UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO" DE MANABÍ

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCION DEL TÍTULO DE ABOGADO DE LOS TRIBUNALES Y JUZGADOS DEL ECUADOR

MODALIDAD:

PROYECTO DE INVESTIGACION

Título:

La protección de los consumidores en el uso de canales electrónicos

Autor:

Saltos Villavicencio Kleire Stefano

Tutor:

Abg. Romero Moran Ana Maritza

Facultad de Derecho

Carrera de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar

Certificación del tutor

Uleam	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1
		Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor de la Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el Trabajo de Integración Curricular Proyecto de Investigación bajo la autoría del estudiante **Saltos Villavicencio Kleire Stefano**, legalmente matriculado en la Carrera de Derecho, períodos académicos: 2024-2, cumpliendo el total de 384 horas, cuyo tema del proyecto es **"La protección de los consumidores en el uso de canales electrónicos"**

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 13 de mayo de 2025.

Lo certifico,

Ab. Ana Maritza Romero Morán, Mg.
Docente Tutora

Declaración de Autoría

El trabajo de grado denominado **"LA PROTECCCIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN EL USO DE CANALES ELECTRÓNICOS"**, ha sido desarrollada con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme a las citas que constan en las páginas correspondientes, cuyas fuentes de incorporan en la bibliografía.

En virtud de esta declaración me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de proyecto de grado en mención.

KLEIRE STEFANO SALTOS VILLAVICENCIO

Dedicatoria

A mi Mamá, papá y hermana los cuales siempre estuvieron conmigo en cada uno de este proceso, agradezco cada uno de sus buenos valores, acciones, logros, de mis caídas hasta ser la persona que soy

Han sido mi mayor apoyo y fuente de inspiración.

Su amor incondicional y sacrificios me han permitido alcanzar esta meta.

Gracias por estar siempre a mi lado,

por creer en mí y por motivarme a perseguir mis sueños.

- *Kleire Saltos*

Reconocimiento

Quiero expresar mi profundo reconocimiento a el Sr. Gustavo Sabando, a la Sra. Aracelly Moreira y Kiana Sabando por el apoyo dentro de toda mi carrera universitaria, son muy importantes para mí, considerando todas las oportunidades que me dieron para lograr a ser la persona que soy.

A mi pareja María José Sabando una parte fundamental de mí siempre siendo mi familia todo el apoyo incondicional dado, ayudando a no desistir y siempre estar enfocado en culminar, gracias por el apoyo mis sentimientos más grandes hacia ustedes.

- *Kleire Saltos*

Índice de contenido

Certificación del tutor ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Aprobación del trabajo ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Dedicatoria IV

Reconocimiento V

Resumen VIII

Abstract IX

Introducción 1

Capitulo I. 3

1. Problematización de la investigación 3

1.1. Objeto de estudio 3

1.2. Campo de la investigación 3

1.3. Formulación del problema 3

1.4. Planteamiento del problema 3

1.5. Justificación 4

1.6. Objetivos 5

1.6.1. Objetivo General 5

1.6.2. Objetivos Específicos 5

Capitulo II. 6

2. Marco Teórico 6

Capitulo III. 18

3. Metodología de la investigación 18

3.1. Modalidad de estudio 18

3.2. Tipo de investigación 19

3.3. Técnicas 20

3.4. Materiales 20

3.5. Población 21

3.6. Muestra 21

3.7. Procesamiento de información 22

Capítulo VI. 22

4. Análisis de los resultados 22

4.1. Encuestas 22

4.2. Entrevistas 32

Capitulo V. 38

5. Conclusiones y recomendaciones 38

5.1. Conclusiones 38

5.2. Recomendaciones 40

Anexos 45

Resumen

La investigación se enfocó en la protección de los consumidores en el uso de canales electrónicos en Ecuador, con el objetivo de establecer un marco integral para prevenir, detectar y mitigar las vulneraciones a sus derechos. El problema de investigación radicó en la creciente brecha entre la rápida evolución del comercio electrónico y los marcos legales existentes para proteger a los consumidores en el entorno digital. La justificación se basó en la necesidad de garantizar la seguridad y confianza de los consumidores en el uso de canales electrónicos, especialmente ante el aumento de prácticas desleales y fraudes en línea. Se utilizó una metodología mixta, combinando la revisión documental con encuestas a consumidores y entrevistas a expertos en derecho informático. Los resultados evidenciaron una alta frecuencia de compras en línea, pero también una percepción de inseguridad en las transacciones y un desconocimiento generalizado de los derechos de los consumidores en el entorno digital. Se concluyó que, si bien existe un marco legal básico en Ecuador, este resulta insuficiente para abordar las complejidades del comercio electrónico actual, por lo que se plantearon lineamientos para fortalecer la protección de los consumidores, incluyendo la actualización del marco legal, la educación y concienciación, la transparencia empresarial, mecanismos de resolución de conflictos, la supervisión y el control, y la cooperación internacional.

Palabras clave: comercio electrónico, protección del consumidor, canales electrónicos, derechos del consumidor, leyes

Abstract

The investigation focused on the protection of consumers in the use of electronic channels in Ecuador, with the objective of establishing a comprehensive framework to prevent, detect and mitigate violations of their rights. The research problem lay in the growing gap between the rapid evolution of electronic commerce and the existing legal frameworks to protect consumers in the digital environment. The justification was based on the need to guarantee the security and confidence of consumers in the use of electronic channels, especially given the increase in unfair practices and online fraud. A mixed methodology was used, combining documentary review with consumer surveys and interviews with experts in computer law. The results showed a high frequency of online purchases, but also a perception of insecurity in transactions and a general lack of knowledge of consumer rights in the digital environment. It was concluded that, although there is a basic legal framework in Ecuador, it is insufficient to address the complexities of current electronic commerce, so guidelines were proposed to strengthen consumer protection, including updating the legal framework, education and awareness, business transparency, conflict resolution mechanisms, supervision and control, and international cooperation.

Keywords: electronic commerce, consumer protection, electronic channels, consumer rights, laws

Introducción

La protección de los consumidores en el uso de canales electrónicos se refiere al conjunto de normas y medidas que buscan garantizar los derechos de los consumidores cuando realizan compras o adquieren servicios a través de internet, plataformas online o cualquier otro medio electrónico. Esta protección abarca desde el acceso a la información clara y veraz sobre los productos o servicios, hasta la seguridad de las transacciones y la resolución de conflictos (Menares, 2023).

El objetivo general de esta investigación es establecer un marco integral para la protección de los consumidores en el uso de canales electrónicos, que permita prevenir, detectar y mitigar de manera efectiva las vulneraciones a sus derechos, promoviendo la confianza y el desarrollo del comercio electrónico en el país.

La investigación utilizará un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos, para explorar la protección del consumidor en el entorno digital. Se revisará bibliografía correspondiente al tema, se analizará la normativa vigente, se encuestará a consumidores digitales y se entrevistará abogados expertos en derecho informático para comprender sus experiencias, opiniones y perspectivas sobre la protección de los derechos del consumidor en el ámbito online.

Los resultados de esta investigación pueden tener un impacto significativo en la mejora de la protección de los consumidores en el uso de canales electrónicos. Las recomendaciones que se formulen pueden ser utilizadas por las autoridades gubernamentales, las empresas y las organizaciones de consumidores para desarrollar e implementar políticas y programas que fortalezcan la protección de los derechos de los consumidores en el entorno online.

La investigación se organiza en cinco capítulos: el primero, problematización de la investigación, presenta el problema a estudiar, los objetivos, la justificación; el segundo, Marco Teórico, expone los conceptos y fundamentos sobre la protección de los consumidores en el uso de canales electrónicos; el tercero, Marco Metodológico, describe los métodos, técnicas y modalidades de investigación utilizados. El Capítulo IV presenta un análisis profundo de los resultados obtenidos, tanto de la investigación bibliográfica como de la investigación de campo. En el Capítulo V, se detallan las conclusiones y recomendaciones derivadas del estudio, evaluando el cumplimiento de cada uno de los objetivos propuestos. A partir de este análisis, se llega a conclusiones e interpretaciones significativas sobre los resultados obtenidos.

Capitulo I.

1. Problematización de la investigación

1.1. Objeto de estudio

Protección de los consumidores electrónicos.

1.2. Campo de la investigación

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor; Ley Orgánica para Defender los Derechos de los Clientes del Sistema Financiero Nacional y Evitar Cobros Indebidos y Servicios No Solicitados; Constitución de la Republica del Ecuador.

1.3. Formulación del problema

¿Cómo garantizar la protección efectiva de los derechos de los consumidores en el uso de canales electrónicos en un contexto de rápido crecimiento del comercio electrónico y evolución tecnológica?

1.4. Planteamiento del problema

En el marco de la globalización y el auge de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), el comercio electrónico ha experimentado un crecimiento exponencial, transformando la forma en que las personas compran y venden bienes y servicios. Este fenómeno denominado e-commerce ha traído consigo una serie de beneficios, como la comodidad, la accesibilidad y la variedad de opciones para los consumidores, también ha generado nuevos desafíos en materia de protección de sus derechos (Alvarez, 2022).

La rápida evolución del comercio electrónico o e-commerce, en algunos casos, ha superado los marcos legales y regulatorios existentes para garantizar la protección efectiva de los consumidores. Esto ha dado lugar a una serie de vulnerabilidades que exponen a los consumidores a diversas prácticas de poder o abusivas por parte de los emprendedores online que operan en el ámbito digital. Los consumidores que utilizan canales electrónicos se enfrentan a diversos desafíos, como publicidad engañosa, prácticas comerciales desleales, dificultades para ejercer sus derechos, inseguridad en las transacciones en línea y falta de mecanismos de resolución de conflictos. Estas problemáticas pueden generar confusión, frustración e incluso perjuicios económicos para los

consumidores, dificultando una experiencia de compra segura y satisfactoria (Martinez, 2020).

A partir del análisis de la problemática general y específica, se pueden identificar posibles soluciones para garantizar la protección de los consumidores en el uso de canales electrónicos, el cual es un tema complejo y multifacético que requiere un enfoque integral que involucre a diferentes actores, como los gobiernos, las empresas, las organizaciones de consumidores y la sociedad civil.

1.5. Justificación

El comercio a nivel mundial ha evolucionado en forma conjunta con el desarrollo de la tecnología. El uso de medios electrónicos se incorpora a la gestión comercial generalizando las compras digitales. El aumento de las compras mediante distintas aplicaciones o canales electrónicos generan la revolución del comercio. La utilización del e-commerce no permite a los consumidores ejercer la defensa de sus derechos relacionados a la calidad, precio y otras características relacionadas a la compra, debido a falta de claridad legal. La vulnerabilidad de los derechos a los consumidores en este ámbito exige un análisis profundo y medidas de protección adecuadas para evitar prácticas desleales, fraudes y abusos. La investigación sobre la protección de los consumidores en el uso de canales electrónicos es fundamental para garantizar su seguridad en un entorno digital en constante evolución.

