



**UNIVERSIDAD DEL AZUAY**

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS**

**Carrera de Derecho**

**EL DERECHO DE DESISTIMIENTO DEL CONSUMIDOR EN  
LOS CONTRATOS ELECTRÓNICOS EN EL ECUADOR**

**Autor:**

Diego José Flores Murray

**Director:**

Doctor Eduardo Esteban Palacios Sacoto

Cuenca - Ecuador

2024

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer enormemente a mis padres Diana y Diego, y en especial, a mi padrino Andy, por hacer posible la realización de este sueño, ya que sin su apoyo incondicional y eterna paciencia, mi vida sería totalmente diferente.

Además, agradezco de sobremanera al Dr. Eduardo Palacios Sacoto, por su gran aporte como gran profesional, docente ejemplar y calidad de persona, quien ha inculcado en mi vida valores que deberían ser imprescindibles para cualquier persona.

## **DEDICATORIA**

A mis padres Diana y Diego, a mis hermanas Diana Carolina y Daniela, y a mis sobrinos por ser pilares fundamentales en la construcción de la persona que soy hoy en día.

A mis abuelos Amapola, Joel y Daniel por su sabiduría, cariño y apoyo permanente en cada momento de mi vida, y sobre todo en los más difíciles.

A Juan C. Baker por ser parte de mi motivación y construcción del profesional que deseo ser en el futuro.

A mis amigos, por estar siempre celebrando mis logros y apoyándome en mis fracasos.

Y, en especial dedicatoria, con mucho sentimiento, a mi abuelita Elba (+), porque fue quien me demostró que todo se puede realizar y lograr, siempre y cuando uno confíe en sí mismo, sin importar de las olas gigantes con las que te golpea la vida; y, aunque sé que no estás en el cierre de esta etapa, estoy más que seguro que te encuentras muy orgullosa de tu *“Abogado de los Tribunales de Justicia del Ecuador”*.

# INDICE

<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>2</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>3</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>6</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>7</b>
<b>CAPÍTULO I.- MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>8</b>
<b>1. LOS CONTRATOS ELECTRÓNICOS.....</b>	<b>8</b>
1.1. Definición y naturaleza jurídica de los contratos electrónicos.....	10
1.2. Elementos del contrato electrónico .....	11
1.3. Perfeccionamiento y efectos de los contratos electrónicos .....	14
<b>2. EL DERECHO DE LOS CONSUMIDORES .....</b>	<b>16</b>
2.1. Definición y naturaleza jurídica del derecho del consumidor.....	17
<b>CAPÍTULO II. -EL DERECHO DE DESISTIR DEL CONSUMIDOR.....</b>	<b>30</b>
<b>3. DERECHO DE DESISTIMIENTO .....</b>	<b>30</b>
3.1. Concepto, antecedentes y fundamentos de derecho del desistimiento.....	30
3.2. Los efectos del derecho de desistimiento .....	36
3.3. Legislación ecuatoriana .....	37
3.4. Legislación comparada.....	38
<b>CAPÍTULO III. - PROBLEMÁTICA DEL EJERCICIO DEL DERECHO DE DESISTIMIENTO EN CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA .....</b>	<b>43</b>

<b>4. OBSTÁCULOS EN LA APLICACIÓN DEL DERECHO DE DESISTIMIENTO DEL CONSUMIDOR EN CONTRATOS ELECTRÓNICOS.....</b>	<b>44</b>
4.1. Problema en la educación del consumidor .....	44
4.2. Problema en el abuso y práctica desleal de los proveedores.....	46
4.3. Problema de la prueba en la devolución y el desistimiento .....	47
4.4. Organismos de control en el Ecuador.....	49
<b>5. DE LA EFECTIVIZACIÓN DEL DERECHO DE DESISTIMIENTO EN LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA .....</b>	<b>51</b>
5.1. Infracciones en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y Usuarios	
52	
5.2. La indemnización del daño al consumidor.....	57
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>58</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>62</b>
Doctrina Jurídica y Económica social.....	62
Normativa analizada.....	67

## RESUMEN

El derecho de desistimiento del consumidor en los contratos electrónicos, en el Ecuador, permite a los consumidores cancelar un contrato sin penalización dentro de un período determinado, protegiéndolos de decisiones precipitadas o influenciadas. Este trabajo explora la evolución del comercio electrónico y su impacto en las relaciones contractuales, destacando cómo la falta de contacto físico en estas transacciones, que plantea desafíos adicionales. Se analiza la normativa ecuatoriana, incluyendo la Ley de Comercio Electrónico y la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, las cuales regulan aspectos clave como la terminación anticipada de contratos y el derecho de devolución. Además, se comparan legislaciones de otros países como Colombia, Chile, España y Estados Unidos, donde el derecho de desistimiento está más desarrollado y protegido. El documento también identifica obstáculos que enfrentan los consumidores en el Ecuador, como el desconocimiento del ciudadano de sus derechos como consumidor o usuario, prácticas abusivas de los proveedores y la dificultad para probar el desistimiento. De esta forma, el derecho de desistimiento tiene mucho que avanzar en el Ecuador, a fin de especializar su tratamiento administrativo o judicial.

**Palabras clave:** Derecho de desistimiento, consumidor, usuario, devolución, contrato electrónico, contravención, consentimiento.

