2.4.1 Consumidor	55
2.4.2 Comercio electrónico.....	55
2.4.3 Distribuidor o comerciante	56

2.4.4 Emprendimiento Digital	56
2.4.5 Proveedor.....	56
2.5 MARCO LEGAL.....	57
2.5.1 Constitución de la República del Ecuador	57
2.5.2 Ley Orgánica de Defensa del Consumidor	58
2.5.3 Ley de Comercio Electrónico Firmas y mensajes de datos.....	60
2.5.4 Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado.....	60
2.5.5 MERCOSUR en la protección de los derechos del Consumidor.....	61
CAPÍTULO III.....	62
3. MARCO METODOLÓGICO	62
3.1 Metodología	62
3.2 Tipo de Investigación	63
3.3 Métodos de la investigación.....	64
3.3.1 Método deductivo	64
3.3.2 Metodo Analitico-Sintetico	65
3.4 Universo y Muestra	65
3.4.1 Muestra no probabilística	65
3.5 Tecnicas e instrumentos de investigacion.....	66
3.5.1 La entrevista.....	66
3.5.2 El cuestionario.....	66
3.5.3 La encuesta.....	67
3.6 Análisis e interpretación de información	67
3.7 Resultado de las entrevistas.....	82

CAPÍTULO IV	89
4. LA PROPUESTA	89
4.1 Justificación de la Propuesta	89
4.2 Objetivo de la Propuesta	91
4.3 Alcance de la Propuesta.....	91
CONCLUSIONES	93
RECOMENDACIONES	95
BIBLIOGRAFÍA.....	96
ANEXOS.....	104

Índice de Tablas

Tabla 1.....	67
Tabla 2.....	68
Tabla 3.....	70
Tabla 4.....	71
Tabla 5.....	73
Tabla 6.....	74
Tabla 7.....	75
Tabla 8.....	77
Tabla 9.....	78
Tabla 10.....	79
Tabla 11.....	80

Índice de Gráfico

Gráfico 1	68
Gráfico 2	69
Gráfico 3	70
Gráfico 4	72
Gráfico 5	73
Gráfico 6	74
Gráfico 7	76
Gráfico 8	77
Gráfico 9	78
Gráfico 10	79
Gráfico 11	81

Índice de Anexos

ANEXO X – FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	I
ANEXO XI – DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y DE AUTORIZACIÓN DE LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS.....	III
ANEXO VI - CERTIFICADO DE PORCENTAJE DE SIMILITUD.....	IV
ANEXO V - CERTIFICADO DEL DOCENTE-TUTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	V
ANEXO VII – INFORME DEL DOCENTE REVISOR.....	VI
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES Y POLITICAS	VI
ANEXO XII. - RESUMEN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR (ESPAÑOL) ...	XVII

ANEXO XIII. - RESUMEN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR (INGLÉS)	XVIII
ANEXO IV.- RÚBRICA DE EVALUACIÓN DOCENTE REVISOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	106
ANEXO II.- RÚBRICA DE EVALUACIÓN DOCENTE REVISOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	107
ANEXO III.- ACUERDO DEL PLAN DE TUTORÍA DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	108
ANEXO IV- INFORME DE AVANCE DE LA GESTIÓN TUTORIAL	109

ANEXO XII. - RESUMEN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR (ESPAÑOL)**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES Y POLITICAS
CARRERA DE DERECHO**

**“LA FALTA DE REGULACIÓN LEGAL DE EMPRENDIMIENTOS DIGITALES Y SU
REPERCUSIÓN EN LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR”**

Autores: Jorge Luis Macias Vera y Azucena Stefanía Zamora Arechua.

Tutora: Abg. María Fernanda Vela Velázquez, MSc.

Resumen

El presente trabajo de investigación pretende demostrar la carencia de regulación legal que actualmente afecta a los emprendimientos digitales en nuestro país y cómo esta situación repercute en los derechos de los consumidores, derechos que están consagrados en la Constitución de la República del Ecuador. En la era digital actual, es crucial que los derechos de los consumidores en el ámbito digital sean abordados de manera integral. El ámbito legal debe evolucionar para adaptarse a las cambiantes necesidades de las personas ya la naturaleza dinámica del entorno en el que operan. Dado que vivimos en una época digitalizada a nivel global, resulta esencial contar con una normativa que sea acorde a estas circunstancias. En este contexto, el propósito principal de este trabajo consiste en fortalecer la estructura normativa que rige el comercio electrónico y protege los derechos de los consumidores en Ecuador. En nuestro país, los pilares legales que sustentan esta área son la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, así como la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. Para lograr esto, se propondrá la implementación de mecanismos que no solo otorguen una mayor seguridad jurídica a los consumidores, sino que también impongan mayores responsabilidades a los proveedores de servicios o productos que operan en plataformas digitales. De esta manera, se aspira a establecer relaciones comerciales más equitativas y justas para ambas partes involucradas.

Palabras claves: emprendimiento digital, derechos del consumidor, comercio electrónico, proveedor, consumidor.

ANEXO XIII. - RESUMEN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR (INGLÉS)**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES Y POLITICAS
CARRERA DE DERECHO**

**“LA FALTA DE REGULACIÓN LEGAL DE EMPRENDIMIENTOS DIGITALES Y SU
REPERCUSIÓN EN LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR”****Author:** Jorge Luis Macias Vera y Azucena Stefanía Zamora Arechua.**Advisor:** Abg. María Fernanda Vela Velázquez, MSc.**Abstract**

This thesis has the objective of proving the lack of regulations within Ecuadorian law, in regards of digital businesses. Additionally aims to determine how the lack of regulations negatively impacts digital businesses and consumers. In the digital era it is crucial to regulate every aspect concerning new technologies and procedures that can affect or cause an impact in society and human life. Society, due to its dynamic nature, is in constant evolution; therefore, laws and regulations must adapt to changes in order to satisfy the needs of society. In this context, the main purpose of this investigation is to reinforce the legal system that regulates e-commerce and to strengthen consumers' rights. In order to achieve this purpose, this investigation propose new mechanisms that not only provides more security and protection, but it also imposes new obligations and responsibilities to entrepreneurs and business owners that operates in digital platforms, this will allow to stablish fair and equal conditions in relationships between consumers and enterprises.

Keywords: digital entrepreneurship, consumer rights, e-commerce, supplier, consumer.

Introducción

Actualmente el mundo se encuentra en una constante evolución digital, esto se ve reflejado en casi todos los espacios de la vida humana. Mediante el uso de nuevas tecnologías es más fácil estar comunicados e informados de lo que acontece a escala global. Con solo un clic existen infinitudes de posibilidades a las que se puede acceder para satisfacer las nuestras necesidades: conocer, encontrar, buscar, comprar o recibir algo, por ejemplo.

El Derecho del Consumo, que reconoce los derechos de los consumidores, son todas aquellas facultades que se le reconocen a todo ser humano cuando es consumidor de un bien o servicio. Derechos los cuales no solo reconoce el ordenamiento jurídico ecuatoriano, sino también el derecho comparado de diversas legislaciones y organismos internacionales. Si bien estos deben ser cubiertos en todas las relaciones de consumo del modelo económico que predomine entre el consumidor y el proveedor, notamos que, en las relaciones comerciales en el área digital, existe una falta de regulación legal hacia emprendimientos digitales existentes en nuestro país.

En base a lo mencionado anteriormente, es de conocimiento que, en esta sociedad dinámica y digitalizada, el derecho debe ir en concordancia con las necesidades de las personas, tanto para resolver los conflictos que surgen en el día a día, como para poder evitarlos. Es así que analizando la normativa vigente en el ordenamiento jurídico ecuatoriano, específicamente la Ley Orgánica de Protección de los Derechos del Consumidor y la Ley de Comercio Electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos, notamos la ausencia de una normativa eficaz que ayude a los consumidores a no solo prevenir vulneraciones de sus derechos si no a poder resarcir dicha vulneración, ante la ocurrencia de daños por el consumo de algún bien o servicio por parte de los emprendimientos digitales; es allí donde se centra la importancia de esta investigación, en demostrar la necesidad de la implementación de normas que establezcan las obligaciones que deben tener los proveedores de servicios o productos

en medios digitales, que sirva de sustento para que el consumidor pueda efectivamente reparar o evitar la vulneración de sus derechos.

De esta manera, la estructura de esta investigación está conformada por IV capítulos para su mejor comprensión, en el Capítulo I, se desarrolla el planteamiento del problema, formulación y sistematización del mismo. Seguido de esto se encuentran los objetivos, general y específicos, acompañado de la delimitación de esta investigación la cual refleja las áreas y límites del tema principal. Consta también de la justificación e importancia que muestra la relevancia de la investigación.

El capítulo II se encuentra formado por el Marco teórico, conceptual y legal, los cuales servirán de base para sostener y guiar el trabajo, elaborado en base de antecedentes, conceptos, teorías, jurisprudencia y doctrina, conjunto que a medida que se desarrolla la investigación pretende demostrar la hipótesis de la misma. El capítulo III es el Marco Metodológico en el cual está reflejado el enfoque y métodos bajo los que se efectúa la investigación, para la recolección de datos se utilizaron los instrumentos de entrevista y la encuesta, para así desarrollar posteriormente el capítulo IV, denominado Propuesta, donde se explicara y desarrollara una solución fáctica ante la problemática presentada, la cual consiste en la implementación de regulaciones para los proveedores que presten servicios en plataformas digitales para que así se brinde mayor seguridad, para los consumidores y mayor responsabilidad para los proveedores al momento de abrir un emprendimiento digital. Por último, se detallan las conclusiones y recomendaciones.

Además, consta la utilización de diversas fuentes como libros, artículos de revistas, documentos de sitio web, artículos científicos digitales, legislación nacional e internacional, todo esto como fundamento de la investigación y constancia en los referentes bibliográficos de la originalidad de la misma y la ausencia de plagio.

CAPÍTULO I

1. Planteamiento del problema

El crecimiento exponencial de los emprendimientos digitales en los últimos años ha revolucionado la forma en que se realizan transacciones comerciales y se brindan servicios a los consumidores. Estos emprendimientos han generado nuevas oportunidades y han impulsado la economía digital, ofreciendo productos innovadores y soluciones convenientes para los usuarios. Sin embargo, este rápido crecimiento también ha dado lugar a desafíos y problemáticas relacionadas con la protección de los derechos del consumidor. A medida que los consumidores se involucran cada vez más en transacciones en línea, surgen preocupaciones en torno a la seguridad de los datos personales, la privacidad, la transparencia en las prácticas comerciales y la no entrega de los productos o servicios ofrecidos.

Ante esta situación, los países, incluyendo el nuestro, se enfocan en crear legislación para regular la producción y el consumo. En nuestro caso, esto se refleja en el Artículo 52 de la Constitución de Ecuador, que garantiza el derecho de las personas a disponer de bienes y servicios de óptima calidad, con plena libertad de elección y acceso a información precisa. Además de la Constitución, los derechos del consumidor están protegidos por la Ley Orgánica de la Defensa del Consumidor, la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado y la Ley de Comercio Electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos. A nivel internacional, las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor también respaldan estos derechos.

Para proteger los derechos de los consumidores, existen dos entidades públicas: la Defensoría del Pueblo y la Superintendencia de Competencia Económica integrante de la Función de Transparencia y Control Social. Aunque ambas instituciones tienen el propósito de defender los derechos de los usuarios y consumidores de bienes y servicios, operan de manera separada con procedimientos diferentes. Es importante

destacar que la Defensoría del Pueblo obtiene las facultades para esto en el artículo 81 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, el cual establece textualmente:

Art. 81.-Facultad de la Defensoría del Pueblo.-Es facultad de la Defensoría del Pueblo, conocer y pronunciarse motivadamente sobre los reclamos y las quejas, que presente cualquier consumidor, nacional o extranjero, que resida o esté de paso en el país y que considere que ha sido directa o indirectamente afectado por la violación o inobservancia de los derechos fundamentales del consumidor, establecidos en la Constitución Política de la República, los tratados o convenios internacionales de los cuales forme parte nuestro país, la presente ley, así como las demás leyes conexas. (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2000)

Las redes sociales se han convertido en una parte integral de la vida cotidiana de muchas personas, ofreciendo una amplia gama de oportunidades de comunicación, entretenimiento y comercio. Sin embargo, junto con su creciente popularidad, han surgido numerosos casos de fraudes o estafas que afectan directamente los derechos del consumidor. Por último, la falta de una regulación efectiva y la dificultad para identificar y responsabilizar a los estafadores en las redes sociales agravan el problema. Los estafadores suelen operar bajo identidades falsas o utilizando métodos de anonimato, lo que dificulta su persecución y sanción. Esto deja a los consumidores en una posición de desventaja y con pocos recursos para recuperar sus pérdidas o buscar justicia.

La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (LODC) y la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (LOPC) son dos marcos legales importantes en nuestro país para proteger los derechos de los consumidores y regular las prácticas comerciales. Sin embargo, en el contexto de los emprendimientos digitales, estas leyes a menudo presentan deficiencias en términos de falta de regulación específica, como en los emprendimientos digitales en las redes sociales.

1.1 Formulación del problema

¿Qué impacto tiene la falta de regulación legal de emprendimientos digitales en Ecuador durante los años 2021-2023?

1.2 Sistematización del Problema

¿Cómo se puede accionar un derecho, sobre los casos de fraude en la compra de un bien o servicio en redes sociales?

¿Qué organismo o institución protege los derechos del consumidor, frente a los fraudes en redes sociales?

¿Qué mecanismo o regulación se debe implementar a los emprendimientos por redes sociales para asegurar los derechos del consumidor?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo General

Analizar la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y Ley de Comercio Electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos, sobre la falta de regulación con relación a los proveedores que prestan sus servicios a través emprendimientos digitales.

1.3.2 Objetivos específicos

Examinar el estado de indefensión en el que se encuentran los consumidores, frente a una vulneración de derechos por parte de los emprendimientos digitales.

Analizar la falta de control de los operadores comerciales por parte de la Superintendente de Competencia Económica acerca de los emprendimientos digitales

Consolidar mecanismos de atención de controversias y reclamaciones a través de la Superintendente de Competencia Económica con relación a la vulneración de los derechos del consumidor por emprendimientos digitales.

1.4 Justificación

Es importante considerar que la tecnología y los negocios digitales están en constante evolución, lo cual puede generar nuevas formas de consumo y de relación entre los proveedores y los consumidores. Por lo tanto, es necesario estudiar las implicaciones sociales, económicas y legales de este fenómeno, a fin de identificar de manera crítica las problemáticas que deben ser atendidas en beneficio de la sociedad y de los usuarios.

Para ello, es vital destacar la relevancia de analizar cómo las disposiciones legales existentes se aplican en el ámbito digital, así como identificar las regulaciones necesarias para proteger adecuadamente a los consumidores que utilizan estos medios para adquirir bienes y servicios; y como podrían defenderse legalmente en caso de que se vulneren sus derechos y el responsable arbitrariamente desaparezca de la red.

En resumen, la justificación para la investigación se basa en la necesidad de evidenciar las repercusiones de la falta de regulación legal de los emprendimientos digitales en los derechos de los consumidores, con el fin de reflexionar sobre la importancia de la protección y promoción de los derechos del consumidor en este ámbito.

1.5 Delimitación

El análisis se centrará específicamente en la falta de regulación de los emprendimientos digitales en las redes sociales y su impacto en los derechos del consumidor. A continuación, se establecen los límites del tema:

Enfoque en los emprendimientos digitales en redes sociales: El análisis se centrará en los negocios y emprendimientos que operan en las redes sociales como plataforma principal para sus actividades comerciales. Esto incluye aquellos que promocionan y venden productos o servicios a través de anuncios, publicaciones o perfiles en redes sociales populares como Facebook, Instagram, Twitter, entre otras.

Impacto en los derechos del consumidor: El enfoque se centrará en cómo la falta de regulación de los emprendimientos digitales en redes sociales afecta los derechos de los consumidores. Esto puede incluir aspectos como la calidad y autenticidad de los productos o servicios ofrecidos, la protección de datos personales, la publicidad engañosa o falsa, la transparencia en la información proporcionada, entre otros derechos que pueden ser vulnerados en este entorno.

Carencias en la regulación existente: Se analizarán las deficiencias y lagunas en las leyes y regulaciones actuales que no abordan adecuadamente los desafíos específicos que presentan los emprendimientos digitales en redes sociales. Esto puede incluir la falta de definiciones claras, la ausencia de regulaciones específicas para el entorno digital, dificultades en la aplicación y supervisión, entre otros aspectos relevantes, con respeto a la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado a través de la Superintendente de Competencia Económica y referente a la Ley de Comercio Electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos.

Perspectiva del consumidor: Se considerará la perspectiva y los intereses de los consumidores que interactúan con los emprendimientos digitales en redes sociales. Esto implica evaluar cómo la falta de regulación puede afectar negativamente la confianza del consumidor, su capacidad para tomar decisiones informadas, su privacidad y seguridad, así como su acceso a mecanismos de resolución de disputas y compensación en caso de problemas o estafas, dentro de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

1.6 Hipótesis

La falta de regulación legal de los emprendimientos digitales en Ecuador tiene un impacto negativo en los derechos del consumidor, evidenciado por un aumento en los casos de fraude, falta de protección de datos personales y deficiente calidad de productos y servicios ofrecidos en el entorno digital.

1.7 Sistematización de Variables

1.7.1 Variables independientes:

a) Regulación legal de los emprendimientos digitales: puede medirse mediante la existencia de leyes, normativas y políticas específicas que aborden la actividad de los emprendimientos digitales en Ecuador.

1.7.2 Variables dependientes:

a) Derechos del consumidor: puede incluir aspectos como la protección de datos personales, la garantía de productos y servicios de calidad, la transparencia en las transacciones, la resolución de disputas y reclamaciones, entre otros.

1.7.3 Variables de control:

a) Nivel de penetración de los emprendimientos digitales: puede medirse mediante indicadores como el número de emprendimientos digitales en el país, el volumen de transacciones realizadas en línea, la adopción de tecnologías digitales por parte de las empresas, entre otros.

b) Nivel de conciencia y educación del consumidor: puede medirse a través de encuestas o investigaciones que evalúen el conocimiento de los consumidores sobre sus derechos en el entorno digital y su capacidad para protegerse.

c) Marco regulatorio general: puede incluir variables relacionadas con el marco legal y regulatorio más amplio que afecta tanto a los emprendimientos digitales como a los derechos del consumidor en general.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

La ausencia de regulación legal para los emprendimientos digitales en Ecuador y su impacto en los derechos del consumidor ha sido objeto de estudio en diversas investigaciones. En el contexto actual, donde el crecimiento de los emprendimientos

digitales ha sido notorio, es fundamental analizar cómo esta falta de regulación puede afectar a los consumidores ecuatorianos.

El desarrollo acelerado de emprendimientos digitales ha generado nuevas oportunidades económicas, pero también ha planteado desafíos en términos de protección al consumidor. La conveniencia y accesibilidad que ofrecen estos emprendimientos son ventajas evidentes; sin embargo, se han observado problemas como la falta de información clara sobre productos y servicios, la seguridad en las transacciones en línea y la dificultad para resolver reclamos y disputas.

Si bien Ecuador cuenta con regulaciones generales relacionadas con el comercio electrónico y la protección del consumidor, se ha identificado la necesidad de una regulación específica para los emprendimientos digitales. La legislación existente no ha logrado adaptarse plenamente a los avances tecnológicos ni brindar un marco legal sólido para proteger los derechos de los consumidores en el entorno digital.

La falta de una regulación adecuada plantea riesgos significativos para quienes adquieren productos y servicios en línea. Estos riesgos incluyen posibles estafas en línea, uso indebido de datos personales, dificultades para obtener garantías y devoluciones, así como la falta de mecanismos eficientes de resolución de conflictos. Además, existe una desigualdad de poder entre los consumidores y las empresas digitales, lo que puede dificultar la protección de los derechos del consumidor.

Para abordar estos desafíos, se han propuesto iniciativas y ofertas en nuestro país. Entre ellas se destaca la necesidad de desarrollar una legislación específica para proteger los derechos del consumidor en el ámbito digital, fomentar la transparencia y responsabilidad por parte de las empresas digitales, y establecer mecanismos efectivos de resolución de disputas. Así mismo, es importante fortalecer la colaboración entre los actores relevantes, entidades incluyendo gobiernos, organizaciones de consumidores y

empresas, para promover un entorno seguro y confiable para los consumidores ecuatorianos en el contexto de este tipo de emprendimientos.

2.1.1 Emprendimiento digital

2.1.2 Definición

En una sociedad tan cambiante y digitalizada es vital ir avanzando junto con ella. En cuanto a la globalización cultural y las tecnologías de la información en donde nos encontramos la mezcla de estos dos fenómenos da como resultado el medio idóneo, lleno de herramientas y oportunidades cuando de un emprendimiento digital queremos abordar. Pero ¿Qué es un emprendimiento digital?

El emprendimiento digital es un término que agrupa las acciones que emprenden las personas para generar valor para sí mismo y para la sociedad, apalancándose en las Tecnologías de la Información y la Comunicación, describiendo a su vez la transformación del propio emprendimiento a medida que las empresas y la sociedad continúen con la transformación digital. A su vez la Innovación permite generar nuevas ideas aplicables hacia el beneficio de una sociedad. (Lopez & Porras, 2020)

Según Bogdanowicz (2015), lo define como una acción humana que genera valor económico a través del uso y explotación de tecnologías de la información y la comunicación en relación con nuevos productos, procesos y mercados. El autor contrasta una idea importante para comprender de que se trata un emprendimiento digital: una posibilidad es el emprendimiento digital dentro del sector de las TIC, dando forma a nuevos productos o servicios tecnológicos; otra distinta es dicho emprendimiento fuera del sector de las TIC.

Refiriéndonos a la perspectiva de Nambisan (2016) considera el emprendimiento digital como un concepto que supone la intersección entre el emprendimiento y las tecnologías digitales, estima el autor que es un ámbito de indiscutible relevancia en la actual sociedad digital y que requiere de un mayor esfuerzo en investigación y estudios.