La investigación sobre el comercio electrónico tiene una alta relevancia social porque sus resultados pueden impactar positivamente a millones de consumidores en todo el mundo, especialmente a los grupos vulnerables como los ancianos, personas con discapacidades y aquellos con menos o nula experiencia tecnológica. Al identificar y abordar sus necesidades específicas, se promueve la equidad y la justicia en el mercado digital, asegurando que todos tengan las mismas oportunidades y protección independientemente de su método de compra.

La investigación es meritoria en el ámbito teórico porque profundiza nuestra comprensión del consumo en la era digital, amplía el conocimiento sobre el derecho del consumidor y aporta información para la elaboración de políticas públicas que protejan a los consumidores en el entorno digital.

Este estudio tiene un impacto práctico sustancial al permitir que las empresas mejoren sus prácticas y cumplan con las regulaciones de protección al consumidor, empoderando a los consumidores para tomar decisiones informadas y proteger sus derechos en el entorno digital, y fortaleciendo las instituciones de protección al consumidor para que puedan responder mejor a las nuevas formas de abuso y fraude en línea.

La metodología empleada en este estudio destaca por su rigor científico, permitiendo la replicabilidad de resultados por otros investigadores. Asimismo, se adecúa perfectamente al tema en cuestión, garantizando la obtención de datos confiables y válidos. Cabe destacar que la investigación se llevará a cabo de forma ética, respetando los derechos de los participantes y asegurando la confidencialidad de la información recopilada.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo General

- Identificar un marco integral para la protección de los consumidores en el uso de canales electrónicos, que permita prevenir, detectar y mitigar de manera efectiva las vulneraciones a sus derechos, promoviendo la confianza y el desarrollo del comercio electrónico en el país.

1.6.2. Objetivos Específicos

- Identificar y analizar los cambios normativos existentes sobre la seguridad del uso de canales electrónicos.
- Evaluar la aplicación de los derechos de los consumidores en canales electrónicos, protección de datos personales y otra información.
- Definir lineamientos para la protección de los consumidores en el uso de canales electrónicos.

Capitulo II.

2. Marco Teórico

2.1. Consumidores en la era digital

Según Cruz et al. (2018) los consumidores digitales son individuos hiperconectados que utilizan la tecnología para investigar, comparar y adquirir productos y servicios. A diferencia de los consumidores tradicionales, estos nuevos actores del mercado son proactivos, exigentes y están ávidos de información. No se conforman con lo que se les ofrece, sino que buscan experiencias personalizadas y relevantes. Las redes sociales, los blogs y los foros en línea se han convertido en sus principales fuentes de información y en espacios donde comparten sus opiniones y experiencias, influyendo en las decisiones de compra de otros consumidores.

El consumidor digital también se caracteriza por su constante búsqueda de novedades y tendencias. Están dispuestos a probar nuevos productos y servicios, y son receptivos a las recomendaciones y sugerencias que reciben a través de las redes sociales y otras plataformas digitales. Las marcas que logran captar su atención y ofrecerles experiencias únicas y memorables tienen la oportunidad de fidelizarlos y convertirlos en embajadores de su marca. Además, los consumidores digitales son cada vez más conscientes del impacto social y ambiental de sus decisiones de compra, por lo que buscan marcas que compartan sus valores y se preocupen por el bienestar del planeta (Alban et al., 2021)

2.2. Derechos y garantías de los consumidores digitales

Los consumidores digitales, al igual que los consumidores tradicionales, gozan de una serie de derechos y garantías que protegen sus intereses en el entorno en línea. Estos derechos abarcan desde la protección de datos personales y la privacidad en línea hasta la transparencia en la contratación y la seguridad en las transacciones financieras electrónicas. Los consumidores tienen derecho a recibir información clara y completa sobre los productos o servicios que adquieren en línea, incluyendo sus características, precio, condiciones de venta y política de devoluciones. Además, tienen derecho a

desistir de la compra en un plazo determinado, conocido como derecho de desistimiento, sin necesidad de justificación (Bedoya et al., 2023).

Las garantías de los consumidores digitales se extienden a la protección contra prácticas comerciales desleales y publicidad engañosa en línea. Los consumidores tienen derecho a recibir productos o servicios que cumplan con las características anunciadas y a ser indemnizados en caso de incumplimiento. Asimismo, existen mecanismos de resolución de conflictos en línea, como la mediación o el arbitraje, que permiten a los consumidores resolver disputas con los proveedores de manera rápida y eficiente. Es importante destacar que los derechos y garantías de los consumidores digitales están en constante evolución, adaptándose a los avances tecnológicos y a las nuevas formas de consumo en línea (Campaña, 2018).

2.2.1. Protección de datos personales en canales electrónicos.

La protección de datos personales en canales electrónicos se ha convertido en una prioridad fundamental en la era digital. Con el creciente uso de internet y las plataformas en línea para realizar transacciones, comunicarse y almacenar información, los datos personales de los usuarios se han vuelto más vulnerables que nunca (Coral et al., 2023).

Esto implica adoptar protocolos de encriptación, autenticación de usuarios, firewalls y sistemas de detección de intrusos para proteger los datos de accesos no autorizados y posibles ciberataques. Además, es fundamental establecer políticas claras sobre el tratamiento de datos personales, informando a los usuarios sobre cómo se recopilan, utilizan y comparten sus datos, y obteniendo su consentimiento previo y explícito para cualquier procesamiento. La implementación de estas medidas no solo protege a los usuarios de posibles fraudes y robos de identidad, sino que también fomenta la confianza en el entorno digital y promueve un uso responsable y ético de los datos personales (Cruz et al., 2018).

2.2.2. Derechos de los consumidores en transacciones electrónicas.

En la actualidad, el mundo digital que incluye e-commerce transacciones bancarias electrónicas, estudios y servicios de plataformas inteligentes son cotidianas y forma parte de la planificación diaria de tareas de las personas. Desde comprar productos en línea hasta realizar operaciones bancarias, los consumidores interactúan constantemente con plataformas y servicios digitales. Para garantizar una experiencia justa y segura, es fundamental conocer y ejercer los derechos que protegen a los consumidores en estas interacciones (Defensoria del Pueblo , 2024).

Los consumidores de e-commerce tienen derecho a recibir información clara, precisa y completa sobre los productos o servicios que se ofertan, incluyendo términos y condiciones, precios, características y cualquier costo adicional. También tienen derecho a la privacidad y protección de sus datos personales, asegurando que la información proporcionada sea utilizada únicamente para los fines acordados y no sea compartida sin consentimiento. Además, los consumidores tienen derecho a cancelar o devolver productos adquiridos en línea dentro de un plazo razonable, así como a recibir un reembolso en caso de insatisfacción o incumplimiento por parte del proveedor. La seguridad en las transacciones electrónicas también es un derecho fundamental, garantizando que los datos de pago y la información personal estén protegidos contra fraudes y accesos no autorizados. En caso de disputas o problemas, los consumidores tienen derecho a presentar reclamos y buscar soluciones a través de mecanismos de resolución de conflictos, ya sea a través de la plataforma en línea, entidades de protección al consumidor o vías legales (Fuentes, 2022).

2.2.3. Acceso y protección de otros tipos de información sensible.

El acceso y la protección de información sensible, más allá de los datos personales, son fundamentales en el mundo digital actual. Esta información puede incluir secretos comerciales, propiedad intelectual, datos financieros confidenciales, registros médicos, información gubernamental clasificada e incluso preferencias personales y datos de comportamiento recopilados por

empresas. El acceso no autorizado o la divulgación de dicha información pueden tener consecuencias devastadoras, desde pérdidas financieras y daños a la reputación hasta riesgos para la seguridad nacional y violaciones de la privacidad individual (Hidalgo & Llamuca, 2020).

Para proteger este tipo de información, se emplean diversas medidas de seguridad, como el cifrado de datos, controles de acceso estrictos, autenticación multifactor, firewalls, sistemas de detección de intrusos y auditorías de seguridad regulares. Además, es fundamental concienciar a los empleados y usuarios sobre la importancia de proteger la información sensible y formarlos en las mejores prácticas de seguridad, como el uso de contraseñas seguras, la identificación de correos electrónicos de phishing y la denuncia de cualquier actividad sospechosa. Las empresas y organizaciones también deben contar con políticas y procedimientos claros para el manejo de la información sensible, incluyendo planes de respuesta a incidentes para mitigar los daños en caso de una brecha de seguridad. La protección de la información sensible es un esfuerzo continuo que requiere vigilancia constante y adaptación a las nuevas amenazas y tecnologías emergentes (Martinez, 2020).

2.3. Áreas clave de protección de los consumidores

La protección de los consumidores e-commerce abarcan un amplio espectro de derechos y garantías diseñados para salvaguardar sus intereses en el mercado. En primer lugar, la protección contra prácticas comerciales desleales es fundamental, que incluye la prohibición de publicidad engañosa, prevención de la venta de productos defectuosos o peligrosos, y regulación de prácticas abusivas como la fijación de precios excesivos o la discriminación de precios. Además, debe garantizar el derecho a la información clara y precisa sobre los productos y servicios, incluyendo sus características, precios, términos y condiciones, y posibles riesgos (Sánchez, 2015).

En segundo lugar, la protección de los derechos contractuales de los consumidores es esencial, esto implica garantizar que los contratos sean justos y equitativos, evitando cláusulas abusivas que puedan perjudicar a los consumidores. También se asegura el derecho a rescindir contratos en

determinadas circunstancias, como en casos de incumplimiento por parte del proveedor o de cambios significativos en las condiciones del contrato. Además, se establecen mecanismos de resolución de conflictos, como la mediación y el arbitraje, para facilitar la solución de disputas entre consumidores y proveedores de manera rápida y eficiente (Quirós, 2019)

2.4. Mecanismos de protección al consumidor

Los mecanismos de protección al consumidor son un conjunto de herramientas y recursos legales diseñados para garantizar los derechos e intereses de los consumidores en sus interacciones con proveedores de bienes y servicios. Estos mecanismos buscan equilibrar la relación entre ambas partes, evitando abusos y prácticas desleales por parte de los proveedores. En Ecuador, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor establece derechos fundamentales como la información clara y veraz, la protección contra la publicidad engañosa, la seguridad y calidad de los productos, y el acceso a mecanismos de reclamación y resolución de conflictos (Procuraduría Federal del Consumidor, 2017).