## ABSTRACT

The right of withdrawal for consumers in electronic contracts in Ecuador allows consumers to cancel a contract without penalty within a specified period, protecting them from rushed or influenced decisions. This work explores the evolution of e-commerce and its impact on contractual relationships, highlighting how the lack of physical contact in these transactions presents additional challenges. The Ecuadorian legal framework is analyzed, including the *Ley de Comercio Electrónico* and *Ley Orgánica de Defensa del Consumidor*, which regulate key aspects such as early termination of contracts and the right to a refund. Additionally, the document compares the legislation of other countries like Colombia, Chile, Spain, and the United States, where the right of withdrawal is more developed and protected. The document also identifies obstacles consumers in Ecuador face, such as the public's lack of awareness of their rights as consumers or users, abusive practices by providers, and the difficulty of proving the withdrawal. In this way, the right of withdrawal in Ecuador has much room to improve, particularly regarding its administrative or judicial treatment.

**Keywords:** *Right of withdrawal, consumer, user, return, electronic contract, contravention, consent*

Approved by



Lcda. Mónica Martínez Sojos, Mgt.  
Cod. 29598

## **CAPÍTULO I.- MARCO TEÓRICO**

### ***1. LOS CONTRATOS ELECTRÓNICOS***

El contrato, en sus términos generales, se entiende como el acuerdo entre dos o más partes que generalmente se realiza por escrito. Mediante este acuerdo, las partes se comprometen mutuamente a cumplir y respetar ciertas obligaciones o acuerdos, que pueden implicar en prestaciones de dar, hacer o abstenerse de realizar algo. Este concepto es considerado genérico pero aceptado por la doctrina y jurisprudencia, tal como en la legislación ecuatoriana<sup>1</sup>.

De acuerdo con los derechos de libertad y basado en la autonomía de la voluntad, el contrato es el medio inherente que busca proporcionar certeza a las personas frente a un futuro incierto, teniendo repercusiones en lo económico, social y cultural. La institución del contrato se acopla constantemente a la idea de una sociedad dinámica que evoluciona permanentemente en cuanto a contextos y circunstancias, tanto civiles como mercantiles; esta evolución se hace evidente en la actualidad debido a las nuevas modalidades que han surgido en estos últimos años, como el comercio electrónico.

La noción del concepto de comercio electrónico surge con la aparición de internet y el desarrollo de las telecomunicaciones. Por este hecho, las empresas comenzaron a implementar y ofrecer sus bienes y servicios en el ciberespacio, para poder estar más cerca de las personas

---

<sup>1</sup> En Ecuador se lo determina en el artículo 1454 del Código Civil (en lo próximo CC), señalando como “*contrato o convención es un acto por el cual una parte se obliga para con otra a dar, hacer o no hacer alguna cosa (...)*” (Código Civil, Registro Oficial Suplemento No. 46, publicación 24 de junio del 2005, última modificación 27 de junio del 2024)

y satisfacer sus necesidades. Desde el simple reconocimiento de que existe una *revolución informática*, donde las barreras de tiempo y espacio se reducen, se entiende que se genera beneficios en el desarrollo comercial, donde los empresarios pueden realizar actos de publicidad o de comunicación tanto a nivel nacional como internacional, sin tener que establecer un gasto alto en costos, mismo beneficio que trae consigo a los derechos de los consumidores, conforme lo explica (Domínguez, 2003).

En este sentido, a partir de la aprobación de la resolución 51/162 de la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas, del 30 de enero de 1997, se comenzó a plantear un marco descriptivo respecto de la definición de un comercio electrónico, misma que se plasmó el inicio de normativa encaminada a regular todas las actividades comerciales que utilice información en forma de mensaje de datos<sup>2</sup>. Siguiendo esta línea, los contratos electrónicos aparecen de forma simultánea a la definición de comercio electrónico, ya que son el medio de efectivización de las relaciones comerciales realizadas en el ciberespacio<sup>3</sup>; presentando particularidades en su tratamiento, que los diferencian de los contratos tradicionales al momento de su revisión, este apartado es importante para poder comprender en qué medida

---

<sup>2</sup> Tomando la definición que nos hace la Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos, disposición general novena, donde señala que “(...) *Es toda información creada, generada, procesada, enviada, recibida, comunicada o archivada por medios electrónicos, que puede ser intercambiada por cualquier medio. Serán considerados como mensajes de datos, sin que esta enumeración limite su definición, los siguientes documentos electrónicos, registros electrónicos, correo electrónico, servicios web, telegrama, télex, fax e intercambio electrónico de datos.*”, es decir, que los mensajes de datos son documentos electrónicos que se manejan en redes electrónicas, para el intercambio de información, sin discriminar el medio o soporte en que se realice el mismo. (Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos, Ley No. 67, Registro Oficial Suplemento No. 557, publicación 17 de abril del 2002, última modificación 07 de febrero del 2023, República del Ecuador.)

<sup>3</sup> Se suele definir como “(...) *un espacio virtual de interacción, es decir, básicamente como un espacio-sistema relacional. A diferencia de otros tipos de espacios, que pueden ser utilizados para distintas funciones, pero que tienen una naturaleza física primaria, el Ciberespacio surgen directamente como un espacio relacional. Dos personas pueden encontrarse en un lugar y comenzar allí algún tipo de relación (...)*” (Vicente, B. (2016). *Ciberespacio: de la ficción a la realidad*. Editorial Universidad Camilo José Cela.)

sería aplicado los derechos del consumidor, en especial énfasis al derecho de desistimiento o devolución, para el caso que nos compete.