Señala Nambisan tres elementos fundamentales, pero relacionados entre sí, que conectan directamente con el emprendimiento:

- Los artefactos digitales (un componente o aplicación que forma parte de un producto o servicio más complejo, por ejemplo, las aplicaciones que hacen funcionar un reloj inteligente o unos audífonos inalámbricos);
- Las plataformas digitales (una arquitectura o conjunto de servicios que a su vez pueden incluir artefactos digitales, como puede ser la plataforma IOS de Apple o Android de Google, donde encontramos diversos servicios y aplicaciones)
- Y la infraestructura digital (es un concepto que alude a herramientas y servicios como una categoría más global, como pueden ser la computación en la nube, la impresión en 3D, las redes sociales, las comunidades virtuales o los espacios maker)

El término emprendimiento digital, ha tomado fuerza en este último tiempo debido al gran avance de la tecnología en la cotidianidad, en donde desde cualquier dispositivo y un simple clic tienes acceso a infinidad de información, datos y demás particularidades que sean de tu interés; solicitar catálogos, distribuir productos a lugares que antes hubiera sido inaccesible llegar.

Hoy en día la era digital ha tomado poder no solo en las personas, también tiene una gran influencia en las empresas. El uso de tecnologías digitales se convierte en una parte fundamental del entorno social, económico, familiar y profesional. Actualmente se está viviendo un mundo cambiante, donde la transformación digital de negocios existentes y el desarrollo de la innovación de las tecnologías digitales, conduce a cambios en los modelos de negocio existentes y a la creación de nuevos. La economía digital se está desarrollando rápidamente. (Rodríguez & Rozo, 2020)

2.1.3 Historia y evolución

Es importante para el correcto análisis de esta investigación, determinar de dónde y desde que época es conocido el término “emprendimiento” o “emprender”, y como es de conocimiento este puede tener muchas acepciones dependiendo del contexto en el que se utilice.

En palabras de (Kantis, Ishida, & Komori, 2002) y citado por (Landro-Valenzuela, 2022) conciben el emprendimiento como la capacidad de crear nuevos negocios o compañías, en base esto podemos determinar que los emprendedores son quienes generalmente se encuentran en la búsqueda de innovar y generar nuevas perspectivas, con capacidad de convertir sus ideas, talento y habilidades en nuevos sustentos económicos, o sea negocios en momento de dificultades.

El origen del emprendimiento social se remonta a la década de los 70, cuando Muhammad Yunus, ganador del Premio Nobel de la Paz, presentó su proyecto pionero de micro financiamiento denominado Grameen Bank. Esta iniciativa, destinada a brindar apoyo financiero a personas de bajos recursos, ha sido ampliamente reconocida como el punto de partida del emprendimiento social.

Con la llegada de los medios digitales, este tipo de emprendimientos ha encontrado un nuevo espacio para florecer. No solo se trata de generar beneficios económicos, sino también de impulsar un impacto social positivo. Sin embargo, esta situación se vuelve más compleja debido a que gran parte de las actividades de estos emprendimientos se desarrollan en el ámbito virtual, aunque se busca que sus resultados trasciendan al mundo físico.

El término “emprendimiento digital” nace en el contexto de los últimos años donde se está viviendo una era digital y la constante creación de un sistema de medios. “La digitalización de la economía es una fuente de oportunidades, en términos de crecimiento, empleo y emprendimiento” (Koller, López, & Villalobos, 2021).

Y si de evolución se trata los emprendimientos digitales constantemente han cambiado en los últimos años, y este cambio se ha registrado de la siguiente manera: teniendo mayor globalización, mayor impacto social, importancia en el marketing digital, gestión de proyectos, competencia digital y financiación.

2.1.3.1 Comercio electrónico o E-commerce

El amplio uso de internet y la continua innovación tecnológica, combinados con el surgimiento de mercados digitales, han provocado cambios significativos en la forma de comercializar productos y servicios. El comercio electrónico ha logrado múltiples ventajas, beneficiando tanto a pequeñas empresas, comerciantes locales, emprendedores digitales y, en general, a la economía. Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), el comercio electrónico se define como:

“La venta de bienes o servicios y la distribución de contenido digital a través de Internet a clientes minoristas, así como otras actividades tales como la publicidad en Internet”. (OCDE, 2022)

Según Carlos Quintana define el E-commerce o comercio electrónico, como “En términos simples, podemos responder a la pregunta de qué es un ecommerce como el proceso de comprar y vender artículos y servicios a través de medios electrónicos como Internet y aplicaciones móviles. En este sentido, el ecommerce incluye la compra y venta online de tales productos y servicios así como todo el conjunto de transacciones electrónicas que las facilitan. (Quintan, 2022)

2.1.3.2 Tipos de Comercio Electrónico

Dentro de esta sección de forma breve abordaremos los cuatro modelos principales de comercio electrónico, cada uno dirigido a diferentes tipos de clientes, los cuales son:

1. Business to Consumer o Negocio a Consumidor (B2C): Este modelo se enfoca en empresas que venden directamente a consumidores finales, ofreciendo productos y servicios a clientes individuales. Es el tipo de comercio más común y conocido por el público en general.
2. Business to Business (B2B): En este modelo, las empresas venden sus productos o servicios a otras empresas. Se trata de transacciones comerciales entre compañías que necesitan productos específicos para sus operaciones.
3. Consumer to Consumer o Consumidor a Consumidor (C2C): Aquí, los consumidores venden productos o servicios directamente a otros consumidores. Por lo general, estos productos son de segunda mano, y se utilizan plataformas en línea para facilitar estas ventas entre particulares.
4. Consumer to Business (C2B): En este caso, los consumidores venden productos o servicios a las empresas. Un ejemplo típico es cuando los influencers promocionan productos o servicios de una empresa a su audiencia, recibiendo una comisión a cambio.

El texto subraya que estos cuatro modelos de comercio electrónico reflejan la diversidad y amplitud del comercio en línea en la actualidad. Cada modelo tiene sus características y enfoques comerciales específicos, y las empresas o emprendedores eligen el que mejor se ajusta a sus objetivos de mercado y estrategias de negocio para llevar a cabo sus ventas en el entorno digital. Es decir, el comercio electrónico ha evolucionado para adaptarse a diferentes tipos de relaciones comerciales y audiencias, lo que brinda oportunidades únicas a las empresas o emprendedores para alcanzar su éxito en línea.

2.1.3.3 Comercio Electrónico Social en Plataformas

El avance tecnológico a nivel mundial ha permitido que las redes sociales se conviertan en una herramienta clave para la comunicación y la interacción digital entre usuarios. La mayoría de la población posee cuentas en plataformas como Facebook,

Twitter o YouTube, lo que ha facilitado la comunicación y la interacción en línea. Actualmente, las redes sociales no solo se utilizan para multas personales, sino también para actividades comerciales, entretenimiento, creación de contenido y, en general, para el comercio electrónico informal. Plataformas como Facebook Marketplace, Instagram y TikTok son ejemplos de aplicaciones sociales donde se desarrolla esta actividad comercial y de interacción entre usuarios.

2.1.4 Tipos de emprendimientos digitales

Es importante detallar que tipos de emprendimientos digitales existen, por cuanto de estas categorías extraeremos el tipo de emprendimiento digital en donde se encuentra ligado el enfoque por el cual estamos realizando esta investigación.

Comercio electrónico: Según Malca (2001) el comercio electrónico puede ser cualquier intercambio comercial que se da por un medio electrónico, sin recurrir necesariamente al aspecto físico o presencial de las partes intervinientes. Pero ampliando un poco más la definición establece que el comercio electrónico es el uso de tecnologías de la información, que resisten el intercambio de bienes o servicios ya sea entre, particulares, empresas o a su vez ambas categorías con el Estado.

Este tipo de negocios en línea se enfocan en la venta de productos o servicios a través de plataformas digitales, como, por ejemplo: Amazon, Alibaba y eBay.

Marketing digital: El marketing digital consiste en todas las estrategias de mercado que se realizan en la web para que un usuario del sitio formalice su visita escogiendo una acción que se había previsto. (Selman, 2017)

Viéndolo desde la perspectiva del emprendimiento, este se enfoca en la comercialización y promoción de servicios o productos a través de canales digitales, como redes sociales, motores de búsqueda y correo electrónico. Por ejemplo: HubSpot, Mailshimp y SEMrush.

Desarrollo de Software: Comprende la creación y venta de programas informáticos para diversos propósitos, como software empresarial, aplicaciones web y soluciones de software a medida. Los ejemplos incluyen Microsoft, Oracle y Adobe.

Aplicaciones móviles: Emprendimientos que desarrollan aplicaciones para dispositivos móviles que ofrecen servicios o soluciones específicas. Los ejemplos incluyen Uber, Airbnb y WhatsApp.

Educación en línea: Emprendimientos que ofrecen cursos y programas educativos a través de plataformas digitales, brindando acceso a la educación a distancia. Los ejemplos incluyen Coursera, Udemy y Khan Academy.

2.1.4.1 Ecuador Comercio Electrónico

La pandemia de Covid-19 y el Estado de Emergencia Sanitaria han impulsado el comercio electrónico en Ecuador. Según una encuesta realizada por la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE) y la Universidad de Especialidades Espíritu Santo (UEES), un 40% de los negocios tradicionales se han sumado al E-commerce para fortalecer competitivos en el mercado actual. Desde la implementación de medidas de distanciamiento social, las transacciones por medios electrónicos han advertido al menos 15 veces. De acuerdo con el estudio de la CECE, alrededor del 49% de las compras electrónicas se realizaron a través de WhatsApp, el 44% mediante aplicaciones móviles y el 35% en páginas web. Los productos y servicios más demandados en este contexto son víveres, comidas preparadas, salud, tecnología y educación. (Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2021, pág. 6)

Según el Código de Comercio, que se publicó en el Registro Oficial Nro. 497, Primer Suplemento, con fecha 29 de mayo de 2019, se presenta una definición para el comercio electrónico, la cual es, “Art. 74. – Comercio electrónico es 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” (Código de Comercio República del Ecuador, 2019)

La Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos (2002) es la regulación vigente que rige el comercio electrónico en Ecuador desde su promulgación en el Registro Oficial Suplemento 557, el 17 de abril de 2002. El Artículo 1 de esta ley establece lo siguiente:

“(…) Objeto de la ley. – Esta ley regula los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la presentación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas. (Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos, 2002)

Antes de la promulgación del Código de Comercio de 2019, la legislación ecuatoriana carecía de una definición clara para el comercio electrónico. La Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos (2002) tampoco proporcionó un concepto específico sobre esta temática. Como resultado, no se tuvo una comprensión precisa del alcance y la naturaleza del comercio de bienes y servicios a través de redes electrónicas.

La Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos no describía el intercambio de bienes y servicios por medios electrónicos en su normativa, aunque sí abarcaba la acción mercantil, sujeta a las leyes que la regían, como lo detalla el siguiente artículo:

Art. 44. – Cumplimiento, de formalidades. – Cualquier actividad, transacción mercantil, financiera o de servicios, que se realice con mensajes de datos, a través de redes electrónicas, se someterá a los requisitos y solemnidades establecidos en la ley que las rija, en todo lo que fuere aplicable, y tendrá el

mismo valor y los mismos efectos jurídicos que los señalados en dicha ley”. (Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos, 2002)

En resumen, la Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos establece que todas las transacciones comerciales realizadas en redes electrónicas deben regirse por las disposiciones legales aplicables, como las mercantiles, civiles, societarias y laborales, entre otras. Aunque la ley no define específicamente el comercio electrónico, sí proporciona los lineamientos legales para garantizar la validez de los mensajes de datos electrónicos.

El desarrollo avanzado del comercio electrónico se debe principalmente al uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Por lo tanto, los planes gubernamentales y las políticas públicas deben mejorar el acceso a la información, fomentar el uso de las TIC con fines económicos y promover la alfabetización digital. Es fundamental que el acceso a internet fijo y móvil sea accesible tanto en áreas urbanas como rurales, ya que actualmente el comercio electrónico se desarrolla principalmente a través de dispositivos móviles como smartphones, tablets y laptops. (Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2021)

2.1.5 Importancia económica y social de los emprendimientos digitales

Un emprendedor enfrenta muchos desafíos y barreras al momento de emprender un negocio. En el caso de Ecuador por ejemplo el poder acceder a un crédito bancario se vuelve un asunto algo tedioso, ya sea por la gran cantidad de trámites a realizar y el tiempo invertido que demanda, el poder encontrar un lugar para establecer emprendimiento y que este sea accesible económicamente son por lo menos barreras a superar al momento de emprender un negocio. Es por estos motivos que las personas están optando por alternativas más viables como lo es el Internet y es que en los últimos

años las redes sociales como por ejemplo Facebook, Instagram y WhatsApp se han convertido en medios más accesibles para los usuarios.

Tal como lo dicta la Constitución de la República del Ecuador (2008) “el trabajo es un derecho y deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía” (...); de esto podemos deducir que el trabajo tiene una gran importancia, no solo en el ámbito económico sino en lo social también, sea este del modo que se realice y por el medio que se lo haga, entendiendo claro que todo debe estar acorde a la ley es decir que no sea nada ilícito.

El impacto económico que tienen los emprendimientos digitales lo podemos medir mediante, el crecimiento y expansión de estos en la economía global, su contribución al crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB), la innovación tecnológica y disruptiva en diferentes sectores y el aumento de la productividad y eficiencia empresarial; ya que la transformación digital de las empresas aporta, no solo para conocer la clientela, además en otros aspectos de estrategia como el lugar donde compite la industria, cuáles son sus fortalezas y debilidades etc.

Los emprendimientos digitales ayudan en la generación de empleo y oportunidades laborales, como lo indica el censo realizado por la agencia de Marketing Digital “Branch” en el año 2022:

“Ecuador es un país con 18 millones de habitantes, de los cuales el 77% son usuarios de Internet. Hay 15.91 millones de celulares en el país y 81% de la población es usuaria activa en redes sociales, es decir, hay más perfiles en redes sociales que usuarios conectados diariamente a Internet” (Medina, 2022).

En base a estas estadísticas, se observa que el área digital es un medio idóneo para establecer un negocio, porque hay un gran flujo de movimiento y conexión entre las personas, lo que facilita el desarrollo de nuevos panoramas laborales.

La importancia social de este tipo de emprendimientos, los podemos delimitar en los siguientes aspectos:

- Acceso a servicios y productos de forma más accesible y conveniente.
- Empoderamiento de emprendedores y creación de oportunidades para grupos marginados.
- Impulso de la inclusión financiera y reducción de la brecha digital.
- Transformación de la educación y el aprendizaje en línea.
- Fomento de la colaboración y la comunidad en plataformas digitales.

2.1.6 Marco normativo y regulaciones existentes en Ecuador

Al igual que en otros países del mundo Ecuador está viviendo el gran avance de las plataformas digitales, mismas que han tenido un gran impacto en distintos sectores. La intervención de la tecnología ha tenido consecuencias en estos sectores de la economía tradicional, en cuanto a la manera en que desarrollan su actividad económica, como por ejemplo en el ámbito educativo, los servicios financieros, la salud, entre otros. Esto incluye todas las transacciones comerciales que utilizan la tecnología para vender productos o prestar servicios, como es el caso del comercio electrónico y todas las actividades relacionadas.

En Ecuador, la economía digital ha tardado más en desarrollarse que en otros países o regiones, y en el mismo sentido no ha sido objeto de una mayor regulación por parte del ordenamiento jurídico del país. La ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos en el año 2002, incluyó una primera conceptualización de comercio electrónico, definiéndolo como “toda transacción comercial realizada en parte o en su totalidad, a través de redes electrónicas de información”.

Pese a esto, con la promulgación en el año 2019, del nuevo Código de Comercio, se incluyó una definición más específica sobre este término, así como otras figuras relacionadas con la comercialización dentro de la economía digital “Art. 74.- Comercio

electrónico es 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.”

Sin afectar la norma citada, la regulación sobre el comercio electrónico y economía digital no es lo suficientemente basta, considerando que Ecuador según la Cámara de Comercio Electrónico (CECE), las transacciones de comercio electrónico en el primer semestre del año 2022 fueron de 152 millones, en lo cual estas ventas representan el 55% en número y 56% en monto respecto al año anterior. Este crecimiento significa que, en nuestro país, las transacciones de esta naturaleza ascienden a 1.789 millones de dólares. (Universidad Espiritu Santo, 2022)

Los cuerpos legales ecuatorianos en los que encontramos escasa normativa respecto a estas figuras legales son: El Código de Comercio, la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, la Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder del Mercado.

Analizando toda esta información denotamos la falta de regulación no solo para lo que engloba en general la economía digital o el comercio electrónico como tal, sino un subgrupo como lo son los emprendimientos digitales nacionales, internacionales o informales. Y enfocándonos precisamente en el objeto de esta investigación es prevención y resarcimiento de la vulneración de derechos cuando este tipo de emprendimientos no cumplen con lo convenido en la adquisición ya sea del bien o servicio motivo de la transacción, o su vez el modo de poder hacer conocer a los demás usuarios las deficiencias que el emprendimiento presenta, esto mediante un buzón de quejas en su página web, o red social que anuncia los productos.

2.1.7 Regulaciones internacionales en el ámbito digital

La Organización Mundial del Comercio prevé un grupo de acuerdos que abarcan distintos aspectos del intercambio o comercios de productos y servicios. Lo más

importantes para el comercio electrónico son el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT, por su sigla en inglés), el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS), el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC), y el Acuerdo sobre Facilitación del Comercio. (Herreros, 2019)

Existe otro acuerdo de gran importancia en el ámbito plurilateral conocido como el Acuerdo sobre Tecnología de la Información (ATI), el cual fue establecido en 1996. Hasta ahora, 82 miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC) han asumido el compromiso de no aplicar tarifas aduaneras a los productos relacionados con las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Los acuerdos de la OMC se caracterizan por su neutralidad tecnológica, lo que significa que sus disposiciones se aplican sin importar la forma en que se realice el comercio de bienes o servicios. Por consiguiente, estas disposiciones podrían considerarse plenamente aplicables al ámbito del comercio electrónico (Wu, 2017; OMC, 2018). Todo esto ha sido ordenado principalmente por la vía de solución de conflictos en algunos casos relacionados con el comercio de servicios.

Un importante instrumento multilateral de gran relevancia para el comercio electrónico es: “Ley Modelo de la CNUDMI sobre el Comercio Electrónico” la cual fue implementada en el año 1996. Este cuerpo normativo (no vinculante) “fue el primer texto legislativo que adoptó los principios fundamentales de no discriminación, neutralidad tecnológica y equivalencia funcional, generalmente considerados como los pilares del derecho moderno de comercio electrónico” (CNUDMI, 2023)

La ley modelo está conformada de una guía para la incorporación al derecho interno que ofrece antecedentes y explicaciones para guiar a los estados a adecuar las disposiciones legislativas necesarias y para dirigir a los usuarios. En esta ley se incluyen varias disposiciones de gran relevancia para el comercio transfronterizo en el ámbito digital. Se destacan aspectos como el reconocimiento jurídico de los mensajes de datos

y la validez de las firmas electrónicas. Posteriormente, estos conceptos fueron adoptados en la Convención de las Naciones Unidas sobre la Utilización de las Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales, en 2007, cuyas negociaciones tuvieron lugar en el seno de la CNUDMI.

La Organización Mundial De La Propiedad Intelectual (OMPI), ha sido la antesala donde se han desarrollado varios acuerdos multinacionales de suma importancia para el comercio electrónico transfronterizo. Entre ellos están, el Tratado sobre Derecho de Autor y el Tratado sobre Interpretaciones o Ejecuciones y Fonogramas, suscritos en 1996, denominados los “tratados sobre Internet” de la OMPI. Conjuntamente estos tratados tienen como objetivo acoger los acuerdos que ya existen en la OMPI sobre dichas materias (la Convención de Roma y el Convenio de Berna, respectivamente) a la innovación digital, y en especial los retos que atañe distribución en internet de material protegido por el derecho de autor, como juegos, arte, software, música etc.

2.2 Derechos del Consumidor

2.2.1 Eventos clave en la historia de los derechos del consumidor

El objetivo de este tema es realizar una descripción del contexto social y legal en relación con los primeros indicios de defensa de los derechos del consumidor, en lugar de presentar un enfoque cronológico. En el pasado, los derechos de los consumidores derivaban de los contratos celebrados con proveedores, los cuales se regían por normativas comerciales o civiles que no proporcionaban protección a favor de aquellos que tenían menos conocimiento sobre sus derechos y obligaciones como consumidores, confiando en la experiencia de los proveedores.

En el derecho romano, no se brindaba una protección jurídica específica al consumidor, ya que las relaciones entre proveedores y consumidores se regían por las disposiciones comerciales y mercantiles generales. Además, en ese contexto legal, no existían contratos escritos. En la Edad Media, no había una regulación estatal de los derechos de los consumidores debido a que el aumento del comercio en ese período

histórico hizo que las relaciones de consumo se basaran en la ley de la oferta y la demanda.

Individualismo y principio de no intervención del estado aplicados a la relación de consumo dio origen a la “Teoría del libre mercado y el consumidor individual”, en la que hipotéticamente empresario y consumidor se encontraban en igualdad de condiciones en el contexto de un mercado libre regido por las reglas de la oferta y la demanda. (López, 2010, pág. 2)

A finales del siglo XIX, se observaron los primeros indicios de defensa de los consumidores en Estados Unidos, impulsados por tres movimientos. El primero fue una respuesta al aumento de precios y los escándalos relacionados con sustancias farmacéuticas, lo que condujo a la aprobación de la Ley sobre la Genuinidad de las Sustancias Alimenticias y Farmacéuticas de 1906, así como a la Ley sobre Inspección de Carne en el mismo año y la creación de la Comisión Federal de Comercio en 1914. En el del siglo XX se presenta el segundo movimiento, motivado por el incremento de los precios, permitió fortalecer las leyes mencionadas anteriormente y ampliar los poderes normativos de la Comisión Federal de Comercio. El tercer movimiento tuvo lugar en la década de 1960, impulsado por la convergencia entre las prácticas comerciales habituales y los intereses a largo plazo de los consumidores. (Ovalle, 2000)

En 1973, la Carta Europea de Protección de los Consumidores fue aprobada por la Asamblea Consultiva del Consejo de Europa. Esta Carta estableció cuatro derechos fundamentales para los consumidores: protección y asistencia, reparación del daño, información y educación, y organización y representación. Estos derechos aseguran que los consumidores sean protegidos, reciban compensación por daños sufridos, tengan acceso a información precisa y educación sobre sus derechos, y puedan organizarse y ser representados en decisiones relacionadas con el consumo. La Carta ha sido fundamental para fortalecer la protección de los consumidores y garantizar su participación activa en el ámbito del consumo. (Ovalle, 2000)

Entonces el derecho del consumidor ha experimentado un proceso gradual de evolución, similar a otras ramas del derecho. Inicialmente, se limitaba al ámbito del derecho privado, pero con el tiempo ha logrado obtener protección dentro del ámbito público. El desafío principal en la protección de los derechos del consumidor radica en equilibrar la salvaguarda de ciertos derechos, que pertenecen al ámbito privado, considerando que el consumidor es el último eslabón de la cadena que involucra a productores, distribuidores y comerciantes, y que sus relaciones comerciales se rigen por la libertad contractual.

