

UNIVERSIDAD METROPOLITANA DEL ECUADOR



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, HUMANIDADES Y EDUCACIÓN

CARRERA DE DERECHO

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ABOGADO DE LOS TRIBUNALES DE JUSTICIA DE LA REPÚBLICA**

TEMA:

**ESCASA LEGISLACIÓN REFERENTE A LA PROTECCIÓN DE LOS
CONSUMIDORES, FRENTE AL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL ECUADOR.**

AUTOR:

EDWIN ANTHONY ZURITA MURILLO

TUTOR/ASESOR

ABG. AMNY ELIZABETH MUÑOZ PRUDENTE

GUAYAQUIL-2023

CERTIFICADO DEL TUTOR



Guayaquil, 30 de agosto de 2023

Abg. Amny Muñoz Prudente MSc., en calidad de TUTORA del Trabajo de Graduación o Titulación. CERTIFICO:

Que el Trabajo de Graduación o Titulación, para optar por el título de Abogado de los Tribunales y Juzgados de la República del Ecuador, cuyo título es: **“ESCASA LEGISLACIÓN REFERENTE A LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES, FRENTE AL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL ECUADOR”**, elaborado por el estudiante **EDWIN ANTHONY ZURITA MURILLO**, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por la Universidad Metropolitana, correspondientes a la sustentación y defensa de la misma.

Atentamente,



Ab. Amny Muñoz Prudente, MSc.
C.I. 1722159199

CERTIFICACION DE AUTORIA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, EDWIN ANTHONY ZURITA MURILLO estudiante de la Universidad Metropolitana “UMET”, Matriz Guayaquil, declaro en forma libre y voluntaria que la presente disertación cuyo tema es: **“ESCASA LEGISLACIÓN REFERENTE A LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES, FRENTE AL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL ECUADOR”**, así mismo las expresiones vertidas en la misma son de total autoría de la compareciente, quien ha realizado en base a recopilación bibliográfica, consultas de internet y consultas de campo.

En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad de esta y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.

Atentamente,

EDWIN ANTHONY ZURITA MURILLO

C.C.: 0951775022

AUTOR

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, **Edwin Anthony Zurita Murillo**, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación: **Escasa legislación referente a la protección de los consumidores, frente al comercio electrónico en el Ecuador**, modalidad de Ensayo, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, cedo a favor de la Universidad Metropolitana del Ecuador una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Metropolitana del Ecuador para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad

Edwin Anthony Zurita Murillo

C. I. 0951775022

AUTOR

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, gestor de nuestras vidas, por haberme permitido culminar mi ensayo ya que sin él nada de esto sería posible.

A mis padres Yolanda Murillo Vera y José Zurita Troya, quienes con sus consejos y permanente lesiones de vida, me ha inculcado honestidad, humildad y sobre todo que siempre habrá un mañana.

A la universidad Metropolitana que a través de sus docentes a lo largo de mi carrera me han impartidos su conocimientos desinteresadamente y me han brindado comprensión en la culminación de esta tesis.

INDICE

CERTIFICADO DEL TUTOR.....	I
CERTIFICACION DE AUTORIA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	II
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
RESUMEN.....	VI
ABSTRACT.....	VII
INTRODUCCIÓN.....	1
DESARROLLO.....	3
Antecedentes.....	3
Orígenes del comercio Electrónico.....	4
Desventajas y ventajas del Comercio Electrónico.....	9
Normativa para el consumidor.....	9
Marco Jurídico Ecuatoriano.....	9
Marco Constitucional.....	9
Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos.....	10
Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.....	10
CONCLUSIONES.....	13
Bibliografía.....	14

RESUMEN

La globalización y la revolución del internet son fenómenos que han dado nacimiento del comercio electrónico, con el desarrollo tecnológico en la actualidad, y los nuevos requerimientos de mercado y consumidores es de suma importancia estudiar la protección a estos, centrándonos netamente en el comercio electrónico en el Ecuador teniendo como referencia las normas vigentes en materia de protección a los consumidores.

