



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y SALUD

CARRERA DE DERECHO

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE ABOGADO**

TÍTULO:

**EL COMERCIO ELECTRÓNICO TRANSFRONTERIZO: DERECHO COMPARADO DE
LAS LEGISLACIONES DE ECUADOR, CHILE Y COLOMBIA 2023**

AUTORES:

LUIS ENRIQUE RODRÍGUEZ ROSALES

BRYAN ALEXANDER VIÑAN VALLEJO

TUTORA:

AB. KAREN DÍAZ PANCHANA, MGT

LA LIBERTAD – ECUADOR

2024

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y SALUD

CARRERA DE DERECHO

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL

TÍTULO DE ABOGADO

TÍTULO:

EL COMERCIO ELECTRÓNICO TRANSFRONTERIZO: DERECHO COMPARADO DE
LAS LEGISLACIONES DE ECUADOR, CHILE Y COLOMBIA 2023

AUTORES:

LUIS ENRIQUE RODRÍGUEZ ROSALES

BRYAN ALEXANDER VIÑAN VALLEJO

TUTORA:

AB. KAREN DÍAZ PANCHANA

LA LIBERTAD – ECUADOR


2024

APROBACIÓN DEL TUTOR

CERTIFICO

En mi calidad de profesor tutor del trabajo de integración curricular con el título **“EL COMERCIO ELECTRÓNICO TRANSFRONTERIZO: DERECHO COMPARADO DE LAS LEGISLACIONES DE ECUADOR, CHILE Y COLOMBIA 2023”** presentado por las estudiantes **LUIS ENRIQUE RODRÍGUEZ ROSALES Y BRYAN ALEXANDER VIÑAN VALLEJO** portadores de las cédulas de ciudadanía N.º 0927963868 y N.º 0604890897 respectivamente, como requisito previo a optar el título de ABOGADO, y declaro que luego de haber orientado científica y metodológicamente su desarrollo, el referido proyecto de investigación se encuentra concluido en todas sus partes cumpliendo así con el proceso de acompañamiento determinado en la normativa interna, recomendando se inicien los procesos de evaluación que corresponden.

Atentamente



AB. KAREN DÍAZ PANCHANA, MGT.
TUTORA

VALIDACIÓN GRAMATICAL Y ORTOGRAFÍA

CERTIFICACIÓN GRAMATICAL Y ORTOGRÁFICA

Yo, MARÍA TERESA GUALE TOMALÁ, en mi calidad de Magister en Gerencia y Liderazgo Educacional, por medio de la presente tengo a bien indicar que he leído y corregido el TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ABOGADO denominado "EL COMERCIO ELECTRÓNICO TRANSFRONTERIZO: DERECHO COMPARADO DE LAS LEGISLACIONES DE ECUADOR, CHILE Y COLOMBIA 2023", de los estudiantes: LUIS ENRIQUE RODRÍGUEZ ROSALES y BRYAN ALEXANDER VIÑAN VALLEJO.

Certifico que está redactado con el correcto manejo del lenguaje, claridad en las expresiones, coherencia en los conceptos e interpretaciones, adecuado empleo en la sinonimia, además de haber sido escrito de acuerdo a las normas de ortografía y sintaxis vigentes.

Es todo cuanto puedo manifestar en honor a la verdad y autorizo a los interesados hacer uso del presente certificado como estimen conveniente.

Atentamente,



Leda. María Guale Tomalá, Msc.

C. 1091779974-4

Cel. 0960438580

Número de Registro: 1031-12-744005

Fecha: 21 de noviembre del 2023

CERTIFICACIÓN ANTIPLAGIO

En mi calidad de tutor del trabajo de unidad de integración curricular: “**EL COMERCIO ELECTRÓNICO TRANSFRONTERIZO: DERECHO COMPARADO DE LAS LEGISLACIONES DE ECUADOR, CHILE Y COLOMBIA 2023**” cuya autoría corresponde a los estudiantes **LUIS ENRIQUE RODRÍGUEZ ROSALES** y **BRYAN ALEXANDER VIÑAN VALLEJO** de la carrera de Derecho, CERTIFICO, que el contenido de dicho trabajo ha sido sometido a la validación en sistema autoplagio COMPILATIO, obteniendo un porcentaje de similitud del 8 %, cumpliendo así con los parámetros técnicos requeridos para este tipo de trabajos académicos



Ab. Karen Díaz Panchana, Mgt.
TUTORA

La Libertad, 04 de agosto del 2023

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

NOSOTROS Luis Enrique Rodríguez Rosales con cédula de ciudadanía No. 0927963868 y Bryan Alexander Viñan Vallejo con cédula de ciudadanía No. 0604890897, estudiantes del séptimo semestre de la carrera que usted preside, dando cumplimiento a lo que establece el Reglamento de Titulación de Grado y Posgrado de la UPSE, declaramos que de manera voluntaria hemos seleccionado el PROYECTO DE INVESTIGACIÓN como modalidad de titulación.

Para el efecto presentamos ante usted y por su intermedio al consejo de facultad, el anteproyecto de nuestro trabajo de integración curricular denominado “El comercio electrónico transfronterizo: derecho comparado de las legislaciones de Ecuador, Chile y Colombia 2023”, a fin de que se analice y de ser el caso se apruebe con la consiguiente asignación de un tutor.

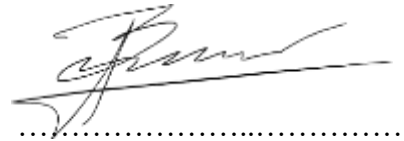
Atentamente



C.I.: 0927963868

Celular. 0996891083

E-mail: rodriguezluisenrique238@gmail.com




C.I.: 0604890897

Celular: 0963749901

E-mail: vinanbryan3g_titulacion@hotmail.com

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

**MIRNA LORENA
MACIAS
SALTOS** Firmado digitalmente por
MIRNA LORENA MACIAS
SALTOS
Fecha: 2024.02.05
12:38:15 -0500'



Ab. Victor Manuel Coronel Ortiz, Mgt.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ab. Lorena Macías Saltos, Mgt

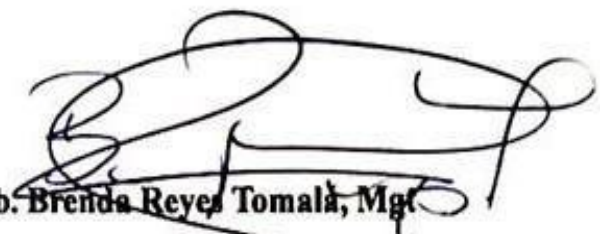
DOCENTE ESPECIALISTA



**KAREN VANESSA
DÍAZ PANCHANA**

Ab. Karen Díaz Panchana. Mgt

DOCENTE TUTOR



Ab. Brenda Reyes Tomala, Mgt

DOCENTE GUÍA DE LA UIC

DEDICATORIA

La presente investigación la dedico a mi querida familia, a mis amigos más cercanos Alexander, Isaac, Isabel y Jazmín, los cuales han sido un gran apoyo incondicional, al padre todo poderoso, quienes han sido el pilar más fundamental para cumplir mi mayor meta y que ha formado al hombre que soy y especialmente a mi amada madre que ha sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores lo cual me ha ayudado a sobresalir en la vida.

Luis Enrique Rodríguez Rosales

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a la Universidad Estatal Península de Santa Elena por haberme aceptado ser parte de ella y que me abrió las puertas para poder estudiar la gran carrera de Derecho, así como también agradezco a los diferentes docentes que brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir adelante día a día.

Mi gratitud especial a Dios, que con su bendición me ha ayudado a luchar por mis mayores ideales y sobre todo cumplir con los objetivos que me he propuesto, y de manera muy especial agradezco a la Abogada Karen Díaz por haberme brindado la oportunidad de recurrir a sus conocimientos, y de haberme tenido toda la paciencia del mundo para guiarme durante la presentación de la tesis.

Luis Enrique Rodríguez Rosales

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo dedico primero a Dios por darme la dicha de vivir, permitirme seguir en el camino del desarrollo académico, a mis padres: Bertha Guadalupe Vallejo Lema y Marco Salvador Viñan por haber forjado la persona que soy hoy en día, con su dedicación, educación, paciencia, pero sobre todo con su cariño y su amor; dedicarle a mi familia, a mis amigos más cercanos Luis, Jazmín, Isaac, Isabel y Sheyla.

Viñan Vallejo Bryan Alexander

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la universidad estatal península de santa Elena por haberme aceptado y ser parte de ella, brindarme la oportunidad del aprendizaje, pero sobre todo a la carrera de derecho por instruirme y formarme como futuro profesional con ética y valores muy altos. Para mis padres, Bertha y Marco, pilares fundamentales de mi vida, mi hermano, que me han dado los ánimos y motivación para continuar con la culminación de mis estudios, amigos por hacer que la trayectoria sea más valiosa, compartiendo risas en los momentos alegres y brindando su apoyo en los momentos difíciles.

Y quiero expresar mi agradecimiento especial a la abogada Karen Díaz por permitirme beneficiarme de su experiencia, conocimiento y por demostrar una paciencia excepcional al guiarme durante la presentación de la tesis, todos han sido fundamental, y agradezco enormemente, ya que, sin su contribución, alcanzar el objetivo no habría sido posible.

Viñan Vallejo Bryan Alexander

ÍNDICE

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	I
VALIDACIÓN GRAMATICAL Y ORTOGRAFÍA.....	II
CERTIFICACIÓN DE ANTI-PLAGIO.....	III
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	IV
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	V
DEDICATORIA.....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
DEDICATORIA.....	VIII
AGRADECIMIENTO.....	IX
ÍNDICE.....	I
INCIDE DE TABLAS.....	IV
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	VIII
RESUMEN.....	XII
ABSTRAC.....	XIII
INTRODUCCIÓN.....	1
1. CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.1 Planteamiento Del Problema.....	3
1.2 Formulación Del Problema.....	9
1.3 Objetivos De Investigación.....	10
1.3.1 Objetivo General.....	10
1.3.2 Objetivo Especifico.....	10
1.4 Justificación De La Investigación.....	10
1.5. Idea a Defender y Variable.....	11
1.5.1. Idea a Defender.....	11
2. CAPITULO II: MARCO REFERENCIAL.....	12
2.1.1. Origen Del Comercio Electrónico.....	12
2.1.2. Comercio Electrónico Latinoamericano Transfronterizo.....	13
2.1.3. El comercio electrónico transfronterizo.....	14

2.1.4. Comercio Internacional.....	18
2.2. Evolución Del Comercio Electrónico.....	18
2.2.1. Tipos de comercio electrónico.....	19
Ventajas y desventajas del comercio electrónico.....	20
2.3. Comercio Electrónico En Ecuador.....	21
2.3.1. Regulación del comercio electrónico en el Ecuador.....	21
2.4. Acuerdo De Complementación Económica (ACE).....	21
2.5. Vulneraciones de los derechos del consumidor.....	23
2.5.1. Los derechos del consumidor que más se vulneran dentro del comercio electrónico en Ecuador	23
2.5.2. Garantía del consumidor.....	25
2.5.3. La Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos del Consumidor	26
2.6. MARCO LEGAL.....	28
2.6.1. Normativas Del Comercio Electrónico En Ecuador, Chile Y Colombia.....	28
2.6.1.1. Constitución De Ecuador 2008.....	28
2.6.2. Ley De Comercio Electrónico, Firmas Y Mensajes De Datos.....	30
2.6.3. Ley Orgánica De Defensa Del Consumidor.....	38
2.6.4. Constitución Política De La República de Chile.....	42
2.6.4.1. Ley 19496 Establece Normas Sobre Protección De Los Derechos De Los Consumidores	43
2.6.5. Constitución Política De Colombia.....	45
2.6.5.1. Ley 1480, Estatuto del Consumidor.....	46
3. CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	53
3.1. Diseño y Tipo De Investigación.....	53
3.1.1. Diseño De Investigación.....	53

3.2. Recolección De Investigación.....	54
3.2.1. Población y muestra.....	54
3.2.2. Métodos De Investigación.....	55
3.2.2.1. Método Exegético.....	55
3.2.2.2. Método Analítico.....	55
3.2.2.3. Método Comparativo Jurídico.....	56
3.3. Técnicas E Instrumentos De La Investigación.....	56
3.3.1. Técnicas De Investigación.....	56
3.3.2. Instrumento De Investigación.....	57
3.3.3. Presupuesto.....	57
4. CAPITULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	58
4.1. Análisis, Interpretación y Discusión e Resultados.....	58
4.2. VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER.....	61
CONCLUSIONES.....	63
RECOMENDACIONES.....	64
BIBLIOGRAFÍA.....	65

INCIDE DE TABLAS

Tabla 1 Constitución del Ecuador, 2008.....	29
Tabla 2 Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensaje de Datos.....	30
Tabla 3 Ley Orgánica de Defensa al Consumidor.....	39
Tabla 4 Constitución Política de la República.....	43
Tabla 5 Constitución Política de Colombia.....	46
Tabla 6 Ley 1480, Estatuto del Consumidor.....	47
Tabla 7 Tabla población de la legislación de Ecuador, Chile y Colombia.....	54
Tabla 8 Detalle de Gastos.....	57
Tabla 9 Criterio Normativo.....	58

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Motivaciones y Barreras de los Consumidores a la Compra Transfronteriza ...	6
Gráfico 2 Porcentaje de ventas de comercio electrónico destinado al exterior por sector económico 2019.....	15
Gráfico 3 Beneficios por aplicación de comercio electrónico.....	19

RESUMEN

El presente trabajo de investigación surge ante la problemática planteada del comercio electrónico transfronterizo, en relación a la debida protección de los derechos de consumidor, también se establece la falta de claridad y especificación en las normativas legales que se relacionan con esta problemática, incluyendo el enfoque en la comparación a diferentes legislaciones de Ecuador, Chile y Colombia, lo cual lleva a la realización del estudio comparativo, dentro de los diferentes sistemas normativos de los países involucrados, tanto el uso, como la aplicación de la ley, en cuestión es importante determinar el grado de beneficio que se le da al consumidor y se busca concientizar en las vulneraciones que surgen debido a la falta de protección, tomando en cuenta los principios conceptuales del comercio electrónico. El marco legal especificando las normativas exactas que establecen y nombran la protección en relación del consumidor y el tipo de comercio transfronterizo. El estudio está enfocado a examinar los aspectos legales y regulatorios que afectan a las transacciones en línea, los siguientes métodos de investigación, exegético, analítico y comparativo para llegar al enfoque deseado, diagnosticar a profundidad usando las técnicas específicas y herramientas, con la finalidad de obtener el conocimiento normativo para cubrir las interrogantes en base al tema planteado, el estudio comparativo fija cuáles son las medidas que tienen para atender la problemática y que tan efectiva es la norma, y si se otorga la debida protección o no, diagnosticar el grado de solución que se da en la actualidad para cubrir las necesidades, estableciendo así un equilibrio entre las partes involucradas y solucionar la falta de atención de los problemas jurídicos, sin embargo este estudio es esencial para comprender y cumplir con las normativas que se obtienen y garantizar la legalidad a favor del principio del consumidor en de las operaciones del comercio electrónico a nivel internacional.

Palabras clave: comercio, transfronterizo, consumidor, legislación, electrónico, normativo.

ABSTRAC

The present research work arises in the face of the problems posed by cross-border electronic commerce, in relation to the proper protection of consumer rights, also establishes the lack of clarity and specification in the legal regulations that relate to this problem, including the approach in comparison to different legislations in Ecuador, Chile and Colombia, which leads to the comparative study, within the different regulatory systems of the countries involved, both the use and the application of the law, It is important to determine the degree of benefit that is given to the consumer and seeks to raise awareness in violations that arise due to the lack of protection, taking into account the conceptual principles of electronic commerce. The legal framework specifying the exact regulations that establish and name the protection in relation to the consumer and the type of cross-border trade. The study is focused on examining the legal and regulatory aspects affecting online transactions, the following research methods, exegetical, analytical and comparative to reach the desired approach, diagnose in depth using specific techniques and tools, with the aim of obtaining normative knowledge to cover questions based on the issue raised, the comparative study establishes what measures they have to address the problem and how effective the standard is, and whether or not adequate protection is granted, diagnose the degree of solution that currently exists to cover the needs, thus establishing a balance between the parties involved and solving the lack of attention to legal problems, However this study is essential to understand and comply with the regulations that are obtained and ensure legality in favor of the consumer principle in e-commerce operations internationally.