2.2.2 Definición

A lo largo de la historia, ha habido una transformación en la concepción de los derechos del consumidor o derechos del consumo. Es relevante presentar algunos de los criterios actuales más destacados sobre este tema, ya que constituyen el punto de partida de esta sección de la investigación.

Dentro de este contexto histórico, el autor José Ovalle Favela proporciona la siguiente definición:

Los derechos del consumidor son un conjunto de derechos que se confieren especialmente a los consumidores en sus relaciones de consumo con los proveedores de bienes y servicios, y han sido reconocidos solo a partir de la segunda mitad del siglo XX (Ovalle, 2000, pág. 3)

Según el autor, los derechos del consumidor se refieren a un conjunto de derechos que establecen las normas legales que rigen la relación entre los consumidores y los proveedores, tanto en la adquisición de bienes como en la utilización de servicios. Estos derechos solo fueron reconocidos después de la primera mitad del siglo XX, cuando se produjo un cambio en la concepción predominante hasta la actualidad.

Otro autor expresa lo siguiente:

El derecho del consumidor ha surgido como una suerte de “estatuto” personal del consumidor, se ha planteado que el objeto y razón de ser de esta disciplina jurídica es la protección de aquel sujeto que denominamos consumidor (Piris, 2000)

Planteando el criterio de Piris, esta perspectiva resalta la importancia de considerar al consumidor como sujeto central en la disciplina jurídica del derecho del consumidor. Se reconoce que el enfoque principal es asegurar la protección de los derechos e intereses del consumidor en las transacciones comerciales.

Las autoras Aymara Jarrosay y Linnet Valverde ofrecen una definición exhaustiva que afirma lo siguiente:

El Derecho de Consumo es el conjunto de normas de distinta índole que tiene por objeto la protección y defensa de los consumidores, destinatarios últimos de cualquier tipo de servicios, bienes y productos (Jarrosay & Valverde, 2011)

De acuerdo con la opinión de las doctoras, señalan que el Derecho de Consumo abarca un conjunto de normas de diferentes tipos cuyo objetivo principal es proteger y defender los derechos de los consumidores. Estas normas se aplican a los consumidores, quienes son los destinatarios finales de cualquier tipo de servicio, bien o producto. Este enfoque subraya la importancia de contar con un marco legal que garantice la protección de los consumidores y promueva la equidad en las relaciones de consumo.

Considerando estos aspectos, la autora Dunia Martínez Molina presenta la siguiente definición:

Desde una visión teleológica subjetiva, podemos definir el Derecho del consumidor como un conjunto de normas y principios que regulan y promueven los derechos y obligaciones del consumidor y usuario (elemento subjetivo) a quienes se destina la producción o la prestación de servicios, (elemento objetivo)

y los derechos y obligaciones del proveedor frente al que el consumidor (elemento subjetivo) está en situación de desventaja (elemento teleológico-tuitivo) al no tener el control de los bienes de producción, información (Martínez, 2005)

La mencionada autora, destaca el elemento subjetivo, que se refiere al consumidor y usuario, a quienes se dirige la producción o prestación de servicios, así como las obligaciones y derechos del proveedor en relación con el consumidor. Además, se menciona el elemento teleológico-tuitivo, que se refiere a la protección del consumidor en una posición de desventaja en comparación con el proveedor, ya que este último tiene el control sobre los bienes de producción y la información. En este sentido, se busca equilibrar la relación y garantizar que el consumidor esté debidamente informado y protegido en sus transacciones comerciales.

2.2.3 Evolución histórica del derecho del consumidor en Ecuador

A lo largo de la historia de Ecuador, el mercado ha desempeñado diferentes roles, especialmente a partir de los años 50 con las exportaciones de banano y posteriormente de petróleo. En respuesta a esto, los gobiernos han intervenido en los procesos de desarrollo económico y social. Sin embargo, los altos niveles de inflación, la inestabilidad económica y las dificultades para mantener un elevado gasto público han llevado a la implementación de nuevos modelos de desarrollo.

A partir de los años 80, Ecuador comenzó a aplicar políticas neoliberales que otorgaron un papel preponderante al mercado, lo que resultó en un poder desproporcionado de los empresarios y en una posición desventajosa para los consumidores debido a la complejidad del comercio. Ante esta situación, se hizo necesario establecer regulaciones para lograr un desarrollo más equitativo y armónico.

Ante el desarrollo del mercado, donde las grandes empresas adquirirían un gran poder económico, político y social, la intervención del Estado se hizo necesaria para

proteger a la parte más vulnerable de la relación de consumo, que carecía de atención y garantías. Si bien el mercado es un mecanismo de desarrollo económico, también presenta inconvenientes, como la concentración de la producción en unas pocas empresas y el fortalecimiento del poder de la oferta en detrimento de los consumidores, lo que genera grandes monopolios.

El derecho de protección del consumidor surge como respuesta a la insuficiencia de las leyes tradicionales para abordar los problemas del consumo moderno. Esto se debe a la falta de experiencia, conocimiento y organización de los consumidores, así como a la necesidad de racionalizar las decisiones de consumo y promover un consumo responsable. Estas son algunas de las principales situaciones que motivan la intervención del legislador en esta área.

En Ecuador, la protección al consumidor solía estar dispersa, con normas que defendían sus intereses en diferentes cuerpos legales. Sin embargo, en septiembre de 1970, a través del Decreto Supremo 357, Registro Oficial 54, se le otorgó al Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) la facultad de verificar el cumplimiento de normas técnicas oficiales emitidas por el Ministerio de Industrias. Esto se llevaba a cabo mediante inspecciones, controles e investigaciones periódicas.

Posteriormente, en agosto de 1973, con el Decreto Supremo No. 965, Registro Oficial 376, se comenzó a regular la publicidad de bebidas alcohólicas y cigarrillos en el mercado, con el objetivo de controlar su consumo y mitigar los problemas de salud pública en el país.

En 1977, el Consejo Supremo de Gobierno emitió la Ley de Control de Precios y Calidad, que estableció la obligación de incluir en las etiquetas de los productos las características de calidad. Además, se designaron diversos organismos encargados del control de precios y calidad, como ministerios, municipalidades, intendencias, subintendencias y comisarías.

En este contexto, durante el gobierno del Dr. Rodrigo Borja, se promulgó la primera ley específica sobre la protección del consumidor, la Ley de Defensa del Consumidor. Esta ley recopiló diversas concepciones, iniciativas y leyes dispersas en otros cuerpos normativos, con el objetivo de brindar una protección más sólida y completa a los consumidores (Monteros, 2015)

2.2.4 Derechos del consumidor en Ecuador y su protección legal

A lo largo de la evolución constitucional en Ecuador, se ha observado un progreso en el tratamiento de los derechos del consumidor. En la Constitución de 5 de mayo de 1993, aún no se establecía de manera explícita el reconocimiento de los derechos del consumidor. No obstante, se pueden mencionar ciertos artículos que hacen referencia a aspectos relacionados. Por ejemplo, el artículo 20 menciona la facultad de los ciudadanos de acceder a indemnizaciones por perjuicios derivados de la prestación deficiente de servicios públicos.

Art. 20.- El Estado y más entidades del sector público estarán obligados a indemnizar a los particulares por los perjuicios que les irrogaren como consecuencia de los servicios públicos o de los actos de sus funcionarios y empleados en el desempeño de sus cargos. Las entidades antes mencionadas tendrán, en tales casos derechos de repetición y harán efectiva la responsabilidad de los funcionarios o empleados que, por dolo o culpa grave judicialmente declarada, hubieren causado los perjuicios. La responsabilidad penal de tales funcionarios y empleados será establecida por los jueces competentes (Constitución Política de la República del Ecuador, 1993)

De forma más general, el artículo 19, numeral 11, establece que la responsabilidad de la industria y el comercio de asegurar la producción de bienes y servicios de calidad. El artículo 45, en su primer inciso, declara la igualdad de los individuos frente a los medios de producción y consumo, y en el tercer inciso prohíbe el

abuso económico, controlando los mercados y evitando la competencia desleal y el lucro desmedido. Estas disposiciones brindan una protección indirecta a los consumidores.

Es importante destacar que la inclusión de la temática del consumidor en el ámbito constitucional es relativamente reciente. Hasta 1996, no se hacía mención expresa a este sector tan importante de la sociedad, conformado por las personas usuarias o consumidoras de bienes y servicios, ya sean públicos o privados. Fue a través de una reforma constitucional que entró en vigencia a principios de 1996 cuando se incorporaron por primera vez los derechos del consumidor como parte de los derechos civiles:

Art. 22.- Sin perjuicio de otros derechos necesarios para el pleno desenvolvimiento moral y material que se deriva de la naturaleza de la persona, el Estado le garantiza: (...) 3. El derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad, así como a ser informado sobre su contenido y características. La Ley establecerá los mecanismos de control de calidad de bienes y servicios, los procedimientos de defensa del consumidor y las sanciones correspondientes por la violación de estos derechos (Constitución Política de la República del Ecuador, 1996)

En adición, se fomentó la creación de la Defensoría del Pueblo, aunque sus atribuciones aún estaban restringidas. Más adelante, el 11 de agosto de 1998 (Registro Oficial 1), entró en vigencia una nueva Constitución que supuso un significativo avance en la protección de este importante grupo económico. En el artículo 23, concretamente en el numeral 7, que versa sobre los derechos civiles garantizados por el Estado para los consumidores, se estableció lo siguiente:

Art. 23.- Sin perjuicio de los derechos establecidos en esta Constitución y en los instrumentos internacionales vigentes, el Estado reconocerá y garantizará a las personas los siguientes: (...) 7. El derecho a disponer de bienes y servicios,

públicos y privados, de óptima calidad; a elegirlos con libertad, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características (Constitución Política de la República del Ecuador, 1998)

Dentro de esta legislación, se evidenciaba la relevancia asignada a los derechos de este grupo económico que sufre vulneraciones, otorgándoles una sección específica denominada "De los Consumidores". En el artículo 92 de dicha sección se establecía lo siguiente:

Art. 92.- La ley establecerá los mecanismos de control de calidad, los procedimientos de defensa del consumidor, la reparación e indemnización por deficiencias, daños y mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos no ocasionados por catástrofes, caso fortuito o fuerza mayor, y las sanciones por la violación de estos derechos. Las personas que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la prestación del servicio, así como por las condiciones del producto que ofrezcan, de acuerdo con la publicidad efectuada y la descripción de su etiqueta (Constitución Política de la República del Ecuador, 1998)

Por último, el artículo 244, en su punto 8, incrementaba la responsabilidad del Estado, expresándose de la siguiente manera:

Art. 244.- Dentro del sistema de economía social de mercado al Estado le corresponderá:(...) 8. Proteger los derechos de los consumidores, sancionar la información fraudulenta, la publicidad engañosa, la adulteración de los productos, la alteración de pesos y medidas, y el incumplimiento de las normas de calidad (Constitución Política de la República del Ecuador, 1998)

2.2.4.1 Constitución de la República de 2008:

Es importante destacar que, en la actual Constitución de la República del Ecuador, aprobada en Montecristi y publicada en el Registro Oficial No. 449 el 20 de octubre de 2008, se evidencia el esfuerzo de los legisladores por ratificar los avances logrados en la constitución anterior de 1998, así como un fortalecimiento de los derechos en este ámbito. Estos derechos se encuentran principalmente establecidos en la sección novena, titulada "Personas Usuarias y Consumidoras", dentro del capítulo III, que aborda los "Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria", en el Título II referente a los "Derechos".

En este sentido, la norma constitucional establece en su artículo 52, dentro de su primera parte, algunos de los derechos más relevantes de los usuarios y establece que "las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características" (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

De manera específica, en el artículo 53 de la Constitución se expresa "Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias o consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación...". (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

El artículo 54 establece las disposiciones relacionadas con la responsabilidad civil del Estado:

Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore. Las personas serán responsables por la mala

práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

La organización constituye un rol fundamental en la defensa de los derechos, por ello el art. 55 garantiza con el apoyo del Estado, constituir sociedades que defiendan y velen por sus derechos. En el art. 66 numeral 25 dentro de los derechos de libertad, garantiza a todos los ecuatorianos:

El derecho a acceder a bienes o servicios públicos o privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

Siendo al mismo tiempo una obligación de los ciudadanos según el numeral 9 del artículo 83, "Ejercer la justicia y la solidaridad en el ejercicio de sus derechos y en el disfrute de bienes y servicios".

En el artículo 85 se establecen las políticas para asegurar la prestación de servicios públicos de excelente calidad, y menciona lo siguiente:

La formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos que garanticen los derechos reconocidos por la Constitución, se regularán de acuerdo con las siguientes disposiciones: 1. Las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos se orientarán a hacer efectivos el buen vivir y todos los derechos, y se formularán a partir del principio de solidaridad. 2. Sin perjuicio de la prevalencia del interés general sobre el interés particular, cuando los efectos de la ejecución de las políticas públicas o prestación de bienes o servicios públicos vulneren o amenacen con vulnerar derechos constitucionales, la política o prestación deberá reformularse o se adoptarán medidas alternativas que concilien los derechos en conflicto. 3. El

Estado garantizará la distribución equitativa y solidaria del presupuesto para la ejecución de las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

Según el numeral 2 del artículo 278, para lograr el Buen Vivir, a las personas y grupos les corresponde: producir, intercambiar y consumir bienes y servicios de manera responsable social y ambientalmente. En cuanto a la política económica, el numeral 8 del artículo 284 de la Constitución establece: “Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes” (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

Dentro de la sección quinta, que se refiere a los intercambios económicos y al comercio justo, el artículo 335 establece un aspecto relevante de control de los mercados al expresar:

El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicios a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

El Estado tiene la responsabilidad, de acuerdo con lo establecido en el artículo 336, de impulsar y garantizar el comercio justo como una forma de acceder a bienes y servicios de calidad que reduzcan las distorsiones en la intermediación y promuevan la sustentabilidad. En consecuencia, la Constitución actual reconoce plenamente los derechos del consumidor, incluso constitucionalizando algunos derechos que ya estaban establecidos en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. Al ser los principios constitucionales superiores a cualquier otra norma, los derechos del consumidor adquieren mayor relevancia y pueden ser protegidos de manera más efectiva en la sociedad y ante las autoridades competentes.

2.2.4.2 La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

A pesar de que en nuestro país se presentaron varios proyectos de ley relacionados con la protección al consumidor, no lograron ser concretados debido a la oposición de los productores de bienes y servicios. Es importante reconocer que existían leyes que incluían disposiciones aisladas de protección al consumidor, especialmente en lo que respecta a productos farmacéuticos y fitosanitarios, así como al control de precios, calidad y ahora con el comercio electrónico.

Además, hubo otras leyes que regulaban sectores específicos y que contenían normas de protección al consumidor, como ejemplos se pueden mencionar la Ley de Régimen del Sector Eléctrico y el Código de Salud, que posteriormente fue sustituido por la Ley Orgánica de Salud.

La promulgación de la Ley de Defensa del Consumidor en 1990, durante el Gobierno del Dr. Rodrigo Borja, fue una respuesta al acelerado desarrollo del mercado y las prácticas abusivas de las grandes empresas que afectaban los derechos del consumidor. Aunque esta ley presentaba ciertas limitaciones y su aplicación era escasa, introdujo avances en la protección de los consumidores. Entre los puntos destacados se encuentran:

1. Ampliación del concepto de consumidor: Se definió al consumidor no solo como el destinatario final de los bienes, sino también como los productores que utilizan, consumen o adquieren bienes, sin importar el destino de los mismos.
2. Establecimiento de derechos y obligaciones: La ley estableció de manera precisa los derechos y obligaciones tanto de los consumidores como de los proveedores. Algunos de los derechos incluidos fueron el derecho a la seguridad alimentaria, seguridad de uso, información veraz y completa, reparación e indemnización de perjuicios, presentación de reclamos, acceso a un procedimiento justo y rápido, y derecho a la educación.

3. Regulación de la publicidad: Se estableció un marco regulatorio para la publicidad en los artículos 14 y 15.
4. Participación de las Asociaciones de Consumidores: La ley reguló la participación de las asociaciones de consumidores en la defensa de los derechos del consumidor.
5. Infracciones y sanciones: Se tipificaron las infracciones y se establecieron las sanciones correspondientes en los artículos 35, 36, 37 y 38. Se designó a los Intendentes, Subintendentes de Policía y Comisarios nacionales como las autoridades competentes para conocer y juzgar las infracciones a esta ley.

La Ley de Control de Precios y Calidad, publicada en 1977, fue derogada con la promulgación de la Ley de Defensa del Consumidor. Sin embargo, la ley de 1990 presentaba algunas deficiencias, como la falta de un organismo público autónomo y especializado para defender los derechos del consumidor, la ausencia de regulación sobre contratos de adhesión, sistemas de garantías y créditos al consumidor, y la falta de programas de difusión para promover el conocimiento de los derechos de los consumidores y el consumo responsable.

En 1991, se publicó el Reglamento de la Ley de Defensa del Consumidor, que tenía como objetivo facilitar el cumplimiento y la aplicación de las normas de la ley. Sin embargo, muchas de las normas se centraban más en la calidad de los productos que en el reconocimiento de los derechos del consumidor, y se trataban de manera general. En el gobierno del Dr. Jamil Mahuad, se promulgó la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en julio de 2000. Esta ley reemplazó a la Ley de Defensa del Consumidor de 1990 y su reglamento, así como a sus reformas posteriores, que resultaron ineficaces en su implementación. La nueva ley tenía como objetivo principal garantizar el acceso a la protección jurídica efectiva para los consumidores.

La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor ecuatoriana reconoce y protege los derechos del consumidor a través de un amplio catálogo de derechos. Además, establece herramientas, mecanismos y recursos para ejercer estos derechos. Es importante destacar que esta ley tiene un carácter orgánico, lo que significa que tiene prioridad sobre cualquier otra norma que se oponga. Por lo tanto, las normas secundarias no pueden contradecir las disposiciones de defensa del consumidor y no serán aplicables en su contra. En resumen, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor de 2000 se estableció con el propósito de garantizar la protección de los consumidores en Ecuador, reconociendo sus derechos y proporcionando los medios legales necesarios para ejercerlos de manera efectiva.

2.2.4.3 Objeto de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

La promulgación de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor se justifica debido a la complejidad y globalización del mercado, que ha llevado a la diversificación de productos, el impacto de la publicidad, la reducción de la competencia y la concentración económica. Como resultado, los consumidores han perdido la libertad de elección y se han convertido en víctimas de abusos por parte de empresas públicas y privadas.

La finalidad de esta ley y de la Constitución es garantizar el derecho de los ecuatorianos a tener acceso a bienes y servicios de óptima calidad, establecer mecanismos de control de calidad, y defender y reparar las violaciones a los derechos de los consumidores. Sin embargo, la falta de políticas públicas en materia de protección al consumidor ha limitado y sido insuficiente, lo que ha llevado a la necesidad de analizar en profundidad el orden social, económico y jurídico para encontrar soluciones adecuadas a este problema.

2.2.4.4 Campo de estudio de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en el Ecuador

El artículo 1 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor vigente establece que esta ley tiene carácter prioritario sobre otras leyes y es de interés público y social. Su objetivo principal es regular las relaciones entre proveedores y consumidores, fomentando el conocimiento, protegiendo los derechos de los consumidores y garantizando la equidad y la seguridad jurídica en estas interacciones. En cuanto a su ámbito de aplicación, esta ley se aplica en todo el territorio de Ecuador, y puede ser invocada por consumidores que se vean afectados directa o indirectamente por situaciones relacionadas con la protección del consumidor.

2.2.4.5 Derechos fundamentales del consumidor

En la legislación de Ecuador, hay dos fuentes principales que establecen los derechos del consumidor. La primera y más importante es la Constitución de la República, que es la ley fundamental del Estado y tiene autoridad superior a cualquier otra norma jurídica en el país, como lo indican los artículos 424 y 425. Dentro de la Constitución, específicamente en la sección inicial del artículo 52, se establecen varios derechos fundamentales de los consumidores, los cuales son considerados de gran importancia. Estos derechos abarcan aspectos relevantes para proteger los intereses y el bienestar de los usuarios en distintas situaciones comerciales.

Se destaca la relevancia de la Constitución como fuente principal de los derechos del consumidor en Ecuador, y se enfatiza que el artículo 52 de la Constitución contiene algunos de los derechos más significativos para los usuarios. Esta disposición constitucional refleja el compromiso de proteger y promover la defensa de los consumidores dentro del marco legal como “las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no 48 engañosa sobre su contenido y características” (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

La Constitución de la República establece en primer lugar que todos los consumidores tienen el derecho de recibir bienes y servicios de calidad. Este principio se encuentra en concordancia con lo establecido en el artículo 4, numeral 2, de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, que reconoce el “derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad” (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2000)

Además, tanto la Constitución como la ley garantizan a los usuarios el derecho de elegir libremente los bienes y servicios que deseen adquirir, sin imposiciones por parte de los proveedores. Este derecho a la libre elección se encuentra consagrado en ambas normas. Asimismo, la Constitución garantiza el derecho a recibir información precisa, y prohíbe la publicidad engañosa en relación con el contenido o características de los productos. La Ley de Defensa del Consumidor complementa estos derechos al establecer disposiciones más detalladas sobre el derecho a la información y la prohibición de publicidad engañosa. En particular, los numerales 4 y 6 del artículo 4 de esta ley establecen que los consumidores tienen:

“4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar (...) 5. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales” (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2000)

Según el análisis del experto en la materia, Elvis Fuentes, en relación a la publicidad engañosa, se sostiene que, “Toda modalidad de información o comunicación de carácter comercial, cuyo contenido sea total o parcialmente contrario a las condiciones reales o de adquisición de los bienes y servicios ofrecidos o que utilice textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente, e

incluso por omisión de datos esenciales del producto, induzca a engaño, error o confusión al consumidor” (Fuentes, 2022)

La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en su numeral 5 del artículo 4 correspondiente, también establece que los usuarios tendrán: “derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida” (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2000) En relación a la obligación de los proveedores de no realizar discriminaciones y de mantener la calidad, precio y medidas de los productos, se establece una interrelación con dos derechos fundamentales: el derecho a la educación del consumidor y el derecho a la formación de asociaciones de consumidores con el propósito de educar a los usuarios. Tanto la Constitución de la República como la Ley del Consumidor contemplan estas disposiciones.