En el presente trabajo se estudiaron aspectos doctrinarios en relación a el comercio electrónico partiendo desde conceptos, orígenes y las ventajas y desventajas que estos traen consigo y como hace que los consumidores accedan a esta opción en el país. Además se estudió al consumidor habitual, a ese que estaba acostumbrado a ir a tiendas físicas y del que necesitaba tener el objeto en mano para proceder con su compra, con el consumidor electrónico y como poco a poco esta nueva modalidad fue teniendo buena acogida en el Ecuador.

También se realizó un análisis de las normativas legal vigente que rigen en nuestro país con respecto a esta materia y como base se tomó a la Constitución de la República del Ecuador, la Ley de comercio Electrónico y Mensajes de datos, Ley de defensa del consumidor.

PALABRAS CLAVES: Comercio electrónico, consumidor, consumidor electrónico, compraventa y tecnología

ABSTRACT

Globalization and the Internet revolution are phenomena that have given rise to electronic commerce, with technological development today, and the new market and consumer requirements, it is extremely important to study their protection, focusing clearly on electronic commerce in Ecuador taking as a reference the current regulations on consumer protection.

In the present work, doctrinal aspects in relation to electronic commerce were studied starting from concepts, origins and sales and disadvantages that these bring with them and how it makes consumers access this option in the country. In addition, the usual consumer was studied, the one who was used to going to physical stores and who needed to have the object in hand to proceed with their purchase, with the electronic consumer and how little by little this new modality was having a good reception in the Ecuador.

An analysis of the legal regulations in force in our country regarding this matter was also carried out and the Constitution of the Republic of Ecuador, the Electronic Commerce and Data Messages Law, and the Consumer Defense Law were taken as a basis.

KEY WORDS: Electronic commerce, consumer, electronic consumer, buying and selling and technology

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el uso de la tecnología es de vital importancia para la vida de las personas y la sociedad en todos los ámbitos, el internet ha trascendido hasta llegar a la nueva modalidad del comercio electrónico, con lo que es parte fundamental el consumidor electrónico el cual tendrá características especiales y como tal amerita la delimitación de sus derechos y obligaciones.

En nuestro país la incursión del comercio electrónico fue moderado ya que en los años 90 el uso de Reuters en Ecuador se lo utilizaba para confirmar precios de mercado en productos agrícolas, ya para inicios del XXI con el sector empresarial ecuatoriano que se dedicaba a la exportación e importación de productos se incursiona en el uso de medios electrónicos para agilizar sus operaciones, con esto se dio la creación de la Ley de comercio electrónico, firmas y mensajes de datos, ya para el año 2019 nuestro país fue admitido como miembro del Centro de Desarrollo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), con esta incursión entro en vigor la reforma al código de Comercio Ecuatoriano el cual añadió un título compuesto de cuatro artículos los cuales regulan el comercio electrónico

Con este presente ensayo estudia la normativa vigente sobre la protección a los consumidores en el ámbito de comercio electrónico del Ecuador, se trata de conocer la figura del consumidor de manera general y del consumidor electrónico, estudiando el surgimiento, definición y aspectos que están alrededor de este.

Como ha ido creciendo en nuestro país esta práctica que era muy poco aprovechada en años anteriores y que con la pandemia dio un giro en el consumo de la población Ecuatoriana, aquí en nuestro país se convirtió en una gran oportunidad para el desarrollo de los negocios, con la implementación de plataformas electrónicas, todo esto ha sido posible también con la ayuda de las transacciones financieras pero cabe mencionar que es importante contar con las seguridades institucionales financieras el cual debe brindar a los clientes para generar negocios transparentes.

En comercio electrónico tiene mayor acogida en regiones como América del Norte, Europa y Asia, en América Latina ha entrado hace poco, el mayor número de usuarios con uso en internet va desde las edades 16 hasta los 25 años pero no significa que esta parte sea considerada como económicamente activa.

En Ecuador hay existen empresas que han tenido éxitos en plataformas virtuales, las de mayores éxitos ofertan alimento, tecnología, turismo o entretenimiento, podemos citar Cinemark, De Prati, Tipty, Tutto, Lan, com,

Con este ensayo se busca demostrar que la normativa ecuatoriana de defensa del consumidor electrónico no es del todo suficiente para poder protegerlos y que no se ha adecuado a los cambios tecnológicos que cada día avanza a pasos gigantes

DESARROLLO

Antecedentes

En nuestro país el comercio electrónico era un tema desconocido y muy poco explorado, o al que no se le sacaba todo el provecho, quizás por no saber qué tan seguro era, o por no saber cómo utilizarlo. Actualmente el marketing digital ha tomado un auge exponencial en nuestro país, y esto fue a raíz de la pandemia que ayudo en que en Ecuador se use otra forma de comercio.