Keywords: commerce, cross-border, consumer, legislation, electronic, regulatory

INTRODUCCIÓN

Los derechos del consumidor, se encuentran reconocidos en la norma suprema de la constitución de la república del Ecuador, específicamente la sección novena en el contenido del artículo 52 y 54 se define y reconoce a las personas usuarias y consumidoras que tienen el pleno derecho de disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad y que reciban un control de calidad y deben contar con los procedimientos de defensa de los consumidores y usuarios, y donde cualquier acto que vulnere estos derechos fundamentales deba ser castigada y sancionada por las autoridades competentes, y uno de sus principales contrariedades es la vulneración de los mismos derechos del consumidor al momento de realizar las actividades cotidianas de compras en línea que realizan los usuarios y que producen una gran afectación a la economía latinoamericana.

El desarrollo del presente trabajo de investigación se centra en realizar una comparación entre los países de Ecuador, Chile y Colombia de los cuales se compilan normativas a los derechos de los consumidores incorporando las sanciones respectivas ante la vulneración de los derechos de los compradores que data desde la innovadora herramienta como lo es el internet, y las cuales se ven perjudicadas por la falta de aplicación de las leyes.

A lo largo del tiempo con la llegada del internet se ha logrado evidenciar la vulneración de los derechos de los consumidores, directamente a la economía latinoamericana, ya que surgen diversos daños, y de esta manera es necesario enmarcar que dentro del marco jurídico de los países involucrados como lo son Ecuador, Chile y Colombia se constituyen las legislaciones que protegen y amparan los derechos de los usuarios, con el transcurso de los años, los países han implementado convenios y acuerdos internacionales que ofrecen ayuda mutua como lo es el ACE (acuerdo complementario económico), ya que es importante destacar que los acuerdos

buscan fortalecer las relaciones comerciales entre los países involucrados con el objetivo de principal de promover el comercio bilateral y la cooperación económica; y con legislaciones con contenido similar para la protección de estos derechos.

En el capítulo I se establece los aspectos más relevantes sobre la existencia de la problemática planteada, la formulación del problema, incorporando los objetivos generales y específicos los cuales detallan la idea a defender.

En el capítulo II se logra evidenciar el marco teórico, marco legal y marco conceptual en los cuales se encuentra historia, respaldo jurídico de los tres países involucrados que son objeto de estudio de los derechos del consumidor, procurando deducir similitudes y diferencias existentes entre la legislación de Ecuador, Chile y Colombia.

El capítulo III encuadra las herramientas empleadas en el presente trabajo de estudio comparativo para presentar la metodología cualitativa-cuantitativa, ya que esta investigación se basa en recolección de información, el análisis y vinculación de datos.

El capítulo IV demuestra la verificación de los resultados obtenidos de la presente investigación con conclusiones y recomendaciones acordes a la vulneración de los derechos del consumidor referente a las compras en línea, proporcionando al lector que se he verificado la idea a defender.

1. CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento Del Problema

El consumo del comercio es una actividad que ha existido desde que el hombre apareció con la interacción entre los diferentes grupos sociales y se inició con el sistema de trueque, donde se presentaba el cambio de una cosa por otra, ya sea el cambio de productos o servicios así es como se inicia la primera forma de comercio, sin embargo, con el tiempo se estableciendo el concepto de moneda. Es partir de la revolución industrial y de la modernidad que el consumo adquiere relevancia y respectivamente surgen los derechos de los consumidores como una categoría jurídica y social.

En la actualidad se vive en una sociedad netamente consumista, en la cual en todo momento se producen diferentes relaciones entre los consumidores y los proveedores de algún servicio o producto, en el desarrollo diario de sus actividades cotidianas de cada persona, para satisfacer una necesidad en específico, con lo cual nacen los derechos y obligaciones entre ambas partes, los mismo que deben ser ejercidos, respetados y cumplidos correctamente.

Comparado con los distintos problemas jurídicos tradicionales, el de la protección jurídica de los intereses supraindividuales, especialmente en lo que respecta a la protección de los usuarios, y el principal problema jurídico relacionado con la protección de los intereses supraindividuales, en particular la protección de los derechos del consumidor y usuario presenta desafíos únicos en comparación con los problemas jurídicos tradicionales.

Hasta finales del siglo pasado, la figura del consumidor no tenía importancia en el orden económico y social, puesto que se especulaba que los mecanismos del mercado, dentro de un sistema de equilibrios económicos, eran capaces de asegurar la protección del consumidor, en la actualidad, la protección del consumidor se consideraba un componente esencial de la legislación

económica y se reconoce como un pilar para el funcionamiento ético y equitativo de los mercados.

Esta situación se vio pronto superada como una consecuencia del desarrollo económico que generó una tendencia monopolística dentro del mercado. Entonces surge el estado como representante de un poder institucionalizado y encomendado a la protección de la libertad de los sujetos en cuanto a sus relaciones económicas. Durante varios años se ha considerado que la protección al consumidor solo concernía a los países primermundistas, por el comercio activo y las grandes industrias, sin embargo, hoy es una tendencia mundial que debe tener intervención del estado, para promover los derechos de los consumidores.

En los últimos años se ha visto necesario atender los diferentes problemas y demandas de personas naturales y jurídicas, que buscan productos de calidad, que van dirigidos para los consumidores y usuarios de bienes y servicios finales, que son provistos por empresas públicas y empresas privadas que son conocidas como grandes, medianas y pequeñas industrias, el comercio legal, lo que ha llevado a fomentar los respectivos derechos del consumidor que han formado parte de movimientos sociales, organizaciones políticas, medios de comunicación para demandar, y reclamar sobre todos los daños y perjuicios de un mal servicio o un producto de muy baja calidad, o bien podría ser un producto que no se ha solicitado y no existe una regulación que castigue o imponga una devolución de dinero por alguna compra transfronteriza.

Ahora bien, en el campo jurídico aparecen nuevos instrumentos jurídicos, como los contratos de adhesión, con cláusulas predispuestas en las que el empresario impone condiciones de compra al consumidor, el cual debe someterse si pretende tener acceso a ese producto. Los sistemas que utilizan los proveedores de productos y servicios para mantener al consumidor cautivo de ciertas marcas y la falta de información acerca de los productos y de los

derechos que asisten al consumidor, le conducen a contratar los productos que desea, sin una adecuada elección mediante en línea.

Entonces, el surgimiento de nuevas y cada vez más complejas formas de negociación y las diferentes tecnologías, y la velocidad de las transformaciones de los mercados en línea, ha producido una vulnerabilidad del consumidor frente al proveedor, esto da como producto un desequilibrio jurídico entre los proveedores y consumidores, equilibrio que debe ser resuelto para evitar o reparar el daño causado por realizar compras en línea transfronterizas sin una regulación que imponga un castigo si el producto o servicio adquirido no era el solicitado y pueda existir la devolución del dinero sin objeción del proveedor.

Según (Narvarte, 2022), Americas Market Intelligence (AMI) el mercado del comercio electrónico en América Latina habrá un incremento del 25% de crecimiento aumento el volumen entre los mercados primordiales de la región entre 2021 y 2025. Existen más de 20 países en Latinoamérica, solamente una pequeña fracción se ha desarrollado de manera significativa en el comercio electrónico con grandes cantidades de transacciones. Los 6 mercados principales que AMI ha identificado son Brasil, México, Colombia, Argentina, Chile y Perú, sin embargo, en los que se enfoca esta investigación son Ecuador, Chile y Colombia.

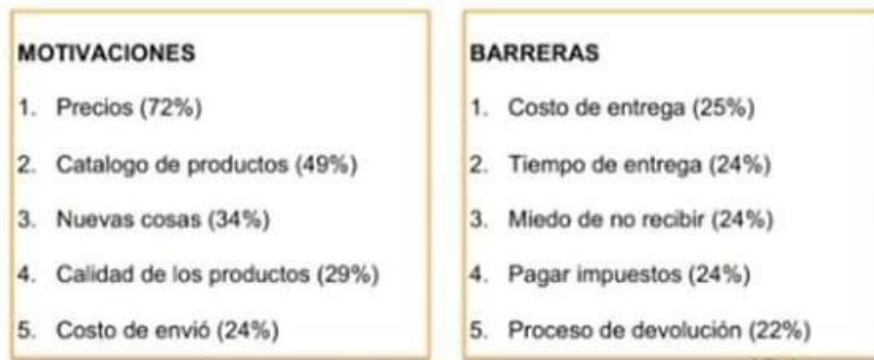
En el mercado colombiano su mercado de comercio electrónico tuvo un valor total de \$48,6 mil millones en 2021; mientras tanto que Chile tuvo un valor total de \$15,65 mil millones en 2021, en cambio en Ecuador actualmente, los gastos anuales por cliente están promediados en \$647, sin embargo, en los próximos tres años puede aumentar \$920. Antes de la pandemia, el comercio electrónico movía la economía del Ecuador en un poco más de \$1500 millones, sin embargo, en entre 2019 y 2020 en manos del confinamiento se dio un incremento de más del

45%.

Dentro de la presente investigación se resalta la comparación entre los países de Ecuador, Chile y Colombia sobre el comercio transfronterizo y como la problemática principal, se evidencia que no está adecuadamente regulada, se va viendo afectado el comercio electrónico y en los países mencionados lo cual trae a futuro, pérdida del potencial económico y del desarrollo a nivel latinoamericano, debido a que se sigue teniendo un sistema deficiente.

En la actualidad la tecnología sigue avanzando a pasos agigantados, pues todo se está sistematizando lo cual produce que cada vez se necesiten más de los servicios en línea y al ser más utilizado se requiere especificar aún más su regulación normativa, para no perder el orden y control del comercio electrónico, estableciendo así un equilibrio entre las partes involucradas y solucionar la falta de atención de los problemas jurídicos. Al no tratarse la problemática se va a producir las vulneraciones al consumidor, la confusión sobre sus regulaciones, se produce desconfianza sobre este comercio y significa un retroceso en el desarrollo comercial a comparación de países más desarrollados.

Gráfico 1 Motivaciones y Barreras de los Consumidores a la Compra Transfronteriza



Fuente: Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO)

A partir de ese momento, el sector del comercio electrónico continúa en expansión. Para 2022 se proyectó cerrar con un capital de \$3848 millones, según el mapeo del ecosistema

del comercio electrónico en el Ecuador, que fue creada por la cámara de innovación y tecnología ecuatoriana (CITEC) y en colaboración del banco de desarrollo de América Latina (CAF). Y sobre todo lo más importante e interesante es que se estima un crecimiento al menos del 16% cada año hasta el 2025. Con esto se estima que el movimiento económico ecuatoriano transfronterizo llegara a superar los \$6100 millones.

No obstante, el comercio electrónico trae consigo muchos riesgos para los consumidores a la hora de realizar compras en línea transfronterizas como la reducción de la protección al consumidor, ya que generalmente desconocen sus derechos en el mercador electrónico global, otro de los aspectos negativos es la mala calidad de los productos, debido a que puede existir falsificación, la calidad deficiente de los productos que se adquieren con factores claves para que los usuarios no realicen las compras en línea. Entre los consumidores existe la preocupación sobre la entrega, ya que es un impulsor clave del comercio electrónico debido a que los usuarios siempre están en búsqueda de opciones más eficientes y baratas. Entonces luego de una ardua búsqueda el comprador encuentra el artículo perfecto la entrega del producto puede tardar semanas en llegar.

Ahora bien, la resolución de problemas post venta debería existir en cualquier tipo de compras sea en tienda física u online, sin embargo, a ningún consumidor le gusta tener problemas con su compra y cuando esto sucede el mismo espera una solución clara y eficaz, pero la falta de información y los tramites que son complicados, los cuales generan que los usuarios no entiendan como van a resolver sus diferentes problemas y se alejen del comercio electrónico.

Esto genera que las personas naturales o jurídicas que realicen ventas de productos o servicios en línea se aprovechen de los consumidores por la falta de una regulación específica

donde castiguen o exijan la devolución del dinero por un producto o servicio deficiente y esto de igual manera aplica en las compras transfronterizas.

Debido a que el comercio electrónico transfronterizo se ha convertido en una forma cada vez más popular de comprar bienes y servicios en línea, lo que ha dado lugar a un aumento de las transacciones en línea entre países. Sin embargo, esta modalidad de comercio, mientras el comercio electrónico transfronterizo continúa expandiéndose, la comunidad internacional debe trabajar de manera colaborativa para desarrollar y fortalecer los marcos legales que guíen estas operaciones.

También ha generado una serie de desafíos y preocupaciones en cuanto a la protección del consumidor, especialmente en relación con la defensa de sus derechos en caso de incumplimientos o fraudes. La carta magna de la república del Ecuador en su articulado 66 establece que el estado tiene la obligación de garantizar el derecho de las personas a una información adecuada y no engañosa sobre los bienes y servicios que consumen (Ecuador, 2008). En Ecuador, la normativa sobre defensa al consumidor se encuentra principalmente en la Ley de Defensa del Consumidor y el Código Civil. En el caso específico de las compras en línea, se cuenta con la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, que establece las obligaciones y responsabilidades de los proveedores de servicios en línea en relación con los derechos de los consumidores. Sin embargo, se ha señalado que esta ley es limitada en cuanto a la protección al consumidor en compras transfronterizas.

Así como también a la protección de sus derechos como consumidores. La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor establece la protección de los derechos de los consumidores en el ámbito de la actividad comercial y los servicios. En el artículo 1 se establece que la ley tiene como objetivo proteger a los consumidores de los bienes y servicios

ofrecidos en el mercado, y se aplica a todas las relaciones de consumo sin importar el medio utilizado para la contratación, incluyendo el comercio electrónico. En Chile, la normativa sobre defensa al consumidor se encuentra principalmente en la Ley del Consumidor y la Ley de Comercio Electrónico. La Ley del Consumidor establece los derechos y deberes de los consumidores y las obligaciones de los proveedores en línea.

Además, la Ley de Comercio Electrónico establece una serie de requisitos para la contratación electrónica y el uso de medios electrónicos en la relación entre proveedores y consumidores. En cuanto a las compras en línea transfronterizas, se cuenta con la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores en la Contratación de Servicios con Empresas Extranjeras a través de Internet, que establece la obligación de las empresas extranjeras de cumplir con la normativa chilena de protección al consumidor.

En Colombia, la normativa sobre defensa al consumidor se encuentra principalmente en la Ley 1480 de 2011, conocida como Estatuto del Consumidor. Esta ley establece los derechos y deberes de los consumidores y las obligaciones de los proveedores en línea, incluyendo la obligación de suministrar información clara y veraz sobre los productos o servicios ofrecidos. Además, se cuenta con la Ley 527 de 1999, que establece la validez jurídica de los contratos realizados por medios electrónicos y la Ley 1493 de 2011, que establece medidas para proteger los derechos de los consumidores en las compras transfronterizas de los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, y se aplica a todas las relaciones de consumo sin importar el medio utilizado para la contratación, incluyendo el comercio electrónico.

1.2 Formulación Del Problema

¿Cómo el comercio electrónico transfronterizo afecta la protección de los derechos del consumidor en relación a las legislaciones de Ecuador, Chile y Colombia?

1.3 Objetivos De Investigación

1.3.1 Objetivo General

Analizar el comercio electrónico transfronterizo y las diferentes legislaciones de Ecuador, Chile y Colombia en relación a los derechos de los consumidores, con la recolección y verificación de estadísticas sobre los diferentes estados o vulneraciones a las que se encuentran sometidos los usuarios al momento que realiza compras en línea.