En particular, el artículo 55 de la Constitución establece claramente la disposición relacionada con estos derechos, mencionando que los consumidores tienen el derecho a recibir educación para el consumo y a formar asociaciones que promuevan la protección y defensa de sus derechos, “Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas. Para el ejercicio de este u otros derechos, nadie será obligado a asociarse” (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

Según lo establecido en la Constitución, los consumidores tienen el derecho de asociarse libremente con el fin de promover sus derechos y educar a otros consumidores sobre un consumo responsable. Esta misma disposición se encuentra en el artículo 4 de la Ley del Consumidor, en los numerales 7 y 9, que establecen lo siguiente:

7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos (...) 9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor. (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2000)

Según la disposición legal, el Estado no solo debe permitir la libre asociación de consumidores, sino que también está obligado a respaldar y consultar a estas asociaciones en caso de que desee elaborar o reformar una ley relacionada con los derechos del consumidor. Sin embargo, según la disposición constitucional, las asociaciones de consumidores no solo tienen como objetivo brindar información y capacitación a los consumidores, sino que también pueden brindar apoyo en la defensa y representación de los usuarios en casos de controversia, ya sea de naturaleza administrativa o judicial. Este aspecto merece un análisis más detallado, ya que es el tema principal de la presente investigación.

2.2.4.6 Derecho a la reparación de los daños y perjuicios

Considerando que las disputas o conflictos pueden surgir en cualquier relación legal, incluyendo aquellas entre consumidores y proveedores, es fundamental que la legislación establezca los mecanismos de protección necesarios para salvaguardar los derechos de los usuarios, quienes suelen ser la parte más vulnerable en esta dinámica. Esta perspectiva es compartida por la Constitución de Ecuador, la cual en su artículo 52, segundo inciso, establece lo siguiente:

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que

no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

La normativa constitucional establece que, con el fin de garantizar una defensa efectiva de los derechos de los usuarios, la ley debe establecer los mecanismos legales necesarios para proteger estos derechos y, en caso necesario, establecer responsabilidades y aplicar sanciones a aquellos que infrinjan la ley. Además, se enfatiza la importancia de otorgar una indemnización por los perjuicios causados a los consumidores afectados.

En cuanto a la Ley del Consumidor, esta amplía el derecho de protección y en el artículo 4, en sus numerales 8, 10, 11 y 12, establece cuatro derechos específicos de protección, los cuales son:

8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios (...) 10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención sanción y oportuna reparación de su lesión; 11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y, 12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2000)

El primer derecho establecido es el de reparación e indemnización, que implica la compensación económica por los daños o perjuicios sufridos debido a deficiencias en los productos o servicios, o a su mala calidad. Esto puede afectar tanto los derechos del consumidor como derechos fundamentales. Como resultado de este derecho, la legislación exige que el Estado establezca un mecanismo eficaz de protección de los

derechos del consumidor, que actúe en tres ejes: prevención, sanción y reparación. La prevención se refiere a las medidas anticipadas para proteger los derechos, mientras que la sanción implica la función coercitiva del Estado para castigar las infracciones. El tercer mecanismo garantiza la reparación de los daños.

En relación al tercer derecho, la normativa establece que los consumidores tienen el derecho de iniciar acciones administrativas o judiciales para sancionar a los infractores y obtener la reparación por las vulneraciones sufridas en sus derechos. Esto indica que los procedimientos de protección de los derechos del consumidor, aunque tienen un carácter público, son impulsados por las partes afectadas, de manera similar al derecho privado, salvo en casos de delitos.

Por último, como parte del enfoque de prevención, sanción y reparación de los derechos del consumidor, la normativa obliga a todas las empresas, tanto públicas como privadas, que ofrecen bienes o servicios, a mantener un libro de reclamos. Esto permite a los consumidores registrar sus quejas y sirve como un mecanismo de control interno para los proveedores, así como para que el Estado realice los controles necesarios en los casos correspondientes.

2.2.5 Protección jurídica del consumidor en plataformas digitales de comercio electrónico

En esta sección, se busca examinar la protección del consumidor la parte vulnerable en el ámbito de las plataformas de compras en línea, en el contexto de las relaciones de consumo.

El derecho de los consumidores se puede describir como el conjunto de leyes y las adecuadas destinadas a regular la nueva realidad social, económica y jurídica de las transacciones dentro de la sociedad de consumo. Este marco legal no solo surge para proteger los intereses de los consumidores, sino también para salvar la integridad del mercado de bienes y servicios, fomentando así el desarrollo de las industrias, la

economía y la producción. En otras palabras, su origen se remonta a la necesidad de mantener una economía de mercado, considerando un aspecto fundamental para impulsar el crecimiento económico, social y productivo del país. No obstante, en esencia, el Derecho del Consumidor es considerado como un derecho protector o tutelar que se diferencia del derecho común y que posee autonomía. El derecho común va cediendo espacios ante derechos que tienen una connotación social, como es el caso del Derecho del Consumidor, el cual busca proteger a una amplia masa social que debe enfrentar la complejidad de la realidad del mercado.

2.2.5.1 Principio de seguridad jurídica

El principio de seguridad jurídica y la protección de los derechos del consumidor son dos conceptos fundamentales que se deben equilibrar en el ámbito legal y en la regulación del Derecho del Consumidor. La seguridad jurídica se refiere a la certeza y estabilidad que deben tener las normas y las decisiones judiciales para garantizar un ordenamiento jurídico predecible y estable. Es importante que las leyes y reglamentos sean claros, consistentes y aplicables, de manera que los consumidores y las empresas puedan entender sus derechos y obligaciones sin ambigüedades.

Por otro lado, la protección de los derechos del consumidor busca salvar los intereses y bienestar de los consumidores frente a prácticas comerciales abusivas, fraudes y productos o servicios peligrosos o defectos. Esto implica que las leyes y las disposiciones deben establecer mecanismos para garantizar que los consumidores estén informados, puedan tomar decisiones informadas y sean tratados de manera justa y equitativa.

El desafío es encontrar un equilibrio entre ambos principios. Por un lado, la seguridad jurídica es esencial para proporcionar un marco estable y confiable para el comercio y las relaciones de consumo. Por otro lado, la protección de los derechos del consumidor es crucial para garantizar que los consumidores estén protegidos y tengan acceso a una justicia efectiva en caso de disputas o problemas con las empresas.

En la práctica, esto significa que las leyes y deben ser claras y precisas, pero también deben tener en cuenta los derechos y necesidades de los consumidores. Deben establecerse mecanismos para que los consumidores puedan acceder a la información relevante y presentar quejas y reclamaciones en caso de necesidad. Asimismo, se deben proporcionar mecanismos eficientes de resolución de conflictos para garantizar una protección efectiva de los derechos del consumidor (Villarrubia , 2020)

2.2.5.2 Principio del favor debilis

El principio del favor debilis es un concepto jurídico que se refiere a la protección de la parte más débil o vulnerable en una relación jurídica o contractual. En el contexto del Derecho del Consumidor, este principio implica que se debe favorecer y proteger los derechos e intereses de los consumidores, quienes generalmente tienen menos poder o información en comparación con las empresas o proveedores con quienes realizan transacciones.

La protección de los derechos del consumidor se basa en la premisa de que los consumidores pueden estar en una posición desigual en el mercado y que, por lo tanto, requiere de medidas y disposiciones especiales para asegurar que se respeten sus derechos y se eviten prácticas abusivas o engañosas por parte de los proveedores.

Este principio del favor debilis se manifiesta en diversas formas de protección al consumidor, como el derecho a la información clara y completa, el derecho a la seguridad de los productos y servicios, el derecho a la privacidad y protección de datos, el derecho a la educación sobre sus derechos y deberes, el derecho a presentar quejas y reclamaciones, entre otros (Otálora, 2021)

2.2.6 Desafíos en la protección de los derechos del consumidor en la era digital

La era digital ha transformado la forma en que los consumidores interactúan con las empresas y emprendimientos digitales, con relación a las transacciones comerciales. Sin embargo, esta transformación también ha presentado desafíos significativos en la

protección de los derechos del consumidor, donde es común la problemática de la Privacidad de los datos personales, la seguridad en las transacciones en línea, la desigualdad digital, las prácticas comerciales engañosas, que se configuran como el desafíos en la aplicación de la regulación, como consecuencia de rápida evolución de la tecnología y los modelos de negocio digitales, que a menudo supera la capacidad de los marcos regulatorios existentes. Esto dificulta la aplicación efectiva de las leyes de protección al consumidor, lo que deja a los consumidores con una protección insuficiente frente a prácticas injustas o abusivas.

Partiendo de estos antecedentes nos referimos en específico a los fraudes digitales en el caso de los emprendimientos digitales, que operan en redes sociales por su fácil manejo y función a la hora de incursionar como proveedores de un producto o servicio.

1. Fraude digital: Dentro de esta categoría se enmarca la no entrega de un producto o servicio que es adquirido por internet dentro de las redes sociales, dejando en indefensión a los consumidores que compran dentro de estas redes sociales.

Para abordar estos desafíos, es necesario fortalecer la protección de los derechos del consumidor en la era digital. Esto implica la implementación de regulaciones actualizadas y efectivas que aborden los problemas específicos que surgen en el entorno digital. Además, se requiere una mayor colaboración entre los gobiernos, las empresas y los consumidores para fomentar prácticas comerciales éticas, mejorar la seguridad en línea y garantizar la transparencia en las transacciones digitales.

También es esencial fomentar la alfabetización digital entre los consumidores, para que puedan comprender y proteger mejor sus derechos en el entorno digital. Además, se deben promover mecanismos efectivos de resolución de disputas en línea y facilitar el acceso a recursos legales para los consumidores en caso de violaciones de sus derechos.

2.2.7 Análisis de la falta de procedimiento en la defensa de los derechos del consumidor

La falta de un procedimiento adecuado para la defensa de los derechos del consumidor en Ecuador es una problemática que afecta la protección y garantía de los derechos de los consumidores en el país. Esta situación puede dejar a los consumidores en estado de indefensión y dificultar la búsqueda de soluciones y compensaciones ante posibles abusos por parte de proveedores de bienes y servicios.

Uno de los principales problemas es la falta de claridad y accesibilidad en los mecanismos y recursos legales disponibles para los consumidores. Muchas veces, los consumidores no conocen los pasos a seguir para presentar una queja o reclamo, ni saben a qué entidad o autoridad deben acudir para resolver su problema. Esta falta de información puede desalentar a los consumidores y hacer que renuncien a la defensa de sus derechos.

Además, la falta de un proceso ágil y eficiente para la resolución de conflictos relacionados con los derechos del consumidor también contribuye a la indefensión de los consumidores en Ecuador. Los procesos legales pueden ser largos, costosos y complejos, lo que desalienta a los consumidores a iniciar acciones legales para proteger sus derechos. Esto puede dar lugar a una falta de rendición de cuentas por parte de los proveedores de bienes y servicios que han cometido abusos.

Otro aspecto a considerar es la falta de recursos y capacidades de las entidades encargadas de proteger los derechos del consumidor en Ecuador. Puede haber una carencia de personal, presupuesto y tecnología adecuada para llevar a cabo investigaciones, mediar en disputas y aplicar sanciones a los infractores. Esto limita la capacidad de estas entidades para hacer cumplir la ley y garantizar la protección de los derechos del consumidor.

La falta de coordinación y cooperación entre las diferentes entidades gubernamentales y organizaciones encargadas de la protección del consumidor también es un problema. La dispersión de competencias y la falta de comunicación efectiva entre estas entidades dificultan la respuesta rápida y efectiva ante casos de abuso o violación de los derechos del consumidor.

2.2.8 Entidades encargadas de la protección de los derechos del consumidor

2.2.8.1 La Defensoría del Pueblo

La Defensoría Pública, como órgano autónomo de la Función Judicial, se estableció legalmente el 20 de octubre de 2010, en conformidad con lo dispuesto en la Constitución de la República. Su enfoque primordial fue priorizar la defensa pública en áreas como el ámbito penal, la niñez y adolescencia, los asuntos laborales, y otros campos relevantes. (Defensoría Pública del Ecuador, 2021)

La Defensoría del Pueblo, es una entidad pública descentralizada con autonomía en su gestión financiera y administrativa, encargada de proteger y promover los derechos humanos como parte de la Función de Transparencia y Control Social. La designación de su autoridad recae en el Consejo de Participación Ciudadana. En relación al tema central del presente Proyecto Investigativo, la DPE establece la Adjuntía de Usuarios y Consumidores, fomentando una cultura de consumo responsable y solidario para impulsar la igualdad social. Esta institución también se encarga de atender las quejas relacionadas con la mala calidad o la prestación inadecuada de servicios, tanto públicos como privados.

La Defensoría del Pueblo cuyo titular es el Defensor del Pueblo, es una institución que fue incluida en el aparataje institucional del Estado ecuatoriano mediante la disposición del artículo 96 de la Constitución Política que rigió desde agosto de 1998. Actualmente, se encuentra institucionalizada mediante la disposición del artículo 214 de la nueva Constitución de la República del Ecuador (en vigencia desde octubre de 2008), que señala: “la Defensoría del Pueblo será

un órgano de derecho público con jurisdicción nacional, personalidad jurídica y autonomía administrativa y financiera. Su estructura será desconcentrada y tendrá delegados en cada provincia y en el exterior". (Defensoría del Pueblo , 2021)

Según el artículo 81 de la Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo, esta institución tiene la autoridad para recibir y resolver las quejas o reclamaciones presentadas por usuarios y consumidores, tanto nacionales como extranjeros. Para hacerlo, se utiliza un método alternativo conocido como mediación.

2.2.8.2 Superintendencia de Competencia Económica

Una institución estatal, integrante de la Función de Transparencia y Control Social, dotada de independencia y facultades sancionatorias, establecida en el Suplemento del Registro Oficial No. 311 del 16 de mayo de 2023, en su Disposición Reformatoria Segunda, se llevó a cabo una modificación en la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado. En esta reforma, se reemplazó la expresión "Superintendencia de Control del Poder de Mercado" por "Superintendencia de Competencia Económica", junto con su legislación asociada, la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado.

Artículo 1.- En todos los actos administrativos, de simple administración, actos normativos, guías, recomendaciones, convenios y contratos vigentes, en donde conste la frase: "Superintendencia de Control del Poder de Mercado", entiéndase y léase como: "Superintendencia de Competencia Económica" (Superintendente de Competencia Económica, 2023)

2.2.9 El proceso ordinario en la protección de los derechos del consumidor y los desafíos que enfrenta en la actualidad.

El proceso de protección y reclamación de los derechos del consumidor, en conformidad con su naturaleza jurídica, se lleva a cabo a través de un procedimiento

público que consta de dos etapas principales. La primera etapa es la administrativa previa al juicio, que está a cargo de la Defensoría del Pueblo. La segunda etapa es la judicial, que se lleva ante el Juez de Contravenciones, con la posibilidad de apelar ante el Juez de Garantías Penales.

Desde el inicio de este proceso, se puede percibir su extensión y cierta complejidad, especialmente considerando que a menudo se trata de disputas de menor cuantía económica. Para comprender mejor este proceso, es necesario analizar brevemente la estructura establecida en el Capítulo XIV de la Ley del Consumidor, referente a la competencia y procedimiento. El artículo 81 de dicha ley establece las disposiciones pertinentes.

Es facultad de la Defensoría del Pueblo, conocer y pronunciarse motivadamente sobre los reclamos y las quejas, que presente cualquier consumidor, nacional o extranjero, que resida o esté de paso en el país y que considere que ha sido directa o indirectamente afectado por la violación o inobservancia de los derechos fundamentales del consumidor, establecidos en la Constitución Política de la República, los tratados o convenios internacionales de los cuales forme parte nuestro país, la presente ley, así como las demás leyes conexas. En el procedimiento señalado en el inciso anterior, la Defensoría del Pueblo podrá promover la utilización de mecanismos alternativos para la solución de conflictos, como la mediación, siempre que dicho conflicto no se refiera a una infracción penal. Sin perjuicio de lo dispuesto en el presente artículo, el consumidor podrá acudir, en cualquier tiempo, a la instancia judicial o administrativa que corresponda (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2000)

Según lo establecido por la normativa, la fase previa al juicio estará a cargo de la Defensoría del Pueblo, quien tiene la competencia para recibir reclamos y quejas de consumidores que consideren que se han vulnerado sus derechos. Sin embargo, la

misma norma aclara que en cualquier momento se puede acudir a la instancia judicial o administrativa correspondiente, lo que indica que esta primera etapa no es obligatoria.

En resumen, la falta de un procedimiento adecuado para la defensa de los derechos del consumidor en Ecuador genera una situación de indefensión para los consumidores. La falta de información, la complejidad de los procesos legales, la falta de recursos y capacidades de las entidades pertinentes, así como la falta de coordinación entre estas entidades son factores que contribuyen a esta problemática. Es necesario implementar medidas para simplificar y agilizar los procedimientos de defensa de los derechos del consumidor, así como fortalecer las capacidades y la cooperación entre las entidades involucradas para garantizar una protección efectiva de los consumidores en el país.

2.3 Ámbito Internacional del derecho del consumidor

2.3.1 Legislación Comparada

2.3.2 Colombia

A través de la Ley 1480 de 2011 se establece el Estatuto del Consumidor, con el propósito de salvaguardar, fomentar y asegurar la efectividad y pleno ejercicio de los derechos de los consumidores. De manera general, esta normativa contiene disposiciones que permiten a los consumidores ejercer sus derechos en diversos temas, como garantía legal, acceso a información, reparación de bienes y servicios con fallas, reversiones de pagos, conocimiento de sus derechos y obligaciones en las relaciones de consumo, garantía de bienes inmuebles, información para proteger a niños, niñas y adolescentes, prohibición de comercialización de ciertos productos, protección contra cláusulas abusivas, y supervisión y control en asuntos relacionados con la técnica y la metrología legal, entre otros.

Esta ley tiene como objetivos proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos, en especial, lo referente a: 1. La

protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad. 2. El acceso de los consumidores a una información adecuada, de acuerdo con los términos de esta ley, que les permita hacer elecciones bien fundadas. .3. La educación del consumidor. 4. La libertad de constituir organizaciones de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que las afecten. 5. La protección especial a los niños, niñas y adolescentes, en su calidad de consumidores, de acuerdo con lo establecido en el Código de la Infancia y la Adolescencia. (Ley 1480, Estatuto del Consumidor, 2011)

La Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), específicamente a través de su Delegatura de Protección al Consumidor, tiene la responsabilidad de supervisar el cumplimiento de las normas establecidas en el estatuto del consumidor, que se encuentran en la Ley 1480 de 2011, con el objetivo de proteger los derechos de los consumidores. En este sentido, la entidad tiene la autoridad para recibir y procesar denuncias presentadas por los consumidores y también tiene la facultad de iniciar investigaciones por cuenta propia si considera que existen indicios de que se están vulnerando los derechos de los consumidores. (Alianza del Pacífico, 2016)

2.3.3 Chile

El 24 de diciembre de 2021, se hizo oficial la promulgación de la Ley No. 21.398, conocida como la "Ley Pro Consumidor", cuyo propósito es reforzar la protección de los derechos de los consumidores. Esta ley nueva ley introduce modificaciones a la Ley No. 19.496 actual, que se ocupa de la Protección de los Derechos de los Consumidores desde 1997.

Artículo 3.- Son derechos y deberes básicos del consumidor: a) La libre elección del bien o servicio. b) El derecho a una información veraz y oportuna sobre los bienes y servicios ofrecidos, su precio, condiciones de contratación y otras características relevantes de los mismos, y el deber de informarse

responsablemente de ellos; c) El no ser discriminado arbitrariamente por parte de proveedores de bienes y servicios; d) La seguridad en el consumo de bienes o servicios, la protección de la salud y el medio ambiente y el deber de evitar los riesgos que puedan afectarles; e) El derecho a la reparación e indemnización Ley 19955 Art. único No. 4 b) D.O. 14.07.2004 adecuada y oportuna de todos los daños materiales y morales en caso de incumplimiento de cualquiera de las obligaciones contraídas por el proveedor, y el deber de accionar de acuerdo a los medios que la ley le franquea, y f) La educación para un consumo responsable, y el deber de celebrar operaciones de consumo con el comercio establecido. (Ley No. 19.496 Protección del Consumidor, 1997)

El Servicio Nacional del Consumidor, conocido como SERNAC, es la entidad del gobierno de Chile encargada de garantizar el cumplimiento de los derechos de los consumidores establecidos en la Ley No. 19.496. Además, su función principal es desarrollar una política de protección de estos derechos, con el propósito de fomentar mercados más equitativos y eficientes. (Alianza del Pacífico, 2016)

2.3.4 México

En México, los derechos de los consumidores están amparados por la Ley Federal de Protección al Consumidor. En el artículo inicial de esta legislación se establecen los principios fundamentales que rigen las relaciones de consumo, los cuales son reconocidos como: [seguirían los principios enumerados en el primer artículo de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Artículo 1.- El objeto de esta ley es promover y proteger los derechos y cultura del consumidor y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores. Son principios básicos en las relaciones de consumo: I. La protección de la vida, salud y seguridad del consumidor contra los riesgos provocados por productos, prácticas en el abastecimiento de productos y servicios considerados peligrosos o nocivos; II.