El año 2020 sin duda fue un año que marco una línea de tiempo para todos, marcó un antes y un después, con esto las grandes y pequeñas empresa tuvieron que adaptarse y ofertar sus productos de manera virtual, y el consumidor tuvo una nueva opción de compra que no era tan explorada por todos.

El número de usuario creció tanto post-pandemia con relación a otros años, según datos de la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico, esto favoreció enormemente a los emprendimientos que en esos momentos atravesaba dificultades económicas como el no tener un local físico o contar con un capital fuerte, si no que mediante la implementación de una plataforma bien estructurada, buena publicidad y gran manejo de redes sociales y pocas personas que trabajen generaron grandes ingresos.

Los pioneros en tener esta tendencia son los Estados y los países europeos u asiáticos generándole mucho dinero a las arcas de sus estados, según él (Asendia, 2019) “se recaudó más de 2 trillones en los cuales Asia recaudo un 44% mientras que Europa 26% y Norteamérica 25%, pero en cambio Sudamérica obtuvo un 2%, todo cambio para el 2020 cuando tuvo una tendencia a la alta, lo que demuestra que su proyección para años futuro será mayor”.

Debemos tener conceptos claros en relación al comercio electrónico, tenemos que partir de la definición de Internet que es “una red virtual a escala planetaria que permite la interconexión de ordenadores desde cualquier lugar del mundo” (Cuellar, 1997),

Con el tiempo el internet ha ido ganando terreno y cada vez ha ido aumentando su utilización, hoy en día por medio del internet podemos realizar diversas actividades, no solo en el ámbito social, si no en el intercambio de mercaderías sean bienes o

servicios, generando un nexo entre internet, mercado y sociedad siendo esto un conjunto para que puedan operar juntos,

El comercio electrónico para (Briz Escribano & Laso Ballesteros, 2001) es “la forma de hacer negocios electrónicamente sobre internet, redes punto a punto entre empresas o cualquier otro modo de unión electrónica entre los agentes económicos”.

Mientras que para (Rayport & Jaworski, 2014) el comercio electrónico es “el intercambio de información digitalizada entre grupos, representando así a la comunicación entre dos partes, la coordinación de flujo de bienes y servicios o la transmisión de pedidos electrónicos”.

Con estas definiciones expuestas podemos concluir que el comercio electrónico es un mecanismo de comercio que busca optimizar procesos, y a su vez aumentar utilidades mediante la recolección de datos.

En Ecuador aproximadamente el 53% de las empresas optaron por implementar aplicaciones móviles, plataformas de e-commerce, chatbot o algún catálogo digital para que sus consumidores puedan realizar alguna compra, entre las categorías más destacadas en el periodo 2020 fue higiene, computación, moda, belleza, comida y delivery.

Con este mecanismo se han abierto nuevos mercados de manera virtual, ya que la venta se puede pactar en cuestión de segundos e inclusive da apertura a que el producto ingrese a otros mercados sean a nivel nacional o internacional, incluso esto ayuda ya que no se tienen tantas limitaciones como cuando se realiza un comercio real.

Orígenes del comercio Electrónico

Es importante comprender los orígenes y fundamentos del comercio electrónico, como se explica a continuación:

En la actualidad, podemos pensar en varias etapas del desarrollo de Internet “la primera revolución fue el desarrollo del comercio electrónico (e-commerce), en particular los negocios que se llevaban a cabo con el consumidor directamente, luego apareció el comercio interempresarial (e-business)” (Peña Valenzuela, 2001)

Ha habido un cambio impresionante en los procesos comerciales, ya que en el pasado el comercio entre bienes y servicios sólo podía realizarse en lugares físicos donde se realizaban transacciones reguladas, cuando se accede al comercio electrónico el panorama se amplía y se introducen nuevos y diversos procesos de negocio, como las tiendas virtuales, la transmisión electrónica y su seguridad.