Entre los mecanismos de protección al consumidor más relevantes se encuentran el derecho a la información, que obliga a los proveedores a proporcionar datos claros y precisos sobre los productos y servicios ofrecidos; el derecho a la seguridad y calidad, que garantiza que los bienes y servicios cumplan con estándares adecuados y no representen riesgos para la salud o seguridad de los consumidores; y el derecho a la reparación e indemnización, que permite a los consumidores exigir reparaciones o compensaciones en caso de incumplimiento o daños causados por productos o servicios defectuosos. Además, existen instituciones públicas encargadas de velar por el cumplimiento de estos derechos, como la Defensoría del Pueblo y la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, que reciben y tramitan denuncias de los consumidores y pueden imponer sanciones a los proveedores que infrinjan la ley (Sánchez, 2015).

2.4.1. Principios rectores para la protección del consumidor en canales electrónicos.

La protección del consumidor de canales electrónicos se rige por una serie de principios fundamentales que garantizan una experiencia segura, transparente y equitativa para los usuarios. En primer lugar, destaca el principio de transparencia, que exige a las empresas brindar información clara, precisa y completa sobre los productos o servicios ofrecidos, incluyendo sus características, condiciones de contratación, precios, formas de pago y políticas de devolución. Asimismo, se promueve la protección de datos personales, asegurando que la recopilación, almacenamiento y uso de esta información se realice de manera lícita, con el consentimiento informado del usuario y con medidas de seguridad adecuadas para prevenir el acceso no autorizado o el uso indebido (Alban et al., 2021).

2.4.2. Responsabilidades de los diferentes actores.

En el dinámico panorama digital, la protección de los consumidores digitales es una responsabilidad compartida que involucra a múltiples actores. Los gobiernos desempeñan un papel importante en el establecimiento de marcos legales y regulatorios sólidos que salvaguarden los derechos de los consumidores en línea. Esto incluye la promulgación de leyes que aborden cuestiones como la privacidad de los datos, la seguridad de las transacciones en línea, la protección contra el fraude y la publicidad engañosa. Además, los gobiernos deben establecer mecanismos de supervisión y aplicación efectivos para garantizar que las empresas cumplan con estas regulaciones y rindan cuentas por cualquier incumplimiento (Scheelje, 2017).

Las empresas, por su parte, tienen la responsabilidad de adoptar prácticas comerciales éticas y transparentes en sus interacciones con los consumidores digitales. Esto implica proporcionar información clara y precisa sobre sus productos y servicios, proteger los datos personales de los consumidores, garantizar la seguridad de las transacciones en línea y resolver de manera justa y eficiente cualquier queja o disputa que pueda surgir. Además, las empresas deben esforzarse por educar a los consumidores sobre sus

derechos y cómo ejercerlos en el entorno digital. La colaboración entre gobiernos, empresas, organizaciones de consumidores y otros actores relevantes es esencial para crear un entorno digital seguro y confiable para todos los consumidores (Martinez, 2020).

2.5. Desafíos actuales en la protección de los consumidores digitales

La protección de los consumidores digitales se enfrenta a una serie de desafíos complejos y en constante evolución. En primer lugar, la rápida expansión de la tecnología y la digitalización de los servicios han creado un entorno en el que los consumidores pueden ser vulnerables a nuevas formas de fraude, engaño y prácticas comerciales desleales. La sofisticación de las tácticas de marketing en línea, el uso de algoritmos opacos y la proliferación de noticias falsas y desinformación dificultan que los consumidores tomen decisiones informadas y protejan sus intereses. Además, la recopilación masiva de datos personales por parte de empresas y plataformas digitales plantea serias preocupaciones sobre la privacidad y la seguridad de la información de los consumidores. El uso indebido de estos datos, la falta de transparencia en su manejo y los riesgos de filtraciones y ciberataques representan amenazas significativas para los derechos y la confianza de los consumidores en el entorno digital (Mendieta, 2017).

Otro desafío importante es la falta de regulación y supervisión adecuadas en el ámbito digital. Las leyes y normativas existentes a menudo no están actualizadas para abordar las complejidades y los riesgos específicos del entorno digital. La naturaleza transfronteriza de muchas transacciones y actividades en línea dificulta la aplicación de las leyes nacionales y la cooperación internacional para proteger a los consumidores. Además, la rápida evolución de la tecnología y los modelos de negocio digitales plantea desafíos para la adaptación de las regulaciones y la capacidad de las autoridades para mantenerse al día con las nuevas prácticas y tecnologías emergentes. La falta de recursos y conocimientos técnicos en las agencias de protección al consumidor también puede limitar su capacidad para investigar y abordar eficazmente las quejas y los problemas de los consumidores en el entorno digital (Scheelje, 2017).

2.6. Responsabilidad del Estado en la protección de los consumidores

El Estado, en su rol de garante del bienestar de la sociedad, asume una responsabilidad fundamental en la protección de los derechos de los consumidores. La responsabilidad del Estado se traduce en la creación y aplicación de un marco legal sólido que establezca normas claras y efectivas para regular las relaciones comerciales, asegurando así la transparencia, la equidad y la seguridad en el mercado. El Estado debe velar por el cumplimiento de estas normas, sancionando a aquellos proveedores que incurran en prácticas abusivas o engañosas que vulneren los derechos de los consumidores (Logalty, 2023).

Además de la regulación y supervisión del mercado, el Estado debe promover la educación y la información de los consumidores, empoderándolos para tomar decisiones informadas y conscientes. Esto implica fomentar la difusión de información clara y accesible sobre los productos y servicios disponibles, así como sobre sus derechos y las vías de reclamo en caso de incumplimiento. El Estado debe garantizar el acceso a mecanismos de resolución de conflictos ágiles y efectivos, que permitan a los consumidores obtener una reparación justa y oportuna en caso de ser perjudicados. En última instancia, la responsabilidad del Estado en la protección de los consumidores se traduce en la construcción de un entorno de consumo seguro y confiable, donde los derechos de los consumidores sean respetados y protegidos en todo momento (UNIR, 2020).

2.7. Marco legal y regulatorio de la Seguridad en Canales Electrónicos

2.7.1. Regulaciones internacionales

Directrices de la OCDE para la Protección de los Consumidores en el Contexto del Comercio Electrónico

Las Directrices de la OCDE para la Protección de los Consumidores en el Contexto del Comercio Electrónico son un conjunto de recomendaciones no vinculantes pero influyentes, desarrolladas por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) para abordar los desafíos

específicos que enfrentan los consumidores en el entorno digital. Estas directrices buscan garantizar que los consumidores disfruten de los mismos derechos y protecciones en el comercio electrónico que en las transacciones tradicionales, promoviendo así la confianza y el crecimiento del comercio en línea. Estas directrices abarcan una gran gama de temas importantes para la protección del consumidor en línea. En primer lugar, enfatizan la importancia de la transparencia y la información clara y precisa sobre los productos o servicios ofrecidos, los términos y condiciones de venta, los precios, las opciones de pago y los métodos de entrega. También abordan la necesidad de un consentimiento informado por parte del consumidor antes de realizar cualquier compra, así como el derecho de desistimiento o cancelación de la compra dentro de un plazo razonable (OCDE, 2022).

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD)

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) es un organismo intergubernamental permanente establecido en 1964 como órgano principal de la Asamblea General de las Naciones Unidas en el ámbito del comercio y el desarrollo. Su misión fundamental es promover el desarrollo sostenible e inclusivo de los países en desarrollo a través del comercio internacional, la inversión, la financiación y la tecnología. La UNCTAD desempeña un papel fundamental en la formulación de políticas y la creación de consenso en temas clave relacionados con el comercio y el desarrollo, especialmente en lo que respecta a los desafíos y oportunidades que enfrentan los países en desarrollo en la economía global. A través de su investigación, análisis y asistencia técnica, la UNCTAD proporciona a los países en desarrollo las herramientas y el conocimiento necesarios para participar de manera efectiva en el comercio internacional y lograr un desarrollo económico sostenible (UNCTAD, 2024).

Organización Mundial del Comercio OMC

La Organización Mundial del Comercio (OMC) (2013) es una organización intergubernamental que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países. Su objetivo principal es garantizar que el comercio fluya de la manera más fluida, predecible y libre posible, siempre que sea compatible con las normas acordadas por los países miembros.

En el contexto de la protección del consumidor en el comercio electrónico, la OMC no tiene un acuerdo específico que aborde directamente este tema. Sin embargo, varios de sus acuerdos existentes tienen implicaciones importantes para la protección del consumidor en línea.

Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT): Este acuerdo establece principios generales sobre el comercio de bienes, incluyendo la no discriminación, la transparencia y la reducción de barreras arancelarias. Estos principios también son relevantes para el comercio electrónico, ya que garantizan un acceso equitativo a los productos y servicios en línea para los consumidores de todos los países miembros.

Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS): Este acuerdo establece normas para el comercio de servicios, incluyendo los servicios prestados a través de medios electrónicos. El AGCS exige a los países miembros que traten a los proveedores de servicios extranjeros de manera no discriminatoria y que garanticen la transparencia en sus regulaciones, lo que puede beneficiar a los consumidores al aumentar la competencia y la oferta de servicios en línea.

Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC): Este acuerdo establece normas mínimas para la protección de los derechos de propiedad intelectual, incluyendo los derechos de autor, las patentes y las marcas comerciales. La protección de los derechos de propiedad intelectual es importante para los consumidores en línea, ya que garantiza la autenticidad y la calidad de los productos y servicios que compran en línea.

Comité de Comercio Electrónico: La OMC cuenta con un Comité de Comercio Electrónico que se encarga de examinar las cuestiones relacionadas con el comercio electrónico y su impacto en el comercio internacional. Este comité brinda un foro para que los países miembros discutan y compartan sus experiencias en materia de comercio electrónico, incluyendo la protección del consumidor.

2.7.2. Regulaciones Nacionales

En Ecuador, la protección de los consumidores en el uso de canales electrónicos está regulada por un conjunto de leyes y normativas que buscan garantizar transacciones seguras y transparentes. Las principales son:

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

Esta ley establece los derechos básicos de los consumidores, incluyendo el derecho a la información clara y veraz, a la protección contra publicidad engañosa y a la seguridad en las transacciones electrónicas (Ley Organica de Defensa del Consumidor, 2012).

Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos

Esta ley regula específicamente las transacciones electrónicas, estableciendo las condiciones para la validez de los contratos electrónicos, la protección de datos personales y la responsabilidad de los proveedores de servicios electrónicos (Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, 2012).

Código Orgánico Monetario y Financiero

En su sección de Medios de Pago Electrónico, este código establece normas para garantizar la seguridad y eficiencia de las transacciones financieras electrónicas, incluyendo la protección contra fraudes y la responsabilidad de las instituciones financieras (Código Orgánico Monetario y Financiero, 2018).