La educación y divulgación sobre el consumo adecuado de los productos y servicios, que garanticen la libertad para escoger y la equidad en las contrataciones; III. La información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio, así como sobre los riesgos que representen; IV. La efectiva prevención y reparación de daños patrimoniales y morales, individuales o colectivos; V. El acceso a los órganos administrativos con vistas a la prevención de daños patrimoniales y morales, individuales o colectivos, garantizando la protección jurídica, económica, administrativa y técnica a los consumidores VI. El otorgamiento de información y de facilidades a los consumidores para la defensa de sus derechos; VII. La protección contra la publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos y desleales, así como contra prácticas y cláusulas abusivas o impuestas en el abastecimiento de productos y servicios. VIII. La real y efectiva protección al consumidor en las transacciones efectuadas a través del uso de medios convencionales, electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología y la adecuada utilización de los datos aportados, IX. El respeto a los derechos y obligaciones derivados de las relaciones de consumo y las medidas que garanticen su efectividad y cumplimiento; X. La protección de los derechos de la infancia, adultos mayores, personas con discapacidad e indígenas, y XI. La libertad de constituir grupos u otras organizaciones de consumidores que, sin contravenir las disposiciones de esta ley, sean garantes de los derechos del consumidor. (Ley Federal de Protección al Consumidor , 1992)

La Procuraduría Federal del Consumidor de México, conocida como PROFECO, es la entidad encargada de salvaguardar y promover los derechos de los consumidores, asegurando que las relaciones comerciales sean justas y equitativas. Su objetivo es fomentar una cultura de consumo responsable y mejorar el acceso a productos y

servicios en condiciones de mercado favorables. Asimismo, se esfuerza por garantizar la certeza, legalidad y seguridad jurídica en el marco de los Derechos Humanos reconocidos para la población consumidora en México. (Alianza del Pacífico, 2016)

En lo que respecta a las legislaciones internacionales abordadas de Colombia con la Ley 1480, Estatuto del Consumidor de 2011, de Chile con la Ley No. 19.496 Protección del Consumidor de 1997, y México la Ley Federal de Protección al Consumidor de 1992, en este segmento, se puede evidenciar la falta de tipificación de los fraudes por redes sociales, dentro de los cuerpos legales citados que vulneran los derechos del consumidor, que dichas leyes garantizan proteger, Cabe mencionar que las entidades o instituciones encargadas de la protección de los derechos del consumidor pueden adoptar medidas para el control del mercado con respecto a los emprendimientos digitales, con la finalidad de mitigar la falta de protección de los derechos del consumidor, ejecutando las funciones que les otorgan los cuerpos legales ya mencionados.

2.4 MARCO CONCEPTUAL

2.4.1 Consumidor

Un consumidor es una persona que para atender sus necesidades o para su propio placer compra o arrienda productos y utiliza servicios ofrecidos por entes públicos o privados (Durand, 2004)

Toda persona natural o jurídica que como destinatario final adquiera utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente ley mencione al Consumidor, dicha denominación incluirá al Usuario. (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2000)

2.4.2 Comercio electrónico

Toda transacción comercial (producción, publicidad, distribución y venta de bienes y servicios) realizado tanto por personas, empresas o agentes

electrónicos a través de medios digitales de comunicación, en un mercado virtual que carece de límites geográficos y temporales. (Liberos, García del Pozo, Somalo, Gil, & Merino, 2011)

2.4.3 Distribuidor o comerciante

Las personas naturales o jurídicas que de manera habitual venden o proveen al por mayor o al detal, bienes destinados finalmente a los consumidores, aun cuando ello no se desarrolle en establecimientos abiertos al público. (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2000)

2.4.4 Emprendimiento Digital

Transformación del propio emprendimiento puesto que permite con mayor nivel de asertividad y éxito dar a conocer las nuevas ideas de negocio puestas en el mercado, facilita las transacciones entre las dos partes involucradas en términos de compra y venta, permite el acceso a datos que provean información relevante para el desarrollo del emprendimiento. (Espetita & Morales, 2020).

2.4.5 Proveedor

La RAE define la palabra proveedor como, el empresario o profesional que suministra o distribuye productos o servicios en el mercado, cualquiera que sea el título en virtud del cual realice dichas actividades. (RAE, 2023)

Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución, alquiler o comercialización de bienes, así como prestación de servicios a consumidores, por lo que se cobre precio o tarifa. (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2000)

2.5 MARCO LEGAL

2.5.1 Constitución de la República del Ecuador

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

Análisis: Todo lo que abarca los derechos que las personas que sean consumidoras de bienes o servicios tienen, se encuentran reconocidos en la Constitución del Ecuador. Además de indicar que se debe contar con mecanismos que prevean y reparen de ser el caso las vulneraciones de derechos de los consumidores cuando estos hayan sido afectados por malas prácticas comerciales de proveedores o productores.

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación. El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido.

Análisis: se reconoce además que la protección de estos derechos se da en el área privada y pública frente a organismos o instituciones que presten servicios, siendo en estas últimas el Estado quien responderá civilmente por los daños o perjuicios ocasionados.

Art. 215.-La Defensoría del Pueblo tendrá como funciones la protección y tutela de los derechos de los habitantes del Ecuador y la defensa de los derechos de las ecuatorianas y ecuatorianos que estén fuera del país. Serán sus atribuciones, además de las establecidas en la ley, las siguientes:

1. El patrocinio, de oficio o a petición de parte, de las acciones de protección, hábeas corpus, acceso a la información pública, hábeas data, incumplimiento, acción ciudadana y los reclamos por mala calidad o indebida prestación de los servicios públicos o privados.
2. Emitir medidas de cumplimiento obligatorio e inmediato en materia de protección de los derechos, y solicitar juzgamiento y sanción ante la autoridad competente, por sus incumplimientos.
3. Investigar y resolver, en el marco de sus atribuciones, sobre acciones u omisiones de personas naturales o jurídicas que presten servicios públicos. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

Análisis: La Defensoría del Pueblo es una institución encargada de proteger y velar los derechos de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades que habitan en el territorio nacional, de ecuatorianos y ecuatorianas residentes en el extranjero y preservar los derechos de la naturaleza, y así lograr un entorno adecuado que propicie el buen vivir. (Defensoría del Pueblo , 2021)

La Constitución establece que son atribuciones de esta entidad, patrocinar toda acción que busque resarcir la vulneración de derechos de las personas, por indebida prestación de servicios públicos o privados.

2.5.2 Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

Art. 4.- Derechos del Consumidor.-

2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;

4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar;

6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;

8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;

10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención, sanción y oportuna reparación de los mismos;

11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,

12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado. (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2000)

Análisis: La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor establece no solo lo concerniente a derechos y obligaciones del consumidor, también lo hace con lo referente al proveedor. Todos estos derechos emiten las directrices que deben existir entre las relaciones comerciales que surjan entre ambas partes, sin embargo estos están a modo generalizado, ya que no establece tácitamente ciertos mecanismos que deben llevarse a cabo cuando estas se dan en el área digital.

2.5.3 Ley de Comercio Electrónico Firmas y mensajes de datos

Art. 50.- Información al consumidor. - En la prestación de servicios electrónicos en el Ecuador, el consumidor deberá estar suficientemente informado de sus derechos y obligaciones, de conformidad con lo previsto en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y su Reglamento. Cuando se tratare de bienes o servicios a ser adquiridos, usados o empleados por medios electrónicos, el oferente deberá informar sobre todos los requisitos, condiciones y restricciones para que el consumidor pueda adquirir y hacer uso de los bienes o servicios promocionados. La publicidad, promoción e información de servicios electrónicos, por redes electrónicas de información, incluida la Internet, se realizará de conformidad con la ley, y su incumplimiento será sancionado de acuerdo al ordenamiento jurídico vigente en el Ecuador.

Análisis: Cuando se tratare de la prestación de servicios electrónicos, el consumidor debe contar con información suficiente, clara y veras por parte del proveedor. Este artículo reconoce varios lineamientos que el proveedor debe seguir para brindar mayor seguridad al consumidor, sin embargo no se establecen ciertos criterios como por ejemplo, brindar en su página web o plataforma digital, un lugar donde se pueda no solo emitir una queja en caso de no haber cumplido con los establecido en el acuerdo comercial, así como del seguimiento del procedimiento; indicar los medios por donde se realizaran los pagos, el tiempo de entrega del producto etc.

2.5.4 Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado

Art. 26.- Prohibición. - Quedan prohibidos y serán sancionados en los términos de la presente Ley, los hechos, actos o prácticas desleales, cualquiera sea la forma que adopten y cualquiera sea la actividad económica en que se manifiesten, cuando impidan, restrinjan, falseen o distorsionen la competencia, atenten contra la eficiencia económica, o el bienestar general o los derechos de los consumidores o usuarios. (Ley Organica de Regulacion y Control del Poder del Mercado, 2016)

Análisis: Estas prohibiciones y sanciones que establece la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de mercado, favorecen las relaciones comerciales que se dan en todos los ámbitos entre consumidores y proveedores, pero particularmente en pro de la parte más vulnerable de esta relación que son los consumidores al hacer prevalecer sus derechos.

2.5.5 MERCOSUR en la protección de los derechos del Consumidor

En el ámbito del comercio electrónico, los consumidores gozan de protección a lo largo de todo el proceso de transacciones gracias a la Resolución No. 37/1930, la cual establece que el proveedor, el producto y/o servicio, así como las transacciones deben contar con información obligatoria clara, suficiente, veraz y de fácil acceso. En este contexto, la Corte Interamericana de Derechos Humanos (Corte IDH) reconoce que el artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos (CADH) incluye el derecho a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole, lo cual protege el derecho de acceso a la información, incluyendo aquellos relacionados con la salud de las personas. Por lo tanto, el derecho de acceso a la información adquiere un carácter instrumental para garantizar la satisfacción de otros derechos establecidos en el texto. Asimismo, la Corte IDH ha considerado de interés público aquellas opiniones o referencias sobre asuntos en los cuales la sociedad tiene un legítimo interés de mantener informada, conocer lo que afecta derechos o intereses generales, o que acarrea consecuencias importantes. Acceder a la información abarca el derecho de solicitar, recibir y difundir datos e ideas relacionadas, por ejemplo, con distintos productos y servicios. (Uriondo Martinoli, 2022)

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Metodología

El desarrollo de esta investigación se ha basado en un enfoque cualitativo y cuantitativo, una de las características del enfoque cualitativo es que utiliza múltiples fuentes, procedimientos e investigaciones para estudiar un problema o tema. Según Maldonado (2018) “este enfoque con frecuencia se basa en técnicas de recolección de datos que no necesitan medición estadística, como las notas de campo, las entrevistas, la observación directa, la descripción etc” (p.35). Es así que se realizaron entrevistas a Abogados, específicamente en las ramas de Derecho Mercantil y Derecho Civil, respecto a cuál es su perspectiva sobre la afectación de los derechos del consumidor, por la falta de regulación legal de emprendimientos digitales, y la viabilidad de las propuestas que se pretenden establecer por parte de los investigadores para mejorar esta problemática.

En palabras de Maldonado (2018) el enfoque cuantitativo “se encuentra fundamentado en la medición numérica, el conteo de los datos y la utilización de la estadística para establecer con exactitud los factores de comportamiento en una población o muestra” (p.35)

Se decidió que era pertinente el uso de este enfoque, debido a que se trata de conocer profundamente, como perciben los consumidores todo lo que está intrínsecamente relacionado con sus derechos, respecto a los gastos que realizan en la web, con un especial enfoque en emprendimientos digitales. Pero además saber si son o no conscientes de cómo accionar sus derechos en caso de existir una posible vulneración de los mismos y qué tan protegidos se sienten en relación a la normativa que existe en el país sobre esta área, y recomienda confirmar el conocimiento recolectando cifras concisas que sustenten lo realizado en este trabajo de investigación.

Con el fin de respaldar la metodología empleada en este estudio, se consideran tres aspectos esenciales: la recolección, examen e interpretación de la información, lo cual proporcionó una perspectiva más amplia sobre el problema investigado.

Es crucial recordar que, para llevar a cabo un proyecto de investigación eficaz, es necesario recopilar, procesar, analizar e integrar los datos con el fin de combinar los resultados en un informe por escrito. Además, se puede afirmar que el análisis de un fenómeno existente dio origen al presente trabajo.

3.2 Tipo de Investigación

3.2.1 Investigación Documental

Este tipo de investigación es importante porque le da sustento a nuestro trabajo, por medio de la búsqueda de información referente al tema indagado (mapeo bibliográfico).

La investigación documental depende principalmente de la información que se consulte u obtenga dicho sea de documentos, mismos que se refiere a todo material en el que se pueda indagar como fuente de consulta, sin que se altere su naturaleza o sentido, los cuales aportan contenido, información o dan testimonio de un acontecimiento o realidad. (Monroy Mejia M & Navas Sanchezllanes N, 2018)

Durante todo el proceso investigativo hemos usado fuentes de documentos escritos como libros, revistas, artículos científicos, bibliografía de tesis doctorales sobre el derecho del consumidor y el termino emprendimiento digital, para así a partir del análisis de estos documentos sustentar la investigación, y se pueda obtener respuestas a las preguntas que forman parte del trabajo.

3.2.2 Investigación de Campo

Según Santa y Martins (2010), la investigación de campo consiste en la recolección de datos en primera mano de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables de estudio (p.88).

De la misma forma el Manual de la UPEL (2008) define a la investigación de campo como: “Es el análisis sistemático de problemas en la realidad con el propósito, bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos o producir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquier paradigma o enfoques de investigaciones conocidas o en desarrollo”. (p.14).

Si se quiere dar una perspectiva más resumida Jiménez y Suarez (2014) manifiestan que este tipo de investigación, es usada para tratar de comprender y resolver, un problema o necesidad en una determinada situación. El investigador realiza su trabajo en el ambiente natural en el que conviven las personas y las fuentes consultadas de donde emergerán los datos más relevantes a ser analizados. Este tipo de investigación nos permite obtener datos primarios esenciales, para el logro de los objetivos y solución del problema planteado en la misma.

3.3 Métodos de la investigación

3.3.1 Método deductivo

En palabras de Maldonado (2018) este metodo “consiste en ir de lo general a lo particular. Se toman como fundamentos las teorías ya conocidas y se trata de aplicarlas a los casos objetos de estudio”. (p.56). Este metodo permite determinar los hechos mas importantes del fenomeno por analizar, ademas de partir de verdades aceptadas y progresar por el razonamiento. (Munich L, 2001)

La presente investigacion utilizo este metodo ya que se partio con el uso de fuentes confiables para un profundo estudio del tema, el cual se fue desarrollando en varios capitulos y se llego a una conclusion objetiva y neutral sobre el asunto estudiado. Debido a que el trabajo se llevo a cabo usando tanto un enfoque cuantitativo como cualitativo, se debera comprobar la hipotesis para su posterior finalizacion.

3.3.2 Metodo Analitico-Sintetico

El metodo analitico-sintetico parte de entender el análisis como el proceso mental que divide el todo en sus partes y cualidades constituyentes , permitiendo la división mental del todo en sus numerosas relaciones; y la síntesis como unión de las partes examinadas, descubriendo relaciones y características generales entreellos, que surge a partir de los resultados del análisis . (Delgado-Hito, 2021)

Este metodo ha sido utilizado puesto que era conveniente, estudiar con detalle cada elemento y variable individualmente, ya que “para conocer la esencia de un todo hay que conocer la naturaleza de sus partes”. (Chong de la Cruz, 2007). Todo respecto a lo que establece la Ley Organica de Defensa del Consumidor y Ley DE Comercio Electronico, Firmas y Mensajes de Datos, y por otro lado, el derecho de lo consumidores a contar con mecanismos efectivos que les permitan accionar sus derechos frente a posibles problemas juridicos. Todo ello analizado desde la percepcion de que indican las fuentes consultadas, la ley y la doctrina respecto a la falta de regulacion legal de empenimientos en el area digital.

3.4 Universo y Muestra

De acuerdo con Arias Gomez (2016) la poblacion es un “conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra, y que cumple con una serie de criterios predeterminados” (p.202). En este caso es un conjunto de personas al azar, del área de la ciudad de Guayaquil, que realizan compras digitales, siendo la cantidad de 154 encuestados, también un profesional de Derecho y emprendedor que aporten sus opiniones y conocimientos respecto a la investigación en cuestión.

3.4.1 Muestra no probabilística

Para Maldonado Pinto (2018) las muestras no probabilísticas:

Es un subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad si no de las características de la investigación. El investigador opta por su criterio y conocimiento determinar los elementos que conforman la muestra.

Basándose en lo expuesto por los autores, fueron seleccionados tanto consumidores de productos en línea, emprendedores, abogados especialistas en las áreas que regulan el comercio electrónico, el control y poder de mercado y el derecho del consumidor; los primeros para la realización de la encuesta, el emprendedor y profesional en derecho para las entrevistas.

3.5 Técnicas e instrumentos de investigación

3.5.1 La entrevista

Para el desarrollo de la presente investigación se usó como técnica de recolección de datos la entrevista, misma que Useche (2019) define como “una actividad presencial entre dos personas. La actividad consiste en que una persona (entrevistador) de manera oral extrae información de otra persona (entrevistado), así mismo se intercambian opiniones e información sobre una temática en particular” (p.38). La entrevista se la realizamos al Abogado Juan Martínez Yintriago, especialista en Derecho Mercantil, eligiendo esta rama que es afín a nuestro tema de investigación. Y un proveedor cuyo emprendimiento se desarrolla en el área digital, para observar que opiniones tienen respecto a cómo poder mejorar las relaciones comerciales entre ellos y sus clientes.

3.5.2 El cuestionario

El cuestionario es una herramienta que nos permite la recopilación de datos mediante el uso de preguntas y respuestas, para que quien sea entrevistado o encuestado pueda responderlas a lo que mejor le parezca según su percepción. Entre las principales características del cuestionario es que además de que

permitir ser utilizado en investigaciones con enfoque cualitativo o cuantitativo, no necesita la presencia del investigador para su aplicación. Como indica Arias (2021)

El cuestionario consiste en un conjunto de preguntas presentadas y enumeradas en una tabla y una serie de posibles respuestas que el encuestado debe responder. (p.21)

Haciendo referencia a la cita, este cuestionario se diseñó para la entrevista y la encuesta, debido a que generalmente consta de preguntas abiertas y cerradas. Los informantes que han sido seleccionados, solo podrán contestar las alternativas esbozadas o de acuerdo a su criterio pertinente, todo con la meta de progresar con los fines planeados en la investigación.

3.5.3 La encuesta

Respecto a la definición que nos brinda Useche (2019) “La encuesta es una técnica que consiste en obtener la información directamente de las personas que están relacionadas con el objeto de estudio, en un volumen importante de información” (p.31), mismo que permite la recopilación de datos de la muestra previamente establecida e interrogantes que permitan el cumplimiento del fin determinado.

3.6 Análisis e interpretación de información

3.6.1 Resultado de la encuesta

1. **¿Con qué frecuencia realiza compras o transacciones en emprendimientos digitales?**

Tabla 1

Frecuencia con la que realizan compras o transacciones en emprendimientos digitales

	Frecuencia	Porcentaje
Frecuentemente	69	44,8%
Siempre	22	14,3%
Rara Vez	61	39,6%
Nunca	2	1,3%

Total	154	100,0%
--------------	-----	--------

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores de 18 años en adelante.

Elaborada por: Los autores

Gráfico 1

Frecuencia con la que realizan compras o transacciones en emprendimientos digitales



Fuente: Encuesta aplicada a consumidores de 18 años en adelante.

Elaborada por: Los autores

Análisis e interpretación: De los consumidores encuestados, el 45% manifestó que realiza frecuentemente compras en emprendimientos digitales, el 14% indicó que siempre, el 40% contestó que rara vez y el 1% que nunca. Al analizar estos resultados nos damos cuenta que es mayor el número de encuestados que frecuentemente y siempre realizan compras en emprendimientos digitales, mientras que es menor la cantidad de usuarios que lo hacen rara vez, casi nula la que nunca lo ha hecho.

2. ¿Cuáles de los siguientes emprendimientos digitales ha utilizado? (múltiple elección)

Tabla 2

Emprendimientos digitales usados por los consumidores

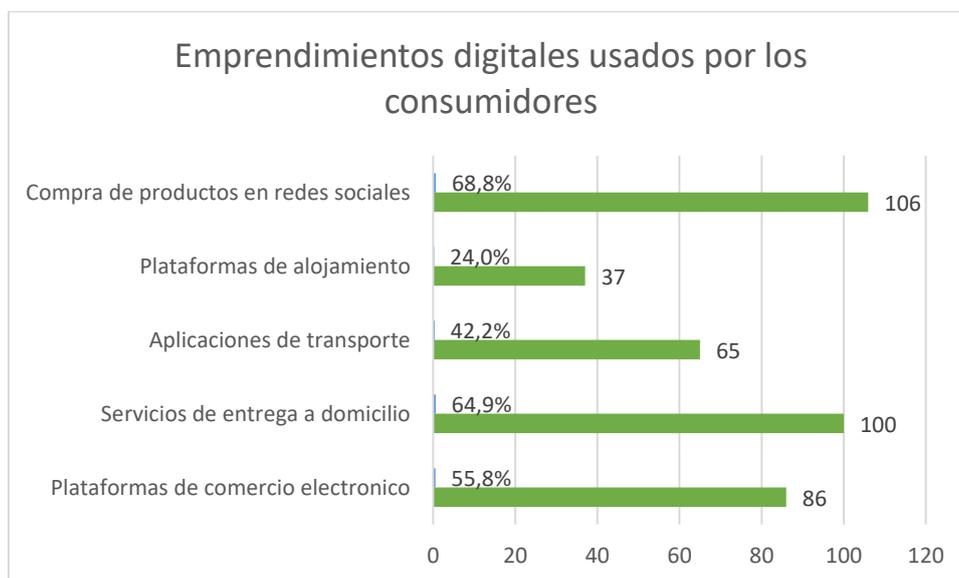
	Frecuencia	Porcentaje
Plataformas de comercio electrónico (Ej. Amazon, mercado libre)	86	55,8%
Servicios de entrega a domicilio (Ej. Rappi, Uber Eats)	100	64,9%
Aplicaciones de transporte (Ej. Uber, Cabify)	65	42,2%
Plataformas de alojamiento (Ej. Airbnb, booking.com)	37	24,0%
Compra de productos en redes sociales (Ej. Ropa, Zapatos, bisutería)	106	68,8%
Total	394	

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores de 18 años en adelante.