La actividad pionera del comercio electrónico fue la venta por catálogo, la cual se basaba en la implementación de ventas bajo imágenes sin tener el producto en físico, en la cual constaban los precios, información del producto, esta práctica se realizaba con más apertura en Estados Unidos a fines del siglo XX.

Esto era de gran beneficio tanto para el vendedor como para el comprador ya que cualquier persona de esta forma tenía mejor acceso y más rápido a los productos, sin necesidad de estar en una tienda física o centro comercial, después con la aparición de las tarjetas de créditos, los teléfonos el método de compra y venta, tuvo un apogeo más fuerte.

En el año de 1970 se da el intercambio de datos electrónico, gracias a esto ayudo a muchas empresas a hacer transacciones y realizar facturas de manera electrónica, con lo cual se mejoró la gestión y ayudo a la competitividad que había en el mercado.

Pero esto no fue lo único con lo que se realizó comercio electrónico ya que para los años 80 el Tele shopping fue otra herramienta para venta de productos o servicios, ya que mediante las publicaciones en los canales, les permitía a los consumidores la proyección de productos y una información más detallada y clara del producto, y a su vez la acción de compra se hacía al momento ya sea con la tarjeta de crédito o también llamando a los números que se proyectaban, y el producto les llegaba en pocos días a su hogar-

Con la evolución del proceso comercial (Lorenzetti, 2001) señalo “Esta notable expansión ha provocado el surgimiento de una gran cantidad de disposiciones que se refieren, directa o indirectamente al comercio electrónico”.

Con la llegada del internet en los 90 el e-commerce tomo otro rumbo, ya que hizo que la venta de manera digital se volviera alto rutinario para las empresas y consumidores. Con la implementación de las primeras páginas web, los comerciantes

tuvieron la oportunidad de dar a conocer su marca a nuevos clientes con recursos que nunca antes se habían imaginados.

Con esto las empresas podían ofrecer el producto/ servicios en múltiples diseños y diferentes descripciones para determinado público, contaban con dispositivos audiovisuales para captar clientes y les permitía que sus ventas se aumentaran, ya que eran ventas a nivel global.

El correo electrónico fue de mucha ayuda en el momento de la comunicación que existía entre consumidores y empresas, además que se complementaron con herramientas de facturación electrónica lo que ayudo a que el proceso de compra y el manejo del cobro sea más ágil.

Para el año 1995 nacieron las compañías que mejor han aprovechado este auge del comercio electrónico, como son eBay y Amazon y años posteriores aparece para complementarlas mejor la tan conocida PayPal, la cual apporto para que los consumidores tuvieran la facilidad de pagar de manera electrónica en las distintas plataformas.

Años posteriores ya el comercio electrónico se expandía a pasos agigantados con la aparición de nuevas plataformas y más aun con la llegada de la Web 2.0 con lo que las plataformas se hicieron más sociables con el consumidor.

Hoy ya con la Web 3.0 y con todas las actualizaciones que se hacen en software el e-commerce es las plataformas de mayor importancia en el comercio, ya que ahora se puede acceder desde cualquier dispositivo a las tiendas online y con un solo clic realizar transacciones en segundos y se puede tener un seguimiento del producto hasta poder tenerlo.

El ámbito legal en América Latina no está desfasado con la evolución tecnológica del comercio, que ha traspasado las fronteras de los mercados físicos, lo que obliga a la necesidad de normas que regulen el comercio virtual, para que así se permita proteger al consumidor.

Comercio Electrónico en Ecuador

En nuestro país el comercio electrónico era un taboo tanto para las personas como para las empresas ya que no se tenía mucha información, y no se sentía tanta

confianza al momento de realizar alguna compra online.