### **1.1. Definición y naturaleza jurídica de los contratos electrónicos**

El concepto de contratos electrónicos o por medios electrónicos lo podemos encontrar en palabras de Villalba (2008) como aquellos que se celebran o se constituyen bajo un bien o servicio informático, siendo para el autor como un concepto no homogéneo, ya que la doctrina habla sobre un tipo de contratación autónomo en necesidad de su regulación de forma especial por los ordenamientos jurídicos de los países, y otra parte de la doctrina que un tipo de contratación que se ve aprovechado de la simple explotación de programas, pero se llega la doctrina en general a incluir la contratación normalizada en compra *online*, contratos de *software* o contratos sobre base de datos.

En su naturaleza jurídica podemos encontrar que Coello (2007) establece que la razón de ser o esencia de la contratación electrónica es meramente de adhesión, es decir, son acuerdos redactados unilateralmente por una de las partes y aceptados por la otra en términos predeterminados, sin posibilidad de negociación; de igual forma para García Máynez (2006), estos contratos se caracterizan por su redacción estandarizada y la falta de igualdad entre las partes. Autores como Pérez Luño (2010) señalan que los contratos de adhesión suelen ser utilizados en transacciones comerciales y de consumo, donde una de las partes tiene mayor poder negociador. Estos contratos son objeto de críticas por su falta de igualdad de condiciones y transparencia, siendo cuestionados desde una perspectiva ética y legal, en la esfera de la protección de los intereses de

una de las partes, esto en acierto a crear incertidumbre sobre la autonomía de la voluntad y protección de la parte contractual más débiles, los consumidores.

## **1.2. Elementos del contrato electrónico**

En razón de lo que establece el artículo 1461 del Código Civil, establece que para que una parte se obligue a otra por un acto es necesario que se cumplan los siguientes criterios: i) que sea capaz, ii) consentimiento que no adolezca de vicio, iii) que recaiga sobre un objeto lícito y iv) su causa sea lícita; para este apartado no se establecerá el criterio de la capacidad, ya que al ser una presunción de hecho, de conformidad con el artículo 1462 *ibídem*, toda persona es legalmente capaz excepto a las que la ley declare como incapaces para contratar, esto además en razón de ser un requisito que juega a la suerte de lo incierto sobre quien realmente está contratando, por los casos que existen de menores de edad o gente incapaz para ley que puede tener acceso a medios electrónicos para la contratación, misma que adolece de nulidad absoluta desde su inicio pero se presumirá su validez y perfeccionamiento por la forma de contratación que no es *vis a vis*, es decir, de cara a cara. Por tal se procederá a hacer referencia a los demás requisitos de validez y existencia en la contratación.

### **1.2.1. El objeto**

El objeto lícito en los contratos es uno de los elementos esenciales que deben verificar para ser válidos y que un contrato exista, es decir, que cree el vínculo obligacional entre las partes; en tanto, el objeto que sea lícito se refiere a la prestación que las partes acuerdan intercambiar y que debe ser posible, determinada o determinable y estar dentro de los límites del ordenamiento

jurídicos, en otras palabras que la razón de la cual se esté contratando no recaiga sobre cosa que sea prohibida por el ordenamiento jurídico o que sea contraria a la moral o al orden público.

Según el artículo 1467 del Código Civil ecuatoriano, el objeto es toda declaración de voluntad que debe tener por finalidad una o más cosas que se cumple por una prestación, sea de dar, hacer o abstenerse de realizar, en relación a esto, tenemos lo que mandan los artículos 1477 y 1478 *ibídem*. Por lo tanto, el requisito de licitud del objeto es fundamental para la validez del contrato, ya que busca proteger el orden público y los valores sociales aceptados. Por ejemplo, un contrato cuyo objeto sea la comisión de un acto delictivo, como el tráfico de drogas, sería nulo por ser contrario a la ley y a la moral. La jurisprudencia y la doctrina han desarrollado diversas interpretaciones sobre qué constituye un objeto lícito en los contratos, que en general se considera que un objeto es lícito si no está expresamente prohibido por la ley y si no infringe principios éticos fundamentales.

Teniendo en cuenta lo mencionado, el objeto en contratación electrónica ha de ajustarse a los términos normales de contratación tradicional, pero existe la particularidad de las condiciones de operación de la contratación, pudiendo ser indirecta y directa. La indirecta tiene su sentido en la intermediación de los medios electrónicos para la adquisición del bien o servicio buscado, como la compra de un bien en el comercio electrónico bajo la condición necesaria que su perfeccionamiento se dé en forma física, por ejemplo: la compra de un televisor en una página web de un comercio, en donde la entrega será en el hogar del consumidor, y por otro lado, la directa que será la adquisición del producto o servicio que se verá reflejada en la operación íntegra efectuada *online*, es decir, que el bien o servicio esté a disposición del consumidor únicamente desde el medio

electrónico, por ejemplo: la suscripción a un plan de servicios de entretenimiento en una plataforma *online*.

### **1.2.2. La causa**

Desde los términos de la contratación conexa<sup>4</sup>, concepto de la contratación actual, la causa se entiende como el vínculo jurídico que une a los diferentes entre sí, determinando una interacción interdependiente para una función económica-social, mencionado por Lorenzetti (1996, pág. 440) como una “*finalidad supracontractual*” que se relaciona con el negocio en su totalidad, siendo la razón de una unión sistemática por la naturaleza de los contratos, es decir, si bien cada contrato tiene su propia causa, la misma es un determinante de relación a una conexidad contractual, siendo el beneficio económico común. En el tópico de contratación electrónica, su tratamiento es exactamente al normal, el beneficio económico en base a la polaridad de los intereses tanto de ofertante como consumidor, sacando un beneficio, directo o indirecto, económico; base constante como en cualquier contratación.