Reglamento General a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

Este reglamento detalla los procedimientos para la aplicación de la Ley de Defensa del Consumidor, incluyendo los mecanismos para la resolución de conflictos y la imposición de sanciones (Reglamento General a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2012).

Además de estas leyes y normativas generales, existen también regulaciones específicas para ciertos sectores, como el financiero y el de telecomunicaciones, que establecen normas adicionales para la protección de los consumidores en el uso de canales electrónicos.

Capitulo III.

3. Metodología de la investigación

La metodología de la investigación fue diseñada con el objetivo de garantizar un análisis riguroso y sistemático de la protección del consumidor en canales electrónicos. Se adoptó un enfoque mixto que permitió la triangulación de datos provenientes de fuentes documentales y de campo, lo que facilitó una comprensión integral del fenómeno estudiado.

La investigación mixta es una metodología que combina elementos de la investigación cuantitativa y cualitativa para abordar un problema de investigación de manera más completa. Este enfoque implica la recopilación, análisis e interpretación de datos numéricos (cuantitativos) y datos no numéricos (cualitativos), con el objetivo de obtener una comprensión más profunda y rica del fenómeno estudiado. La investigación mixta se utiliza cuando un solo enfoque (ya sea cuantitativo o cualitativo) no es suficiente para responder a la pregunta de investigación de manera adecuada. (Ortega, 2024).

3.1. Modalidad de estudio

La investigación utilizará una **modalidad mixta**, combinando elementos de la investigación documental y de campo.

- **Investigación documental:** Se llevó a cabo una revisión exhaustiva de la literatura existente sobre la protección del consumidor en canales electrónicos, incluyendo leyes, reglamentos, jurisprudencia, informes de investigación y publicaciones académicas. El objetivo fue contextualizar el problema dentro del marco teórico y normativo vigente, identificando brechas y áreas de oportunidad en la legislación ecuatoriana.
- **Investigación de campo:** Se recopiló información primaria mediante encuestas a consumidores y entrevistas a expertos en derecho informático. Esta modalidad permitió conocer de primera mano las percepciones y experiencias de los actores involucrados, así como evaluar la aplicación efectiva de las normativas existentes.

- **Investigación cualitativa:** Se utiliza la investigación cualitativa, mediante la revisión documental y entrevistas a expertos, para contextualizar el problema dentro del marco teórico y normativo existente. Esta aproximación permite identificar vacíos en la legislación ecuatoriana, conocer en profundidad las percepciones y experiencias de los expertos en derecho informático y evaluar la aplicación efectiva de las normativas vigentes sobre la protección del consumidor en canales electrónicos.
- **Investigación cuantitativa:** Se emplea la investigación cuantitativa a través de encuestas a consumidores con el propósito de recopilar información primaria y datos numéricos sobre las experiencias y percepciones de los usuarios. Esta modalidad permite medir la frecuencia de compras en línea, el nivel de seguridad percibido en las transacciones, la incidencia de experiencias negativas y el grado de conocimiento sobre los derechos del consumidor en el entorno digital, para identificar patrones y tendencias.

3.2. Tipo de investigación

La investigación exploratoria se utiliza para estudiar temas poco investigados o desconocidos, abriendo camino para futuras investigaciones. La investigación descriptiva busca detallar las características y propiedades de un fenómeno. La investigación correlacional mide la relación entre dos o más variables. Finalmente, la investigación explicativa busca determinar las causas de un fenómeno y las condiciones en las que se manifiesta. Estos tipos de investigación no son excluyentes y pueden combinarse en un mismo estudio (Universidad de Guanajuato, 2021).

La investigación fue de tipo **descriptivo, exploratorio y correlacional.**

- **Descriptivo:** Mediante la aplicación de este tipo de investigación se determina las prácticas actuales de protección al consumidor en canales electrónicos, así como las percepciones y experiencias de los consumidores y expertos en la materia. Este enfoque permite caracterizar el contexto actual y establecer puntos de referencia sobre la situación del comercio electrónico en Ecuador.

- **Exploratorio:** Para identificar áreas poco estudiadas en la protección del consumidor digital y analizar posibles vacíos legales o deficiencias en los mecanismos de defensa. Este tipo de investigación resultó fundamental para proponer mejoras y sugerir cambios en las políticas existentes.
- **Correlacional:** El examen de la relación entre diversas variables, como el nivel de conocimiento de los consumidores sobre sus derechos y su grado de satisfacción con las medidas de protección actuales. A través del análisis de estas relaciones, se puede formular recomendaciones más precisas y fundamentadas.

3.3. Técnicas

Revisión bibliográfica: Se analiza documentos relevantes para fundamentar teóricamente la investigación.

Encuestas: Se aplica cuestionarios estructurados a una muestra de consumidores para evaluar sus experiencias y percepciones sobre la protección en el comercio electrónico.

Entrevistas: Se realiza entrevistas semiestructuradas a expertos en derecho informático con el fin de profundizar en el marco legal y sus implicaciones en la protección del consumidor.

3.4. Materiales

Para la ejecución de la investigación, se utilizaron los siguientes materiales:

Fuentes bibliográficas: Libros, artículos científicos, leyes, reglamentos, jurisprudencia, informes de investigación.

Cuestionarios de encuesta: Diseñados para recopilar datos cuantitativos y cualitativos sobre las experiencias y opiniones de los consumidores.

Guías de entrevista: Estructuradas para obtener información detallada de los expertos en derecho informático.

Software de análisis de datos: Para procesar y analizar los datos recopilados.

3.5. Población

En investigación, la población se refiere al conjunto total de individuos, objetos o eventos que comparten características específicas y que son objeto de estudio. Es importante delimitar y comprender la población para asegurar la validez y confiabilidad de la investigación, ya que esto influye en la selección de técnicas estadísticas apropiadas y en la representatividad de la muestra. La población puede ser tanto homogénea como heterogénea, y su correcta identificación es fundamental para generalizar los resultados y evitar errores de cobertura. Además, en investigaciones cualitativas, la población se selecciona cuidadosamente para obtener información rica y detallada sobre el fenómeno estudiado (Vizcaíno et al., 2023).

La población de estudio estuvo conformada por dos grupos principales:

- Consumidores ecuatorianos que realizan transacciones comerciales a través de canales electrónicos.
- Abogados expertos en derecho informático, especializados en temas de protección al consumidor en el entorno digital.

3.6. Muestra

En investigación, una muestra es un subconjunto de individuos, elementos o eventos seleccionados de una población más grande. El propósito de usar una muestra es estudiar y analizar las características de ese subconjunto para poder hacer inferencias y generalizaciones sobre la población completa, sin tener que examinar a cada uno de sus miembros. La clave es que la muestra sea representativa de la población, lo cual se logra mediante técnicas de muestreo adecuadas, ya sean probabilísticas o no probabilísticas, dependiendo de los objetivos y recursos de la investigación (Vizcaíno y otros, 2023).

Se utilizó un muestreo por conveniencia, seleccionando una muestra representativa de consumidores que realizan compras en línea, a través de encuestas aplicadas mediante Microsoft Forms. Para las entrevistas, se

seleccionó a un abogado experto en derecho informático con experiencia en el tema.

3.7. Procesamiento de información

Los datos recopilados fueron analizados mediante técnicas estadísticas y cualitativas con el uso de software especializado. Se aplicaron métodos de codificación y categorización de respuestas para identificar patrones y relaciones en la información obtenida. Este análisis permitió extraer conclusiones válidas y fundamentadas sobre la problemática investigada.

Capítulo VI.

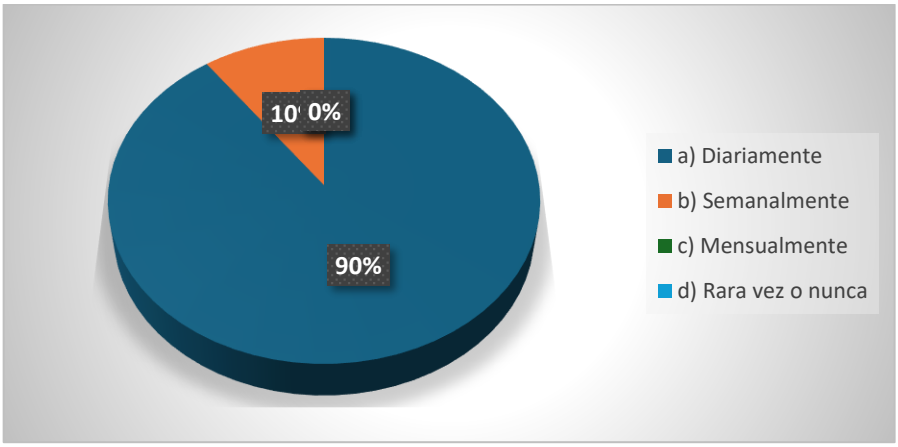
4. Análisis de los resultados

4.1. Encuestas

Pregunta 1

¿Con qué frecuencia realiza compras mediante plataformas interactivas o transacciones en línea?

Opciones	Participantes	Porcentaje
a) Diariamente	135	90%
b) Semanalmente	15	10%
c) Mensualmente	0	0%
d) Rara vez o nunca	0	0%
TOTAL	**150**	**100%**



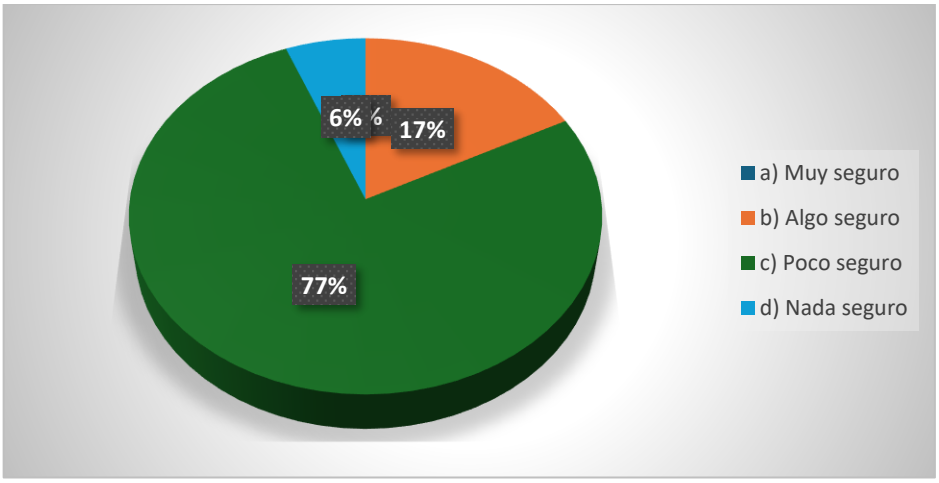
Análisis e interpretación:

Se observa que la mayoría de los participantes (90%) realiza compras en línea diariamente, lo que indica una alta frecuencia de uso de canales electrónicos para compras. Un pequeño porcentaje (10%) realiza compras semanalmente, mientras que las opciones de compras mensuales o más esporádicas no fueron seleccionadas por ningún participante. Estos resultados sugieren una tendencia creciente hacia la adopción de plataformas interactivas y transacciones en línea para las compras, lo que destaca la importancia de abordar la protección de los consumidores en este contexto digital.