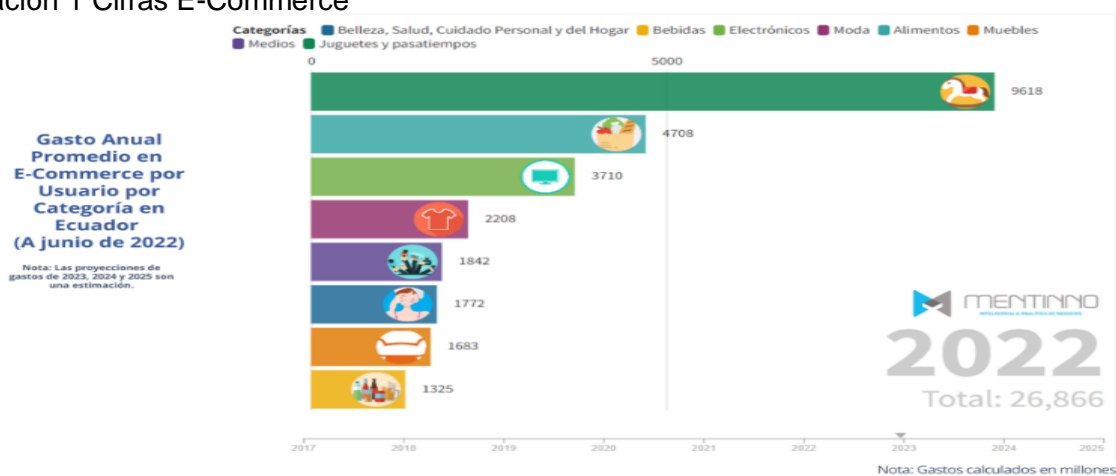
Para el año 2015 mediante una encuesta realizada por diario el Telégrafo mostraba que el 60% de personas sentía desconfianza al proporcionar sus datos para la transacción y el otro 33% era nulo en conocimientos de cómo utilizarlo, entonces nuestro país tenía escasa actividad de comercio electrónico para esos años.

Se pudo demostrar que la mayor parte de las personas en Ecuador compraban de manera física ya que para ellos era necesario verificar del producto antes de obtenerlo, pero años después con el crecimiento del internet empresas fueron incluyendo esta nueva tendencia, pero así mismo surgió la necesidad de implementar normas que cuiden tanto al consumidor como a las empresas que ofertaban bienes o servicios.

En nuestra (Ecuador, Asamblea Constituyente, 2008) en su artículo 16 detalla “que toda las personas de manera individual o colectiva tiene acceso a las tecnologías de información y comunicación, utilizar las formas de comunicación e integrar los espacios de participación establecidos constitucionalmente de la comunicación”

Mientras que en nuestra (Ecuador, Congreso Nacional, 2002) señala “que el uso de sistemas de información y redes electrónica, incluido el internet posee gran importancia para el desarrollo del comercio y la producción” con esto el Estado Ecuatoriano debe contar con las herramientas jurídicas necesaria para que el servicio electrónico trabaje de manera eficaz y eficiente al momento de realizar los respectivos negocios,

Ilustración 1 Cifras E-Commerce



Fuente (Del Alcanzar Ponce, 2022)

En nuestro país el uso de computadoras y el aumento de acceso a internet, creció de manera exponencial y por ende el aumento d comercio electrónico, por eso es ende contar con una legislación que se encargue de respaldar las transacciones que se vayan a realizar por este medio y que esta se adecue a la realidad ecuatoriana actual.

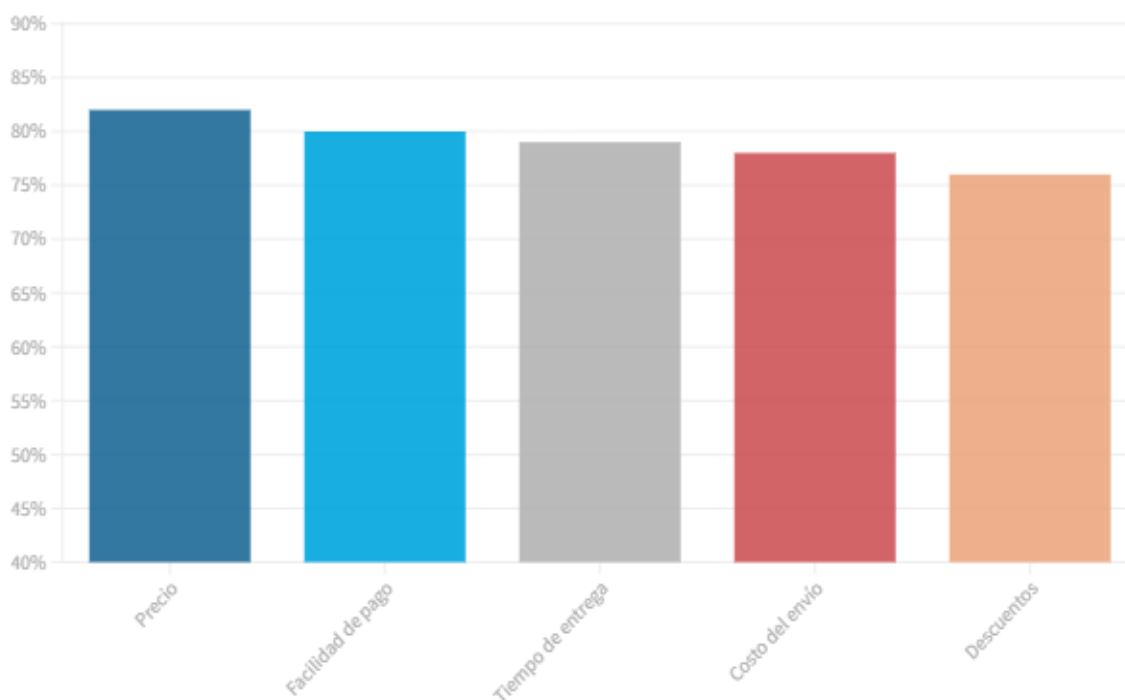
¿Qué motiva a las personas para comprar?