### **1.2.3. El consentimiento**

Teniendo su origen del latín *consensus*, que deviene de las palabras *cum* y de *sentire*, que significa “compartir el sentimiento”, se puede interpretar como el acuerdo de dos o más personas respecto a una situación, debiendo ser esta bilateral, por ser un concurso de voluntades, alejándose del concepto de la voluntariedad por ser un acto unilateral que no “existe”, en primer momento, la

---

<sup>4</sup> “(...) figura jurídica fundamental en la movilidad patrimonial, también responde a los estímulos del mercado que exige de esta herramienta un alto grado de flexibilidad, adaptación y eficacia para la circulación libre de la riqueza. (Zapata Flores, J. (2015). En *Revista de Derecho Privado – Facultad de Derecho*. La causa como elemento estructural de la contratación conexa (pp. 1-20). Editorial Universidad de los Andes, No. 54.)

necesidad que en ciertos contratos se perfeccionen con el apareamiento de una aceptación ajena, esto en relación al contrato de donación, si bien es un acto unilateral, va a necesitar de la voluntad de la beneficiaria en aceptar tal donación para que tenga razón de ser tal acto.

En cuanto a este vínculo dado por el acuerdo de las partes contratantes, se debe mencionar que tenemos que volver a los conceptos clásicos del consentimiento en los contratos de adhesión, en donde por parte del ofertante dispondrá la disponibilidad del bien o servicio en todo momento, necesitando únicamente la voluntad del usuario o consumidor para poder perfeccionar y generar un vínculo jurídico entre ambas y generar las obligaciones respectivas. Este consentimiento se ha de entregar de diversas formas, mismas que, según autores, debe ser las contempladas en el ordenamiento jurídico nacional para poder proteger los intereses del contratante adherido, esto en cuanto a prevenir los vicios contractuales como es el error o el dolo, ya que la fuerza no existiría sentido en su aplicación.

Para esto la Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos, en su artículo 48, menciona que uno de los principales requisitos, en cuanto a consentimiento, es que el consumidor o usuario esté informado de forma clara, precisa y satisfactoria de la información que está recibiendo respecto al contenido de los mensajes de datos y al procedimiento ofrecido por el soporte u oferente que expone la propuesta del bien o servicio.

### **1.3. Perfeccionamiento y efectos de los contratos electrónicos**

De forma previa al tratamiento en la doctrina moderna y al establecimiento de las bases legales respecto a los requisitos formales para la eficacia, la relación era entre “ausentes”, en cuanto

no existía una comparecencia física de los contratantes, sin embargo, al momento de establecer los estándares mínimos de consentimiento electrónico, por medio de equipos digitales que dan paso al tratamiento y almacenamiento de los datos necesarios que forman la declaración de voluntad, se habla del perfeccionamiento en el preciso momento en donde el consumidor e interesado de una oferta en línea, expresa mediante un *clic* su consentimiento, momento en el cual el contrato comienza a originar las obligaciones correspondientes para cada parte, que por lo general se basan en el pago de un precio a cambio de la prestación de un servicio o entrega de un bien, en los términos de los cuales hayan sido especificados previamente, mismos que el consumidor debe tener pleno conocimiento.

#### **1.4. La Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos**

Normativamente, la ley no establece una definición exacta respecto a lo que significa un contrato electrónico, sin embargo, el artículo 45 de la Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos (en lo próximo la LCEFMD), expresa que “*Los contratos podrán ser instrumentados mediante mensajes de datos*”, por lo tanto, nos remitiremos a que la definición es la misma tratada en el Código Civil del Ecuador, con la particularidad que, este tipo de contratación va a tener su soporte y tratamiento mediante equipos tecnológicos; La normativa ecuatoriana en base a las necesidades actuales, ha establecido que el perfeccionamiento de los contratos electrónicos tendrán los mismos requisitos y solemnidades previstos en las leyes, mandamiento establecido en el artículo 46 de la LCEFMD, teniendo como límite y condición que la sola recepción de la información o mensaje de datos no se entiende como aceptación, ya que tendrá que concurrir con lo establecido en el artículo 48 y 49 *ibidem*, situación ya tratada previamente.

## ***2. EL DERECHO DE LOS CONSUMIDORES***

Es menester establecer un marco descriptivo de los derechos del consumidor, en tanto a resaltar su relevancia, vigencia y reconocimiento nacional. En la actualidad, la cultura y tradición ecuatoriana nos denotan el comportamiento de un consumidor que se encuentra en un ambiente que puede considerarse bipolar: por desconocimiento y vulnerabilidad. Según señalan Kuri & Salas (2015) existen dos problemas que se presentan al momento de tratar los derechos del consumidor: el primero en la falta de conocimiento de las prerrogativas otorgadas por el legislador para la garantía de sus intereses, por otro lado, la existencia de mecanismos obsoletos para la efectivización de estos derechos. En la actualidad estos problemas confluyen, y dan lugar a que surja una situación de desequilibrio en la tan esperada comercialización ética.