1.3.2 Objetivo Especifico

- Diagnosticar el comercio electrónico, con la obtención de datos y estadísticas comerciales en los países mencionados de Ecuador, Chile y Colombia.
- Identificar los daños y las consecuencias de no existir una regulación que sancione las estafas o vulneraciones en el comercio electrónico transfronterizo y sus efectos negativos en el desarrollo económico de los países latinoamericanos.
- Comparar las diferentes legislaciones en cuanto a la protección de los derechos del consumidor y que tanto garantiza su efectividad.

1.4 Justificación De La Investigación

El presente estudio de investigación se realiza el análisis jurídico sobre el uso del comercio electrónico y su actividad mercantil, y del auge que ha tomado las compras y consumos por internet de productos y servicios, los cuales permiten mejorar y evolucionar en el ámbito económico transfronterizo y su regulación en relación a los usuarios involucrados, resaltando las normativas que protegen sus derechos y como las diferentes legislaciones aplican el uso legal, dentro del marco normativo en cuanto a su correcto uso, aplicación y de esta forma mejorar su desempeño en el mundo globalizado donde en la actualidad existe mucha competencia entre los diferentes países, donde existe una gran diferencia entre las potencias

mundiales y los países subdesarrollados.

Además, sirve como una fuente de consultas a nivel latinoamericano, que va dirigido a los interesados en el ámbito económico, al conocimiento general del ciudadano promedio y que serviría como herramienta doctrinaria para otros investigadores, instituciones universitarias o entidades públicas o privadas, con la finalidad de aportar a las ramas de la ciencias jurídicas y público en general, los cuales se encuentran interesados en conocer a profundidad de este tema que actualmente es muy controversial.

A partir de la metodología de la investigación y sus herramientas aplicadas, es necesario para erradicar las dudas por parte de los consumidores en relación a las diferentes entidades comerciales que forman parte del ámbito económico, debido a que es primordial conocer las bendiciones y limitaciones del comercio transfronterizo, que servirá para el progreso y desarrollo de los países involucrados, ya que hoy en día el mundo gira entorno a la tecnología y con ello se producen nuevas vulneraciones a los derechos del consumidor.

Por lo expuesto, el presente proyecto de investigación tiene por finalidad evidenciar y concientizar sobre las diferencias estafas y vulneraciones que se comenten a los consumidores que realizan compras en línea transfronterizas, donde no existe una regulación que sancione los delitos cometidos, ni una norma que garantice la protección de los derechos de los usuarios y poder estudiar el contenido normativo de las diferentes legislaciones en esta investigación.

1.5. Idea a Defender y Variable

El comercio electrónico fronterizo.

1.5.1. Idea a Defender

Las normas establecidas en el Ecuador no garantizan la protección del derecho al consumidor.

2. CAPITULO II: MARCO REFERENCIAL

2.1. Marco Teórico

2.1.1. *Origen Del Comercio Electrónico*

Los primeros pasos del comercio fueron las ventas por catálogo en los años 20 y 30 del siglo XX. Este modelo de negocio fue innovador en aquella época, ya que permitía a los usuarios pedir sus productos preferidos sin la necesidad de salir de casa. De esta manera la industria logro evidenciar lo que el consumidor deseaba comprar, pero con la comodidad de evitar de ir a una tienda física.

La venta por catálogo evoluciono gracias a la nueva existencia de un dispositivo móvil, ya que no solo se lo usaba como medio de comunicación, de tal manera se logró convertir en la herramienta más solicitada y maestra de los vendedores, ya que los pedidos se realizaban mediante teléfono, lo cual cambio significativamente el modelo de negocio convencional de muchas empresas en aquella época, además pudieron entender que había un mercado real y abundante en dicho sector y que los métodos tradicionales de aquella época no eran la única forma de hacer dinero.

A finales de la década de los 70, el inglés Michael Aldrich creo un concepto revolucionario, la cual consistía en conectar una televisión domestica que sería modificada vía telefónica a una línea multiusuario con un procedimiento computarizado. Esta nueva tecnología fue aplicada en países como Irlanda, España y el Reino Unido en las primeras transacciones financieras, donde las diferentes empresas podían comprar, rentar, vender y comprar autos, paquetes turísticos, realizar prestamos de dinero, accederhistorial de créditos, entre otros.

El World Wide Web o conocido como el proyecto hipertexto, iniciado por Tim Berners y Robert Cailliau y el levantamiento de las diferentes transacciones que se realizaban mediante

el internet en el año 1991 para fines comerciales, fueron los hitos, los cuales permitieron el salto real de la historia del comercio electrónico y que se puede observar en la actualidad. Dentro de esta investigación se realizaron varias indagaciones con respecto a la evolución del comercio electrónico transfronterizo que ha crecido a gran velocidad (García, 2019).

Para los mercados online latinos, una de las mayores dificultades en sus inicios fue la desconfianza de los usuarios en general referente a las compras en línea. Por mucho tiempo, se logró evidenciar muchas estafas y esto causo que los consumidores se desanimen durante los 90 y el inicio de los 2000. Sin embargo, un estudio realizado por América Latina Business Review, relata que cerca del 87% de los usuarios de la región latinoamericana, han usado la red para realizar compras y sienten confianza de ello.

Los datos obtenidos sugieren que la pandemia pudo haber un detonante de esta tendencia. Según el informe más reciente sobre las ventas que realizo Amazon International aumentaron un 28,3% en el primer trimestre del 2020. Sin embargo, dicha evidencia es parcial.

2.1.2. Comercio Electrónico Latinoamericano Transfronterizo

La tecnología va cambiando las costumbres y como se desarrolla el mundo actualmente y abre las puertas a la transformación de los diferentes mercados del mundo. Una muestra significativa de ello es el surgimiento del comercio electrónico transfronterizo, el cual se realiza mediante los comerciantes y el consumidor o consumidores, ubicados diferentes ámbitos aduaneros. Este tipo de comercio se expande a los diferentes territorios vinculados por el intercambio económico a través del internet y se puede destacar varios beneficios para las partes involucradas, debido a que sus canales electrónicos proporcionan esa facilidad y alcance deseado por el consumidor.

La autora (Mayorga, 2013) explica sobre el avance tecnológico crea las facilidades del comercio y adquisición de productos, en el cual surgen nuevas necesidades que priorizar y hasta mayores niveles de integración y acuerdo entre los sectores tanto públicos y privados de los diferentes países de la región, sin embargo, aún se sigue notando la falta de desarrollo de este comercio.

Este tipo de comercio sin fronteras dentro de Latinoamérica, con bajas barreras muy significativas para la entrada de nuevas empresas que buscan fomentar el negocio internacional, con un importante punto referencial que es el e-commerce, la cual es una pieza clave para el desarrollo económico de los diferentes países. Se ha notado que el desarrollo del comercio electrónico se potencio en la crisis de salud de la pandemia: muchas empresas, entre ellas, optaron por la vía electrónica para seguir manteniendo su funcionamiento, debido a que se seguía presentando la oferta y demandade los productos (Mayorga, 2013).

La oportunidad de aprovechar este comercio es aún mayor, debido al alcance que tiene a nivel local o regional, la economía digital permite que los productos y servicios lleguen a cualquier parte del mundo, sin embargo, el comercio electrónico transfronterizo simboliza apenas el 14% del comercio electrónico de toda la región.

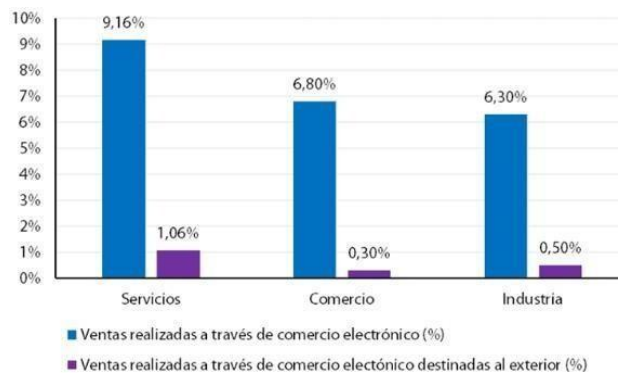
2.1.3. El comercio electrónico transfronterizo

Por comercio electrónico transfronterizo o también llamado cross-border e-Commerce es la producción, comercialización, venta o la respectiva entrega que se efectúa a través de los diferentes medios electrónicos, los bienes y servicios que se dan entre dos agentes que se encuentran ubicados en diferentes territorios aduaneros. A raíz de la pandemia del COVID-19, el comercio, el comercio electrónico transfronterizo ha experimentado un crecimiento abismal, lo que, a su vez se derivan muchas oportunidades para el crecimiento de la economía global, y

que generan mayores plazas de trabajo y empleos para muchas personas, y que desarrollo nuevos modelos de negocios y nuevas tendencias de consumo, compra y venta que se relacionan para la venta de bienes y servicios (Suominen, 2019).

De acuerdo, con el estudio realizado por Cross-border eCommerce Emerging Opportunities, Future Challenges & Market Forecasts 2016-2022, que se lo desarrollo por una firma inglesa con nombre Juniper Research, la cual se especializa en identificar y evaluar los nuevos sectores de alto crecimiento en un amplio mundo digital, y se estima que el valor del comercio electrónico global supere \$2,1 billones en 2023, alcanzado un incremento de más del 13% frente al valor que se espera para el 2022 el cual es de \$1,9 billones. Dichas proyecciones dan a evidenciar el rápido crecimiento y la viabilidad que tienen las ventas que se realizan a través del comercio electrónico transfronterizo.

Gráfico 2 Porcentaje de ventas de comercio electrónico destinado al exterior por sector económico 2019



Fuente: Elaboración CCCE con datos de la ENTIC EMPRESAS 2019 del DANE

Esta innovadora modalidad de comercio ha sido una herramienta clave y de suma importancia tanto como para las grandes y pequeñas empresas, los cuales a través de este nuevo medio lograron introducirse a estos nuevos mercados, clientes y proveedores de muchos países, lo que permitió ampliar su venta de bienes y servicios. Ahora bien, el uso de las herramientas tecnológicas permitió a las entidades una significativa reducción de costos

transaccionales y una mejor cercanía a los clientes por medios electrónicos, mercados y puntos de venta a pesar de la gran distancia geográfica que los puede llegar a separar.

La naturaleza del comercio electrónico transfronterizo involucra la compra y venta de bienes o servicios entre dos agentes, los cuales se encuentran en territorios diferentes, esta modalidad está sujeta a un mayor incremento de incertidumbre por parte de los usuarios, con relación a la protección del consumidor. Frente a este gran fenómeno, es de vital importancia reforzar factores institucionales, los cuales deberán generar confianza para cada sujeto en las diferentes operaciones electrónicas comerciales. (Suominen, 2019).

El Global Cyberlaw Tracker de la UNCTAD se encarga de realizar el seguimiento y diagnóstico de los 194 países miembros de la misma organización internacional, en su respectiva legislación específicamente en materia de comercio electrónico se basa principalmente en:

- I. Transacciones electrónicas
- II. Protección del consumidor
- III. Protección de datos y privacidad
- IV. Regulación contra el crimen cibernético

Para el 2021 los 194 países miembros, se realizaron análisis y el 81% cuenta con normativas que respalden las transacciones electrónicas, el 59% tiene leyes que protegen al consumidor, el 71% cuenta con leyes de privacidad y el 80% tiene leyes que garantizan la protección contra los delitos cibernéticos.

La tecnología ha transformado las diferentes costumbres de la sociedad y dio paso a la evolución y transformación de los diferentes mercados. Un ejemplar de ello es el surgimiento

de nuevas modalidades de compra por internet y esto se da entre un comerciante y consumidor, o de igual manera entre consumidores sin la presencia de alguna empresa en específico. Se trata de un diferente tipo de comercio electrónico que sobrepasa fronteras para lograr los traslados de los productos físicos y esto se ejecuta en línea.

Refiriéndose al comercio electrónico transfronterizo es el que realiza el envío de productos solicitada por los compradores mediante el internet. Un factor primordial que permite que este tipo de comercio se desarrolle con un gran incremento; en la actualidad lo que facilita su uso cotidiano es el fácil acceso a las herramientas digitales como lo es el internet y las tecnologías de la información para la compra y ventas de bienes y servicios en línea

Debido a que al avance desmedido de la tecnología en relación al comercio electrónico la organización mundial de aduanas (OMA) es un grupo de trabajo el cual está conformado por diversos actores tanto públicos como privados que sirvió para desarrollar el marco normativo sobre el comercio electrónico. De igual manera, se establecieron las reglas básicas para la entrega eficaz de los diferentes paquetes y el cumplimiento de todos los requisitos de seguridad y así evitar la evasión de impuestos.

Sin embargo, las normativas sobre el comercio electrónico son recientes y cada país suelen ser distintas por temas relacionados con normas tributarias, los aspectos aduaneros. Por esta razón, el mayor reto para el comercio electrónico será buscar la unificación de la regulación existente y de esta manera exista armonía en las normas de cada país y sean más seguras y eficaces.

Según (Canchari, 2020) en el estudio realizado de Guo & Xueping en el año 2020 desarrollado bajo el modelo de gravedad demostró que los factores que impulsan al desarrollo

del comercio electrónico transfronterizo son la renta disponible de los residentes urbanos, las importancias y exportaciones totales, y la escala del mercado de compras en línea.

2.1.4. Comercio Internacional

De las teorías del comercio internacional, se dividen en dos grupos: teorías clásicas y modernas. Las teorías clásicas desarrolladas previo al siglo XX son:

- Mercantilismo
- Ventaja absoluta
- Ventaja comparativa

Por otro lado, las teorías modernas que emergen del siglo XX están conformadas por:

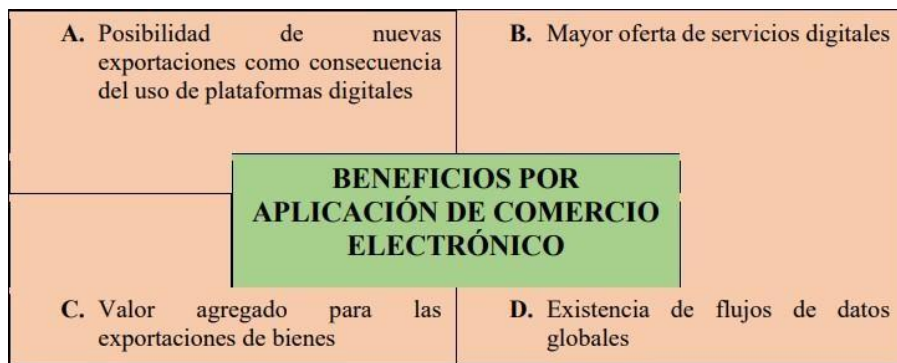
- Ciclo de vida del producto
- Comercio estratégico
- Ventaja competitiva nacional de las industrias

2.2. Evolución Del Comercio Electrónico

La forma actual de comercializar los bienes y servicios ha experimentado grandes cambios generacionales, pasando de medios tradicionales para concretar las operaciones de compra y venta, a la utilización de alternativas tecnológicas que se adaptan a las tendencias del mercado. La principal opción que se presenta en los tiempos modernos es la incursión en el comercio electrónico, y de esta manera se aprovecha la globalización de la famosa herramienta llamada internet y el flujo de datos transfronterizos.

Para (CEPAL, 2018) es fundamental que la región de América Latina y el Caribe implementen una política de comercio integrado, de esta manera se aprovechará al máximo cuestiones direccionadas al comercio electrónico internacional.

Gráfico 3 Beneficios por aplicación de comercio electrónico



Fuente: Desconocida

2.2.1. Tipos de comercio electrónico

- Business to Consumer B2C (Empresa al consumidor): Es la más utilizada por las tiendas online donde se accede a las diferentes tiendas en forma digital e interactiva y solicita los productos o servicios como consumidores finales.
- Business to Business B2B (Empresa a Empresa): Este modelo se focaliza en una relación de negocio entre las entidades y sus proveedores o sus intermediarios, pero no con el consumidor. Uno de los negocios más normales, es la venta al por mayor, a la que solo se puede acceder si se es una empresa.
- Consumer to Consumer C2C (Consumidor a consumidor): establece las ventajas que hoy en día se obtienen de la tecnología digital, pero adecuada al comercio electrónico representa una ventaja para el consumidor utilizando los medios como las plataformas o incluso redes sociales.
- Government to Consumer G2C (Administraciones al consumidor): la gestión que se realiza al comercio electrónico en todo su proceso reafirma la autenticidad del medio

digital que se usa en todo su desarrollo, así como el de adquirir el producto como la cancelación del pago y su entrega.