Las empresas que desempeñan esta labor tuvieron que buscar la forma de hacer que sus futuros clientes se sientan seguros al momento de realizar la compra, ya que en nuestro país las ventas virtuales no tenían tanta acogida es por eso que estos puntos son claros:

- Contar con garantías de devolución o cambio de producto y servicio
- Garantía de confidencialidad de la información del cliente
- Detalles importantes de cómo realizar la compra de producto o servicio
- Atención al cliente
- Hoja de ruta de envió del producto

Ilustración 2 Factores de la compra en línea

Principales factores que influyen en la decisión de comprar en línea



Fuente: (Coba, 2022)

Desventajas y ventajas del Comercio Electrónico

A continuación, detallaremos las ventajas que son:

- Facilita la interacción entre empresas y consumidores
- Los consumidores no tienen que desplazarse a tiendas físicas, lo que hace que ahorren tiempo y dinero
- Cualquier empresa ya sea grande, mediana o pequeña podrá ingresar al mercado internacional y ofertar sus productos
- Diversidad en formas de pagos, tarjeta de crédito, débito, moneda electrónica

Desventajas de su uso:

- Falta de seguridad de los datos proporcionados en las distintas plataformas
- Problemas en las pagina web que pueden dificultar la compra
- Temor de una mala elección de algún producto
- Temor en el ingreso de tarjetas lo que hacen que abandonen la compra

Normativa para el consumidor

Marco Jurídico Ecuatoriano

En este apartado se estudiará la normativa relacionada con el consumo electrónico, y para ello se partirá del estudio de la legislación interna teniendo como punto de partida la Constitución de la República.

Marco Constitucional

Después de ver puntos claros sobre comercio electrónico, consumidores, también es de suma importancia estudiar la parte normativa en relación al tema a tratar.

Como ya lo especificamos la Constitución en su artículo 16 nos reconoce el derecho que tienen todas las personas para tener actividad por el medio tecnológico o de comunicación que sea y en su apartado Sección novena dedica esta parte para los consumidores y usuarios, y en los que determina el derecho a disponer de bienes o servicios de mejor calidad y a que puedan seleccionarlos libremente, también dispone el derecho de recibir información detallada precisa y verídica del contenido que van a adquirir.

Cabe mencionar que no hace alusión expresamente al comercio electrónico como tal, sino que habla de manera general y deja la brecha abierta para que la ley encargada sea la que regule al consumidor.

Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos

En nuestro país está vigente la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de datos la cual tiene como objeto regular los mensajes de datos, firma electrónica, servicios de certificación, contratación electrónica las prestaciones de servicios que se da mediante redes informática, el comercio electrónico y la protección a los usuarios que se dan en esta.

En esta ley se han establecido en los artículos 48-49-50 los derechos tanto de los usuarios como de los consumidores, como por ejemplo en su artículo 48 habla sobre el consentimiento para aceptar mensajes de datos lo cual significa que el consumidor da su aprobación a estos registros electrónicos, cabe mencionar que este mensaje debe ser de forma clara para los programas tanto de registro o mensaje.