Para que los derechos de los consumidores y usuarios se vean visibilizados en más o menos medida en el Ecuador, es necesario su entendimiento en distintos sectores del comercio. Resalta el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca del Ecuador, en base a los resultados obtenidos de la Encuesta de Tendencia de Consumo del año 2020, en donde se destaca a la salud, alimentación, transporte, servicios básicos, vestimenta, calzado y vivienda, como los sectores de mayor afluencia de consumo, respectivamente. Sin embargo, pese a que el destino de los ingresos familiares que son mayormente dirigidos a los mencionados sectores de comercio, hay que tener en cuenta a otros, como: el financiero, tecnológico, de entretenimiento y servicios profesionales en el estudio de la materia de protección del consumidor, ya que son importantes para poder comprender plenamente la dimensión de la protección que debe tenerse en cuenta para garantías especializadas, para cada caso.

En relación a los estudios e investigaciones sobre las tendencias y comportamientos de los consumidores en el Ecuador, lamentablemente han sido escasos. No es complejo verificar los cambios que se produjeron en estos tres últimos años, tanto antes como después de la pandemia del Covid-19, donde los métodos tradicionales de comercio pasan de ser presenciales, en su mayoría, a actos mercantiles que se realizan en el ciberespacio. Esto ha facilitado las transacciones y búsquedas de bienes o servicios a necesidad y deseo del consumidor, reduciendo el gasto de recursos económicos y naturales para obtenerlos. Por otro lado, el uso de medios digitales, desde redes sociales hasta plataformas digitales, ha facilitado la comunicación y negociación entre proveedores y consumidores, ya sean proporcionados por los mismos o por terceros intermediarios.

### **2.1. Definición y naturaleza jurídica del derecho del consumidor**

Se entiende al derecho del consumidor o del consumo, como la rama del derecho que confiere ciertas prerrogativas a las personas en sus relaciones de dispendio o consumición respecto a los proveedores de bienes y servicios, para salvaguardar sus intereses o necesidades, personales y económicas. De conformidad como establece Villaba (2009):

*El derecho del consumo es aquel que regula los intereses de los consumidores y las relaciones de consumo en general. Aunque no es común definir el derecho del consumo, esta definición se considera acertada pues la finalidad es la regulación de todas las situaciones jurídicas que pongan en juego intereses de los consumidores (...)* (p. 82)

Y, como aclara Farina (1999):

*El derecho de los consumidores va más allá de la adquisición de bienes y servicios ofrecidos por las empresas, pues incluye el interés de obtener respuesta a otras necesidades cuya satisfacción no ofrece el mercado y que, sin embargo, también son indispensables para asegurar la calidad de vida. Piénsese en la necesidad de una eficiente prestación de servicios públicos, en la defensa del medio ambiente, en la educación e información necesarias no sólo para contratar en el mercado, sino para conseguir las mejores condiciones de vida. Esto excede el campo de las contrataciones mercantiles. (p. 256)*

En cuanto a su naturaleza, nace en la sociedad, la necesidad de establecer una diferencia entre las relaciones mercantiles y civiles, ya que como lo menciona Oropeza (2018) no conferirían una protección especializada, ya que la contratación civil o mercantil se basan en el principio de la autonomía de la voluntad, mismo principio que en el campo de un consumidor, se desvanece por la ocurrencia masiva de los actos de comercio y la imposibilidad de negociación, donde participan las personas frente a uno más proveedores de bienes y servicios, entendiéndose que estos contaban con mayor información, experiencia y posición privilegiada<sup>5</sup>.

Entonces, a medida del crecimiento del sector industrial, la contratación masiva, modalidades novedosas en contratación y al aumento del poder de ciertas empresas en el mercado, colocan al derecho del consumidor como un fenómeno del derecho comercial, llegando a establecerse una corriente mundial, desde la declaración que pronunció el expresidente de los Estados Unidos de Norte América, John F. Kennedy, el 15 de marzo de 1962, se marca y afirma

---

<sup>5</sup> La posición privilegiada se la puede conceptualizar en el sentido de que, mientras un proveedor ofrece al consumidor una necesidad, este tiene que abstenerse de aceptar las condiciones sin previa negociación, para poder satisfacer la misma.

por primera vez, sobre la necesidad de mínimos que sustenten en el derecho que tienen los consumidores, como: a ser informados debidamente, a la seguridad de los bienes y servicios que consumen, y a poder elegir libremente los mismos; y tal declaración. En la actualidad, llega hasta una buscar una conceptualización nueva y una reestructuración más amplia sobre la defensa del consumidor en espacios extraterritoriales y especiales.

### **2.1.1. Antecedentes históricos de los derechos del consumidor**

De forma preliminar, para hablar del origen del consumidor y sus derechos, es necesario retrotraernos a la historia del consumo, mismo que se empieza a hablar en la sociedad del consumo, entendida como un fenómeno social que se ha desarrollado en la vida moderna de la sociedad, teniendo varios factores económicos y socioculturales. Esta tiene sus orígenes desde la primera Revolución Industrial (1760 – 1870), sobre todo en el comienzo del uso de carbón, que conlleva a la creación de un sistema de trabajo y el nacimiento de una sociedad capitalista; esta industrialización consiguió una nueva transformación en la sociedad, respecto de las necesidades que aquejaba a la sociedad en aquella época, siendo en cuanto al sector energético. Luego, durante la segunda Revolución Industrial, misma que ocurre desde la gran depresión (1873 - 1896), hasta el desfogue de la Primera Guerra Mundial (1914 - 1918), se generó un cambio en los sistemas de producción y reproducción masiva de bienes, por el avance tecnológico, permitiendo la reducción de costos y por ende la asequibilidad de bienes y servicios que solo estaban limitados a ciertas personas con una mayor capacidad adquisitiva.