Pregunta 2

¿Se siente seguro al realizar compras en línea con la utilización de tarjeta de crédito, tarjeta de débito o efectivo?

Opciones	Participantes	Porcentaje
a) Muy seguro	0	0%
b) Algo seguro	26	17%
c) Poco seguro	115	77%
d) Nada seguro	9	6%
TOTAL	**150**	**100%**



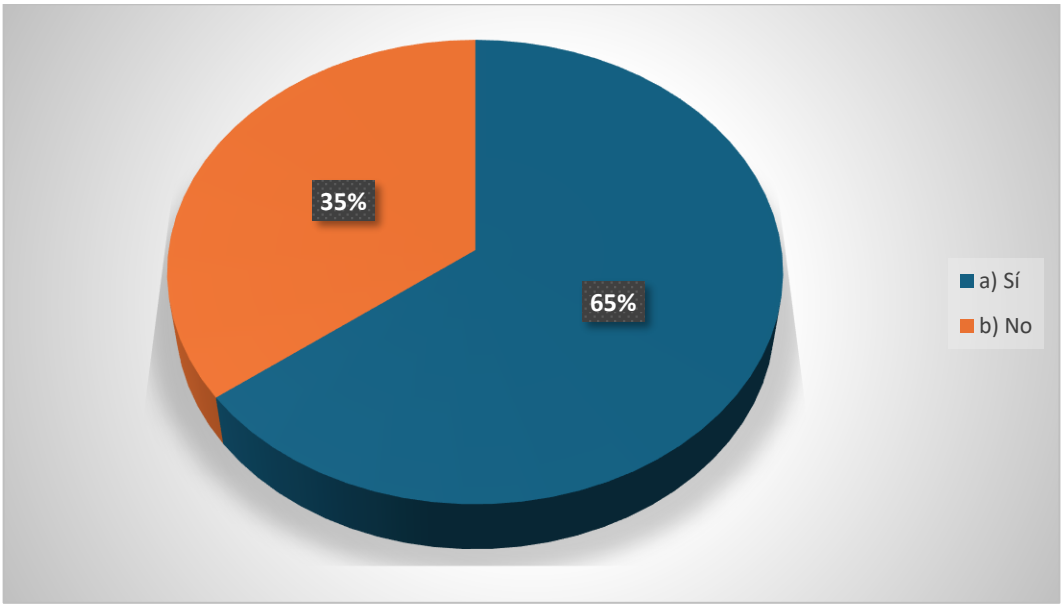
Análisis e interpretación:

La mayoría de los participantes (77%) se sienten poco seguros al realizar compras en línea con tarjeta de crédito, débito o efectivo. Esto indica una clara preocupación sobre la seguridad en las transacciones electrónicas. La media (que no se puede calcular con los datos proporcionados) y la mediana (17%) también apuntan a una percepción general de inseguridad. Es importante destacar que ningún participante se siente "Muy seguro" y solo un pequeño porcentaje (17%) se siente "Algo seguro". Estos resultados sugieren que la protección al consumidor en el uso de canales electrónicos es un tema que requiere atención, ya que la falta de confianza en la seguridad de las transacciones puede afectar negativamente el desarrollo del comercio electrónico.

Pregunta 3

¿Ha tenido alguna experiencia negativa al comprar en plataformas virtuales o realizar transacciones en línea (ej. fraude, estafa, producto no recibido)?

Opciones	Participantes	Porcentaje
a) Sí	97	65%
b) No	53	35%
TOTAL	150	100%



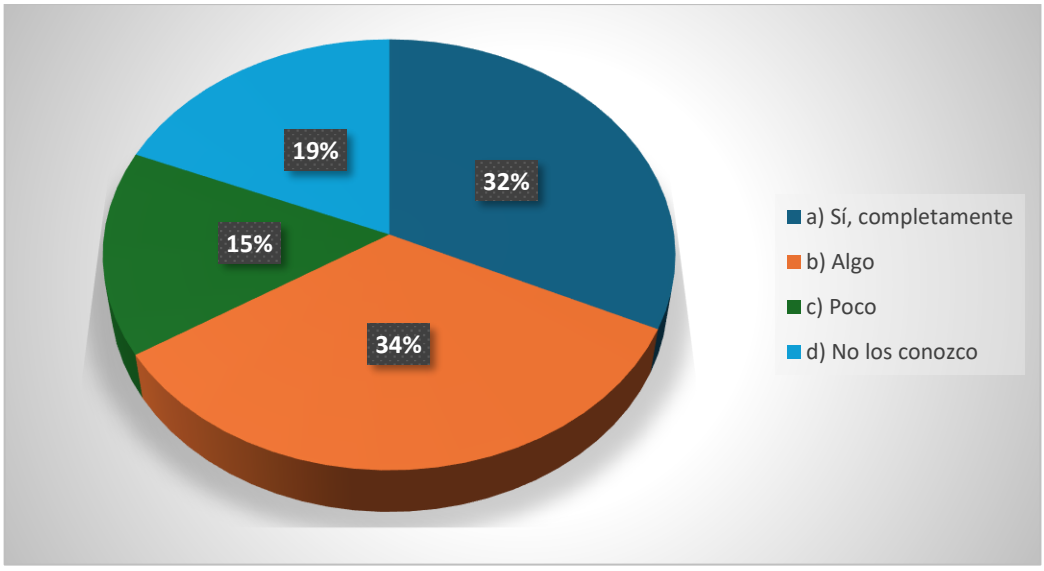
Análisis e interpretación:

Los resultados de la pregunta 3 indican que la mayoría de los participantes (65%) ha tenido alguna experiencia negativa al comprar en plataformas virtuales o realizar transacciones en línea. Esto sugiere que la protección de los consumidores en el uso de canales electrónicos es un tema que requiere atención, ya que un porcentaje significativo de usuarios ha sido víctima de fraude, estafa o ha tenido problemas con la recepción de productos. El 35% restante de los participantes no ha tenido experiencias negativas, lo que indica que, si bien existen riesgos, también es posible utilizar los canales electrónicos de forma segura.

Pregunta 4

¿Conoce sus derechos como consumidor en el entorno digital?

Opciones	Participantes	Porcentaje
a) Sí, completamente	48	32%
b) Algo	51	34%
c) Poco	23	15%
d) No los conozco	28	19%
TOTAL	150	100%



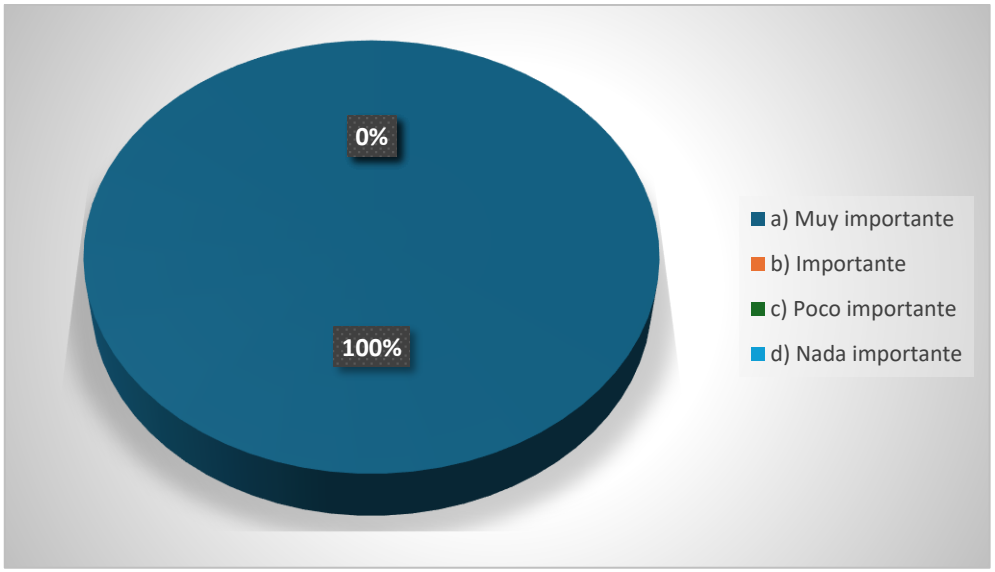
Análisis e interpretación:

Los resultados de la pregunta 4 muestran que la mayoría de los participantes (66%) tiene algún conocimiento sobre sus derechos como consumidores en el entorno digital, aunque solo el 32% afirma conocerlos completamente. Por otro lado, un 19% de los participantes admite no conocer sus derechos en absoluto. Estos datos sugieren que existe un desconocimiento generalizado sobre los derechos de los consumidores en el ámbito digital, lo que puede dificultar su capacidad para protegerse frente a posibles fraudes o abusos. Es importante, por lo tanto, promover la educación y la concienciación sobre este tema para empoderar a los consumidores y garantizar una experiencia segura y justa en el entorno digital.

Pregunta 5

¿Qué tan importante considera la protección de sus datos personales al realizar transacciones en línea?

Opciones	Participantes	Porcentaje
a) Muy importante	150	100%
b) Importante	0	0%
c) Poco importante	0	0%
d) Nada importante	0	0%
TOTAL	150	100%



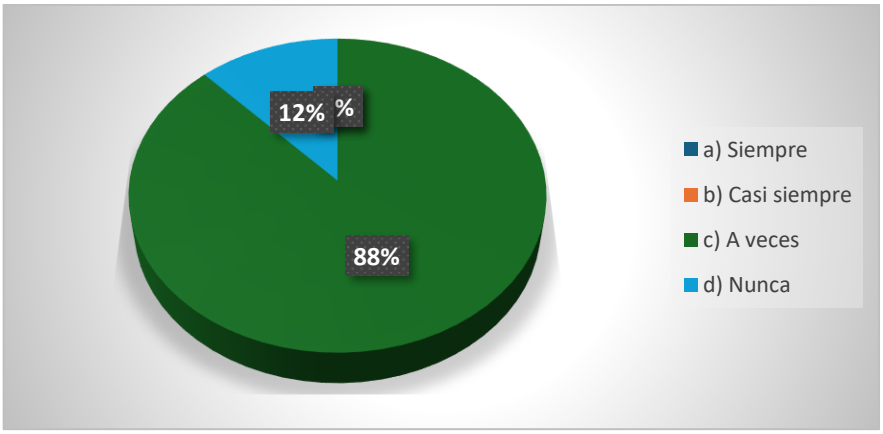
Análisis e interpretación:

El análisis de la pregunta 5 revela una contundente preocupación por la protección de datos personales en transacciones en línea. La totalidad de los participantes (150) la calificaron como "Muy importante", lo que evidencia una alta sensibilidad hacia la seguridad de la información en el contexto digital. Este resultado unánime subraya la importancia de implementar medidas robustas para garantizar la privacidad y la confianza del consumidor en el uso de canales electrónicos.