Otro de los derechos es el consentimiento para los medios electrónicos, esto también lo reconoce esta ley ya que ampara al consumidor que en caso de necesitar información acerca de algún servicio electrónico este sea realizado por escrito en el cual este valida que da su consentimiento para el uso de la información.

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

Esta ley precisa que un oferente deberá informar requisitos, condiciones y restricciones para bienes o servicios adquiridos, utilizados o utilizados electrónicamente. Esta cláusula prevé la protección del consumidor para que no sea víctima de engaño al momento de adquirir bienes o servicios, y de igual manera busca su derecho a información veraz sobre qué y cómo va a comprar. Así lo hará y en qué circunstancias ejecutará la compra, sabiendo que tiene poder adquisitivo para ejecutar la venta del bien o servicio.

Mediante la (Ecuador, Congreso Nacional, 2000) en su artículo 4 nos indica que todo consumidor va a tener “derecho a la información adecuada, clara y veraz sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado” también nos detalla que tendrán derecho a la protección contra la publicidad engañosa y también a elegir con libertad los bienes y servicios que deseen.

Entre otras leyes que se pueden complementar también contamos con el ordenamiento jurídico ecuatoriano como es el Código Orgánico Integral Penal en el cual nos habla sobre los delitos informáticos lo cual se puede relacionar con el comercio electrónico, como ejemplo el fraude informático, pero cabe mencionar que no resulta del todo suficiente puesto que el desarrollo de esta práctica va en aumento

En virtud de esto podemos ver que nuestro país cuenta con una normativa vigente en materia de comercio electrónico, pero no es insuficiente ya que las normas no están tan desarrollada para el crecimiento que va tomando esta modalidad en el mundo actual.

Como podemos ver en nuestro país contamos con la Ley de Comercio Electrónico, mensaje de datos y firma electrónica la cual fue publicada el 17 de abril de 2020 y su última reforma fue 07 de abril del 2023 pero sigue una línea antigua sobre lo que es comercio Electrónico y esto denota que nuestro país no está a la par de los nuevos sistemas de comunicación y no se han adaptado las actividades mercantiles y productivas del país.

Esta ley define el comercio electrónico como toda transacción comercial realizada en parte o en su totalidad a través de redes electrónicas de información pero no existen más detalles de cómo se regulara en su totalidad el comercio electrónico, solo intenta regular el comercio electrónico mediante la regulación de mensajes datos.

Ahora no podemos olvidar que dentro de este contexto es de mucha importancia mirar hacia la protección de datos, en esta actual ley nos indica que para la elaboración, transferencia o utilización de base de datos, que sean obtenidos directa o indirectamente del uso de trasmisión de mensajes de datos, se va a necesitar expresamente del consentimiento de titular el cual podrá seleccionar la información y compartirlas con terceros.

Mientras que en la atención a la recopilación y uso de datos personales responden a los derechos de privacidad, intimidad y confidencialidad que están garantizado en nuestra carta magna, y estos únicamente podrán ser trasferido o utilizados con nuestra autorización o autoridad competente.

Esta ley aun no se ajusta en su totalidad a las necesidades que surgen con la ejecución del comercio electrónico, es de suma importancia que la función legislativa

elabore un proyecto de reforma en el cual incluya un marco normativo que permita amparar el ejercicio del comercio electrónico.

Con respecto a nuestro nuevo código de comercio el cual se adapta a las nuevas formas de realizar el comercio, y basado en los principios de libertad de actividad comercial, buena fe, transparencia, comercio justo, responsabilidad social, ambiental y defensa de los derechos del consumidor.

Este actual código contempla dos formas de ejercer el comercio electrónico una que es a través de contratación de servicios electrónicos y a través de contratos inteligentes y este a su vez define a el comercio electrónico como “toda transacción comercial de bienes o servicios digitales o no realizada en parte o en su totalidad a través de sistemas de información o medios electrónicos, considerando los tipos de relaciones existente “ (Ecuador, Congreso Nacional, 2002)Y en relación a la contratación comercial de servicios electrónicos también nos detalla que el acuerdo de voluntades entre prestador y usuario para la habilitación de sistema o plataforma el cual permita la realización de cualquier actividad, transacción mercantil, financiera o de servicios a ser provisto por el mismo proveedor o un tercero. Y por último en relación a los contratos inteligentes los define como aquellos producidos por programas informáticos usados por dos o más partes que acuerden cláusulas y suscriban electrónicamente y permita facilitar la firma o expresión de la voluntad.