Ventajas y desventajas del comercio electrónico

Ventajas para las empresas

- Acceso al mercado
- Interacción con los clientes
- Presentación multimedia de la oferta comercial
- Reducción de los costes de comercialización
- Estrategias de mercadeo dirigidas a clientes específicos
- Acceso directo a los clientes potenciales

Ventajas para los clientes

- Interacción
- Posibilidad de hacer escuchar su voz y sus opiniones
- Acceso a una gran oferta en el mercado (comparación)
- Control de precios y transparencia
- Comodidad

Desventajas para empresas y clientes

- Dificultad de acceso
- Facilidad de uso y conocimiento de las redes
- Incertidumbre respecto de la confiabilidad de la transacción
- Seguridad
- Frustración al no encontrar el producto buscado online.

- Cambios psicológicos lentos que demandan un tiempo para aceptar el uso de la tecnología en procesos que habitualmente se desarrollaban de forma presencial

2.3. Comercio Electrónico En Ecuador

El Ecuador se enfrenta al desafío de fomentar el uso de las Tics en el comercio a nivel doméstico y en el ámbito de los negocios internacionales, particularmente en las empresas exportadoras. Existen iniciativas para promover el comercio electrónico de las cuales se han identificado por parte del gobierno y empresas vinculadas al comercio electrónico, y que pretenden cambiar el comercio tradicional a lo digital, no obstante, muchos de estos intentos han fracasado.

Un claro ejemplo de lo antes mencionado, se pudo comprobar la entrada del dinero electrónico en el Ecuador, el mismo que estuvo vigente por un poco más de tres años, para luego desaparecer sin haber cumplido las múltiples expectativas financieras. Ahora bien, la baja aceptación por parte de los usuarios causa desconfianza, y esto fue uno de los principales factores, que impidió el normal desarrollo.

2.3.1. Regulación del comercio electrónico en el Ecuador

Es necesario conocer los siguientes articulados que están dentro de la base legal para un buen manejo del comercio electrónico con el único objetivo de fortalecer un entorno seguro y confiable con las empresas proveedores de bienes y servicios, protegiendo los derechos del consumidor.

2.4. Acuerdo De Complementación Económica (ACE)

Ecuador, Chile y Colombia son miembros de la comunidad andina de naciones (CAN), y cuentan con un ACE para fomentar el comercio y la cooperación económica entre los países miembros. El acuerdo tiene como objetivo reducir o eliminar los aranceles sobre una variedad de

productos en el comercio bilateral. Eso facilita la importación y exportación de bienes entre ambos países al reducir los costos para las empresas.

El acuerdo de igual manera incluye disposiciones para agilizar y facilitar el comercio. Esto implica la simplificación de los diferentes procedimientos aduaneros y la reducción de la burocracia en las operaciones comerciales entre Chile y Ecuador. El ACE no se limita solo a cuestiones comerciales. También incluye aspectos de cooperación económica, lo que implica iniciativas conjuntas para que de esta manera se promueva el desarrollo económico y la inversión entre ambos países.

De esta manera este acuerdo aborda las normas técnicas y sanitarias para garantizar que los productos cumplan con las diferentes regulaciones y estándares de seguridad de los países involucrados. Esto es de suma importancia para proteger la salud de los consumidores y garantizar la calidad de los productos. Con este acuerdo se amplían las oportunidades de mercado para las empresas de estos países al eliminar barreras comerciales y facilitar el acceso a los mercados de cada uno. Cuando se reducen los aranceles se mejora la eficiencia en el comercio, el ACE puede llevar a una mayor disponibilidad de productos a precios competitivos para los consumidores.

Es importante destacar que este acuerdo busca fortalecer las relaciones comerciales entre Ecuador, Chile y Colombia, promoviendo la cooperación económica y el acceso mutuo a los mercados. Los diferentes acuerdos que tienen Ecuador, Chile y Colombia se centran en cuestiones económicas y comerciales, con el objetivo principal de promover el comercio bilateral y la cooperación económica. También existen acuerdos y colaboración en otras áreas, como seguridad, medio ambiente y cultura, que fortalecen las diferentes relaciones entre los países y fomentan la cooperación en diversos aspectos de interés mutuo.

En el caso de Ecuador y Chile, el ACE 35 establece las condiciones para el intercambio de bienes y servicios entre estos dos países, reduciendo o eliminando aranceles y promoviendo la cooperación económica. Ecuador y Colombia han establecido disposiciones comerciales a través del ACE 60 en el marco de la CAN. Ecuador, junto a otros países de la CAN, incluyendo Colombia, ha estado involucrado en negociaciones con la Unión Europea para de esta manera alcanzar un acuerdo de asociación. Este acuerdo incluye disposiciones comerciales y económicas que afectan directamente relaciones comerciales entre Ecuador y Colombia con UE.

2.5. Vulneraciones de los derechos del consumidor

Siempre que se hace referencias a las vulneraciones de los derechos del consumidor, se describe el acto que es contrario a la ley y a los principios morales-jurídicos, que recaen en las afectaciones del consumidor y se los reconoce como tales, a todas las personas que adquieren, reciben, utilizan o disfrutan de los bienes o servicios que se adquieren dentro del mercado, ya que el comercio electrónico es uno de los principales desarrollos económicos en la actualidad. El derecho de los consumidores cubre aquellas necesidades, problemas y vulneraciones que se presentan dentro de este ámbito económico, por ende, existen garantías creadas para proteger tanto a las personas usuarias y como a las consumidoras, en relación del uso y consumo.

Dentro de esta problemática se encuentra varias características de deficiencias de este comercio, como la falta de calidad y garantía del bien o servicio, en cuestión incluso se presenta el riesgo de caer en publicidad engañosa, un mal servicio, que a la larga perjudique este comercio electrónico.

2.5.1. Los derechos del consumidor que más se vulneran dentro del comercio electrónico en Ecuador

El consumidor y usuario tiene protección contra los diferentes riesgos que afecten su salud o seguridad, se debe exigir la protección de sus legítimos intereses económicos y sociales, al estar involucrado frente a las condiciones comerciales, se puede llevar a diferentes abusos o manipulaciones de cláusulas en los contratos.

- Derechos de los consumidores y usuarios:
- Derecho a una información correcta
- Derecho a la protección de los intereses económicos y sociales.
- Derecho a la reparación de los daños y perjuicios sufridos.
- Derecho a la representación, Consulta y participación.
- Derecho a salud y a la seguridad.

En general, las vulneraciones que más se afectan a los consumidores dentro del comercio electrónico trasfronterizo, en cuanto a la privacidad de los datos personales, riesgo de no ser indemnizados, estafas entre otras. Dentro de la legislación ecuatoriana se reconoce los derechos de los consumidores y las vulneraciones a las que encuentran expuestos, al involucrarse en este de comer electrónico. Los derechos que se relacionan directamente con el comercio electrónico se encuentran establecidos primordialmente consagrados en la constitución ecuatoriana entre ellos:

- Derecho a disponer bienes y servicios de óptima calidad.
- Derecho a elegir con libertad de los bienes y servicios.
- Derecho a recibir una información adecuada, precisa y no engañosa sobre el contenido, características y condiciones de los bienes y servicios.
- Derecho de recibir una información adecuada, precisa no engañosa sobre el contenido, características y condiciones de los bienes y servicios.

Así también, en la ley de orgánica de defensa del consumidor se establecen derechos que se relacionan de manera directa a este ámbito.

2.5.2. *Garantía del consumidor*

Es importante que el consumidor obtenga la satisfacción de un producto o servicio, el fabricante o vendedor debe mostrar la garantía y calidad que dispone su producto, debido que es una promesa de respaldo del correcto funcionamiento de este. La garantía cubre aquella necesidad que se puede presentar al momento de adquirir dicha compra, por medio de internet o catalogo y estas mismas garantías pueden ser amplias o limitadas dependiendo de la situación.

Para cualquier servicio o producto, uno de los requisitos fundamentales para el cliente es la garantía. Cada producto o servicio ofrece su garantía, incluyendo en su publicidad que llega a ser llamativa y destacar dentro del mundo comercial, para hacerle valer la garantía el consumidor puede dirigirse tanto al vendedor como al fabricante del producto o en este caso del proveedor del servicio.

Dentro de la presente investigación se encuentra direccionado al comercio latinoamericano, por ende, el consumidor latinoamericano es perspicaz y no compra solo por el precio del producto, es uno de los consumidores que busca el movimiento en las redes, las ofertas y la calidad de los productos en tanto a su costo y rentabilidad, recordando la multiculturalidad que se encuentra, al ser un mercado diverso. Los mercados están en constante desarrollo por ende se busca la adecuada protección de los derechos del consumidor para el progreso económico latinoamericano.

Además, el comité de comercio exterior (COMEX) es el organismo que aprueba las políticas públicas nacionales en materia de política comercial, en el cual se caracteriza por ser intersectorial público, encargado de la regulación de todos los asuntos y procesos vinculados a

esta materia comercial, el comité del comercio exterior (COMEX) define como miembros a los titulares o delegados de las siguientes entidades que fomentan el desarrollo del comercio dentro del estado ecuatoriano:

- Ministerio de producción, comercio exterior, inversión y pesca.
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca;
- Ministerio de Economía y Finanzas;
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo;
- Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana.

2.5.3. La Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos del Consumidor

La Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos del Consumidor es un acuerdo regional que busca salvaguardar los derechos de los consumidores en los países que la han ratificado, incluyendo a Ecuador, Chile y Colombia. A continuación, se presenta un análisis sin plagio de los aspectos clave de esta convención:

1. Ámbito de Aplicación:

La Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos del Consumidor tiene como objetivo principal establecer normas y principios que promuevan la protección de los derechos de los consumidores en el ámbito de las transacciones comerciales y la prestación de servicios. Aplica a todas las fases del ciclo de vida del producto o servicio.

2. Principios Fundamentales:

La convención se basa en principios fundamentales destinados a garantizar la equidad y transparencia en las relaciones de consumo. Estos principios incluyen el derecho a la

información adecuada, el derecho a la elección, el derecho a condiciones de trato equitativo y digno, y el derecho a la educación y divulgación en materia de consumo.

3. Responsabilidades de los Estados Parte:

Los Estados Parte, entre ellos Ecuador, Chile y Colombia, se comprometen a adoptar las medidas necesarias para garantizar la protección efectiva de los derechos del consumidor. Esto implica la creación de mecanismos de supervisión y regulación, así como la implementación de medidas educativas destinadas a informar a los consumidores sobre sus derechos.

4. Acciones Colectivas:

La Convención fomenta la posibilidad de acciones colectivas en defensa de los derechos del consumidor. Esto permite que grupos de consumidores afectados presenten reclamaciones de manera conjunta, fortaleciendo la capacidad de hacer valer sus derechos.

5. Cooperación Internacional:

Reconociendo la naturaleza global de muchas transacciones comerciales, la convención promueve la cooperación internacional entre los Estados Parte. Esto facilita el intercambio de información y buenas prácticas para mejorar la protección del consumidor a nivel regional.

6. Protección contra Prácticas Abusivas:

La Convención prohíbe las prácticas abusivas y engañosas, buscando proteger a los consumidores contra información falsa o engañosa, así como prácticas comerciales desleales.

7. Mecanismos de Solución de Controversias:

Establece mecanismos para la solución de controversias, tanto a nivel nacional como internacional, con el fin de garantizar el cumplimiento efectivo de las disposiciones de la convención.

La Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos del Consumidor representa un esfuerzo conjunto de los Estados Parte, incluyendo a Ecuador, Chile y Colombia, para fortalecer la protección de los derechos de los consumidores en la región, estableciendo principios y normas que promueven la equidad y transparencia en las relaciones de consumo.

2.6. MARCO LEGAL

2.6.1. Normativas Del Comercio Electrónico En Ecuador, Chile Y Colombia

2.6.1.1. Constitución De Ecuador 2008

Ecuador se convirtió en una república independiente en 1830. A lo largo de su historia, el país he tenido numerosas constituciones y cambios políticos. Algunas de las constituciones notables incluyen la constitución de 1830, la constitución de 1906 y la constitución de 1945. Hubo periodos de inestabilidad política, golpes de estado y cambios constitucionales.

La constitución actual de Ecuador fue adoptada en 2008 y se conoce como la “constitución de Montecristi”. Esta constitución introdujo cambios significativos en la estructura del gobierno, estableciendo un sistema de democracia participativa, derechos para la naturaleza, y una mayor participación ciudadana. También reconoció los derechos de los pueblos indígenas y fortaleció el poder ejecutivo.

La constitución de Ecuador establece un sistema presidencialista con una división de poderes entre el ejecutivo, legislativo y judicial donde promueve la participación ciudadana en la toma de decisiones y establece mecanismos de democracia directa, como el referéndum y la iniciativa popular. Reconoce una amplia gama de derechos, incluyendo derechos económicos, sociales y culturales, derechos humanos y derechos de la naturaleza.

Reconoce la diversidad cultural y lingüística de Ecuador, dando un énfasis especial a los derechos de los pueblos indígenas y afro ecuatorianos. De igual manera establece un sistema de economía social del conocimiento y la economía popular y solidaria, lo que implica una regulación más activa del estado en la economía y lo más importante reconoce los derechos de la naturaleza y establece disposiciones para proteger al medio ambiente y los recursos naturales.

Tabla 1 Constitución del Ecuador, 2008

Constitución Del Ecuador (2008)	
Sección novena	Análisis
<p>Personas usuarias y consumidoras</p> <p>Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.</p> <p>La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de los consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.</p>	<p>El estado establece el derecho fundamental de las personas a tener acceso a bienes y servicios de alta calidad. Esto implica que los productos y servicios disponibles en el mercado deben cumplir con ciertos estándares de calidad y no deben ser deficientes o de mala calidad.</p> <p>Los consumidores tienen el derecho de elegir los bienes y servicios que deseen de manera libre y sin restricciones indebidas. Esto resalta la importancia de la libertad de elección en un mercado abierto y competitivo. Tienen derecho a recibir información precisa y veraz sobre el contenido y las características de los bienes y servicios. Esto es esencial para que los consumidores tomen decisiones informadas y eviten la publicidad engañosa o falsa.</p> <p>El estado ecuatoriano establece que la ley debe proporcionar mecanismos de control de calidad para garantizar que los productos y servicios cumplen con los estándares necesarios. Además, debe establecer procedimientos de defensa de los consumidores para proteger sus derechos en caso de problemas con los bienes o servicios adquiridos.</p>
<p>Art. 54.- Las personas o entidades que</p>	<p>Análisis</p>

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

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

Establece una amplia responsabilidad civil y penal para personas o entidades que proporcionen servicios públicos, producen o comercializan bienes de consumo, o ejercen profesiones u oficios. Estas disposiciones buscan proteger los derechos y la seguridad de los consumidores y garantizar que los servicios y productos cumplan con los estándares de calidad requeridos, así como la publicidad y las descripciones proporcionadas. La responsabilidad también se extiende a situaciones donde la vida o la integridad de las personas están en riesgo debido a la mala práctica.

Elaborado por: Luis Enrique Rodríguez Rosales y Bryan Alexander Viñan Vallejo

2.6.2. Ley De Comercio Electrónico, Firmas Y Mensajes De Datos

La ley de comercio electrónico tiene como propósito proporcionar un marco legal que regule las transacciones electrónicas y digitales en el país. La ley establece la validez y el reconocimiento legal de las transacciones electrónicas, las firmas electrónicas y los mensajes de datos, lo que brinda seguridad jurídica a las partes involucradas en transacciones electrónicas.