Elaborada por: Los autores

Gráfico 2

Emprendimientos digitales usados por los consumidores



Fuente: Encuesta aplicada a consumidores de 18 años en adelante.

Elaborada por: Los autores

Análisis e interpretación: De los consumidores encuestados, en esta pregunta en la cual podía elegirse múltiples opciones, el 68,8% manifestó que realiza compras de productos mediante redes sociales, el 64,9% utiliza servicios de entrega a domicilio, el

55,8% hace compras en plataformas de comercio electrónico, el 42,2% usa aplicaciones de transporte mientras que el 24% maneja plataformas de alojamiento. Al analizar estos resultados, observamos que los encuestados usan varios servicios de emprendimientos digitales, no solo uno específicamente, pero podemos notar que el tipo de emprendimiento digital más usado son las compras de productos en redes sociales.

3. ¿Ha experimentado alguna de las siguientes situaciones en sus compras o transacciones en emprendimientos digitales? (múltiple elección)

Tabla 3

Experiencias en compras o transacciones en emprendimientos digitales

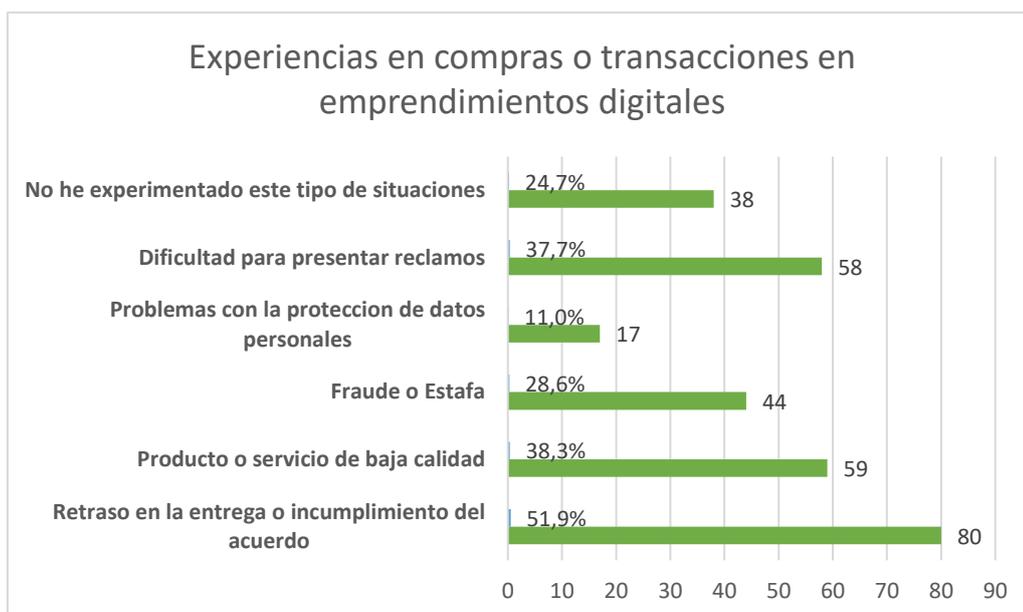
	Frecuencia	Porcentaje
Retraso en la entrega o incumplimiento del acuerdo	80	51,9%
Producto o servicio de baja calidad	59	38,3%
Fraude o Estafa	44	28,6%
Problemas con la protección de datos personales	17	11,0%
Dificultad para presentar reclamos o recibir compensación	58	37,7%
No he experimentado este tipo de situaciones	38	24,7%
Total	296	

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores de 18 años en adelante.

Elaborada por: Los autores

Gráfico 3

Experiencias en compras o transacciones en emprendimientos digitales



Fuente: Encuesta aplicada a consumidores de 18 años en adelante.

Elaborada por: Los autores

Análisis e interpretación: Esta es otra pregunta en la cual los consumidores encuestados podían elegir más de una opción, los resultados fueron los siguientes: el 51,9% de los encuestados manifestó que ha experimentado retraso en la entrega del producto o incumplimiento de lo acordado con el proveedor, el 38,3% indicó que recibió un producto o servicio de mala calidad, un 37,7% de los encuestados señaló que al haber experimentado una situación negativa en su compra tuvo dificultad para presentar un reclamo o recibir una compensación por la vulneración de su derecho, el 28,6% reportó que sufrió un fraude o estafa, el 11% manifestó que tuvo problemas con la protección de sus datos personales y el 24,7% indicó que no experimentó ninguna de estas situaciones. Analizando estos resultados notamos que es mayor el total de porcentaje de encuestados que han experimentado algún problema o inconveniente al momento de realizar compras en emprendimientos digitales.

4. En una escala del 1 al 5, ¿qué tan satisfecho(a) estás con la protección de tus derechos como consumidor en los emprendimientos digitales?

Tabla 4

Nivel de satisfacción en la protección de derechos como consumidor

	Frecuencia	Porcentaje
Muy Satisfecho	8	5,20%
Satisfecho	42	27,30%
Regular	71	46,10%
Insatisfecho	31	20,10%
Muy Insatisfecho	2	1,30%
Total	154	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores de 18 años en adelante.

Elaborada por: Los autores

Gráfico 4

Nivel de satisfacción en la protección de derechos como consumidor



Fuente: Encuesta aplicada a consumidores de 18 años en adelante.

Elaborada por: Los autores

Análisis e interpretación: De los consumidores encuestados, el 46% indicó que su nivel de satisfacción es regular respecto a la protección de sus derechos como consumidor al realizar compras en emprendimientos digitales, el 27% manifestó que se siente satisfecho, el 20% señaló que se siente insatisfecho, el 5% indicó que se siente muy satisfecho y el 2% manifestó que se siente muy insatisfecho con la protección de

sus derechos. Analizando el total de los porcentajes en relación a si el nivel de satisfacción es positivo o negativo, notamos que es mayor el nivel de insatisfacción de los consumidores en razón de la protección de sus derechos.

5. ¿Conoces tus derechos como consumidor y cómo protegerte de posibles estafas?

Tabla 5

Conocimiento de los derechos como consumidor y protección ante posibles estafas

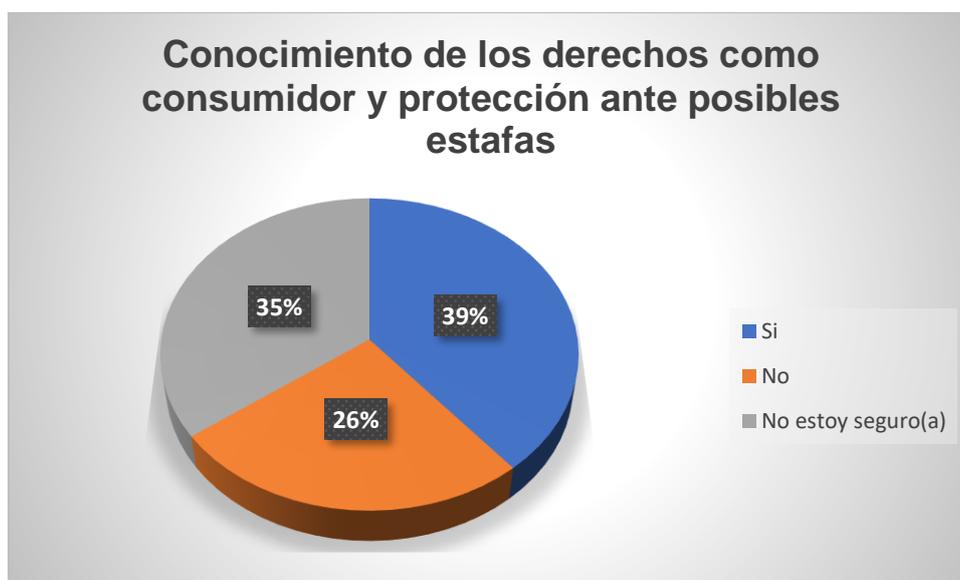
	Frecuencia	Porcentaje
Si	60	39%
No	40	26%
No estoy seguro(a)	54	35,1%
Total	154	100%

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores de 18 años en adelante.

Elaborada por: Los autores

Gráfico 5

Conocimiento de los derechos como consumidor y protección ante posibles estafas



Fuente: Encuesta aplicada a consumidores de 18 años en adelante.

Elaborada por: Los autores

Análisis e interpretación: De los consumidores encuestados, el 39% indicó que, si conoce sus derechos y como defenderse frente a posibles estafas en emprendimientos digitales, el 26% manifestó que no conoce sus derechos ni como ejercer una defensa en caso de que se hayan vulnerado sus derechos, y el 35% indicó no estar seguro. Analizando estos datos podemos observar que las respuestas se encuentran un poco más parejas, sin embargo, los encuestados que señalaron no estar seguros de sí conocen o no sus derechos y como defenderse, se entiende que apunta a un desconocimiento mayormente de la muestra analizada.

6. **¿Ha realizado alguna denuncia en caso de haber sufrido una estafa por parte de un emprendimiento digital, de ser el caso, ha recibido solución a su problema?**

Tabla 6

Realización de denuncia y respuesta positiva o negativa

	Frecuencia	Porcentaje
Si he realizado y he recibido respuesta	4	2,6%
Si he realizado y no he recibido respuesta	40	26,0%
No he realizado	110	71,4%
Total	154	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores de 18 años en adelante.

Elaborada por: Los autores

Gráfico 6

Realización de denuncia y respuesta positiva o negativa



Fuente: Encuesta aplicada a consumidores de 18 años en adelante.

Elaborada por: Los autores

Análisis e interpretación: De los consumidores encuestados el 71% manifestó que no ha realizado nunca una denuncia por haber tenido algún problema relacionado con emprendimientos digitales, un 26% indicó que, si ha realizado denuncias, pero no ha obtenido respuestas frente a la vulneración de su derecho por parte de la autoridad pertinente mientras que el 3% si ha realizado una denuncia y ha obtenido una respuesta favorable. Analizando estos datos podemos notar que por parte de los encuestados es mayor el porcentaje de personas que nunca han realizado una denuncia al ver vulnerados sus derechos o si bien la han presentado, no han obtenido respuesta alguna, ni favorable ni desfavorable por parte de la autoridad competente.

7. ¿Consideras que las leyes actuales son suficientes para prevenir y castigar las estafas en el ámbito del derecho del consumidor?

Tabla 7

Consideración de los encuestados sobre la suficiencia de las leyes sobre la prevención y castigo de estafas en el ámbito de derechos del consumidor

	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	7,8%

No	95	61,7%
Tal vez	47	30,5%
Total	154	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores de 18 años en adelante.

Elaborada por: Los autores

Gráfico 7

Consideración de los encuestados sobre la suficiencia de las leyes sobre la prevención y castigo de estafas en el ámbito de derechos del consumidor



Fuente: Encuesta aplicada a consumidores de 18 años en adelante.

Elaborada por: Los autores

Análisis e interpretación: De los consumidores encuestados el 62% manifestó que consideran que las leyes actuales no son suficientes para prevenir ni castigar una vulneración de derechos en la compra o utilización de un producto o servicio en un emprendimiento digital, el 30% indicó que consideran que si son suficientes y el 8% señaló que quizá basta con la normativa actual. Interpretando estos datos podemos observar que es mayor el porcentaje de usuarios que presentan una inconformidad respecto en la suficiencia de la normativa, para prevenir y sancionar estafas de emprendimientos digitales.

8. ¿Te sientes confiado/a en el sistema legal y en las instituciones encargadas de proteger a los consumidores?

Tabla 8

Confianza en el sistema legal e instituciones encargadas de la protección de derechos del consumidor

	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	6,5%
No	105	68,2%
Quizás	39	25,3%
Total	154	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores de 18 años en adelante.

Elaborada por: Los autores

Gráfico 8

Confianza en el sistema legal e instituciones encargadas de la protección de derechos del consumidor



Fuente: Encuesta aplicada a consumidores de 18 años en adelante.

Elaborada por: Los autores

Análisis e interpretación: De los consumidores encuestados, el 68% manifestó que no se sienten confiados en el sistema legal e instituciones respecto a la protección

de sus derechos como consumidores, el 25% indico que quizá si sienten esta confianza mientras que un 7% denoto sentir confianza en el sistema legal e instituciones. Interpretando estos datos podemos notar, la falta de confianza de los consumidores en nuestro sistema legal e instituciones para defender sus derechos cuando se sienten afectados en la compra de un producto o servicio que ofrezca un emprendimiento digital.

9. ¿Has tenido alguna experiencia negativa al tratar de buscar ayuda legal o presentar una denuncia por una estafa del derecho del consumidor?

Tabla 9

Experiencia (negativa) al buscar ayuda legal o presentar denuncia por estafa de un emprendimiento digital

	Frecuencia	Porcentaje
Si	54	35,1%
No	71	46,1%
No estoy seguro	29	18,8%
Total	154	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores de 18 años en adelante.

Elaborada por: Los autores

Gráfico 9

Experiencia (negativa) al buscar ayuda legal o presentar denuncia por estafa de un emprendimiento digital



Fuente: Encuesta aplicada a consumidores de 18 años en adelante.

Elaborada por: Los autores

Análisis e Interpretación: De los consumidores encuestados, el 46% indicó que no ha tenido una experiencia negativa al presentar una denuncia o buscar ayuda legal cuando han sido víctimas de una estafa por un emprendimiento legal, el 35% manifestó que si ha experimentado este tipo de experiencias y el 19% acotó no estar seguro. Interpretando estos datos podemos notar que los resultados fueron más equivalentes al momento de obtener las respuestas, ya que es similar el porcentaje de encuestados que han tenido malas experiencias como los que no, sin embargo, sobreentendemos que el no haberlas tenido refiere mucho al hecho de nunca haber presentado la denuncia, como se reportó en una interrogante anterior.

10. ¿Cuál de las siguientes acciones crees que podrían tomarse para mejorar la protección de los consumidores frente a las estafas de emprendimientos digitales?

Tabla 10

Acciones que serían pertinentes para mejorar la protección de los consumidores

	Frecuencia	Porcentaje
Buzón de quejas en la página del emprendimiento	26	16,9%
Formulario en la descripción de la página del emprendimiento donde consten los datos del propietario	111	72,1%
No estoy seguro	17	11,0%
Total	154	100,0%

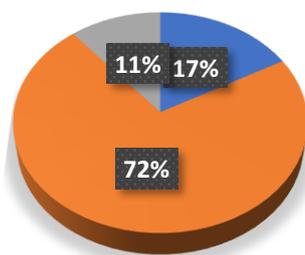
Fuente: Encuesta aplicada a consumidores de 18 años en adelante.

Elaborada por: Los autores

Gráfico 10

Acciones que serían pertinentes para mejorar la protección de los consumidores

Acciones que serían pertinentes para mejorar la protección de los consumidores



■ Buzón de quejas en la página del emprendimiento

■ Formulario en la descripción de la página del emprendimiento donde consten los datos del propietario

■ No estoy seguro

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores de 18 años en adelante.

Elaborada por: Los autores

Análisis e interpretación: De los consumidores encuestados, el 72% indicó que la mejor acción que creen pertinente para mejorar la protección de sus derechos como consumidores, es un formulario en la descripción de la página del emprendimiento digital donde consten los datos del propietario (avalado por un organismo regulador en la defensa de los derechos del consumidor), el 17% eligió la opción de un buzón de quejas en la página del emprendimiento mientras que el 11% señaló no estar seguro de ninguna de las dos opciones. Analizando estos datos, podemos notar que los encuestados ven más viable que la página digital del emprendimiento, cuente con un formulario donde consten los datos personales del proveedor (avalado por un organismo regulador en la defensa de los derechos del consumidor) para así tener conocimiento de la persona a la cual se enfrentarían en caso de un eventual litigio.

11. Al momento de tener un inconveniente con un emprendimiento digital, el proveedor le ha ofrecido un espacio para presentar un reclamo o denuncia

Tabla 11

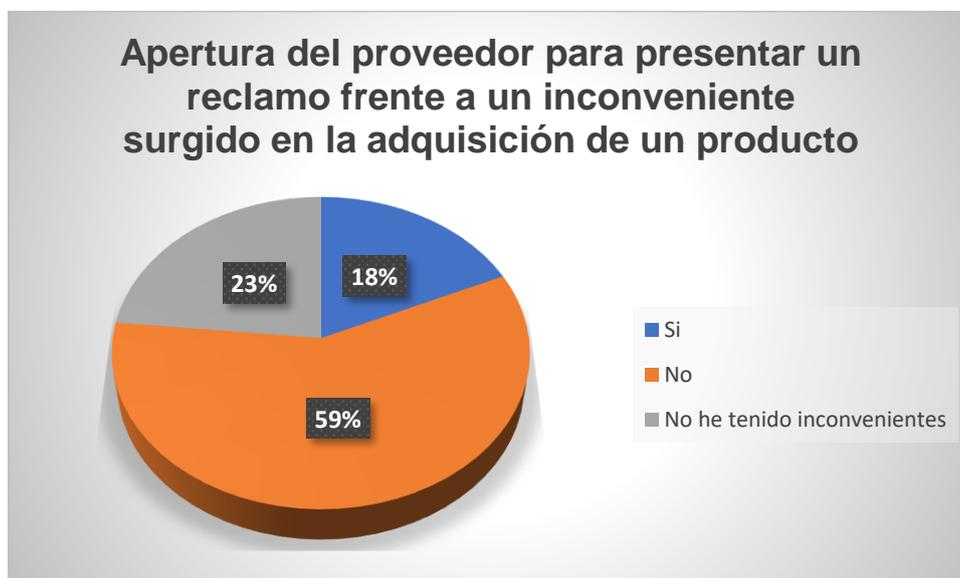
Apertura del proveedor para presentar un reclamo frente a un inconveniente surgido en la adquisición de un producto

	Frecuencia	Porcentaje
Si	28	18,2%
No	90	58,4%
No he tenido inconvenientes	36	23,4%
Total	154	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores de 18 años en adelante.

Elaborada por: Los autores

Gráfico 11



Fuente: Encuesta aplicada a consumidores de 18 años en adelante.

Elaborada por: Los autores

Análisis e interpretación: De los consumidores encuestados, el 59% señaló que no ha recibido apertura por parte del proveedor del emprendimiento para presentar una queja o denuncia, por motivo que al momento de adquirir un bien o un servicio este tuvo fallas, o no fue entregado, el 18% indicó que si ha tenido este espacio para presentar una queja, y el 23% manifestó que no ha tenido inconvenientes con un emprendimiento digital. Analizando este resultado podemos notar que no existe un

espacio por parte del dueño del emprendimiento para recibir un reclamo del consumidor cuando ha sido afectado al momento de adquirir un bien, por ende a su vez no dar una solución a la problemática que se generó por la vulneración del derecho.

3.7 Resultado de las entrevistas

Entrevistado 1: Ab. Juan Martínez Yntriago Mg.

Abogado de los Tribunales y la República del Ecuador

Especialista en Derecho Mercantil

Docente de la Carrera de Derecho- Facultad de Jurisprudencia

1. ¿Podría proporcionar una visión general de la regulación legal actual que rige los emprendimientos digitales en Ecuador?

En Ecuador el código de comercio, dentro de la enumeración de los actos de comercio hace referencia a las empresas virtuales es decir a diferencia de lo que no contenía el código anterior que estuvo vigente hasta abril de 2019 el actual Código de Comercio, si contempla a las empresas virtuales, pero cuando nosotros hablamos de las empresas virtuales estamos haciendo referencia a empresas que cumplen todas las formalidades que la ley requiere, sólo que no tienen un accionar en un espacio físico sino el modelo de espacio virtual a partir de ahí pueden existir emprendimientos digitales y esos emprendimientos digitales pueden ser regulados, de hecho tienen una regulación si es que son empresas formales que deben cumplir con todos los requisitos que podría tener una empresa que desarrolle su labor de manera presencial y física.

Lamentablemente hay ciertas empresas virtuales no regularizadas que utilizan fundamentalmente un medio que le sirve como un escudo que son las redes sociales en estas tenemos un problema y es el hecho de que la red social no puede estar sometida a una regulación local es decir redes o páginas y los sitios llamados se contemplan en las redes sociales como WhatsApp, Facebook, Instagram etc. son fenómenos de la

realidad que el derecho todavía no lo puede regular, y por qué no lo puede regular porque nosotros no tenemos legislación universal lo que existen son legislaciones locales y entonces cualquier negocio que me plantee alguien a través de una red social podría ser que ese alguien que me está ofertando un producto esté del otro lado del mundo y obvio esa persona no está sometida a la ley ecuatoriana ni nosotros como compradores podemos estar sometida a la ley del país donde está el ofertante y entonces allí donde existe este espacio para poder realizar un acto de comercio que no está controlado mientras no esté controlado jurídicamente tiene todo el espacio para causar perjuicios no digo que sea la constante en la mayoría de casos, pero sí se presta para eso porque como persigue a una persona que está del otro lado del mundo, cómo puedo coaccionarlo con la ley ecuatoriana si el código civil nuestro dice que nuestra ley tiene sólo efecto intra territorial y es ahí donde está el problema de las empresas digitales que usted hace referencia.

2. Según su experiencia, ¿cuáles considera que son las principales deficiencias o lagunas en la regulación actual que afectan los derechos del consumidor en los emprendimientos digitales?

Lagunas legales en sí no las hay lo que existe es una imposibilidad de regular a los emprendimientos digitales que están fuera de Ecuador ¿por qué? Porque los emprendimientos digitales que están en el Ecuador están sujetos a regulaciones que las tienen todas las empresas, necesitan tener permisos, necesitan en algunos casos constituirse como personas jurídicas como compañías formales a través de un proceso estructuración de inscripción en el registro mercantil de tener un expediente en la Superintendencia de Compañías, las empresas con personería jurídica; las empresas sin personería jurídica que son unipersonales en muchos casos no tienen, pero si están obligadas a tributar si están obligadas a tener RUC y eso hace que de hecho se conviertan en unidades productivas que tienen que tributar.