Pregunta 6

¿Lee detenidamente y comprende los términos y condiciones antes de realizar una compra en línea?

Opciones	Participantes	Porcentaje
a) Siempre	0	0%
b) Casi siempre	0	0%
c) A veces	132	88%
d) Nunca	18	12%
TOTAL	150	100%



Análisis e interpretación:

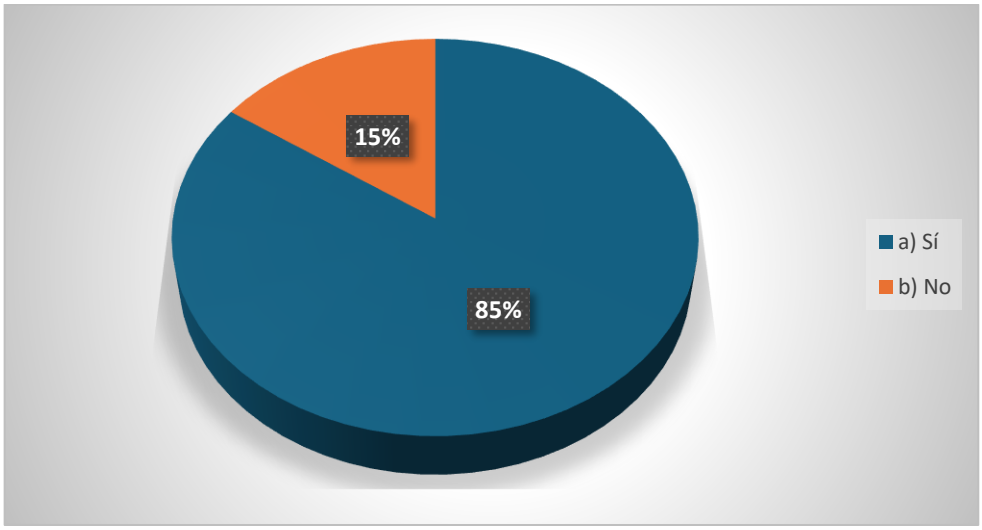
Un abrumador 88% admite leer los términos y condiciones solo "a veces", mientras que un 12% confiesa no leerlos "nunca". La ausencia total de participantes que "siempre" o "casi siempre" lean estos documentos, indica una

clara falta de diligencia por parte de los consumidores al realizar compras en línea. Esta conducta los coloca en una posición vulnerable ante posibles cláusulas abusivas o desfavorables, limitando su capacidad de reclamar sus derechos como consumidores en caso de incumplimiento o problemas con el producto o servicio adquirido. Estos datos evidencian la necesidad de implementar estrategias que promuevan una mayor conciencia sobre la importancia de leer y comprender los términos y condiciones en el entorno digital, empoderando a los consumidores para tomar decisiones informadas y proteger sus intereses en el comercio electrónico.

Pregunta 7

¿Ha presentado alguna queja o reclamo por un problema relacionado con una compra en plataformas digitales o transacción en línea?

Opciones	Participantes	Porcentaje
a) Sí	127	85%
b) No	23	15%
TOTAL	150	100%



Análisis e interpretación:

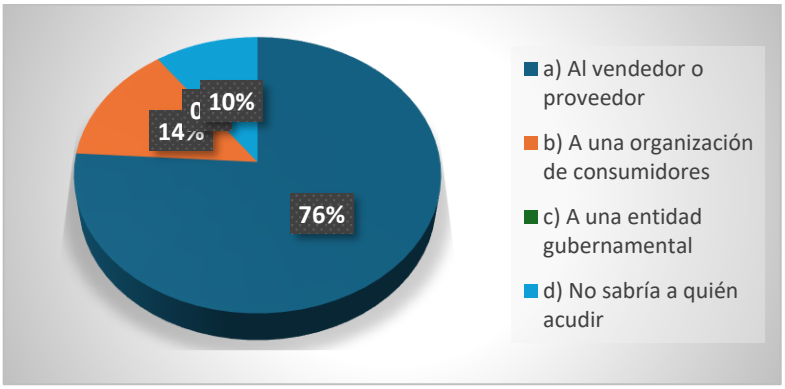
Un análisis de los resultados de la pregunta 7 revela que la gran mayoría de los participantes (85%) ha presentado al menos una queja o reclamo por un problema relacionado con una compra en plataformas digitales o transacción en

línea. Esto indica que existe un alto nivel de insatisfacción entre los consumidores con respecto a la protección de sus derechos en el uso de canales electrónicos. Los problemas más comunes que motivan estas quejas o reclamos incluyen el incumplimiento de las condiciones de venta, la falta de información clara y precisa sobre los productos o servicios, y las dificultades para realizar devoluciones o cambios. Es importante destacar que solo el 15% de los participantes no ha presentado ninguna queja o reclamo, lo que sugiere que la mayoría de los consumidores han experimentado algún tipo de problema en sus transacciones en línea.

Pregunta 8

En caso de tener un problema con una compra en línea, ¿a quién acudiría en primer lugar?

Opciones	Participantes	Porcentaje
a) Al vendedor o proveedor	114	76%
b) A una organización de consumidores	21	14%
c) A una entidad gubernamental	0	0%
d) No sabría a quién acudir	15	10%
TOTAL	150	100%



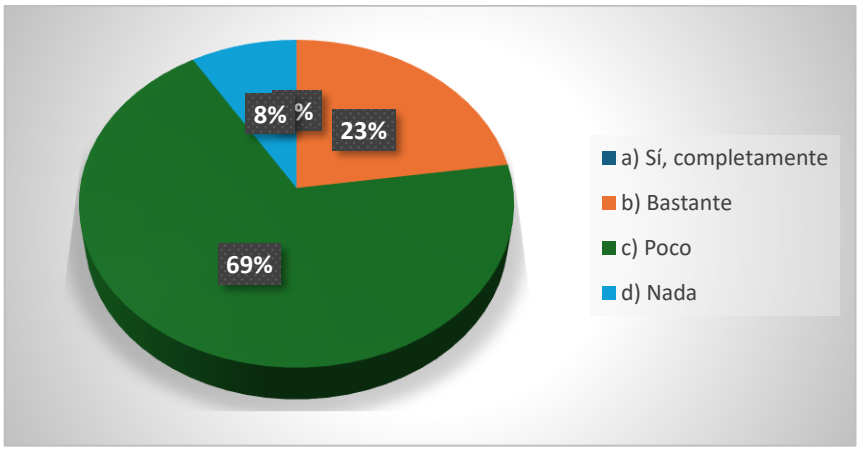
Análisis e interpretación:

Los resultados de la encuesta muestran una clara preferencia de los consumidores por contactar directamente al vendedor o proveedor (76%) en caso de tener un problema con una compra en línea. Esto sugiere que los consumidores confían en que el vendedor resolverá el problema de manera efectiva. Un porcentaje menor (14%) acudiría a una organización de consumidores, lo que indica que estas organizaciones juegan un papel secundario en la resolución de conflictos. Es preocupante que un 10% de los encuestados no sabría a quién acudir, lo que revela una falta de conocimiento sobre las opciones de protección al consumidor en el ámbito digital.

Pregunta 9

¿Cree que las leyes actuales en Ecuador protegen adecuadamente a los consumidores en el entorno digital?

Opciones	Participantes	Porcentaje
a) Sí, completamente	0	0%
b) Bastante	34	23%
c) Poco	103	69%
d) Nada	13	8%
TOTAL	150	100%



Análisis e interpretación:

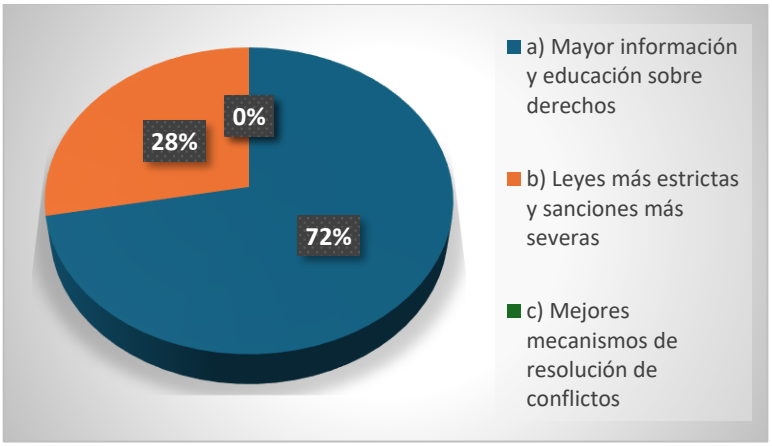
Los resultados de la pregunta 9 muestran que la mayoría de los participantes (69%) considera que las leyes actuales en Ecuador protegen "poco"

a los consumidores en el entorno digital. Un 23% adicional cree que la protección es "bastante", mientras que un 8% opina que "nada". Estos datos reflejan una percepción generalizada de que la legislación ecuatoriana no es lo suficientemente robusta para garantizar la seguridad de los consumidores en el ámbito digital, lo que sugiere la necesidad de fortalecer el marco legal para abordar las nuevas amenazas y desafíos que enfrentan los consumidores en línea.

Pregunta 10

¿Qué medidas considera más importantes para mejorar la protección de los consumidores en el entorno digital?

Opciones	Participantes	Porcentaje
a) Mayor información y educación sobre derechos	108	72%
b) Leyes más estrictas y sanciones más severas	42	28%
c) Mejores mecanismos de resolución de conflictos	0	0%
d) Mayor transparencia por parte de las empresas	0	0%
TOTAL	150	100%



Análisis e interpretación:

Los resultados de la pregunta 10 indican que la mayoría de los participantes (72%) considera que la medida más importante para mejorar la protección de los consumidores en el entorno digital es "Mayor información y educación sobre derechos". Esto sugiere que existe una necesidad percibida de empoderar a los consumidores con el conocimiento necesario para comprender y ejercer sus derechos en el ámbito digital. En segundo lugar, un 28% de los participantes considera que "Leyes más estrictas y sanciones más severas" son fundamentales para la protección del consumidor. Esto refleja un deseo de un marco legal más sólido que desaliente las prácticas comerciales desleales y proteja a los consumidores de posibles abusos.

4.2. Entrevistas

Introducción:

Buenos días/tardes. Agradecemos su tiempo para esta entrevista. Su experiencia en Derecho Informático es invaluable para comprender los desafíos y oportunidades en la protección de los consumidores en el entorno digital.