Esta ley busca promover y facilitar el comercio electrónico a proporcionar reglas claras y coherentes para las transacciones en línea. Esto incluye compras en línea, contratos electrónicos y otras actividades comerciales realizadas a través de internet. La legislación establece normas y requisitos para la utilización de firmas electrónicas y sistemas de autenticación en línea, garantizando la seguridad y la integridad de las transacciones. Esta incorpora disposiciones para proteger a los consumidores en las transacciones en línea, asegurando que los derechos del consumidor estén protegidos y que se brinde información adecuada en línea.

Tabla 2 Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensaje de Datos

Ley De Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas Y Mensaje De Datos	
Art. 1.- Objetivo de la Ley. - Esta Ley	Esta ley regula el alcance y los objetivos

regula los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas.

de esta, que es regular diversos aspectos de la tecnología y la comunicación electrónica para la garantizar la seguridad, la autenticidad y la protección de los usuarios en el contexto de los mensajes de datos, la firma electrónica, la contratación electrónica, los servicios de certificación y el comercio electrónico.

Capítulo I

Principios generales

Art. 2.- Reconocimiento jurídico de los mensajes de datos. - Los mensajes de datos tendrán igual valor jurídico que los documentos escritos. Su eficacia, valoración y efectos se someterá al cumplimiento del establecido en esta Ley y su reglamento.

Establece que los mensajes de datos tendrán el mismo valor jurídico que los documentos escritos. Esto implica que los mensajes de datos son equiparados a los documentos escritos. Dicha equiparación es importante para reconocer la validez y la autenticidad de los mensajes de datos en el ámbito legal. De igual manera, indica que la eficacia y la valoración de los mensajes de datos estarán sujetas al cumplimiento de lo establecido en esta ley y su respectivo reglamento. Esto significa que, aunque se les otorga igual valor jurídico, los mensajes de datos deben cumplir con ciertos requisitos y regulaciones específicas establecidas en la ley y sus normativas complementarias para ser considerados válidos y efectivos desde el punto de vista legal.

Art. 3.- Incorporación por remisión. - Se reconoce validez jurídica a la información no contenida directamente en un mensaje de datos, siempre que figure el mismo, en forma de 18 remisiones o anexo accesible mediante un enlace electrónico directo y su contenido sea conocido y aceptado expresamente por las partes.

El presente artículo reconoce la validez jurídica de la información incorporada por remisión en un mensaje de datos, siempre que se cumplan las condiciones en enlace electrónico directo y aceptación expresada por las partes. Esto permite que las partes hagan referencia a información adicional de manera eficiente y legal en el contexto de mensaje de datos, siempre que se respeten los requisitos establecidos en el articulado.

Art. 4.- Propiedad intelectual. - Los mensajes de datos estarán sometidos a las Leyes,

Establece que los mensajes de datos están sujetos a las leyes de propiedad intelectual,

reglamentos y acuerdos internacionales relativos a la propiedad intelectual.

incluidos los derechos de autor, patentes y marcas registradas, y deben cumplir con los acuerdos internacionales relacionados con la propiedad intelectual. Esto implica que cualquier uso de material protegido por derechos de autor u otros derechos de propiedad intelectual en mensajes de datos deben estar en conformidad con las leyes y regulaciones pertinentes, y se requiere la autorización de los titulares de esos derechos cuando corresponda.

Art. 5.- Confidencialidad y reserva. - Se establecen los principios de confidencialidad y reserva para los mensajes de datos, cualquiera sea su forma, medio o intención. Toda violación a estos principios, principalmente aquellas referidas a la intrusión electrónica, transferencia ilegal de mensajes de datos o violación del secreto profesional, será sancionada conforme a los dispuesto en esta Ley y demás normas que rigen la materia.

El presente articulado establece los principios fundamentales de confidencialidad y reserva para los mensajes de datos, y advierte sobre las sanciones legales que enfrentaran quienes violen estos principios, especialmente en casos de intrusión electrónica, transferencia ilegal de mensaje de datos o violación del secreto profesional. Esto refuerza la importancia de la seguridad y la protección de la información transmitida a través de mensajes de datos y establece un marco legal para su cumplimiento y aplicación.

Establece las condiciones y requisitos que

Art. 8.- Conservación de los mensajes de datos. - Toda información sometida a esta Ley, podrá ser conservada; este requisito quedará cumplido mediante el archivo del mensaje de datos, siempre que se reúnan las siguientes condiciones;

a) Que la información que contenga sea accesible para su posterior consulta;

b) Que sea conservado con el formato en el que se haya generado, enviado o recibido o con algún formato que sea demostrable que reproduce con exactitud la información generada, enviada o recibida;

c) Que se conserve todo dato que permita determinar el origen, el destino del mensaje, la fecha y hora en que fue creado, generado,

deben cumplirse para la conservación de los mensajes de datos, asegurando que la información sea accesible, que se mantenga en su formato original o en uno equivalente, que se conserven datos relevantes para su identificación y que se garantice su integridad durante el periodo especificado en el reglamento. Esta disposición busca garantizar la disponibilidad y la autenticidad de la información almacenada en mensajes de datos de acuerdo con las regulaciones establecidas.

procesado, enviado, recibido y archivado; y

d) Que se garantice su integridad por el tiempo que se establezca en el reglamento a esta Ley.

De las firmas electrónicas

Art. 13.- Firma electrónica. - Son los datos en forma electrónica consignados en un mensaje de datos, adjuntados o lógicamente asociados al mismo, y que puedan ser utilizados para identificar al titular de la firma en relación con el mensaje de datos; e indicar que el titular de la firma aprueba y reconoce la información contenida en el mensaje de datos.

Este artículo establece que una firma electrónica se compone de datos en formato electrónico que están vinculados a un mensaje de datos y que pueden utilizarse para identificar al titular de la firma en relación con ese mensaje de datos. Además, la firma electrónica indica que el titular de esta aprueba y reconoce la información contenida en el mensaje de datos al que está asociada.

Art. 14.- Efectos de la firma electrónica.

- La firma electrónica tendrá igual validez y se le reconocerán los mismos efectos jurídicos que a una firma manuscrita en relación con los datos consignados en documentos escritos, y será admitida como prueba en juicio.

Este articulado reconoce y promueve la adopción de la firma electrónica como una herramienta legítima para la celebración de acuerdos y transacciones en el entorno digital. Permite que las partes involucradas confíen en la validez y la fuerza legal de las firmas electrónicas, lo que es fundamental en un mundo cada vez orientado hacia la tecnología y la digitalización.

Art. 15.- Requisitos de la firma electrónica. - Para su validez, la firma electrónica reunirá los siguientes requisitos, sin perjuicio de los que puedan establecerse por acuerdo entre las partes:

a) Ser indivisible y estar vinculada exclusivamente a su titular;

b) Que permita verificar inequívocamente la autoría e identidad del signatario, mediante dispositivos técnicos de comprobación establecidos por esta Ley y sus reglamentos;

c) Que su método de creación y verificación sea confiable, seguro e inalterable para el propósito para el cual el mensaje fue generado o comunicado

d) Que, al momento de creación de la

Este articulado establece los requisitos que deben cumplirse para que una firma electrónica sea considerada válida desde una perspectiva legal. Estos requisitos son fundamentales para garantizar la seguridad y la integridad de las firmas electrónicas y para evitar el abuso o la falsificación de las mismas. Además, el artículo menciona que estos requisitos son obligatorios para la validez de la firma electrónica, a menos que las partes acuerden otros requisitos. Esto deja espacio para la flexibilidad y la adaptación a las necesidades específicas de las partes involucradas en una transacción.

firma electrónica, los datos con los que se creare se hallen bajo control exclusivo del signatario, y, e) Que la firma sea controlada por la persona a quien pertenece.

Art. 16.- La firma electrónica en un mensaje de datos. - Cuando se fijare la firma electrónica en un mensaje de datos, aquélla deberá enviarse en un mismo acto como parte integrante del mensaje de datos o lógicamente asociada a éste. Se presumirá legalmente que el mensaje de datos firmado electrónicamente conlleva la voluntad del emisor, quien se someterá al cumplimiento de las obligaciones contenidas, en dicho mensaje de datos, de acuerdo con lo determinado en la Ley.

Este artículo establece un marco legal para la inclusión de firmas electrónicas en mensajes de datos y establece una presunción importante, ya que la firma electrónica en un mensaje de datos refleja la voluntad del emisor y lo obliga legalmente a cumplir con las obligaciones contenidas en dicho mensaje. Esto es fundamental para garantizar la seguridad y la certeza en las transacciones electrónicas para promover la adopción de firmas electrónicas como un medio válido y vinculante en el ámbito legal.

Art. 17.- Obligaciones del titular de la firma electrónica. - El titular de la firma electrónica deberá:

a) Cumplir con las obligaciones derivadas del uso de la firma electrónica;

b) Actuar con la debida diligencia y tomar las medidas de seguridad necesarias, para mantener la firma electrónica bajo su estricto control y evitar toda utilización no autorizada;

c) Notificar por cualquier medio a las personas vinculadas, cuando exista el riesgo de su firma sea controlada por terceros no autorizados y utilizada indebidamente;

d) Verificar la exactitud de sus declaraciones;

e) Responder por las obligaciones derivadas del uso no autorizado de su firma, cuando no hubiere obrado con la debida diligencia para impedir su utilización, salvo que el destinatario conociere de la inseguridad de la firma electrónica o no hubiere actuado con la debida diligencia;

El titular de la firma electrónica debe cumplir con todas las obligaciones derivadas del uso de la firma electrónica. Esto significa que el titular es responsable de actuar de acuerdo con las reglas y regulaciones que rigen el uso de las firmas electrónicas, así como con cualquier acuerdo o contrato en el que haya utilizado la firma electrónica. De igual manera, el titular debe actuar con debida diligencia y tomar las medidas de seguridad necesarias para mantener la firma electrónica bajo su estricto control y evitar cualquier uso no autorizado. Esto incluye proteger adecuadamente los dispositivos o sistemas utilizados para generar o gestionar la firma electrónica. Si el titular de la firma electrónica tiene conocimiento de que existe un riesgo de que su firma sea controlada por terceros no autorizados y utilizada indebidamente, debe notificar a las personas vinculadas, esto es importante para que otras partes sean conscientes de la posibilidad de un uso no autorizado y puedan tomar medidas para protegerse.

f) Notificar a la entidad de certificación de información los riesgos sobre su firma y solicitar oportunamente la cancelación de los certificados; y,

g) Las demás señaladas en la Ley y sus reglamentos.

Estas obligaciones buscan establecer un marco de responsabilidad y seguridad en el uso de firmas electrónicas. Los titulares de firmas electrónicas tienen la responsabilidad de proteger su firma y utilizarla de manera adecuada y segura, y esta responsabilidad de proteger su firma y utilizarla de manera adecuada y segura, y esta responsabilidad incluye notificar a otros sobre riesgos y tomar medidas para prevenir el uso no autorizado. Cumplir con estas obligaciones es fundamental para garantizar la integridad y la confiabilidad de las firmas electrónicas en el entorno legal y comercial.

Art. 18.- Duración de la firma electrónica. - Las firmas electrónicas tendrán duración indefinida. Podrán ser revocadas, anuladas o suspendidas de conformidad con lo que el reglamento a esta Ley señale.

Establece que las firmas electrónicas no tienen una duración predeterminada y, por lo tanto, son válidas indefinidamente a menos que se tomen medidas para revocarlas o anularlas de acuerdo con lo que establezca la ley y sus reglamentos. La capacidad de revocar o anular una firma electrónica es esencial para garantizar la seguridad y la integridad de las transacciones electrónicas y proteger a los titulares de firmas electrónicas en caso de uso no autorizado o situaciones problemáticas.

Art. 19.- Extinción de la firma electrónica. - La firma electrónica se extinguirá por:

a) Voluntad de su titular;

b) Fallecimiento o incapacidad de su titular;

c) Disolución o liquidación de la persona jurídica, titular de la firma; y,

d) Por cauda judicialmente declarada. La extinción de la firma electrónica no exime a su titular de las obligaciones previamente contraídas derivadas de sus usos.

En conjunto, este articulado establece un marco legal para la terminación de las firmas electrónicas en diversas circunstancias, incluida la voluntad del titular, el fallecimiento o la incapacidad del titular, la disolución o liquidación de entidades jurídicas y causas judiciales. Estas disposiciones son importantes para garantizar que las firmas electrónicas se utilicen de manera adecuada y que no continúen siendo válidas en situaciones inapropiadas o problemáticas. Además, se asegura que el titular siga siendo responsable de sus compromisos anteriores, incluso después de la extinción de la firma electrónica.

De los certificados de firma electrónica	Define y reconoce la importancia de los
Art. 20.- Certificados de la firma electrónica. - Es el mensaje de datos que certifica la vinculación de una firma electrónica con una persona determinada, a través de un proceso de comprobación que confirma su identidad.	certificados de firma electrónica en el contexto legal y comercial. Estos certificados desempeñan un papel fundamental en la autenticación y la verificación de la identidad de los titulares de firmas electrónicas, lo que contribuye a la confianza en las transacciones electrónicas y al reconocimiento de las firmas electrónicas como medios válidos para celebrar acuerdos y contratos.
Art. 21.- Uso del certificado de firma electrónica. - El certificado de firma electrónica se empleará para certificar la identidad del titular de una firma electrónica y para otros usos, de acuerdo con esta Ley y su reglamento.	Destaca la importancia del certificado de firma electrónica como un medio para certificar la identidad del titular de una firma electrónica. Además, reconoce que la legislación y los reglamentos pueden permitir otros usos para el certificado, lo que brinda flexibilidad y adaptabilidad a las necesidades específicas de cada jurisdicción o sistema de firma electrónica. La regulación precisa y la conformidad con las leyes locales y los reglamentos son esenciales para garantizar el uso adecuado y seguro de los certificados de firma electrónica.
Art. 22.- Requisitos del certificado de la firma electrónica. - El certificado de firma electrónica para ser considerado válido contendrá los siguientes requisitos: a) Identificación de la entidad de certificación de información; b) Domicilio legal de la entidad de certificación de información; c) Los datos del titular del certificado que permitan su ubicación e identificación; d) El método de verificación de la firma del titular del certificado; e) Las fechas de emisión y expiración y del certificado; f) El número único de serie que identifica el certificado;	Este articulado establece una serie de requisitos específicos que deben cumplir los certificados de firma electrónica para ser considerados válidos. Estos requisitos son esenciales para garantizar la integridad, autenticidad y confiabilidad de las firmas electrónicas y proporcionar un marco jurídico para su uso.

g) La firma electrónica de la entidad de certificación de información;

h) Las limitaciones o restricciones para los usos del certificado: e,

i) Los demás señalados en esta Ley y los reglamentos.