El caso de las empresas digitales, más que hablar de las lagunas legales lo que existe es una ineficiencia normativa pero no solo para Ecuador sino para todo el mundo porque estas empresas pueden ingresar al territorio sin tener permisos la única forma que podríamos tener de regularizar esto es evitar que las redes sociales puedan ingresar al territorio o tengan conexión en el territorio ecuatoriano y ahí lograr someterlas a una legislación pero eso habría que ver si este en la parte tecnológica es posible una empresa digital puede presentar su oferta de sus productos a todo el mundo y nunca va a haber una normativa que permita regularizar su actuación es decir están en un mercado global y mientras estén en ese mercado global va ser muy difícil que la humanidad pueda crear legislaciones universales para eso, es impredecible, no es que no hay normativa, sí las hay pero su alcance su eficiencia físicamente, tecnológicamente por lo pronto es imposible.

3. En su opinión, ¿cuáles son las prácticas más problemáticas de algunos emprendimientos digitales que pueden afectar negativamente los derechos del consumidor?

Bueno hay muchísimas prácticas, por ejemplo el hecho de ofrecer productos con ciertas características especialmente productos que necesitan un registro sanitario si compra en una página digital un producto, un medicamento probablemente lo que la página digital dice que son los beneficios de este pueden ser muchísimos, pero si no tiene un registro sanitario en Ecuador, no podemos saber si es un producto nocivo para la salud humana entonces eso es un problema en la eficiencia, otro problema que existe es realmente identificar el sitio físico desde donde opera la página digital no se sabe, por ejemplo hay en páginas de las redes sociales como Facebook, Instagram donde usted encuentra un paquete turístico a Miami con un paseo en Disney con unos precios ilusorios, precios muy bajos entonces probablemente la persona se entusiasma compra ese paquete pero no sabe con quién está negociando probablemente le dicen haga una transferencia, le dice pague por PayPal entonces hace el pago pero luego pues se va a

dar cuenta que a lo mejor es empresa no existe, entonces cómo se controla eso cómo se repara ese perjuicio, otro ejemplo serían las ofertas de productos que le dice “páguelo y luego le enviamos el producto” hay casos donde se paga el producto pero este nunca llega y ¿por qué no llega? Porque no se sabe cuál es el origen de dónde viene, entonces esos son problemas que necesariamente pues tienen que ser regulado, algún rato será, de momento lo veo muy difícil.

4. ¿Qué mecanismos existen actualmente para que los consumidores puedan presentar reclamaciones o denuncias en caso de sentirse afectados por algún emprendimiento digital?

Bueno si son empresas digitales que tengan domicilio en Ecuador pueden haber muchos mecanismos, primero los mecanismos de defensa del consumidor porque la Defensoría del Pueblo si tiene que hacer una labor de mediación es decir, cuando usted presenta una queja, la Defensoría del Pueblo cita a la parte ofertante del producto y se los llama a una audiencia de mediación para ver si llega a un acuerdo, si no llega a uno esta entidad, tiene que emitir un informe que le sirve de base para que la persona afectada pueda presentar una denuncia ante un juez de contravenciones, el mismo juez de garantías penales que va a resolver este tema en primera instancia ese es el primer mecanismo. Un segundo mecanismo es acudir a denunciar, depende del producto o del servicio que le estén promocionando si es un producto alimenticio, puede presentar una denuncia ante el ministerio de salud pidiendo a la vez una certificación que le indique si ese producto tiene un registro sanitario, hay otra institución que tiene la facultad de determinar la calidad de los productos que se ofrecen en el mercado y que a su vez lo que tienen son sanciones administrativas.

Todo depende, que estas empresas digitales tengan algún tipo de establecimiento en Ecuador puede ser que sean compañías nacionales, puede ser empresas sin personería jurídica con un sitio físico en Ecuador que este registrada ese comerciante en un libro que se llama el libro de sujetos mercantiles que los lleva el

registro mercantil, si es una compañía mercantil que está inscrito su documento constitutivo ya sea en el registro mercantil o bien sea en el registro de sociedades en la superintendencia de compañías, dependiendo del tipo o especie de compañía sí es que tiene un RUC a través de haciéndole el seguimiento a través del servicio de rentas internas para saber si es un sujeto tributario entonces todos estos detalles nos sirven primero para informarnos y luego para decidir qué tipo de acción se puede establecer. Si es una compañía mercantil puede presentarse una denuncia ante la propia Superintendencia de Compañías, entonces los mecanismos en sí van a depender de qué tipo de estructura o qué tipo de organización comercial tienen estas empresas digitales, también depende cómo esté estructurada en la parte jurídica.

5. Según su experiencia, ¿Qué recomendaciones daría para mejorar la protección de los derechos del consumidor en el ámbito de emprendimientos digitales en Ecuador?

Básicamente lo que funcionaría mucho es la educación de los consumidores, uno de los grandes aspectos donde el Estado todavía no ha generado una política pública adecuada es la de crear espacios digitales que permitan la autoeducación de los ciudadanos, aquí los ciudadanos no tienen una orientación clara respecto de los que están viendo en las redes sociales. No se ve el fondo, todos usamos Facebook, Instagram, Twitter y Whatsapp pero poco o nada leemos de las condiciones y el manejo de los datos que hacen estas plataforma y entonces mientras no sabemos que hacen con nuestros registros, con nuestros datos personales por ende como podríamos reclamar derechos, lo primero que tenemos que saber es manejar estos espacios digitales y saber a qué nos enfrentamos, porque nos estamos enfrentando a una película donde debemos tener conciencia de lo que es real y de lo que no es real debemos saber disgregar que es un tipo de publicidad engañosa abusiva que existen en todas estas plataformas y cuál es la publicidad real, en el Ecuador debe de haber una gran campaña de concientización de educación inclusive las mallas curriculares de los colegios

deberían empezar a incluir ciertas asignaturas que permitan conocer los derechos del consumidor, saber diferenciar una publicidad engañosa, abusiva para que cuando entre en la universidad se pueda reforzar esto, sin duda eso nos va permitir que las nuevas generaciones puedan disgregar todo esto, puedan asimilar cual es el producto que les conviene y cuáles son los productos de los cuales no se pueden fiar porque pueden atentar contra sus derechos.

Entrevistado 2: Sr. Juan Francisco Román

Proveedor de productos en un emprendimiento digital “Envolver Shop”

1. Cuéntanos un poco sobre tu emprendimiento digital. ¿En qué tipo de productos o servicios se especializa?

Mi emprendimiento se especializa en la venta de ropa, zapatos y accesorios como gafas, relojes, gorras etc. para damas y caballeros. Realizo entregas a domicilio en el cantón Ventanas, pero también a nivel interprovincial mediante Servientrega. Todo lo referente a mi emprendimiento lo realizo mediante redes sociales, la promoción, la compra y venta del producto.

2. Desde tu experiencia como emprendedor digital, ¿Consideras que la falta de regulación legal en el ámbito de los emprendimientos digitales en Ecuador ha afectado de alguna manera tus operaciones?

Considero que las ha afectado quizá en la desconfianza por parte de los consumidores, ya que creen que no se cumplirá con la entrega de los productos, o nos apropiaremos del dinero y los estafaremos, o que se clonaran sus tarjetas, son diversas cosas que piensan los clientes, lo cual hace que muchas veces prefieran comprar en tiendas físicas, y no en sitios web; entonces creo que esa sería una de las más grandes afectaciones ya que esta desconfianza se da por creer que si una de las cosas que mencione suceden, poder reparar el daño saldrá más costoso que dejar pasar,

refiriéndome a contratar un abogado o desconocer si existen leyes que los amparen en estos casos.

3. ¿Qué medidas específicas tomas para proteger los derechos de los consumidores en tu emprendimiento digital, dada la ausencia de regulaciones claras?

Trato de siempre compartir fotos de los recibos de las transferencias o depósitos bancarios que me hacen en las historias de mis redes sociales, de igual forma tengo un apartado donde constan varias de las entregas que he realizado a diversos clientes. Soy claro en indicar cuantos días tardara la entrega del producto que se haya vendido, y en indicar que estoy presto a atender cualquier duda que exista al momento de haber recibido el bien.

4. ¿Has tenido alguna experiencia en la que un cliente haya planteado algún problema o queja relacionada con los productos o servicios que ofreces?

No me ha sucedido aun ningún tipo de problema referente a los productos que vendo, soy relativamente nuevo en este negocio, pero siempre dar apertura a escuchar algún tipo de reclamo de un cliente e intentar solucionarlo.

5. En ausencia de regulaciones claras, ¿has implementado algún tipo de autorregulación o códigos de conducta para asegurarte de que tus prácticas comerciales sean éticas y respeten los derechos del consumidor?

Creo que un tipo de auto regulación de códigos de conducta, es lo que mencione anteriormente, poder decirle a los clientes en qué fecha específica llegara su producto, sin embargo creo que para dar más seguridad a los clientes debería implementar un tipo de compensación sea económica o descuento en la siguiente compra de su producto por si llega haber algún retraso en la entrega. Fuera de esa no he implementado

ninguna, pero pienso que si sería necesario una normativa para nosotros lo emprendedores para dar más seguridad a los clientes y estos a su vez sientan que sus derechos son protegidos.

CAPÍTULO IV

4. LA PROPUESTA

Posterior al estudio desarrollado a lo largo de nuestro trabajo de investigación, presentaremos nuestra propuesta, la cual va en concordancia a la protección de los derechos del consumidor en el entorno digital, cuando se han visto vulnerados por malas prácticas comerciales por parte de los proveedores de servicios o bienes.

4.1 Justificación de la Propuesta

El elaborar este trabajo de investigación nos ha dado la oportunidad de estudiar de manera exhaustiva todo lo concerniente a derechos del consumidor, pero en este caso enfocado al área digital, la importancia de la protección de estos cuando se establecen relaciones comerciales entre proveedores y consumidores; así como la pertinencia de contar con normas adecuadas para poder enfrentar vulneraciones de los mismos, al pretender adquirir un bien o un servicio en un emprendimiento digital. Al no estar especificada ciertas normas que los proveedores que ofrecen servicios y productos por un medio electrónico deberían seguir, causa una transgresión a la tutela efectiva de los derechos de los consumidores, derechos que se encuentran reconocidos en la Constitución de la República del Ecuador y en los instrumentos internacionales de protección de Derechos del Consumidor.

La presente propuesta se centra en la problemática existente de no contar con la suficiente normativa que regule las obligaciones que debe tener un proveedor al momento de establecer un negocio en el ámbito del comercio electrónico, por ende un consumidor no tiene las bases suficientes legalmente para sentirse protegido cuando pretende realizar una compra en estos medios digitales, por ejemplo un emprendimiento

o para la reparación de sus derechos si estos se ven afectados por una mala práctica comercial.

Tomando en cuenta esto, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor establece cuales son los derechos y obligaciones de los consumidores, así mismo los de los proveedores. Sin embargo, esto está a modo generalizado, no hay un apartado específico respecto al comercio electrónico o área digital; esto lo encontramos mayormente desarrollado en la Ley de Comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos en su Capítulo III “DE LOS DERECHOS DE LOS USUARIOS O CONSUMIDORES DE SERVICIOS ELECTRÓNICOS”, aquí encontramos la información que se debe presentar al consumidor al momento que se pretenda prestar servicios electrónicos en Ecuador, y esto guarda relación con la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y su Reglamento, pese a esto, consideramos que lo establecido aquí no es suficiente, ya que como se ha mostrado a través de la investigación y la obtención de resultados de los instrumentos de recolección de datos, se muestra una desconfianza por parte de quienes realizan frecuentemente compras en estos portales web, por notar que no existe suficiente normativa respecto a la protección de sus derechos, específicamente el derecho a la seguridad jurídica.

La protección de los derechos de los consumidores de comercio electrónico, es un tema ampliamente tratado en Colombia, el país que tomamos como referente en esta investigación, pero existen otros países como Chile, México y Brasil que hacen referencia a la protección de derechos del consumidor en el entorno digital.

Es por todo lo expuesto, que presentamos la propuesta de la incorporación de una sección en la Ley de Comercio Electrónico firmas electrónicas y mensajes de datos, acerca de las obligaciones adicionales que deben tener los proveedores ubicados en el territorio nacional que ofrezcan productos utilizando medios electrónicos, considerando que esta sea una solución viable para el problema objeto de estudio, buscando principalmente el pleno goce de los derechos de los consumidores a poder establecer

relaciones comerciales basadas en la seguridad jurídica y la tutela efectiva de sus derechos.

4.2 Objetivo de la Propuesta

Plantear un proyecto reformativo a la Ley Comercio Electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos, con el objeto de que incluya en este las normas que regulen de mejor manera los emprendimientos digitales que existan en el país o dicho en otros términos, los proveedores que ofrezcan sus productos o servicios utilizando medios electrónicos en el territorio nacional, con el fin de alcanzar, la protección y garantía de los derechos del consumidor.

4.3 Alcance de la Propuesta

Proponentes: Zamora Arechua Azucena Stefania & Macías Vera Jorge Luis

Ubicación: Aplicación dentro del territorio ecuatoriano

Tiempo aproximado de ejecución: Respecto a lo establecido en la Constitución de la República del Ecuador, el proceso tendría una duración de 3 meses para su ejecución aproximadamente

4.4 Desarrollo de la Propuesta

Propuesta de Reforma a la Ley de Comercio Electrónico, firma electrónicas y mensajes de datos

REPÚBLICA DEL ECUADOR

ASAMBLEA NACIONAL

EL PLENO



CONSIDERANDO:

Que, el artículo 52 de la Constitución de la República del Ecuador establece el derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

Que, el artículo 53 de la Constitución de la República del Ecuador establece el derecho a contar con sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

Que, el artículo 66, numeral 25 de la Constitución de la República del Ecuador establece que el estado garantizara El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato.

Que, el artículo 5 del Acuerdo sobre comercio electrónico del MERCOSUR, establece la importancia de proteger a los consumidores de prácticas comerciales fraudulentas y engañosas cuando participen en el comercio electrónico.

Que, el artículo 1 de la Ley de Defensa del Consumidor establece la protección de los derechos de los consumidores y procura la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre las partes (proveedor y consumidor).

De conformidad con las atribuciones definidas en el artículo 120 numeral 6 de nuestra Carta Magna, se:

RESUELVE EXPEDIR

PROYECTO DE LEY REFORMATORIA AL CAPITULO III DEL TITULO III- DE LA LEY DE COMERCIO ELECTRONICO, FIRMAS ELECTRONICAS Y MENSAJES DE DATOS

Artículo 1.- Incorpórese al segundo inciso del artículo 50 de la Ley De Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas Y Mensajes De Datos lo siguiente:

Artículo 50.- Información al consumidor. - Cuando se tratare de bienes o servicios a ser adquiridos, usados o empleados por medios electrónicos, el oferente deberá informar sobre todos los requisitos, condiciones y restricciones para que el consumidor pueda adquirir y hacer uso de los bienes o servicios promocionados, **“además los medios de que disponen para realizar los pagos, el tiempo de entrega del bien o la prestación del servicio, el derecho de retracto que le asiste al consumidor y el procedimiento para ejercerlo”**.

Artículo 2.- Agréguese el siguiente inciso al artículo 50 de la Ley De Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas Y Mensajes De Datos:

El oferente deberá disponer en el mismo medio en que realiza comercio electrónico, de mecanismos para que el consumidor pueda exponer sus peticiones, quejas o reclamos, de tal forma que le quede constancia de la fecha de la presentación, incluyendo un mecanismo para su posterior seguimiento.

DISPOCISICION FINAL

El presente inciso entrara en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.

CONCLUSIONES

Finalmente, acorde a la investigación realizada, podemos producir las siguientes conclusiones:

- El derecho del consumidor es un derecho inherente a cada persona, que le garantiza poder establecer relaciones de mayor equilibrio entre proveedores y consumidores, derecho que al ser reconocido por el estado debe estar ampliamente desarrollado en los cuerpos legales que protegen estas relaciones, específicamente en el área investigada, el área digital.
- Como se ha determinado a lo largo de la investigación, el avance de la tecnología nos ha dado la perspectiva de enfocarnos en las problemáticas que existen en

estos nuevos entornos, es aquí donde pudimos estudiar los tipos de relaciones comerciales que se dan entre productores y consumidores, como hemos podido analizar a lo largo de este estudio, estas relaciones no son equilibradas, ya que existen un eslabón débil y uno fuerte, en este caso una de nuestras variables de estudio es la parte menos favorecida es decir, los consumidores. La ley, la jurisprudencia y la doctrina, prevén una especial protección normativa para el consumidor por encontrarse en condiciones de vulnerabilidad económica y desequilibrio; puesto que la profesionalidad del productor que lo hace experto en lo referente a las materias técnicas científicas sobre las que realiza su labor, su estabilidad económica, las modalidades contractuales a las que asiste, su gran vocación para contratar copiosamente entre otras características, lo ubican en un plano innegablemente de ventaja comercial, lo que provoca la mira de legisladores y operadores de justicia a tratar de reestablecer esta armonía perdida. Es por todo esto que nuestra propuesta se enfocó en agregar en la Ley de Comercio Electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos, incisos que amplíen la protección de derechos de los consumidores, pero específicamente en la sección donde trata de este tipo de relaciones comerciales que se dan en el ámbito digital.

- El derecho en las relaciones de comercio que se dan en el ámbito digital es un tema que aún debe ser abordado extensamente, en todas las aristas que esto implica, notamos que los países y sus diversas legislaciones han avanzado grandemente en el marco del comercio electrónico, sin embargo aún falta la creación de alianzas internacionales, multilaterales, transfronterizas entre las naciones para que exista una regulación legal más amplia a nivel global que mejore la confianza de usuarios en este tipo de relaciones comerciales. A pesar de todo esto que cada país empiece individualmente a mejorar sus normativas internas para evitar todo tipo de fraudes, pérdida de datos personales, publicidades engañosas, entrega de productos defectuosos o en mal estado por

ejemplo en un pequeño sector como lo son los emprendimientos digitales ya es un gran avance para el derecho.

RECOMENDACIONES

- Nuestro país debe crear un estatuto que amplíe las obligaciones y derechos de los proveedores o expendedores ubicados en el territorio nacional, que ofrezcan sus servicios a través de plataformas digitales. Así como los derechos y obligaciones de los consumidores en este sector. En este estatuto también se deben establecer figuras legales inexistentes en el país que hacen referencia a relaciones comerciales que se dan en el área digital.
- Se debería fomentar la autorregulación, es decir incentivar a los emprendimientos digitales que por ejemplo se dan en redes sociales a adoptar códigos de conducta y practicas éticas voluntarias que protejan al consumidor y promuevan la transparencia en sus operaciones, así ambas partes de benefician de aquello.

- La Defensoría del Pueblo debería tomar un papel más activo al momento de atender este tipo de controversias que surgen en el comercio electrónico de consumidores y proveedores de emprendimientos digitales.
- Implementar campañas de concientización y educación dirigida a consumidores, y a las mallas curriculares de los centros educativos para que así conozcan sus derechos e interactuar con publicidades que observan en redes sociales o portales de servicios de comercio electrónico.
- Fomentar la cooperación con organismos internacionales para abordar los desafíos transnacionales en la regulación de emprendimientos digitales y la protección del consumidor.
- Mantener una revisión constante de la normativa vigente, para que esta pueda adaptarse a los cambios tecnológicos y necesidades del mercado, de esta manera asegurar su eficacia y eficiencia.

BIBLIOGRAFÍA

- Alianza del Pacífico. (2016). *Cartilla de promoción de los derechos del consumidor*. Obtenido de alianzapacifico.net: https://alianzapacifico.net/wp-content/uploads/2016/08/Cartilla_Promocion_Derechos_ConsumidorAP.pdf
- Arias Gonzales, J. L. (2021). *Técnicas e instrumentos de investigación científica*. Arequipa- Peru: Enfoques Consulting EIRL.
- Arias-Gómez, J., & Villasís-Keever, M. Á. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206.
- Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2019). *Código de Comercio República del Ecuador*. Obtenido de <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-04/CODIGO%20DE%20COMERCIO.pdf>

- Bogdanowicz, M. (2015). *Digital Entrepreneurship Barriers and Drivers. The need for a specific*. Obtenido de Institute for Prospective Technological Studies, JRC Technical: Report. doi:10.2791/3112
- Chong de la Cruz, I. (2007). Métodos y técnicas de la investigación documental. *Investigación y Docencia en Bibliotecología*, 183-201. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10391/4716>
- CNUDMI. (2023). *Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional*. Obtenido de Situacion Actual-Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico (1996): http://www.uncitral.org/uncitral/es/uncitral_texts/electronic_commerce/1996Model.html
- Congreso Nacional. (2002). *Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos*. Lexis.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador, reforma 25-ene.-2021*. Obtenido de https://www.defensa.gob.ec:https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Constitución Política de la República del Ecuador. (1993). *Constitución de 1978 codificada en 1993*. Obtenido de constitutionnet.org: <https://constitutionnet.org/sites/default/files/1978-codificada-en-1993.pdf>
- Constitución Política de la República del Ecuador. (1996). *Constitución Política de la República del Ecuador de 1996*. Obtenido de pdba.georgetown.edu: <https://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Ecuador/ecuador96.html>

Constitución Política de la República del Ecuador. (1998). *Constitución de 1998, Decreto Legislativo No. 000. RO/ 1 de 11 de Agosto de 1998*. Obtenido de [cancilleria.gob.ec: https://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/06/constitucion_1998.pdf](https://www.cancilleria.gob.ec/content/uploads/2013/06/constitucion_1998.pdf)

Defensoría del Pueblo . (2021). *¿Qué hacemos?* Obtenido de [www.dpe.gob.ec: https://www.dpe.gob.ec/que-hacemos/](https://www.dpe.gob.ec/que-hacemos/)

Defensoría Pública del Ecuador. (2021). *Reseña historica de la Escuela Defensorial*. Obtenido de [www.defensoria.gob.ec: https://www.defensoria.gob.ec/?page_id=23266](https://www.defensoria.gob.ec/?page_id=23266)

Delgado-Hito, P. &-G. (2021). Elaboración de un proyecto de investigación con metodología cualitativa. *Enfermería Intensiva*, (1) 1-6.