Preguntas:

1. **En su opinión, ¿cuáles son los tres principales desafíos que enfrentan los consumidores al utilizar canales electrónicos en Ecuador, y cómo afectan estos desafíos a sus derechos y seguridad?**

Los tres principales desafíos que enfrentan los consumidores ecuatorianos en canales electrónicos son la falta de información clara y completa

sobre productos y servicios, lo que puede llevar a decisiones de compra equivocadas; la inseguridad en las transacciones, evidenciada por el alto porcentaje de personas que se sienten poco seguras al usar tarjetas de crédito o débito online y la alta incidencia de experiencias negativas como fraudes y estafas; y el desconocimiento de sus derechos como consumidores en el entorno digital, lo cual dificulta la defensa de sus intereses en caso de problemas. Estos desafíos afectan la confianza del consumidor, limitan el crecimiento del comercio electrónico y pueden resultar en pérdidas económicas y vulneración de datos personales.

2. **¿Considera que la legislación ecuatoriana actual (como la Ley de Defensa del Consumidor y la Ley de Comercio Electrónico) es suficiente para proteger a los consumidores en el comercio electrónico? ¿Qué mejoras o modificaciones sugeriría?**

Si bien la Ley de Defensa del Consumidor y la Ley de Comercio Electrónico proveen un marco básico, no son suficientes para la realidad actual del comercio electrónico. Se necesitan modificaciones para abordar la protección de datos personales de forma más robusta, especificar las obligaciones de las plataformas digitales en la prevención de fraudes y estafas, y establecer mecanismos de resolución de conflictos más ágiles y accesibles. Además, se debe considerar la incorporación de regulaciones específicas para nuevas tecnologías como la inteligencia artificial y el blockchain en el contexto del consumo.

3. **La protección de datos personales es un tema crítico en el mundo digital. ¿Cómo evalúa la implementación de la normativa de protección de datos en Ecuador en relación con las transacciones electrónicas? ¿Qué medidas adicionales serían necesarias para garantizar la privacidad de los consumidores?**

La implementación de la normativa de protección de datos en Ecuador aún está en desarrollo. Si bien la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales establece principios importantes, su aplicación en el contexto de las transacciones electrónicas requiere mayor atención. Se necesitan mecanismos

de control más efectivos para garantizar el cumplimiento de la ley por parte de las empresas, así como campañas de concienciación para que los consumidores comprendan sus derechos y cómo ejercerlos. La implementación de tecnologías de seguridad como el cifrado y la autenticación multifactor también son importantes para proteger la privacidad en las transacciones

4. **La publicidad engañosa y las prácticas comerciales desleales son preocupaciones frecuentes en el comercio electrónico. ¿Qué estrategias legales y tecnológicas pueden implementar las empresas para prevenir estos problemas y proteger a los consumidores?**

Para prevenir la publicidad engañosa y las prácticas comerciales desleales, las empresas deben implementar políticas de transparencia que garanticen información clara, precisa y completa sobre sus productos o servicios. Deben evitar el uso de lenguaje ambiguo o confuso en sus comunicaciones y cumplir con las normas de protección de datos. Tecnológicamente, pueden utilizar herramientas de monitoreo para detectar y eliminar anuncios fraudulentos o engañosos en sus plataformas. Es fundamental que las empresas establezcan canales de comunicación efectivos para atender las quejas y reclamos de los consumidores de forma oportuna y transparente

5. **Los mecanismos de resolución de conflictos en línea son esenciales para los consumidores. ¿Cómo evalúa la eficacia de los mecanismos actuales en Ecuador? ¿Qué mejoras recomendaría para agilizar y facilitar la resolución de disputas en el comercio electrónico?**

Los mecanismos de resolución de conflictos en línea en Ecuador son limitados en su eficacia. Se requiere fortalecer las plataformas de resolución alternativa de disputas en línea, promoviendo su uso y garantizando su accesibilidad, transparencia e imparcialidad. Es importante que estos mecanismos sean ágiles, eficientes y brinden soluciones justas tanto para consumidores como para empresas. Se debe considerar la implementación de sistemas de arbitraje en línea para resolver disputas de bajo monto de forma rápida y económica

6. **La educación y concienciación de los consumidores son clave para su protección. ¿Qué estrategias considera más efectivas para informar a los consumidores sobre sus derechos y cómo ejercerlos en el entorno digital?**

Para informar a los consumidores sobre sus derechos en el entorno digital, se deben implementar estrategias educativas multifacéticas. Esto incluye campañas de concienciación en medios tradicionales y digitales, el desarrollo de materiales informativos accesibles y fáciles de comprender, y la incorporación de la educación sobre consumo responsable en el currículo escolar. Es fundamental promover la alfabetización digital para que los consumidores puedan navegar el entorno digital de forma segura y responsable. Las organizaciones de consumidores y las entidades gubernamentales deben trabajar en conjunto para crear programas de educación y capacitación continua

7. **La tecnología avanza rápidamente. ¿Qué tendencias tecnológicas emergentes (como la inteligencia artificial o el blockchain) podrían afectar la protección del consumidor en canales electrónicos, y cómo deberían prepararse los legisladores y las empresas para estos cambios?**

Tecnologías como la inteligencia artificial y el blockchain presentan tanto oportunidades como desafíos para la protección del consumidor. La IA puede personalizar la experiencia de compra, pero también puede ser utilizada para prácticas discriminatorias o manipulación. El blockchain ofrece potencial para la seguridad y transparencia en las transacciones, pero plantea interrogantes sobre la privacidad y la responsabilidad. Los legisladores deben adaptar el marco legal para abordar estos desafíos, promoviendo la innovación y protegiendo los derechos de los consumidores. Las empresas deben implementar estas tecnologías de forma ética y responsable, priorizando la seguridad y la privacidad de los consumidores

8. **¿Cómo ve el futuro de la protección del consumidor en el comercio electrónico en Ecuador? ¿Qué medidas deberían tomarse a largo**

plazo para garantizar una experiencia segura y justa para los consumidores en el entorno digital?

El futuro de la protección del consumidor en el comercio electrónico en Ecuador dependerá de la capacidad de adaptarse a los avances tecnológicos y a las necesidades cambiantes de los consumidores. Es importante fortalecer el marco legal, promover la educación y concienciación, y fomentar la colaboración entre el sector público, privado y la sociedad civil. Se debe priorizar la creación de un entorno digital seguro, transparente y confiable que impulse el crecimiento del comercio electrónico y proteja los derechos de los consumidores

9. **Desde su perspectiva, ¿cuál es el papel de los abogados especializados en Derecho Informático en la promoción y defensa de los derechos de los consumidores en canales electrónicos? ¿Qué acciones concretas pueden llevar a cabo?**

Los abogados especializados en Derecho Informático juegan un papel fundamental en la promoción y defensa de los derechos de los consumidores en canales electrónicos. Pueden brindar asesoría legal a consumidores y empresas, representar a consumidores en casos de disputas, y participar en la elaboración de políticas públicas en materia de protección al consumidor en el entorno digital. Deben mantenerse actualizados sobre las nuevas tecnologías y las tendencias legales para brindar una representación efectiva y contribuir a la construcción de un entorno digital más justo y seguro.

10. **¿Hay algún otro aspecto relevante sobre la protección del consumidor en canales electrónicos que le gustaría destacar o comentar**

Es importante destacar la necesidad de fortalecer la cooperación internacional en materia de protección al consumidor en el comercio electrónico. El carácter transfronterizo de las transacciones en línea requiere la colaboración entre países para abordar los desafíos y garantizar la protección de los consumidores a nivel global. Además, se debe prestar especial atención a la protección de los grupos vulnerables, como los niños y los adultos mayores, en el entorno digital.

4.3. Discusión y resultados

Los resultados de la investigación revelan una creciente adopción de canales electrónicos para compras en Ecuador, con un 90% de los encuestados realizando compras en línea diariamente. Esta tendencia, si bien positiva para el desarrollo del comercio electrónico, plantea importantes desafíos en cuanto a la protección de los consumidores. La percepción de inseguridad en las transacciones electrónicas es alarmante, con un 77% de los encuestados manifestando sentirse poco seguros al usar tarjetas de crédito o débito en línea. Este dato coincide con la alta incidencia de experiencias negativas reportadas, donde un 65% de los participantes afirma haber sido víctima de fraude, estafa o haber tenido problemas con la recepción de productos. Estos hallazgos corroboran lo expuesto en el marco teórico sobre los desafíos actuales en la protección de los consumidores digitales, donde se destaca la vulnerabilidad de los consumidores a nuevas formas de fraude y la sofisticación de las tácticas de marketing en línea (Mendieta, 2017; Scheelje, 2017).

Es preocupante el desconocimiento generalizado sobre los derechos de los consumidores en el ámbito digital. Solo un 32% de los encuestados afirma conocer completamente sus derechos, mientras que un 19% admite no conocerlos en absoluto. Esta falta de conciencia dificulta la capacidad de los consumidores para protegerse y ejercer sus derechos en caso de problemas. Si bien la totalidad de los encuestados considera muy importante la protección de datos personales en las transacciones en línea, la implementación de la normativa en Ecuador aún presenta desafíos. Como se menciona en el marco teórico, se necesitan mecanismos de control más efectivos para garantizar el cumplimiento de la ley y campañas de concienciación para empoderar a los consumidores (Alban et al., 2021; Coral et al., 2023).

La mayoría de los encuestados (88%) admite leer los términos y condiciones solo "a veces” antes de realizar una compra en línea, lo que los expone a posibles cláusulas abusivas o desfavorables. Este comportamiento refleja la necesidad de implementar estrategias que promuevan una mayor conciencia sobre la importancia de leer y comprender los términos y condiciones, como se destaca en el marco teórico (Cruz et al., 2018).

En cuanto a la resolución de conflictos, los encuestados muestran una clara preferencia por contactar directamente al vendedor o proveedor (76%) en caso de problemas. Sin embargo, un 10% no sabría a quién acudir, lo que evidencia la falta de conocimiento sobre las opciones de protección al consumidor y la necesidad de fortalecer los mecanismos de resolución alternativa de disputas en línea, como se sugiere en las entrevistas a expertos.

La percepción generalizada de que las leyes actuales en Ecuador no protegen adecuadamente a los consumidores en el entorno digital (69%) coincide con la opinión de los expertos entrevistados, quienes señalan la necesidad de actualizar y fortalecer la normativa para abordar las complejidades del entorno digital actual.