En el avance de un sistema capitalista, además, surgió la mercadotecnia y la publicidad, como las ciencias que estudian los comportamientos de las personas en el mercado, mismas que

ayudaron a consolidar a ciertas empresas en la oferta de bienes y servicios, en el mercado. Estas ciencias a través de los medios de comunicación, se consideran perjudiciales para una sociedad de consumo, donde convencen a las personas de la adquisición de productos y servicios, a través de la creación de deseos y necesidades, mismas que se las consideran artificiales<sup>6</sup>, así como lo establece Pignotti (1976), quien critica que la publicidad “*crea hábitos, manipula conductas, reduce la libertad y lleva al condicionamiento*” (p. 16). Otro de los puntos angulares del origen de la sociedad de consumo fue el acceso a créditos y la expansión del sistema financiero, predominando el primero, ya que se facilitó la adquisición de bienes y servicios, aun cuando las personas no tenían recursos económicos para adquirirlos de forma inmediata; esto creó un aumento en el consumo a crédito, permitiendo a las personas cumplir sus deseos de consumo, aunque tuvieran que pagar en el futuro.

En términos socioculturales, la sociedad de consumo se influyó por los cambios de los valores y actitudes de las personas, en el hecho de la compra irresponsable, ya que se mantenía una perspectiva de mientras más se compra, sin importar los medios, se podría tener un mejor estatus social y una supuesta satisfacción personal. En esta idea, nos encontramos con el apareamiento de un sujeto irracional e irresponsable, denominado como *homo consumens*, concepción de un ser humano como consumidor, mismo que se contrapone a las características de un *homo sapiens*. En visión de un *homo consumens*, las personas son actores sociales, cuyas decisiones y comportamientos son influenciados por el mercado y una cultura irresponsable, en tanto a modas,

---

<sup>6</sup> Causa de discusión en cuanto a la producción de necesidades en la población por los empresarios, mismas que podrían dividirse en simples deseos o anhelos y en necesidades *per se*, es decir, una respecto de la creencia de necesitar algo para complacer cierto impulso emocional, por el hecho de simplemente desearlo en relación a la utilización de mercadotecnia, y otra, por una cuestión de necesidad básica, inherentes a la dignidad humana.

tendencias y otros mecanismos de influencia que promueven el consumo constante y descontrolado.

En tanto al contexto mencionado de forma preliminar, en relación al crecimiento empresarial y al abuso de un consumidor descontrolado, es necesario mencionar que la protección de los derechos del consumidor va más allá, conforme Tambussi (2009) señala su obra “*Los derechos de usuarios y consumidores son derechos humanos*”, que:

*Los derechos del consumidor, al igual que los derechos humanos, tuvieron origen en la necesidad de hacer valer el respeto a la persona frente al creciente poder del Estado y del mercado, en la creencia efectiva y con base fáctica que de no oponerse derechos fundamentales a esos factores de poder, la debilidad del ciudadano aislado se transforma en indefensión y abandono. (p. 95)*

Pese a los intentos de reconocimiento, la protección es gradual, teniendo como inicio indirecto la Declaración Universal de los Derechos Humanos (Organización de Naciones Unidas, 1948), ya que se encuentra implícitamente incluido en el punto tercero, mismo que menciona “*Todo individuo tiene derecho a la vida, a la libertad y a la seguridad de su persona*”, ya que cuanto nos referimos a la seguridad y libertad de una persona, relacionamos sobre los derechos inherentes a recibir servicios adecuados, oportunos y de buena calidad, para el pleno desenvolvimiento de la persona en la sociedad, y hay que entender que los derechos humanos, no son excluyentes, más bien tienen su carácter en progresividad en cuanto a su relación con la dignidad humana.

### **2.1.2. Fundamento de los derechos del consumidor**

Como ya se estableció previamente, el derecho del consumo tiene como base la protección de los intereses de la parte débil en las relaciones mercantiles y administrativas, es decir, de las personas a las cuales se destinan u ofertan los bienes o servicios. La idea de una constitucionalización no es errada, ya que su pleno reconocimiento como un derecho humano o fundamental, marca los pasos para una protección adecuada y necesaria. Misma noción se toma sobre los derechos económicos, sociales, culturales y ambientales, los cuales conforman los derechos de tercera generación, como lo comentan Camargo Guevara y Villalba Cuéllar (2021). La narrativa constitucional, internacional y orgánica, tiene como fundamento proteger la realidad de un sujeto sin poder o facultades a comparación a las de un proveedor, en cuanto a los recursos económicos y posición frente a la provisión de la necesidad.

A partir de las desigualdades en las relaciones de consumo, los principios que deben priorizar en los Estados, es el camino para garantizar la protección y materialización de los derechos de las personas que son usuarias y consumidores; estos principios se contienen de forma general en las Directrices de Naciones Unidas para la Protección del Consumidor (1985), donde se señala un listado de garantías básicas que deben ser acogidas por los Estados miembros de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), como: el acceso de los consumidores a bienes y servicios esenciales, protección en la situación de vulnerabilidad y desventaja de los consumidores que pueden causar riesgos para su salud y seguridad, la promoción de intereses económicos, acceso a la información veraz en conformidad a los deseos y necesidades, educar al consumidor sobre las consecuencias ambientales, sociales y económicas en sus elecciones, promover un consumo

sostenible, tener una protección especial a los consumidores que acudan al comercio electrónico y la protección a la privacidad de la información a nivel mundial.