<p>Art. 44.- Cumplimiento de formalidades. - Cualquier actividad, transacción mercantil, financiera o de servicios, que se realice con mensajes de datos, a través de redes electrónicas, se someterá a los requisitos y solemnidades establecidos en la Ley que las rijan, en todo lo que fuere aplicable, y tendrá el mismo valor y los mismos efectos jurídicos que señalados en dicha Ley.</p>	<p>Reconoce la importancia de las transacciones electrónicas en el ámbito comercial, financiero y de servicios, y establece que estas transacciones deben cumplir con los requisitos y formalidades legales aplicables. Además, garantiza que las transacciones electrónicas tengan el mismo valor y efectos jurídicos que las transacciones tradicionales, lo que contribuye a la seguridad jurídica en el entorno digital.</p>
---	--

<p>Art. 45.- Validez de los contratos electrónicos. - Los contratos podrán ser instrumentados mediante mensajes de datos. No se negará validez o fuerza obligatoria a un contrato por la sola razón de haberse utilizado en su formación uno o más mensajes de datos.</p>	<p>Establece una base legal sólida para la utilización de contratos electrónicos mediante mensaje de datos. Al garantizar la validez y fuerza obligatoria de estos contratos, promueve la adopción de tecnologías digitales en el ámbito de las transacciones comerciales y legales, lo que puede ser beneficioso para las partes involucradas y para la eficiencia en general. Además, al no discriminar entre contratos electrónicos y contratos en papel, contribuye a la adaptación a un entorno comercial cada vez más digital.</p>
--	--

<p>Art. 46.- Perfeccionamiento y aceptación de los contratos electrónicos. - El perfeccionamiento de los contratos electrónicos se someterá a los requisitos y solemnidades previstos en las Leyes y se tendrá como lugar de perfeccionamiento el que acordaren las partes. La recepción, confirmación de recepción, o apertura del mensaje de datos, no implica aceptación del contrato electrónico, salvo acuerdo de las partes.</p>	<p>Reconoce la validez de los contratos electrónicos y establece que deben cumplir con las mismas reglas y regulaciones que los contratos tradicionales. También da importancia a la voluntad de las partes al permitirles acordar el lugar de perfeccionamiento y los términos de aceptación del contrato electrónico. Esto proporciona un marco legal claro para las transacciones comerciales electrónicas y protege los intereses de las partes involucradas.</p>
---	---

<p>Art. 47.- Jurisdicción. - En caso de</p>	<p>Proporciona orientación sobre la</p>
--	---

controversias las partes se someterán a la jurisdicción en caso de disputas relacionadas con jurisdicción estipulada en el contrato; a falta de ésta, contratos electrónicos, la identificación de se sujetarán a las normas previstas por el código de mensajes de datos y el uso de medios electrónicos Procedimiento Civil Ecuatoriano y esta Ley, en procedimientos de arbitraje. Estas disposiciones siempre que no se trate de un contrato sometido a son importantes para brindar claridad y una certeza legal en el entorno de los contratos electrónicos y la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en cuyo caso se determinará como domicilio el del consumidor o usuario. la resolución de controversias en línea.

Para la identificación de la procedencia de un mensaje de datos, se utilizarán los medios tecnológicos disponibles, y se aplicarán las disposiciones señaladas en esta Ley y demás normas legales aplicables.

Cuando las partes pacten someter las controversias a un procedimiento arbitral en la formalización del convenio de arbitraje como en su aplicación, podrán emplearse medios telemáticos y electrónicos, siempre que ello no sea incompatible con las normas reguladoras del arbitraje.

Elaborado por: Luis Enrique Rodríguez Rosales y Bryan Alexander Viñan Vallejo

2.6.3. Ley Orgánica De Defensa Del Consumidor

La ley orgánica de defensa del consumidor tiene como propósito principal proteger y promover los derechos e intereses de los consumidores en el país. La cual busca garantizar que los consumidores tengan sus derechos protegidos en todas las transacciones comerciales, promoviendo la igualdad y la equidad en las relaciones entre consumidores y proveedores. Establece los derechos de los consumidores a recibir información adecuada y veraz sobre los bienes y servicios que adquieren, lo que les permite tomar decisiones informadas. Reconoce el derecho de los consumidores a elegir libremente los bienes y servicios que desean y a tener acceso a productos seguros y de calidad.

Esta ley prohíbe prácticas comerciales abusivas, como publicidad engañosa, ventas forzadas, y cláusulas contractuales abusivas que podrían perjudicar a los consumidores, tienen derecho a la indemnización y reparación por daños o pérdidas sufridos debido a bienes o servicios defectuosos, o debido a prácticas comerciales desleales.

La ley establece reglas sobre garantías y servicios postventa, asegurando que los consumidores tengan acceso a reparaciones y reemplazos en caso de productos defectuosos y proporciona mecanismos para la resolución de conflictos y quejas de los consumidores, incluyendo la posibilidad de acudir a instancias judiciales o a organismos de protección del consumidor. Permite la inspección y supervisión de las actividades comerciales para garantizar el cumplimiento de las disposiciones y establece sanciones para aquellos que infrinjan las normas de protección al consumidor.

Tabla 3 Ley Orgánica de Defensa al Consumidor

Ley Orgánica De Defensa Al Consumidor	
<p>Art. 1.- ámbito y objeto. - las disposiciones de la presente ley son de orden público y de interés social, sus normas por tratarse de una ley de carácter orgánico prevalecerán sobre las disposiciones contenidas en leyes ordinarias. En caso de duda en la interpretación de esta ley, se la aplicará en el sentido más favorable al consumidor. El objeto de esta ley es normar las relaciones entre proveedores y consumidores promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los consumidores y procurando la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre las partes.</p>	<p>Establece una base sólida para la protección de los derechos del consumidor al declarar que la ley es de orden público y de interés social, prevalece sobre otras leyes, se interpreta favorablemente a los consumidores y tiene como objetivo principal promover la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.</p>
<p>Art. 2.- Definiciones. - Para efectos de la presente ley, se entenderá por:</p> <p>Anunciante. - Aquel proveedor de bienes o de servicios que ha encargado la difusión pública de un mensaje publicitario o de cualquier tipo de</p>	<p>Esta definición establece quien es un anunciante en el contexto de la ley. Se refiere al proveedor de bienes o servicios que ha encargado la difusión pública de un mensaje publicitario o de información relacionada con sus productos o servicios.</p>

información referida a sus productos o servicios.

Consumidor. - Toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, utilicé o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente ley mencione al consumidor, dicha denominación incluirá al usuario.

Contrato de adhesión. - Es aquel cuyas cláusulas han sido establecidas unilateralmente por el proveedor a través de contratos impresos o en formularios sin que el consumidor, para celebrarlo, haya discutido su contenido.

Derecho de devolución. - Facultad del consumidor para devolver o cambiar un bien o servicio, en los plazos previstos en esta ley, cuando no se encuentra satisfecho o no cumple sus expectativas, siempre que la venta del bien o servicio no haya sido hecha directamente, sino por correo, catálogo, teléfono, internet, u otros medios similares.

Especulación.- Práctica comercial ilícita que consiste en el aprovechamiento de una necesidad del mercado para elevar artificialmente los precios, sea mediante el ocultamiento de bienes o servicios, o acuerdos de restricción de ventas entre proveedores, o la renuencia de los proveedores a atender los pedidos de los consumidores pese a haber existencias que permitan hacerlo, o la elevación de los precios de los productos por sobre los índices oficiales de inflación, de precios al productor o de precios al consumidor.

Información básica comercial. - Consiste en los datos, instructivos, antecedentes, indicaciones o contraindicaciones que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al consumidor, al momento de efectuar la oferta del bien o prestación del servicio.

Oferta. - Práctica comercial consistente en el ofrecimiento de bienes o servicios que efectúa el proveedor al consumidor.

Proveedor. - Toda persona natural o jurídica

La definición de consumidor es amplia y abarca tanto a personas naturales como jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan bienes o servicios como destinatarios finales. También incluye a los usuarios cuando se menciona al consumidor en la ley. Esto garantiza que tanto las personas como las empresas estén protegidas en sus relaciones comerciales como consumidores.

El contrato de adhesión establece lo que constituye un contrato como tal, que son aquellos en los que las cláusulas son establecidas unilateralmente por el proveedor y el consumidor no tiene la oportunidad de discutir su contenido. Esto es importante para identificar los contratos en los que la parte más fuerte tiene un poder significativo en la formulación de los términos de contrato.

El derecho de devolución del consumidor a devolver o cambiar un bien o servicio si no cumple con sus expectativas, siempre que la venta no haya sido hecha directamente. Esto es relevante en el contexto de las ventas a distancia, como ventas por correo, catálogo, teléfono o en línea, y garantiza la protección del consumidor.

La especulación aborda una práctica comercial ilícita, que implica elevar artificialmente los precios de los consumidores. Proporciona una base para abordar prácticas comerciales injustas. Debe existir una información básica comercial y que define la información básica comercial que un proveedor debe proporcionar al consumidor reciban información esencial antes de tomar decisiones de compra.

La publicidad abusiva identifica lo que se considera abusiva, que puede incitar a la violencia, explotar la falta de madurez de los niños y adolescentes, alterar la paz y el orden público, o inducir al consumidor a comportarse de manera perjudicial o peligrosa para la salud y seguridad. También aborda la inclusión de mensajes subliminales en la publicidad. De igual manera,

de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución, alquiler o comercialización de bienes, así como prestación de servicios a consumidores, por lo que se cobre precio o tarifa. Esta definición incluye a quienes adquieran bienes o servicios para integrarlos a procesos de producción o transformación, así como a quienes presten servicios públicos por delegación o concesión.

Publicidad. - La comunicación comercial o propaganda que el proveedor dirige al consumidor por cualquier medio idóneo, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio. Para el efecto la información deberá respetar los valores de identidad nacional y los principios fundamentales sobre seguridad personal y colectiva.

Publicidad abusiva. - Toda modalidad de información o comunicación comercial, capaz de incitar a la violencia, explotar el medio, aprovechar la falta de madurez de los niños y adolescentes, altera la paz y el orden público o inducir al consumidor o comportarse en forma perjudicial o peligrosa para la salud y seguridad personal y colectiva. Se considerará también publicidad abusiva toda modalidad de información o comunicación comercial que incluya mensajes subliminales.

Publicidad engañosa. - Toda modalidad de información o comunicación de carácter comercial, cuyo contenido sea total o parcialmente contrario a las condiciones reales o de adquisición de los bienes y servicios ofrecidos o que utilice textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente, e incluso por omisión de datos esenciales del producto, induzca a engaño, error o confusión al consumidor.

la publicidad engañosa es cualquier forma de comunicación comercial que induzca a engaño, error o confusión al consumidor debido a información falsa o engañosa sobre los productos o servicios ofrecidos.

Art. 6.- Publicidad prohibida. - Quedan prohibidas todas las formas de publicidad engañosa o

Este articulado establece una prohibición general de publicidad engañosa o abusiva con el

abusiva, que induzcan a error en la elección del bien o servicio que puedan afectar los intereses y derechos del consumidor.

propósito de proteger a los consumidores y garantizar que puedan tomar decisiones informadas sobre los bienes y servicios que adquieren. La implementación y las sanciones asociadas a esta prohibición serían detalles adicionales que estarían presentes en la regulación más amplia a la que pertenece este artículo.

Art. 7.- Infracciones publicitarias. - Comete infracción a esta ley el proveedor que a través de cualquier tipo de mensaje induce al error o engaño en especial cuando se refiere a:

Se enfoca básicamente en las infracciones publicitarias y enumera áreas específicas en las que los proveedores deben ser precisos y honestos en su publicidad para evitar el error o engaño de los consumidores. La implementación y las sanciones relacionadas con estas infracciones se detallarían en otros elementos de la ley o regulación.

1. País de origen, comercial o de otra índole del bien ofrecido o sobre el lugar de prestación del servicio pactado o la tecnología empleada;

2. Los beneficios y consecuencias del uso del bien o de la contratación del servicio, así como el precio, tarifa, forma de pago, financiamiento y costos del crédito;

3. Las características básicas del bien o servicio ofrecidos, tales como componentes, ingredientes, dimensión, cantidad, calidad, utilidad, durabilidad, garantías, contraindicaciones, eficiencia, idoneidad del bien o servicio para los fines que se pretende satisfacer.

Elaborado por: Luis Enrique Rodríguez Rosales y Bryan Alexander Viñan Vallejo

2.6.4. Constitución Política De La República de Chile

La "Constitución Política de la República de Chile" es el documento fundamental que establece el marco legal y político de Chile. Fue promulgada en 1980 durante el gobierno de Augusto Pinochet y ha experimentado modificaciones a lo largo de los años en la cual se rige la estructura del gobierno y establece los derechos y responsabilidades de los ciudadanos en un país. La Constitución en el ámbito del derecho es de gran importancia, ya que proporciona el marco legal dentro del cual se desarrolla todo el sistema jurídico de un país. Aquí hay algunos aspectos clave a considerar al analizar una Constitución.

Derechos y libertades fundamentales: La Constitución suele incluir una sección que establece los derechos y libertades fundamentales de los ciudadanos, como la libertad de expresión, la igualdad ante la ley, la libertad de religión, entre otros. Estos derechos son esenciales para proteger las libertades individuales y limitar el poder del gobierno.

2.6.4.1. Ley 19496 Establece Normas Sobre Protección De Los Derechos De Los Consumidores

Tabla 4 Constitución Política de la República

Constitución Política De La República	
Sección novena	Análisis
<p>Personas usuarias y consumidoras</p> <p>Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.</p> <p>La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de los consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.</p>	<p>El estado establece el derecho fundamental de las personas a tener acceso a bienes y servicios de alta calidad. Esto implica que los productos y servicios disponibles en el mercado deben cumplir con ciertos estándares de calidad y no deben ser deficientes o de mala calidad.</p> <p>Los consumidores tienen el derecho de elegir los bienes y servicios que deseen de manera libre y sin restricciones indebidas. Esto resalta la importancia de la libertad de elección en un mercado abierto y competitivo. Tienen derecho a recibir información precisa y veraz sobre el contenido y las características de los bienes y servicios. Esto es esencial para que los consumidores tomen decisiones informadas y eviten la publicidad engañosa o falsa.</p> <p>El estado ecuatoriano establece que la ley debe proporcionar mecanismos de control de calidad para garantizar que los productos y servicios cumplen con los estándares necesarios. Además, debe establecer procedimientos de defensa de los consumidores para proteger sus derechos en caso de problemas con los bienes o servicios adquiridos.</p>
<p>Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o</p>	<p style="text-align: center;">Análisis</p> <p>Establece una amplia responsabilidad civil y</p>

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

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

penal para personas o entidades que proporcionen servicios públicos, producen o comercializan bienes de consumo, o ejercen profesiones u oficios. Estas disposiciones buscan proteger los derechos y la seguridad de los consumidores y garantizar que los servicios y productos cumplan con los estándares de calidad requeridos, así como la publicidad y las descripciones proporcionadas. La responsabilidad también se extiende a situaciones donde la vida o la integridad de las personas están en riesgo debido a la mala práctica.

Artículo 62.- Ministerio de Economía, Fomento y Turismo dictará uno o más reglamentos para regular las disposiciones de esta ley. Tratándose de materias regidas por leyes especiales, el reglamento correspondiente llevará, además, la firma del ministro del respectivo sector.

En el ejercicio de esta facultad, se dictarán, a lo menos, los siguientes reglamentos:

1. Sobre información al consumidor de tarjetas de crédito bancarias y no bancarias.

2. Sobre información al consumidor de créditos hipotecarios.

3. Sobre información al consumidor de créditos de consumo.

4. Sobre la organización y funcionamiento para la constatación de las condiciones de otorgamiento, mantención y revocación del sello SERNAC por el Servicio Nacional del Consumidor, incluyendo las normas necesarias para la organización y funcionamiento del servicio de atención al cliente y del Sistema de Solución de Controversias.

Los proveedores que deban modificar los contratos de adhesión suscritos con antelación a la entrada en vigencia de los reglamentos señalados en este artículo, para adecuarlos a las disposiciones

Análisis

En resumen, este artículo establece el marco para la regulación y supervisión de aspectos específicos relacionados con la información proporcionada a los consumidores y la organización y funcionamiento del sello SERNAC, lo que contribuye a garantizar la protección de los derechos de los consumidores en diversas áreas importantes.

También establece un requisito para los proveedores que deben realizar modificaciones en los contratos de adhesión que hayan sido suscritos con anterioridad a la entrada en vigor de los reglamentos. Estas modificaciones deben ser enviadas a los consumidores en un plazo determinado y deben detallar las modificaciones realizadas. Este requisito tiene como objetivo garantizar que los consumidores estén informados y puedan comprender las modificaciones en los contratos.

de éstos, en aquellas materias que no afecten la esencia de los derechos adquiridos bajo el régimen legal anterior, deberán, a su costa, enviar por cualquier medio físico o tecnológico a los consumidores un anexo que detalle las modificaciones, en un plazo que no exceda de noventa días contado desde la publicación de dichos reglamentos, o de su modificación, en su caso.

Elaborado por: Luis Enrique Rodríguez Rosales y Bryan Alexander Viñan Vallejo

2.6.5. Constitución Política De Colombia

La historia constitucional de Colombia se remota a la época de la independencia de España. Durante ese proceso, se promulgaron varias constituciones, incluyendo la constitución de Cúcuta de 1821, que estableció la Gran Colombia. Después de la disolución de la Gran Colombia en 1831, Colombia se convirtió en un país independiente y adoptó su primera constitución en 1832 y a lo largo de su historia Colombia la constitución política de 1991 es la más reciente y actual.