Finalmente, la demanda de mayor información y educación sobre los derechos de los consumidores (72%) y de leyes más estrictas y sanciones más severas (28%) refleja la necesidad de un enfoque integral para la protección del consumidor en el entorno digital, tal como se plantea en el marco teórico (Quirós, 2019; Procuraduría Federal del Consumidor, 2017). Este enfoque debe incluir la actualización del marco legal, el fortalecimiento de la educación y concienciación, y la promoción de prácticas comerciales responsables.

Capitulo V.

5. Conclusiones y recomendaciones

5.1. Conclusiones

1. La investigación revela que Ecuador cuenta con un marco legal básico para la protección del consumidor en canales electrónicos, compuesto por la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos y el Código Orgánico Monetario y Financiero, pero resulta insuficiente para abordar las complejidades del entorno digital actual. Identificando la necesidad de actualizar y fortalecer la normativa para incorporar aspectos como la protección de datos personales de forma más robusta, la responsabilidad de las plataformas digitales en la prevención de fraudes, mecanismos de resolución de conflictos más

ágiles y la regulación de nuevas tecnologías como la inteligencia artificial y el blockchain en el contexto del consumo. A nivel internacional, las directrices de la OCDE y los acuerdos de la OMC, aunque no vinculantes, ofrecen un marco de referencia importante para la actualización de la normativa nacional.

2. La evaluación efectuada a la aplicación de los derechos de los consumidores en canales electrónicos en Ecuador, tiene deficiencias significativas a pesar de la existencia de un marco legal, la investigación revela en los resultados de las encuestas que existe alto grado de inseguridad en las transacciones electrónicas, desconocimiento generalizado de los derechos de los consumidores en el entorno digital y alta incidencia de experiencias negativas como fraudes y estafas. La protección de datos personales, aunque considerada muy importante por los consumidores, presenta desafíos en su implementación. Se requieren mecanismos de control más efectivos para garantizar el cumplimiento de la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales por parte de las empresas, así como campañas de concienciación para empoderar a los consumidores en el ejercicio de sus derechos.
3. Para fortalecer la protección de los consumidores en el uso de canales electrónicos en Ecuador, se proponen los siguientes lineamientos:

- **Fortalecimiento del marco legal:** Actualizar y ampliar la normativa existente para abordar las nuevas tecnologías, la protección de datos personales, la responsabilidad de las plataformas digitales y la resolución de conflictos en línea.
- **Educación y concienciación:** Implementar campañas de información y educación para empoderar a los consumidores sobre sus derechos y responsabilidades en el entorno digital.
- **Mayor transparencia empresarial:** Promover prácticas comerciales éticas y transparentes por parte de las empresas, incluyendo información clara y precisa sobre productos y servicios, protección de datos personales y resolución efectiva de quejas.

- **Mecanismos de resolución de conflictos:** Fortalecer las plataformas de resolución alternativa de disputas en línea, garantizando su accesibilidad, transparencia e imparcialidad.
- **Supervisión y control:** Reforzar los mecanismos de supervisión y control para garantizar el cumplimiento de la normativa por parte de las empresas y sancionar las prácticas que vulneren los derechos de los consumidores.
- **Cooperación internacional:** Fomentar la cooperación internacional para abordar los desafíos transfronterizos del comercio electrónico y garantizar la protección de los consumidores a nivel global.

5.2. Recomendaciones

Priorizar la actualización del marco legal relacionado con la s eguridad en canales electrónicos, que debe ser coordinado con expertos del derecho informático y representantes de los sectores empresariales y administración pública. Esta actualización debe abordar de forma específica la protección de datos personales, la responsabilidad de las plataformas digitales en la prevención de fraudes, la agilización de los mecanismos de resolución de conflictos y la regulación de nuevas tecnologías como la inteligencia artificial y el blockchain en el contexto del consumo. Tomar como referencia las directrices de la OCDE y los acuerdos de la OMC puede ser útil en este proceso.

Implementar estrategias integrales para fortalecer la aplicación de los derechos de los consumidores en canales electrónicos. Esto implica campañas de educación y concienciación dirigidas a los consumidores sobre sus derechos y las medidas de seguridad en línea, así como el desarrollo de mecanismos de control más efectivos para garantizar el cumplimiento de la normativa de protección de datos personales por parte de las empresas.

Creación del plan de acción que incluya: la difusión masiva de información sobre los derechos de los consumidores en el entorno digital; el impulso de prácticas comerciales éticas y transparentes por parte de las empresas; el fortalecimiento de las plataformas de resolución alternativa de disputas en línea; y la promoción de la cooperación internacional para abordar los desafíos del

comercio electrónico transfronterizo con el propósito de obtener el uso de canales electrónicos confiables.

Referencias

Alban, P., Carrasco, G., & Yanez, S. (2021). Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y el Marketing Digital. *Revista Visionario Digital* . file:///C:/Users/205bd/Downloads/1774-Texto%20del%20art%C3%ADculo-8313-1-10-20210705.pdf

Alvarez, M. E. (2022). La expansión del comercio electrónico: amanezas y oportunidades para las empresas del sector de la economia popular y solidaria el Guayaquil. https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/23641/1/UPS-GT003994.pdf

Bedoya, M., Arango, T., & Gomez, L. (2023). El nuevo consumidor y su evolución tras el COVID-19. *Revista Academia & Negocios*. https://www.redalyc.org/journal/5608/560876830010/html/

Campaña, P. (2018). La defensa del consumidor en el Ecuador. De espaldas a los principios internacionales de protección. https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/iurisdictio/article/view/1454/1984

Código Orgánico Monetario y Financiero. (2018). https://www.cosede.gob.ec/wp-content/uploads/2018/08/COMF.pdf

Coral, G., Corella, P., Machado, A., & Pinto, S. (2023). Impacto de las redes sociales en el comportamiento del consumidor. *Revista Cientifica Dominio de las Ciencias* . https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/3461

Cruz, Y., Menoya, S., & Bosmenier, R. (2018). La protecciónal consumidor en la actualización del modelo económico y social cubano. https://revcmpinar.sld.cu/index.php/publicaciones/article/view/3717/html

Defensoria del Pueblo . (2024). Derechos de personas usuarias y consumidoras. https://www.dpe.gob.ec/usuarios-y-consumidores/

Fuentes, E. (2022). El consumidor ecuatoriano y los derechos que brinda la ley orgánica de defensa del consumidor. *Revista Cientifica Desarrollo de las Ciencias* . file:///C:/Users/205bd/Downloads/Dialnet-ElConsumidorEcuatorianoYLosDerechosQueBrindaLaLeyO-8637895.pdf

Hidalgo, H., & Llamuca, E. (2020). Mecanismos de protección de los derechos del consumidor en el ordenamiento jurídico Ecuatoriano. *Universidad Nacional de Chimborazo*. http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/6513

Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos. (2012). https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/Ley-de-Comercio-Electronico-Firmas-y-Mensajes-de-Datos.pdf

Ley Organica de Defensa del Consumidor. (2012). https://www.dpe.gob.ec/wp-content/dpetransparencia2012/literala/BaseLegalQueRigeLaInstitucion/LeyOrganicadelConsumidor.pdf

Logalty. (2023). Los derechos digitales de los consumidores: protegiendo a los usuarios en la era digital. https://www.logalty.com/blog/2023/07/28/los-derechos-digitales-de-los-consumidores-protegiendo-a-los-usuarios-en-la-era-digital/

Martinez, J. (2020). Aspectos legales del comercio electrónico. https://www.researchgate.net/publication/39159777_Aspectos_legales_del_comercio_electronico#:~:text=El%20crecimiento%20de%20un%20mercado,la%20legalidad%20de%20los%20contratos

Menares, K. (2023). Protección a los Consumidores Digitales: Desafíos y Oportunidades. *CentroCompentencia* . https://centrocompetencia.com/proteccion-a-los-consumidores-digitales-desafios-y-oportunidades/

Mendieta, E. (2017). Mecanismos para la Protección de los consumidores vulnerables. https://unctad.org/system/files/non-official-document/cicplp2nd_c_uba_vul_es.pdf

OCDE. (2022). Recommendación del Consejo sobre la protección al consumidor en el comercio electrónico. file:///C:/Users/HP/Downloads/fc311903-569e-40d3-bd09-fabac15f8820.pdf

OMC. (2013). Organización Mundial del Comercio OMC. https://www.aduana.cl/organizacion-mundial-del-comercio-omc/aduana/2013-04-19/151731.html

Ortega, C. (2024). Investigación mixta. Qué es y tipos que existen. *QuestionPro*. https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-mixta/

Panamerican Business School. (2024). El Consumidor de la Era Digital: Características y Estrategias para Adaptarse al Cambio. https://panamericanlatam.com/el-consumidor-de-la-era-digital/

Procuraduría Federal del Consumidor. (2017). Derechos del consumidor en la era digital. https://www.gob.mx/profeco/articulos/derechos-del-consumidor-en-la-era-digital-99606?idiom=es

Quirós, D. (2019). El consumidor digital: motivaciones y factores y factores que influencian su comportamiento. *Universidad de Sevilla*. https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/93839/El_consumidor_digital.pdf?sequence=3

Reglamento General a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. (2012). https://www.dpe.gob.ec/wp-content/dpetransparencia2012/literala/BaseLegalQueRigeLaInstitucion/ReglamentoLeyOrganicadelConsumidor.pdf

Sánchez, P. (2015). El consumidor en la era digital. *Repositorio Institucional Digital UNAP*. https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/handle/20.500.12737/5853#:~:text=El%20consumidor%20online%20es%20el,todos%20los%20productos%20y%20servicios.

Scheelje, E. (2017). Defensa del Consumidor y sus mecanismos de protección. http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/1950/1/PAPER%20D

EFENSA%20DEL%20CONSUMIDOR%20Y%20SUS%20MECANISMOS%20DE%20PROTECCIO%CC%81N.docx%20%281%29.pdf

Silva, D. (2023). Protección jurídica del consumidor digital en la legislación ecuatoriana. *Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/21998

UNCTAD. (2024). Conferencia de las Naciones Unidas para el comercio y el desarrollo. https://comercio.gob.es/PoliticaComercialUE/OMCOrganismosInternacionales/Paginas/uncetad.aspx

UNIR. (2020). Derecho del Consumo: ¿En qué consiste y cuál es su importancia? https://www.unir.net/derecho/revista/derecho-del-consumo/

Universidad de Guanajuato. (2021). Clase digital 4. Definición del alcance de la investigación que se realizará: exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo. *NODO*. https://blogs.ugto.mx/rea/clase-digital-4-definicion-del-alcance-de-la-investigacion-que-se-realizara-exploratorio-descriptivo-correlacional-o-explicativo/

Vizcaíno, P., Cedeño, R., & Maldonado, I. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Revista Multidisciplinar*. https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7658/11620#:~:text=Dentro%20del%20%C3%A1mbito%20de%20la,y%20metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n.

Anexos