En base a estos principios generales, los Estados formularán, fortalecerán y mantendrán una política permanente en la protección del consumidor. De conformidad con los derechos humanos y los derechos de los consumidores, guardan estrecha relación por la categoría que se les presta por la dignidad humana<sup>7</sup>, por tal, como menciona Tambussi (2014), tienen un tratamiento legal en base a los principios de igualdad, no discriminación, progresividad y de responsabilidad al medio ambiente, debiendo tener los Estados, las garantías necesarias que resguarden el ejercicio, mismo que tiene que ser eficaz e inmediato para llegar a su finalidad.

Un punto importante del fundamento del derecho del consumidor, es su relación con el derecho de la competencia, ya que ambos regulan aspectos del mercado y protegen los intereses de los consumidores. En este sentido, el derecho de la competencia garantiza la existencia de un mercado competitivo, con vista a la prevención de prácticas desleales y abusivas por agentes del mercado, mismas que afectan a los consumidores. Entre estas garantías encontramos la prohibición

---

<sup>7</sup> La dignidad humana para García (2018), es “*aquella calidad inherente a todos y cada uno de los miembros de la especie humana que no admite sustitución ni equivalencia; y que, por tal, es el sustento de los derechos que la Constitución y tratados internacionales protegen y auspician.*” (García Toma, V. (2018). En *Revista Poliantea. La dignidad humana y los derechos fundamentales* (pp. 13-31). Editorial Politécnico Grancolombiano, No. 51.), sin embargo, el criterio se lo puede complementar como lo menciona Valls (2015), como una característica moral máxima que se otorga a una persona, en lo político y estructural en la vida social, gozando de libertades y para autodeterminarse (Valls, R. (2015). En *Revista de Bioética y Derecho. El concepto de dignidad humana* (pp. 278-285). Editorial Universitat de Barcelona).

de acuerdos de monopolio u oligopolio, la regulación en fusiones o adquisiciones, y la prevención de abuso en posición dominante<sup>8</sup>.

Sin embargo, pese a la importancia vista en el derecho del consumidor, una sobre regulación en este campo, degenera a establecer un ambiente hostil y desfavorable para los mismos consumidores, ya que, al momento de establecer mayor normativa que controle el mercado, los costos en las empresas crecerá, restringiendo la capacidad para que estas operen de forma eficiente, afectando mayormente a pequeñas y medianas empresas; otro punto es la menor competitividad, en razón que si hay mayor estrictez en las barreras normativas, en ingreso o permanencia, hará que se dificulte el ingreso al mercado a nuevos agentes u operadores; otro punto importante es el relacionado a desincentivar la innovación, porque si una empresa enfrenta obstáculos regulatorios, menor será la inversión en desarrollo en mejor fabricación de bienes o en la prestación de los servicios, limitando el progreso económico y desarrollo de la competencia en el mercado; y por último, la sobrecarga administrativa y judicial por la masividad de reclamaciones, que podrían mutar en una indebida y abusiva utilización del derecho, procurando un ambiente de oportunismo de consumistas irracionales.

### **2.1.3. Los sujetos del derecho del consumidor**

El artículo 1 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (LODC) establece que las disposiciones normativas regulan las relaciones entre proveedores y consumidores. Según el artículo 2 de la misma ley, un consumidor se define como cualquier persona natural o jurídica que

---

<sup>8</sup> La posición dominante es definida por Cuneo, (2021) como prácticas anticompetitivas pueden ser llevadas a cabo por una empresa que tiene una posición dominante en el mercado relevante, con el objetivo de mantener o incrementar su cuota de mercado.

adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios como destinatario final, o que reciba ofertas para hacerlo. La ley también considera como consumidor al usuario en los términos que se mencionen.

Por otro lado, un proveedor se define como toda persona natural o jurídica, tanto pública como privada, que se dedique a la producción, fabricación, importación, construcción, distribución, alquiler o comercialización de bienes, así como a la prestación de servicios a consumidores por una tarifa o precio. Esta definición también incluye a aquellos que adquieren bienes o servicios para integrarlos en procesos de producción o transformación, así como a quienes prestan servicios públicos mediante delegación o concesión.

#### **2.1.4. Legislación ecuatoriana**

En la normativa nacional se puede establecer una dicotomía respecto de la conceptualización del derecho del consumidor, teniendo su tratamiento bajo una brecha de lo civil o penal, en cuanto a la tramitación de las acciones que facultan a las personas a que autoridades competentes tutelen y garanticen el acceso, protección y satisfacción de sus derechos. En este sentido, con la constitucionalización del derecho del consumidor en el Ecuador, se comenzó a regularizar la situación del consumidor en el mercado ecuatoriano, promoviendo un listado de principios y derechos que conllevarían a proteger la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, prestados u ofertados por el sector privado o proveídos por el sector público.