La constitución de Colombia cumple varios propósitos fundamentales como establecer el marco legal y política del país, la cual define la estructura del estado, los poderes gubernamentales, y como se toman las decisiones políticas y legislativas, que protege los derechos y libertades de los ciudadanos que garantiza una amplia gama de derechos fundamentales, como la igualdad ante la ley, la libertad de expresión, la participación política y el derecho a la educación.

Establece las responsabilidades del gobierno, incluyendo la provisión de servicios públicos, la protección de la seguridad y la justicia, y la promoción del bienestar social. De igual manera regula la relación entre el gobierno y la sociedad donde establece reglas para la elección

de autoridades, la participación ciudadana en procesos democráticos y la división de poderes, lo que es esencial para un sistema de gobierno equilibrado.

La constitución de Colombia es un instrumento que garantiza la estabilidad política y social del país. Sirve como un contrato social entre el gobierno y los ciudadanos, estableciendo los derechos y deberes de ambas partes. Además, se erige como un mecanismo de protección de los derechos humanos y un pilar de la democracia en Colombia, ya que es la piedra angular del orden político, social y jurídico del país, y su creación y propósito son esenciales para preservar la democracia, los derechos individuales y el bienestar de los ciudadanos.

Tabla 5 Constitución Política de Colombia

Constitución Política De Colombia	
Capítulo 3	
De Los Derechos Colectivos Y Del Ambiente	
Artículo 78. La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización.	Este articulado de la constitución de Colombia busca proteger los derechos de los consumidores y garantizar que los bienes y servicios ofrecidos en el mercado cumplan con estándares de calidad y seguridad adecuados. También enfatiza la importancia de la participación de las organizaciones de consumidores en la formulación de políticas y regulaciones relacionadas con la protección del consumidor. Esto contribuye a la promoción de un entorno en el que los consumidores puedan tomar decisiones informadas y confiar en la calidad de los productos y servicios que adquieren.
Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios.	
El estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les concierne. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos.	

Elaborado por: Luis Enrique Rodríguez Rosales y Bryan Alexander Viñan Vallejo

2.6.5.1. Ley 1480, Estatuto del Consumidor

La ley 1480 de Colombia cumple un papel esencial en la protección de los derechos del consumidor al establecer reglas claras y mecanismos de cumplimiento que garantizan la equidad en las relaciones entre consumidores y proveedores. Esto contribuye a un mercado más transparente y competitivo, donde los consumidores pueden confiar en la calidad y la veracidad de los productos y servicios que adquieren. Además, la ley busca empoderar a los consumidores al proporcionarles información y herramientas para tomar decisiones informadas.

Tabla 6 Ley 1480, Estatuto del Consumidor

Ley 1480, Estatuto Del Consumidor	
<p>Artículo 3°. Derechos Y Deberes De Los Consumidores Y Usuario</p> <p>Se tendrán como derechos y deberes generales de los consumidores y usuarios, sin perjuicio de los que les reconozcan leyes especiales, los siguientes:</p> <p>1. Derechos:</p> <p>1.1. Derecho a recibir productos de calidad: Recibir el producto de conformidad con las condiciones que establece la garantía legal, las que se ofrezcan y las habituales del mercado.</p> <p>1.2. Derecho a la seguridad e indemnidad: Derecho a que los productos no causen daño en condiciones normales de uso y a la protección contra las consecuencias nocivas para la salud, la vida o la integridad de los consumidores.</p> <p>1.3. Derecho a recibir información: Obtener información completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea respecto de los productos que se ofrezcan o se pongan en circulación, así como sobre los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización, los mecanismos de protección de sus derechos y las formas de ejercerlos.</p> <p>1.4. Derecho a recibir protección contra la</p>	<p>Este artículo en cuestión se refiere a los derechos y deberes de los consumidores y usuarios en el contexto de la protección al consumidor. Aquí se presenta un análisis sin plagio del contenido de este artículo:</p> <p>Derechos de los Consumidores y Usuarios:</p> <p>Derecho a recibir productos de calidad: Los consumidores tienen el derecho de recibir productos que cumplan con las condiciones estipuladas en la garantía legal, las condiciones ofrecidas y el estándar del mercado. Esto garantiza la calidad de los productos que adquieren.</p> <p>Derecho a la seguridad e indemnidad: Los consumidores tienen derecho a que los productos no causen daño en condiciones normales de uso y a estar protegidos contra cualquier consecuencia perjudicial para la salud, la vida o la integridad. Esto promueve la seguridad del consumidor.</p> <p>Derecho a recibir información: Los consumidores tienen derecho a recibir información completa, precisa y transparente sobre los productos que se ofrecen, así como sobre los riesgos asociados a su consumo. Esto les permite tomar decisiones informadas.</p> <p>Derecho a recibir protección contra la publicidad engañosa: Los consumidores tienen el</p>

publicidad engañosa.

1.5. Derecho a la reclamación: Reclamar directamente ante el productor, proveedor o prestador y obtener reparación integral, oportuna y adecuada de todos los daños sufridos, así como tener acceso a las autoridades judiciales o administrativas para el mismo propósito, en los términos de la presente ley. Las reclamaciones podrán efectuarse personalmente o mediante representante o apoderado.

1.6. Protección contractual: Ser protegido de las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión, en los términos de la presente ley.

1.7. Derecho de elección: Elegir libremente los bienes y servicios que requieran los consumidores.

1.8. Derecho a la participación: Organizarse y asociarse para proteger sus derechos e intereses, elegir a sus representantes, participar y ser oídos por quienes cumplan funciones públicas en el estudio de las decisiones legales y administrativas que les conciernen, así como a obtener respuesta a sus peticiones.

1.9. Derecho de representación: Los consumidores tienen derecho a hacerse representar, para la solución de las reclamaciones sobre consumo de bienes y servicios, y las contravenciones a la presente ley, por sus organizaciones, o los voceros autorizados por ellas.

1.10. Derecho a informar: Los consumidores, sus organizaciones y las autoridades públicas tendrán acceso a los medios masivos de comunicación, para informar, divulgar y educar sobre el ejercicio de los derechos de los consumidores.

1.11. Derecho a la educación: Los ciudadanos tienen derecho a recibir educación sobre los derechos de los consumidores, formas de hacer efectivos sus derechos y demás materias relacionadas.

1.12. Derecho a la igualdad: Ser tratados

derecho de estar protegidos contra la publicidad engañosa que podría llevarlos a decisiones erróneas.

Derecho a la reclamación: Los consumidores tienen el derecho de presentar reclamaciones directamente al productor o proveedor en caso de daño, y deben recibir una reparación integral y oportuna.

Protección contractual: Los consumidores tienen derecho a estar protegidos de las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión.

Derecho de elección: Los consumidores tienen el derecho de elegir libremente los bienes y servicios que deseen adquirir.

Derecho a la participación: Los consumidores tienen derecho a organizarse, asociarse, y ser escuchados en las decisiones públicas relacionadas con sus derechos e intereses.

Derecho de representación: Los consumidores tienen derecho a ser representados para la solución de reclamaciones y contravenciones a la ley por sus organizaciones o voceros autorizados.

Derecho a informar: Los consumidores, sus organizaciones y las autoridades públicas tienen acceso a los medios de comunicación para informar, divulgar y educar sobre los derechos de los consumidores.

Derecho a la educación: Los ciudadanos tienen derecho a recibir educación sobre sus derechos como consumidores y cómo hacer efectivos esos derechos.

Derecho a la igualdad: Los consumidores tienen derecho a ser tratados de manera equitativa y no discriminatoria.

Deberes de los Consumidores y Usuarios:

Informarse: Los consumidores deben informarse sobre la calidad de los productos y seguir las instrucciones proporcionadas por el productor o proveedor.

Obrar de buena fe: Deben actuar de buena fe en sus relaciones con los productores, proveedores y

equitativamente y de manera no discriminatoria.

2. Deberes:

2.1. Informarse respecto de la calidad de los productos, así como de las instrucciones que suministre el productor o proveedor en relación con su adecuado uso o consumo, conservación e instalación.

2.2. Obrar de buena fe frente a los productores y proveedores y frente a las autoridades públicas.

2.3. Cumplir con las normas sobre reciclaje y disposición de desechos de bienes consumidos.

autoridades públicas.

Cumplir con normas de reciclaje y disposición de desechos: Deben cumplir con las normas sobre reciclaje y disposición adecuada de los desechos de los productos consumidos, contribuyendo así al cuidado del medio ambiente.

Este artículo establece los derechos y deberes de los consumidores y usuarios en Colombia. Estos derechos protegen a los consumidores de prácticas engañosas y garantizan su seguridad, elección informada y participación en decisiones que les afecten. Los deberes promueven la responsabilidad y el cumplimiento de normas ambientales. Este artículo es fundamental para la protección de los consumidores y la promoción de prácticas comerciales justas y seguras.

ARTÍCULO 5°. DEFINICIONES

Para los efectos de la presente ley, se entiende por:

1. Calidad: Condición en que un producto cumple con las características inherentes y las atribuidas por la información que se suministre sobre él.

2. Cláusula de prórroga automática. Es la estipulación contractual que se pacta en los contratos de suministro en la que se conviene que el plazo contractual se prorrogará por un término igual al inicialmente convenido, sin necesidad de formalidad alguna, salvo que una de las partes manifieste con la debida antelación su interés de no renovar el contrato.

3. Consumidor o usuario: Toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica. Se entenderá incluido en el concepto de consumidor el de usuario.

4. Contrato de adhesión: Aquel en el que las

Este artículo en cuestión proporciona definiciones clave que son fundamentales para la interpretación y aplicación de las disposiciones de la ley de protección al consumidor en Colombia. A continuación, se presenta un análisis de estas definiciones:

Definiciones Clave:

1. Calidad: Se refiere a la condición en la que un producto cumple con sus características inherentes y con la información proporcionada sobre él. Esto asegura que los productos cumplan con los estándares de calidad esperados y que la información proporcionada sea precisa.

2. Cláusula de prórroga automática: Esta definición se aplica a los contratos de suministro en los que se establece que el plazo contractual se extenderá automáticamente por un período igual al inicialmente acordado, a menos que una de las partes manifieste su deseo de no renovar el contrato. Esto protege los derechos de los consumidores en contratos de suministro.

3. Consumidor o usuario: Se define como cualquier persona natural o jurídica que, como

cláusulas son dispuestas por el productor o proveedor, de manera que el consumidor no puede modificarlas, ni puede hacer otra cosa que aceptarlas o rechazarlas.

5. **Garantía:** Obligación temporal, solidaria a cargo del productor y el proveedor, de responder por el buen estado del producto y la conformidad del mismo con las condiciones de idoneidad, calidad y seguridad legalmente exigibles o las ofrecidas. La garantía legal no tendrá contraprestación adicional al precio del producto.

6. **Idoneidad o eficiencia:** Aptitud del producto para satisfacer la necesidad o necesidades para las cuales ha sido producido o comercializado.

7. **Información:** Todo contenido y forma de dar a conocer la naturaleza, el origen, el modo de fabricación, los componentes, los usos, el volumen, peso o medida, los precios, la forma de empleo, las propiedades, la calidad, la idoneidad o la cantidad, y toda otra característica o referencia relevante respecto de los productos que se ofrezcan o pongan en circulación, así como los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización.

8. **Producto:** Todo bien o servicio.

9. **Productor:** Quien de manera habitual, directa o indirectamente, diseñe, produzca, fabrique, ensamble o importe productos. También se reputa productor, quien diseñe, produzca, fabrique, ensamble, o importe productos sujetos a reglamento técnico o medida sanitaria o fitosanitaria.

10. **Promociones y ofertas:** Ofrecimiento temporal de productos en condiciones especiales favorables o de manera gratuita como incentivo para el consumidor. Se tendrá también por promoción, el ofrecimiento de productos con un contenido adicional a la presentación habitual, en forma gratuita o a precio reducido, así como el que se haga por el sistema de incentivos al consumidor, tales como rifas, sorteos,

destinatario final, adquiere, disfruta o utiliza un producto para satisfacer una necesidad propia o empresarial no intrínsecamente relacionada con su actividad económica. Esto garantiza que las disposiciones de la ley se apliquen a una amplia gama de consumidores.

4. Contrato de adhesión: Se refiere a contratos en los que las cláusulas son establecidas por el productor o proveedor, y el consumidor no puede modificarlas, solo aceptarlas o rechazarlas. Esto protege a los consumidores de cláusulas abusivas en contratos.

5. Garantía: Se establece como una obligación temporal y solidaria a cargo del productor y el proveedor para garantizar el buen estado del producto y su conformidad con las condiciones de calidad y seguridad legalmente exigibles. La garantía legal no tiene un costo adicional para el consumidor.

6. Idoneidad o eficiencia: Se refiere a la aptitud del producto para satisfacer la necesidad para la cual ha sido producido o comercializado.

7. Información: Se define como todo contenido y forma de comunicar la información sobre los productos, incluyendo su naturaleza, origen, modo de fabricación, componentes, usos, precios, propiedades, calidad y riesgos asociados.

8. Producto: Se refiere a cualquier bien o servicio.

9. Productor: Se define como quien habitualmente diseña, produce, fabrica, ensambla o importa productos, así como aquellos sujetos a reglamentos técnicos o medidas sanitarias o fitosanitarias.

10. Promociones y ofertas: Incluyen ofertas temporales de productos en condiciones favorables o gratuitas, así como promociones que incluyen contenido adicional a la presentación habitual.

11. Proveedor o expendedor: Se refiere a quienes, de manera habitual, directa o indirecta, ofrecen,

concursos y otros similares, en dinero, en especie o con acumulación de puntos.

11. Proveedor o expendedor: Quien de manera habitual, directa o indirectamente, ofrezca, suministre, distribuya o comercialice productos con o sin ánimo de lucro.

12. Publicidad: Toda forma y contenido de comunicación que tenga como finalidad influir en las decisiones de consumo.

13. Publicidad engañosa: Aquella cuyo mensaje no corresponda a la realidad o sea insuficiente, de manera que induzca o pueda inducir a error, engaño o confusión.

14. Seguridad: Condición del producto conforme con la cual, en situaciones normales de utilización, teniendo en cuenta la duración, la información suministrada en los términos de la presente ley y si procede, la puesta en servicio, instalación y mantenimiento no presenta riesgos irrazonables para la salud o integridad de los consumidores. En caso de que el producto no cumpla con requisitos de seguridad establecidos en reglamentos técnicos o medidas sanitarias, se presumirá inseguro.

15. Ventas con utilización de métodos no tradicionales: Son aquellas que se celebran sin que el consumidor las haya buscado, tales como las que se hacen en el lugar de residencia del consumidor o por fuera del establecimiento de comercio. Se entenderá por tales, entre otras, las ofertas realizadas y aceptadas personalmente en el lugar de residencia del consumidor, en las que el consumidor es abordado por quien le ofrece los productos de forma intempestiva por fuera del establecimiento de comercio o es llevado a escenarios dispuestos especialmente para aminorar su capacidad de discernimiento.

16. Ventas a distancia: Son las realizadas sin

suministran, distribuyen o comercializan productos con o sin fines de lucro.

12. Publicidad: Se refiere a cualquier forma de comunicación destinada a influir en las decisiones de consumo.

13. Publicidad engañosa: Se define como aquella que no se corresponde con la realidad o es insuficiente y puede inducir a error, engaño o confusión.

14. Seguridad: Condición del producto que, en situaciones normales de uso, no presenta riesgos irrazonables para la salud o integridad de los consumidores.

15. Ventas con utilización de métodos no tradicionales: Se refieren a ventas que se realizan sin que el consumidor las haya buscado, como las ventas en el lugar de residencia del consumidor.

16. Ventas a distancia: Son ventas en las que el consumidor no tiene contacto directo con el producto que adquiere, a través de medios como correo, teléfono, catálogo o comercio electrónico.