Durand, J. (2004). *El derecho del consumidor como disciplina jurídica autónoma*. Obtenido de [Proquest.com: https://www.proquest.com/openview/05f4d4b916e74bd36e77093554062535/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y](https://www.proquest.com/openview/05f4d4b916e74bd36e77093554062535/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y)

Espetita, K., & Morales, C. (2020). *Emprendimiento digital como motor de reactivación económica en emergencia sanitaria Covid-19*. Obtenido de [repository.ucatolica.edu.co: https://repository.ucatolica.edu.co/server/api/core/bitstreams/64badda1-fcc7-497a-920f-9e919f3fa217/content](https://repository.ucatolica.edu.co/server/api/core/bitstreams/64badda1-fcc7-497a-920f-9e919f3fa217/content)

Fuentes, E. (2022). *El consumidor ecuatoriano y los derechos que brinda la ley orgánica de defensa del consumidor*. Obtenido de [dominiodelasciencias.com: https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2938](https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2938)

Herreros, S. (2019). "La regulación del comercio electrónico transfronterizo en los acuerdos comerciales: algunas implicaciones de política para América Latina y

el Caribe. *Comercio Internacional*, N° 142, 19. Obtenido de <https://hdl.handle.net/11362/44667>

Jarrosay, A., & Valverde, L. (2011). *Los derechos del consumidor, análisis teórico y doctrinal*. Obtenido de Congreso.gob.pe: [https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/B9F540A5AD9994CA05257BBA00787D55/\\$FILE/consumidorescb.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/B9F540A5AD9994CA05257BBA00787D55/$FILE/consumidorescb.pdf)

Kantis, H., Ishida, M., & Komori, M. (2002). *Entrepreneurships in emerging economies: The Creation and Development of New Firms in Latin America and East Asia*. Inter-American Development Bank.

Koller, M. T., López, M. M., & Villalobos, J. C. (2021). Emprendimiento digital femenino para el desarrollo social y económico: características y barreras en España. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 138.

Landero-Valenzuela, K. (2022). Las características de emprendimiento como agente de cambio en las Instituciones de nivel superior. *593 Digital Publisher CEIT*, 7(6-2), 311-323. doi:doi.org/10.33386/593dp.2022.6-1.1595

Ley 1480, Estatuto del Consumidor. (2011). Obtenido de www.wipo.int: <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/co/co103es.pdf>

Ley Federal de Protección al Consumidor . (1992). *Ley Federal de Protección al Consumidor, ultima reforma 2019*. Obtenido de www.diputados.gob.mx: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPC.pdf>

Ley No. 19.496 Protección del Consumidor. (1997). *Protección del Consumidor, Ley no. 19.496 ultima reforma 20-ABR-2021*. Obtenido de www.bcn.cl: <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=61438>

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. (2000). *Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, ultima modificación: 11-feb.-2022*. Obtenido de ec.andersen.com:

<https://ec.andersen.com/wp-content/uploads/2022/03/Ley-Organica%CC%81nica-de-Defensa-del-Consumidor.pdf>

Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo. (2014). *Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo, Suplemento 481 de 06-may.-2019*. Obtenido de www.dpe.gob.ec: <https://www.dpe.gob.ec/wp-content/dpeleydpe/ley-organica-defensoria-pueblo-ecuador.pdf>

Ley Organica de Regulacion y Control del Poder del Mercado. (2016). *Ley Organica de Regulacion y Control del Poder del Mercado: ULTIMA REFORMA 09-XII-2016*. Obtenido de <https://www.scpm.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2020/01/LORCPM.pdf>

Liberos, E., García del Pozo, R., Somalo, I., Gil, J., & Merino, J. (2011). *El libro del Comercio Electrónico*. Madrid: ESIC.

Libertador, U. P. (2008). *Manual de Trabajos de Grado* (4ª ed. ed.). Caracas: Autor.

Lopez, C., & Porras, L. (2020). *Emprendimiento digital e innovación*. Obtenido de [Ensayo, Universidad Católica de Colombia]: <https://repository.ucatolica.edu.co/server/api/core/bitstreams/99a280eb-588a-49ef-9156-7a369731846a/content>

López, E. (2010). *LA DEFENSA DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR DESDE UNA PERSPECTIVA INTERNACIONAL*. Obtenido de Revistas UNAM: <https://www.revistas.unam.mx/index.php/amicus/article/view/15361>

Malca, O. (2001). *Comercio Electronico*. Lima: Universidad del Pacifico. Obtenido de <https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/76/AE40.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Maldonado Pinto, J. E. (2018). *Metodología de la investigación social: paradigmas: cuantitativo, sociocrítico, cualitativo, complementario*. Ediciones de la U. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/uguaquil/titulos/70335>
- Martínez, D. (2005). *La protección jurídica al consumidor y su alternativa: el arbitraje de consumo*. Obtenido de Repositorio.uasb.edu.ec: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2470/1/T0346-MDE-Mart%20adnez-La%20protecci%20b3n%20jur%20addica.pdf>
- Medina, K. R. (2022). *Estadísticas de la Situación Digital en Ecuador 2021-2022*. Obtenido de Branch: <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-en-ecuador-2021-2022/>
- Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2021). *Estrategia Nacional de Comercio Electrónico*. Obtenido de www.telecomunicaciones.gob.ec: https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/ESTRATEGIA-NACIONAL_ENCE.pdf
- Monroy Mejia M & Navas Sanchezllanes N. (2018). *Metodología de la Investigación*. Grupo Editorial Exodo. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uguaquil/172512>
- Monteros, A. (2015). *El Consumidor en el Marco Constitucional y el Ejercicio Efectivo de sus derechos en la ciudad de Quito en el año 2013*. Obtenido de [dspace.uce.edu.ec](http://www.dspace.uce.edu.ec): <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/6202/1/T-UCE-0013-Ab-151.pdf>
- Munich L, & A. (2001). *Metodos y Tecnicas de Investigacion*. Mexico: Editorial Trillas.
- Nambisan, S. (2016). Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1-27.

- OCDE. (2022). *Manual de la OCDE sobre política de competencia en la era digital*.
Obtenido de www.oecd.org/daf: <https://www.oecd.org/daf/competition/manual-de-la-ocde-sobre-politica-de-competencia-en-la-era-digital.pdf>
- Otálora, A. (2021). *Protección al consumidor en plataformas digitales de comercio electrónico. Hacia una armonización regional*.
- Ovalle, J. (2000). *Derechos del Consumidor*. Oxford University Press México.
- Piris, C. (2000). *Evolución de los derechos del consumidor*. Obtenido de UNNE:
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/31363035/evolucion_del_derecho_de_los_consumidores-libre.pdf?1392426600=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3Devolucion_de_los_consumidores_en_argenti.pdf&Expires=1686513048&Signature=gEmVoRHsM7-BTljkop7M
- Quintan, C. (2022). *QUÉ ES EL ECOMMERCE Y CÓMO FUNCIONA*. Obtenido de www.oberlo.es/: <https://www.oberlo.es/blog/ecommerce>
- RAE. (2023). *REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española*, 23.^a ed.
doi:<https://dle.rae.es>
- Rodríguez, Á. (16 de febrero de 2022). *Cinco claves para hacer una adecuada selección de proveedores*. Obtenido de <https://www.billin.net/blog/cinco-claves-para-hacer-una-adecuada-seleccion-de-proveedores/>
- Rodriguez, J., & Rozo, B. (2020). *Emprendimiento digital: Una mirada desde la innovación tecnológica*. Obtenido de [Ensayo, Universidad Católica de Colombia]:
<https://repository.ucatolica.edu.co/server/api/core/bitstreams/5fb9bf4d-64d5-4f06-9d25-1d55ff00d143/content>
- Santa H & Martins G. (2010). *Estudios de campo. Una nueva perspectiva*. Colombia: Ediciones Ruiz.

- Selman, H. (2017). *Marketing Digital*. Ibukku. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=kR3EDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT10&dq=que+es+el+marketing+digital&ots=KloGQu-ZtX&sig=aiSNhb-tb-bO9FHbrBSijqo_Vd0#v=onepage&q=que%20es%20el%20marketing%20digital&f=false
- Suarez, Y. J. (2014). INVESTIGACION DE CAMPO COMO ESTRATEGIA METODOLOGICA PARA LA RESOLUCION DE PROBLEMAS. *Revista Universidad Dr. Jose Gregorio Hernandez*, 5.
- Superintendente de Competencia Económica. (2023). *Superintendente de Competencia Económica. Resolución No. SCE-DS-2023-01*. Obtenido de www.scpm.gob.ec: <https://www.scpm.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2023/05/RESOLUCIO%CC%81N-No.-SCE-DS-2023-01.pdf>
- Universidad Espiritu Santo. (2022). *Comportamiento de Transacciones no Presenciales en Ecuador: VI Medicion*. Obtenido de <http://www.cece.ec/>
- Uriondo Martinoli, A. (2022). *El consumidor en el Mercosur y el Sistema Interamericano de Derechos Humanos*.
- Useche, M. A. (2019). *Técnicas e instrumentos de recolección de datos cualitativos*. Colombia: Universidad de La Guajira.
- Villarrubia , R. (2020). *Seguridad jurídica en contratos de consumo celebrados por medios electrónicos*.

ANEXOS

Anexo 1: Captura de Pantalla de las entrevistas mediante la plataforma Zoom



Dr. Juan Martínez Yntriago, Mgs

Anexo 2: Captura de Pantalla de las entrevistas mediante la plataforma Zoom



Sr. Juan Francisco Román

Anexo 3. Informe de Turnitin

La Falta de Regulación Legal de Emprendimientos Digitales y su Repercusión en los Derechos del Consumidor

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	www.global-regulation.com Fuente de Internet	1%
2	www.leaux.net Fuente de Internet	1%
3	Submitted to Unidad Educativa Monte Tabor Nazaret Trabajo del estudiante	1%
4	oaji.net Fuente de Internet	<1%
5	www.ukessays.com Fuente de Internet	<1%
6	bib.irb.hr Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to University of Maryland, University College Trabajo del estudiante	<1%
8	edukalife.blogspot.com Fuente de Internet	<1%

ANEXO IV.- RÚBRICA DE EVALUACIÓN DOCENTE REVISOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS
CARRERA DE DERECHO

TÍTULO DEL TRABAJO: LA FALTA DE REGULACIÓN LEGAL DE EMPRENDIMIENTOS DIGITALES Y SU REPERCUSIÓN EN LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR		
AUTORES: JORGE LUIS MACIAS VERA – AZUCENA STEFANIA ZAMORA ARECHUA		
ASPECTOS EVALUADOS	PUNTAJE MÁXIMO	CALIFICACION
ESTRUCTURA ACADÉMICA Y PEDAGÓGICA	4.5	4.5
Propuesta integrada a Dominios, Misión y Visión de la Universidad de Guayaquil.	0.3	0.3
Relación de pertinencia con las líneas y sublíneas de investigación Universidad / Facultad/ Carrera	0.4	0.4
Base conceptual que cumple con las fases de comprensión, interpretación, explicación y sistematización en la resolución de un problema.	1	1
Coherencia en relación a los modelos de actuación profesional, problemática, tensiones y tendencias de la profesión, problemas a encarar, prevenir o solucionar de acuerdo al PND-BV	1	1
Evidencia el logro de capacidades cognitivas relacionadas al modelo educativo como resultados de aprendizaje que fortalecen el perfil de la profesión	1	1
Responde como propuesta innovadora de investigación al desarrollo social o tecnológico.	0.4	0.4
Responde a un proceso de investigación – acción, como parte de la propia experiencia educativa y de los aprendizajes adquiridos durante la carrera.	0.4	0.4
RIGOR CIENTÍFICO	4.5	4.5
El título identifica de forma correcta los objetivos de la investigación	1	1
El trabajo expresa los antecedentes del tema, su importancia dentro del contexto general, del conocimiento y de la sociedad, así como del campo al que pertenece, aportando significativamente a la investigación.	1	1
El objetivo general, los objetivos específicos y el marco metodológico están en correspondencia.	1	1
El análisis de la información se relaciona con datos obtenidos y permite expresar las conclusiones en correspondencia a los objetivos específicos.	0.8	0.8
Actualización y correspondencia con el tema, de las citas y referencia bibliográfica	0.7	0.7
PERTINENCIA E IMPACTO SOCIAL	1	1
Pertinencia de la investigación	0.5	0.5
Innovación de la propuesta proponiendo una solución a un problema relacionado con el perfil de egreso profesional	0.5	0.5
CALIFICACIÓN TOTAL *	10	10
* El resultado será promediado con la calificación del Tutor Revisor y con la calificación de obtenida en la Sustentación oral.		
**El estudiante que obtiene una calificación menor a 7/10 en la fase de tutoría de titulación, no podrá continuar a las siguientes fases (revisión, sustentación).		



Firma digitalizada por:
MARÍA FERNANDA VELA
VELÁSQUEZ

Ab. María Fernanda Vela Velásquez, MSc.
Tutora de Trabajo de Integración Curricular
C.I. 0915562961

Fecha: Guayaquil, 10 de agosto de 2023

ANEXO II.- RÚBRICA DE EVALUACIÓN DOCENTE REVISOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

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

TÍTULO DEL TRABAJO: LA FALTA DE REGULACIÓN LEGAL DE EMPRENDIMIENTOS DIGITALES Y SU REPERCUSIÓN EN LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR			
AUTORES: JORGE LUIS MACIAS VERA – AZUCENA STEFANIA ZAMORA ARECHUIA			
ASPECTOS EVALUADOS	PUNTAJE MÁXIMO	CALIFICACIÓN	COMENTARIOS
ESTRUCTURA Y REDACCIÓN DE LA MEMORIA	3	2.5	
Formato de presentación acorde a lo solicitado.	0.6	0.6	
Tabla de contenidos, índice de tablas y figuras.	0.6	0.5	
Redacción y ortografía.	0.6	0.3	
Correspondencia con la normativa del trabajo de titulación.	0.6	0.6	
Adecuada presentación de tablas y figuras.	0.6	0.5	
RIGOR CIENTÍFICO	6	5.6	
El título identifica de forma correcta los objetivos de la investigación.	0.5	0.5	
La introducción expresa los antecedentes del tema, su importancia dentro del contexto general, del conocimiento y de la sociedad, así como del campo al que pertenece.	0.6	0.5	
El objetivo general está expresado en términos del trabajo a investigar.	0.7	0.6	
Los objetivos específicos contribuyen al cumplimiento del objetivo general.	0.7	0.6	
Los antecedentes teóricos y conceptuales complementan y aportan significativamente al desarrollo de la investigación.	0.7	0.6	
Los métodos y herramientas se corresponden con los objetivos de la investigación.	0.7	0.7	
El análisis de la información se relaciona con datos obtenidos.	0.4	0.4	
Factibilidad de la propuesta.	0.4	0.4	
Las conclusiones expresan el cumplimiento de los objetivos específicos.	0.4	0.4	
Las recomendaciones son pertinentes, factibles y válidas.	0.4	0.4	
Actualización y correspondencia con el tema, de las citas y referencia Bibliográfica.	0.5	0.5	
PERTINENCIA E IMPACTO SOCIAL	1	1	
Pertinencia de la investigación/ Innovación de la propuesta.	0.4	0.4	
La investigación propone una solución a un problema relacionado con el perfil de egreso profesional.	0.3	0.3	
Contribuye con las líneas/ sublíneas de investigación de la Carrera.	0.3	0.3	
CALIFICACIÓN TOTAL*	10	9.1	
*El resultado será promediado con la calificación del Tutor y con la calificación de obtenida en la Sustentación oral.			
***El estudiante que obtiene una calificación menor a 7/10 en la fase de tutoría de titulación, no podrá continuar a las siguientes fases (revisión, sustentación).			

JOHANNA
ALEXANDRA
TANDAZO ORTEGA

Firmado digitalmente
por JOHANNA
ALEXANDRA
TANDAZO ORTEGA

Abg. Johanna Alexandra Tandazo Ortega, Mgs.

C.I. 092150396-7

FECHA: 25 de agosto de 2023

ANEXO III.- ACUERDO DEL PLAN DE TUTORÍA DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

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

Guayaquil, 12 de mayo de 2023

Abg. Eduardo Argudo González, Mg.
Director de la Carrera de Derecho
Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales y Políticas
Universidad de Guayaquil
En su despacho. -

De nuestra consideración:

Nosotros, **María Fernanda Vela Velásquez**, docente tutora del trabajo de integración curricular y los estudiantes **Jorge Luis Macias Vera** y **Azucena Stefania Zamora Arechua** de la Carrera de Derecho, comunicamos que acordamos realizar las tutorías semanales en el siguiente horario: todos los jueves, de 18h30 a 20h30 durante el período ordinario 2023-2024 TI1

De igual manera entendemos que los compromisos asumidos en el proceso de tutoría son:

- Asistir a las tutorías individuales (2 horas a la semana), con un mínimo de porcentaje de asistencia de 70%.
- Asistir a las tutorías grupales (3 horas a la semana), con un mínimo de porcentaje de asistencia de 70%.
- Cumplir con las actividades del proceso de integración curricular conforme al calendario Académico.

Tenemos conocimiento que es requisito para la presentación a la sustentación del trabajo de integración curricular, haber aprobado las fases previas de tutoría y revisión.
Agradeciendo la atención, quedamos de Ud.

Atentamente,



Jorge Luis Macias Vera
Estudiante
C.I. 0940439110



Azucena Stefania Zamora Arechua
Estudiante
C.I. 1207003045



Firma autografiada por:
MARIA FERNANDA VELA VELASQUEZ

Ab. María Fernanda Vela Velásquez
Docente - Tutora
C.I. 0915562961

ANEXO IV- INFORME DE AVANCE DE LA GESTIÓN TUTORIAL

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES Y POLITICAS
CARRERA DE DERECHO

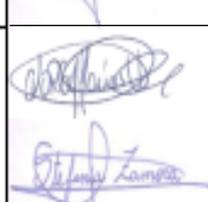
TUTORA: AB. MARÍA FERNANDA VELA VELÁSQUEZ, MSc.

TIPO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TÍTULO DEL TRABAJO: LA FALTA DE REGULACIÓN LEGAL DE EMPRENDIMIENTOS DIGITALES Y SU REPERCUSIÓN EN LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR.

CARRERA: DERECHO

N° DE SESIÓN	FECHA TUTORÍA	ACTIVIDADES DE TUTORÍA	DURACIÓN:		OBSERVACIONES Y TAREAS ASIGNADAS	FIRMA TUTOR	FIRMA ESTUDIANTE
			INICIO	FIN			
1	04-05-2023	Indicaciones para la reformulación del tema de tesis	18H30	20H30	Direccionar el tema para que se ajuste a la visión del proyecto de investigación	 Firma sustituida por MARIA FERNANDA VELA VELASQUEZ	
2	11-05-2023	Firma del documento para la reformulación del tema del proyecto de investigación.	18H30	20H30	Realizar el formulario del cambio de tema y enviar el correo al director de la carrera para que quede constancia del hecho	 Firma sustituida por MARIA FERNANDA VELA VELASQUEZ	
3	18-05-2023	Instructivos para la realización del primer capítulo	18H30	20H30	Identificar el problema de investigación, plantear la hipótesis, los objetivos (general y específicos) y realizar la justificación del mismo.	 Firma sustituida por MARIA FERNANDA VELA VELASQUEZ	
4	01-06-2023	Revisión del Capítulo I y la discusión sobre la relevancia y justificación del estudio.	18H30	20H30	Cambiar los objetivos específicos planteados, sistematización del problema y las variables	 Firma sustituida por MARIA FERNANDA VELA VELASQUEZ	
5	08-06-2023	Revisión del Capítulo I con sus respectivas correcciones	18H30	20H30	Aprobación del Capítulo I, instrucciones para el capítulo II y la metodología que se va a emplear para el proyecto de investigación	 Firma sustituida por MARIA FERNANDA VELA VELASQUEZ	

6	15-06-2023	Directrices para empezar el desarrollo del Capítulo II	18H30	20H30	Se establecen los temas que se desarrollarán en el capítulo II	 Firmas autorizadas por: MARIA FERNANDA VELA VELAZQUEZ	
7	22-06-2023	Revisión bibliográfica realizada hasta el momento.	18H30	20H30	Se sugiere revisar las citas y agregar autores al trabajo de investigación	 Firmas autorizadas por: MARIA FERNANDA VELA VELAZQUEZ	
8	29-06-2023	Revisión del Capítulo II con sus respectivas correcciones	18H30	20H30	Aprobación del Capítulo II	 Firmas autorizadas por: MARIA FERNANDA VELA VELAZQUEZ	
9	06-07-2023	Presentación y discusión de la metodología que se va a utilizar en el trabajo de investigación	18H30	20H30	Proporcionar descripción detallada del procedimiento cualitativo, incluyendo el instrumento y el método de análisis.	 Firmas autorizadas por: MARIA FERNANDA VELA VELAZQUEZ	
10	13-07-2023	Presentación y revisión de las preguntas del trabajo de investigación	18H30	20H30	Corrección a las preguntas que se utilizarán en las entrevistas.	 Firmas autorizadas por: MARIA FERNANDA VELA VELAZQUEZ	
11	10-07-2023	Revisión del Capítulo III con sus respectivas correcciones	18H30	20H30	Aprobación del Capítulo III	 Firmas autorizadas por: MARIA FERNANDA VELA VELAZQUEZ	
12	20-07-2023	Indicaciones del Capítulo IV y Revisión de la propuesta con sus respectivas correcciones	18H30	20H30	Desarrollo de la propuesta y adecuar las correcciones.	 Firmas autorizadas por: MARIA FERNANDA VELA VELAZQUEZ	
13	27-07-2023	Revisión de las recomendaciones o sugerencias de la investigación	18H30	20H30	Aprobación del Capítulo IV y realizar las conclusiones derivadas de los resultados y la discusión realizada	 Firmas autorizadas por: MARIA FERNANDA VELA VELAZQUEZ	

14	03-08-2023	Revisión de porcentaje del plagio	18H30	20H30	Detalles antes de ser pasado por el anti plagio y Trabajo enviado a la plataforma de anti plagio	 Firmado electrónicamente por: MARIA FERNANDA VELA VELAZQUEZ	
15	10-08-2023	Finalización del trabajo	18H30	20H30	Firmar los anexos que nos corresponde y adjuntarlos al trabajo de titulación y Se remite el trabajo de titulación al docente revisor.	 Firmado electrónicamente por: MARIA FERNANDA VELA VELAZQUEZ	



Firmado electrónicamente por:
MARIA FERNANDA VELA VELAZQUEZ

Abg. María Fernanda Vela Velázquez
Docente tutor
 C.I.: 0905400255



Dr. César Benito Baquerizo Bustos
Gestor de Integración Curricular
 C.I.:0907654180