En este desarrollo de comercio electrónico en Ecuador participan varias instituciones tanto en ámbito privado con público, tenemos el caso de la Cámara de Comercio de Guayaquil y Quito por parte del sector privado, mientras que por parte del sector público tenemos el Ministerio de Economía y Finanzas y Ministerio de Telecomunicaciones y el de Producción y Comercio Exterior

CONCLUSIONES

Con la culminación de este ensayo podemos identificar que el comercio electrónico es una transacción puede ser de bienes o servicios la cual se lleva a cabo de manera digital, de una manera ágil y eficaz.

También podemos identificar que el consumidor frente al consumidor electrónico, tiene muchas diferencias tales como que en el consumidor antes realizaba la compra y venta de manera física, obteniendo tangiblemente el producto, en relación con el consumidor electrónico el cual en cuestión de segundos y desde cualquier lugar puede adquirir el mismo producto mediante alguna plataforma.

También que la normativa Ecuatoriana en relación a otros países está muy incompleta y no está encaminada con los cambios que actualmente nos lleva la tecnología, y a pesar de que la Ley de comercio, electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos y también la Ley del consumidor, reconocen algunas cosas que son parte del comercio electrónico no es aun eficaz, ni nada suficiente, por lo que se debe realizar mejoras legales que ayuden a esta actividad y a su vez le brinden seguridad jurídica a los consumidores .

Se debe establecer un marco mínimo el cual vaya a establecer los procedimientos para dicha actividad comercial, tener una perfección de un contrario el cual establezca los elementos que vayan a intervenir ya sea modalidades, lugar de celebración de contrario, garantías, formas de pago, soluciones de conflictos.

Bibliografía

- Asendia. (11 de Octubre de 2019). *Informe Global de eCommerce B2C 2019*. Recuperado el 22 de febrero de 2023, de <https://www.asendia.es/asendia-insights/informe-global-b2c-ecommerce-2019>
- Briz Escribano, J., & Laso Ballesteros, I. (2001). *Internet y comercio electrónico*. Madrid: Ediciones Paraninfo S.A.
- Coba, G. (28 de Septiembre de 2022). *Las ventas en línea alcanzarán los USD 4.000 millones en 2022*. Recuperado el 3 de diciembre de 2022, de Primicias: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/ventas-comercio-electronico-ecuador/>
- Cuellar, M. d. (1997). *Las nuevas tecnologías integradas en la programación didáctica de lenguas extranjeras*. Valencia: Universitat de València. Recuperado el 3 de diciembre de 2022, de https://books.google.com.ec/books?id=WHT1amd970kC&pg=PA3&hl=es&source=gbs_selected_pages&cad=1#v=onepage&q&f=false
- Del Alcanzar Ponce, J. P. (22 de Octubre de 2022). *Estado digital. Ecuador Octubre 2022 - Estadísticas digitales*. Recuperado el 3 de diciembre de 2022, de <https://blog.formaciongerencial.com/estado-digital-ecuador-octubre-2022-estadisticas-digitales/>
- Ecuador, Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Registro Oficial N° 449 del 20 de octubre de 2008.
- Ecuador, Congreso Nacional. (2000). *Ley Orgánica de Defensa del Consumidor*. Quito: Registro Oficial Suplemento 116 de 10-jul.-2000.
- Ecuador, Congreso Nacional. (2002). *Ley de comercio electrónico, firmas y mensajes de datos*. Quito: Registro Oficial Suplemento 557 de 17-abr-2002.
- Lorenzetti, R. L. (2001). *Comercio Electrónico: documento, firma digital, contratos, daños, defensa del consumidor*. Buenos Aires: Abeledo-Perrot.
- Peña Valenzuela, D. (2001). *Aspectos legales de internet*. Bogotá: Dupre.
- Rayport, J. F., & Jaworski, B. J. (2014). *E-commerce*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.