17. Producto defectuoso: Se refiere a un bien mueble o inmueble que, debido a un error en el diseño, fabricación, construcción, embalaje o información, no ofrece la razonable seguridad que toda persona tiene derecho.

que el consumidor tenga contacto directo con el producto que adquiere, que se dan por medios, tales como correo, teléfono, catálogo o vía comercio electrónico.

17. Producto defectuoso: Es aquel bien mueble o inmueble que en razón de un error el diseño, fabricación, construcción, embalaje o información, no ofrezca la razonable seguridad a la que toda persona tiene derecho.

Elaborado por: Luis Enrique Rodríguez Rosales y Bryan Alexander Viñan Vallejo

3. CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. Diseño y Tipo De Investigación

3.1.1. *Diseño De Investigación*

El presente proyecto de investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo-cuantitativo, ya que se compararán las legislaciones en materia de comercio electrónico de Ecuador, Chile y Colombia, analizando y comparando las estadísticas de los países involucrados, enfatizando la importancia del comercio electrónico en Latinoamérica en la actualidad. Se debe tomar en consideración que este proyecto está cimentando las bases para una futura investigación más avanzada entorno al comercio electrónico transfronterizo y las tres legislaciones protagonistas, por lo que este enfoque mixto contribuyó a que los objetivos planteados sean cumplidos. De igual manera se determinó la población general, sin embargo, al tratarse de un estudio comparado entre diferentes legislaciones, el objeto principal de estudio es la ley, siendo identificadas como leyes nacionales e internacionales.

El tipo de investigación que se efectuó fue la exploratoria, ya que se profundizó en los contenidos de constituciones, leyes orgánicas, leyes ordinarias en torno al comercio electrónico transfronterizo y haciendo un análisis en el alcance de cada ordenamiento jurídico. De acuerdo con Méndez “permite al investigador familiarizarse con el fenómeno que se investiga. Es el punto de partida para la formulación de otras investigaciones con mayor nivel de profundidad” (Álvarez, 2011).

Mediante la ejecución del método deductivo, analítico y de comparación jurídica que se relacionan los aspectos más fundamentales sobre las obras, los sujetos involucrados, los delitos que se cometen, los procedimientos respectivos y demás que forman parte del comercio electrónico transfronterizo, analizando como regulan los países involucrados en esta

investigación y en cada conglomerado normativo, y de esta manera dar solidez veraz a la idea principal a defender.

En esta investigación se utilizó diferentes instrumentos como la encuesta, la entrevista, dado que la naturaleza del tema obliga a que sea lo más detallado su estudio, utilizando diferentes leyes, doctrina, documentos de opinión jurídica, artículos, diccionarios y demás documentos relevantes, por lo que el sustento de esta técnica se vio reflejada a través de la ficha bibliográfica y las diferentes citas dentro de la misma.

3.2. Recolección De Investigación

3.2.1. Población y muestra

El presente trabajo describe una investigación, la cual considera una delimitación valiosa para poder analizar las legislaciones de los países involucrados que son Ecuador, Chile y Colombia que están inmiscuidas en este análisis, en este caso se tomó referencia las legislaciones de los países para estudiar los diferentes problemas que tiene el comercio electrónico transfronterizo por la falta de una normativa que sancione las diferentes estafas que se producen.

Tabla 7 Tabla población de la legislación de Ecuador, Chile y Colombia

País	Legislaciones	N
Ecuador	Constitución	1
	Código orgánico de defensa al consumidor	1
	Código Civil	1
	Ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensaje de datos	1
Chile	Constitución	1

	Ley del consumidor	1
	Ley de comercio electrónico	1
	Ley de protección de los derechos del consumidor con la contratación de servicios con empresas extranjeras	1
Colombia	Constitución	1
	Ley 1480, Estatuto del Consumidor	1

Elaborado por: Luis Enrique Rodríguez Rosales y Bryan Alexander Viñan Vallejo

3.2.2. Métodos De Investigación

Los métodos de investigación son el conjunto de herramienta en secuencia de forma sistemática y precisa que forman parte del proceso de adquisición de conocimiento científico para la solución de problemas en cualquier parte del proceso.

3.2.2.1. Método Exegético

El enfoque implica un estudio de manera detallada de los textos legales, incluyendo leyes, reglamentos y jurisprudencia relevante. Con este método, se busca entender el significado y el fondo de las diferentes normas legales.

Este método sirve para poder analizar y realizar una comparación de las leyes relacionadas con el comercio electrónico transfronterizo y el derecho comparado de las legislaciones de Ecuador, Chile y Colombia.

3.2.2.2. Método Analítico

El enfoque analítico implica un análisis detallado de los diferentes constitutivos de las legislaciones, como los principios fundamentales, los derechos y obligaciones establecidos, los procedimientos legales, y las diferentes sanciones que se imparten.

Con el método analítico, se pueden realizar comparaciones sistemáticas de las diferentes legislaciones, identificando similitudes, y de igual manera las estrategias y enfoques que se utilizan para el comercio electrónico transfronterizo.

3.2.2.3. Método Comparativo Jurídico

El método comparativo jurídico es una herramienta de suma importancia que se utiliza en el campo del derecho para analizar y realización una comparación de las normas jurídicas, los sistemas legales entre los países involucrados en esta investigación. Este método se basa en la comparación sistemática de las disposiciones legales y los aspectos jurídicos relevantes.

Se utilizará este método con el fin de tener un análisis profundo de las legislaciones de Ecuador, Chile y Colombia en relación con el comercio electrónico transfronterizo.

3.3. Técnicas E Instrumentos De La Investigación

Las técnicas de investigación son los métodos adecuados para la utilización de información exacta, para el desarrollo y lograr el objeto planteado dentro la investigación de estudio. Las cuales incluyen estructuras de observación y veracidad de fuente confiables.

3.3.1. Técnicas De Investigación

Se compara el presente estudio de investigación, tiene viabilidad al implementar las adecuadas técnicas de investigación, ya que ayuda al desarrollo y al objetivo planteado del estudio. Lo cual permite adquiere información normativa de diferentes legislaciones, con el propósito de direccionar la investigación a la comparación internacional y el punto que se busca

analizar, la indagación de los derechos del consumidor en el ámbito de comercio electrónico transfronterizo.

3.3.2. Instrumento De Investigación

El tipo de instrumento de la presente investigación es cualitativo y exhaustivo, herramientas que nos permiten desarrollar en el estudio de investigación, cualitativa debido a la recolección de datos detallados o específicos, dando el enfoque en comprender e interpretar que atribuyen a ciertos eventos. Se logra un respaldo a través de las citas bibliográficas dando veracidad al estudio de investigación planteada y entre otros instrumentos que llevan al desarrollo y próxima conclusión.

3.3.3. Presupuesto

Tabla 8 Detalle de Gastos

Rubros	Fuente		Total
	Fuente 1		
	Especie	Dinero	
Equipos y Software			
Computadora	\$ 2.300,00		\$ 2.300,00
Impresora	\$ 330,00		\$ 330,00
Licencia Word		\$ 45,00	\$ 40,00
Internet		\$ 23,00	\$ 23,00
Materiales de Oficina			
Libros		\$ 180,00	\$ 180,00
Tinta	\$ 48,00		\$ 48,00
Códigos		\$ 200,00	\$ 200,00
Otros			
Movilidad y Subsistencia		\$ 140,00	\$ 140,00
TOTAL	\$ 2.678,00	\$ 588,00	\$ 3.266,00

Elaborado por: Luis Enrique Rodríguez Rosales y Bryan Alexander Viñan Vallejo

4. CAPITULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis, Interpretación y Discusión e Resultados

Tabla 9 Criterio Normativo

Criterio Normativo	Ecuador	Chile	Colombia
Constitución	La constitución del Ecuador establece los principios fundamentales y derechos básicos de los ciudadanos incluyendo disposiciones relacionadas con los derechos de los consumidores. La función principal de la constitución es garantizar y proteger los derechos de los consumidores en el país contra la publicidad engañosa, el acceso a productos y servicios de calidad, y la posibilidad de reclamar y recibir compensación en caso de	La constitución de Chile reconoce y protege los derechos de los consumidores. Sin embargo, es importante destacar que la protección se basa en leyes y normas específicas.	La constitución de Colombia reconoce y protege los derechos fundamentales, y dentro de estos incluye los derechos de los consumidores. Establece principios generales que respaldan la protección de los derechos humanos, la dignidad, la igualdad y la justicia social, los cuales también se aplican al ámbito de las relaciones de consumo.

	incumplimientos por parte de los proveedores.		
Tratados Internacionales	<p>Ecuador es parte de varios tratados internacionales que buscan como objetivo primordial proteger los derechos del consumidor. Es parte de la Convención Interamericana sobre la protección de los derechos de los consumidores, un instrumento regional que busca fortalecer la protección de estos derechos en el ámbito americano.</p>	<p>Chile es parte de varios tratados internacionales relacionados con la protección de los derechos del consumidor, y se encuentra inscrito a la Convención Interamericana sobre la protección de los derechos humanos del consumidor que busca fortalecer la protección de estos derechos en el ámbito interamericano.</p>	<p>Colombia de igual manera es parte de varios tratados internacionales referente a la protección de los derechos del consumidor que tiene como objetivo fortalecer la protección de dichos derechos en el ámbito interamericano.</p>
Leyes Orgánicas y Ordinarias	<p>En Ecuador la principal ley que regula y proteger los derechos del consumidor es la ley orgánica de defensa al consumidor establece los derechos y deberes de los consumidores,</p>	<p>En Chile, la principal ley que protege los derechos del consumidor es la ley del consumidor también conocida como la ley número 19496 que fue promulgada en el año 1997.</p>	<p>En Colombia, la ley que protege los derechos del consumidor es la ley 1480 del 2011, conocida como el estatuto del consumidor. La ley detalla los derechos fundamentales de los</p>

buscando garantizar relaciones de consumo justas, transparentes y equitativas. Existen normativas que regulan la publicidad, prohibición de prácticas abusivas que sirven para prevenir prácticas engañosas y garantizar que la información proporcionada al consumidor sea clara y veraz y que prohíbe prácticas comerciales abusivas y establece sanciones para quienes incumplen estas disposiciones.

La ley detalla los derechos fundamentales de los consumidores, incluyendo el derecho a la información clara y precisa. Existen normativas que regulan la información, a la elección, a la seguridad y a la reparación. Existen normativas que regulan la publicidad y prácticas comerciales, los contratos de consumo, las garantías y devoluciones y que tienen sanciones aplicables a proveedores que infringen la ley, así como mecanismos de fiscalización a cargo de organismos como el servicio nacional del consumidor.

Elaborado por: Luis Enrique Rodríguez Rosales y Bryan Alexander Viñan Vallejo

4.2. VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER

La protección de los derechos del consumidor es un tema crucial y de acuerdo a la información recolectada mediante doctrina, legislaciones, bibliografía, uso de los métodos, técnicas e instrumentos establecidos en la presente investigación, los cuales sirvieron para la obtención de un respaldo a fin de constatar la ineficiencia de las legislaciones referente a la protección de los derechos del consumidor referente en el ámbito de comercio en conjunto con el incumplimiento de las normas de Ecuador, Chile y Colombia, cuyas normas jurídicas fueron sometidas a un análisis exhaustivo y comparación de cada cuerpo normativo de cada país involucrado en la presente investigación, con lo cual se logró identificar y verificar la autenticidad de la idea a defender “Protección de los derechos del consumidor”, ya que se ha convertido en un tema muy controversial, que carece de eficacia, debido a la ineficiencia de las normativas de los países involucrados, referente a que las personas deben tener los bienes y servicios de óptima calidad, sin engaños, sin publicidad engañosa y sobre todo sin estafas. Las respectivas indagaciones, análisis y comparación, se constata que efectivamente existen normas referentes a la protección de los derechos del consumidor procedente de la vulneración de los mismos, Ecuador posee similitudes y diferencias legales con los países de Chile y Colombia, las cuales se establecieron por un método comparativo de las semejanzas y discrepancias halladas en los cuerpos legales de los tres países sometidos bajo paridad de la relevancia normativa que otorga cada país a las problemáticas sobre el comercio electrónico transfronterizo, lo cual estableció una apertura para constatar el incumplimiento de la normativa lo que desencadena una vulneración y una ineficiencia jurídica, además de que poseen sanciones leves para este tipo de problemas que provocan la violación de este derecho, lo cual no brinda una protección a realizar compras en línea y el estado es el encargado de hacer prevalecer y garantizar la eficacia de las

leyes y de esta manera que se produzca el cumplimiento normativo del derecho a la protección de los derechos del consumidor para que de esta manera se pueda mejorar la economía de cada país.

CONCLUSIONES

- El estudio realizado del trabajo de investigación se enfocó en el estudio comparativo de los países y las legislaciones de Ecuador, Chile y Colombia en el comercio electrónico transfronterizo y como se desarrolla la aplicación de la ley en situaciones comerciales.
- Se encontró diferencias en cuanto a la normativa y su aplicación, de los tres países, lo cual hemos evidenciado que no se detalla en específico los derechos del consumidor en su normativa suprema, sin embargo, todas las constituciones suelen reconocer y proteger el derecho a la propiedad privada, elemento fundamental para el desarrollo de la actividad comercial.
- Se debe destacar que las legislaciones no reconocen en específico los derechos del consumidor en sus respectivas constituciones, debido que lo establecen en las leyes especiales buscando de esa manera cubrir la necesidad que produce el comercio electrónico transfronterizo tanto en Ecuador, Chile y Colombia presenta oportunidades significativas, pero desafíos legales, la adaptación de las leyes en la era digital conlleva a una actualización constante de la protección del consumidor y la colaboración internacional es clave para asegurar el desarrollo del comercio electrónico regional.
- Se determina que la cooperación internacional es clave para la protección y cuidado tanto del consumidor como el desarrollo económico, tratar las necesidades legales que tiene el comercio electrónico transfronterizo. Los organismos internacionales y el surgimiento de tratados que regulen el comercio electrónico facilitan la herramienta necesaria para la creación de estándares en común para resolver de manera más precisa y efectiva.

RECOMENDACIONES

- Que se reúnan los gremios, asociaciones de comerciantes, pises para que realicen proyectos de normas en favor del comercio transfronterizo, la ayuda aduanera que beneficie el comercio electrónico y resaltar que el derecho del consumidor están enfocadas en un ámbito en general, pero no en específico por ello debe existen más regulación, debido a que el comercio electrónico se desarrolló más aun con la tecnología lo cual se presentan nuevas necesidades.
- La tipificación de las normativas que sancionen delitos relacionados con la protección de datos y estafa debe presentar una revisión y actualización en las legislaciones de Ecuador, Chile y Colombia, debido que los medios digitales siguen una constante evolución, presentan el surgimiento de nuevas modalidades para afectar el cuidado del consumidor y por ende el comercio.
- En el ámbito internacional, los tratados y convenios que están suscritos Ecuador, Chile y Colombia sobre el cuidado del comercio electrónico transfronterizo deben representar mayor aporte legal, por eso es necesario suscribirse a más normativa internacional que ayude a desarrollo normativo del tema planteado el comercio electrónico transfronterizo.

BIBLIOGRAFÍA

- Canchari, A. (2020). *Comercio electrónico transfronterizo y desempeño del comercio exterior de alimentos de los principales mercados mundiales periodo 2010-2019*.
- CEPAL, C. E. (2018). *Estudio Economico de America Latina y el Caribe*.
- Ecuador, C. d. (2008). *Articulo 66*.
- García, D. (2019). *El Comercio Electronico* .
- Manzano, L. (2008). Defensa del consumidor. Análisis Comparado de los casos de Argentina, Brasil, Chile y Uruguay. *Consumidores y Ciudadanos*.
- Mayorga, K. (2013). *Comercio Electronico Tranzfronterizo, Prespectivas desde la solución de controversias por vía informática*.
- Narvarte. (2022). En Contacto. *Bolentin Informativo Del Consejo Nacional Agropecuario,A.C(709)*.
- Suominen, k. (2019). El comercio digital en america. *Cepal*.