Desde esta óptica, en correspondencia a la evolución del mercado y de las actividades de la promoción, publicidad y precio, se derivan nuevos parámetros de cumplimiento para los proveedores, siendo la inclusión de prácticas comerciales leales, de óptima calidad, transparentes

y claras, con el fin de que no exista riesgo de vulneraciones o abusos en los derechos de consumidores y usuarios, desde las fases de oferta y compra hasta el servicio postventa. De forma acertada, Nieto y García (2017) mencionan que:

*Se vive en una sociedad donde los consumidores cada vez son más activos en sus procesos, interactúan con plataformas virtuales que permiten trasladar su consumo a otras partes del mundo, actualmente el internet ha propiciado cambios en la mente de los consumidores, en su forma de actuar. (p. 459)*

Por tal, en la actualidad no podemos obviar que, pese a que en el Ecuador ya nos encontramos con un consumidor que conoce más sobre sus derechos, y que el proceso de traslación de un consumidor presencial a uno virtual es un hecho, ha sido insuficiente la labor legislativa, ya que los canales de atención a la protección de tales derechos, han ido escurriéndose hacia el uso de las mismas redes sociales como medio de presión a los proveedores, mismas que se presentan en forma de protesta o denuncia pública, configurándose como una forma más palpable sobre la materialización de los derechos de consumidores y usuarios, sin embargo, son mecanismos ajenos a los establecidos en la ley, como lo son las quejas o reclamos administrativos y las acciones judiciales ante autoridad competente. Todo esto a consecuencia de la experiencia de un sujeto con la percepción de abandono por el Estado.

#### **2.1.4.1. En la Constitución de la República del Ecuador**

El reconocimiento de los derechos del consumidor, como derechos de carácter fundamental en el Ecuador, tiene su inicio con la llegada de la Constitución de 1998, especialmente en su artículo

23, numeral 7, que resalta la protección de las personas en el ámbito de la disposición de bienes y servicios, sin importar el proveedor, resaltando la calidad y la veracidad de la información proporcionada; y complementándose con lo que manda en el artículo 92 *ibídem*, mismo que manda la necesidad de establecer mecanismos de protección ante derechos que nazcan de la provisión de servicios y oferta de bienes.

Con este origen a dicho reconocimiento de los consumidores, debemos entender de forma incipiente que, las personas tienen el derecho a gozar de los bienes y servicios, en estándares de calidad, libertad y publicidad; y en base a la necesidad y protección ante actos *contra legis*, se busca establecer canales de atención a las personas que sufran de vulneraciones a sus derechos como consumidores, por indicadores de deficiencia, daños o mala calidad en la provisión de bienes y servicios para el sector privado, y responsabilidad sobre la interrupción de servicios públicos, para entidades de dicho sector, sirviendo estos canales para sancionar tales hechos que menoscaban los intereses y derechos de los consumidores. La narrativa constitucional de aquella época, nos establece que era necesario el reconocimiento de los ciudadanos en la calidad de consumidores, concepto que va más allá de un comerciante o ciudadano, y además demuestra la premura de establecer la obligación de garantía que tiene el Estado, de este reconocimiento de los derechos mínimos que se deben otorgar a los consumidores. Esto se acompaña de la idea que las constituciones se construyen, tradicionalmente, sobre una parte dogmática<sup>9</sup> y otra orgánica.

---

<sup>9</sup> Como menciona Salgado en su texto “Lecciones de Derecho Constitucional” (p. 201), resalta especialmente el elemento valorativo que contenía la Constitución de 1998 en materia de derechos humanos, teniendo que ser reconocida, por el hecho que se llega a establecer como un Estado social de derecho, en donde el Ecuador se convierte en un promotor activo de las condiciones requeridas para el desarrollo de la persona en la sociedad, sin convertirse en una figura paternalista, sino como un actor en la promoción y protección de los derechos contenidos en la Carta Magna y las leyes concernientes. (Salgado Pesantes, H. (2004). *Lecciones de derecho constitucional*. Editorial Ediciones Legales.)

Otra de las situaciones que se deben celebrar, es el hecho de la promoción, amparado en los derechos de libertad de asociación y reunión, para que las personas formen agrupaciones de consumidores, que pueden ser de carácter público o privado. Este hecho hace que sea muy importante en la protección de los derechos del consumidor, ya que no solamente el Estado ecuatoriano, por medio de sus instituciones, estará al pendiente de garantizar todos los derechos contenidos en la ley, haciendo efectivo el derecho del consumidor en más o menos medida, en lo que se esperaría como lo promovido por la normativa internacional<sup>10</sup>.

Luego, con la Constitución del 2008, no se llega a cambiar el concepto de los derechos del consumidor, pero si, lo secciona en una parte específica, haciendo una combinación de lo que establecía la anterior constitución, como claramente lo podemos apreciar en los artículos 52 y 66, numeral 25. Entonces, se llegaría a simplificar el contenido previamente establecido por la Constitución de 1998, para una interpretación en conjunto; después, con las siguientes disposiciones, se llegaría a ampliar el alcance constitucional del derecho de los consumidores, determinado en el artículo 54 ibídem.

La Constitución vigente, también añade el inciso segundo, buscando que la regulación de la prestación de bienes y servicios no solamente sea para comerciantes<sup>11</sup>, sino que, en lucha de una

---

<sup>10</sup> En atención a las Directrices para la Protección del Consumidor, emitidas por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, aprobadas por la Asamblea General en la resolución 39/248, del 16 de abril de 1985, y ampliada por el Consejo Económico y Social, misma que fue aprobada por la Asamblea General en resolución 70/186, del 22 de diciembre del 2015, establece como objetivos la protección del consumidor y promover el desarrollo económico y social igualitario, sostenible y a la luz de la protección del medio ambiente, resaltando en el literal e), que se debe alentar a la formación de asociaciones independientes para garantizar los derechos de los consumidores.

<sup>11</sup> Esta formalidad de quienes son comerciantes, establecidos por el Código de Comercio, en su artículo 2 especifica que son comerciantes: i) las personas naturales que hacen del comercio su ocupación habitual; ii) Las compañías

formalidad, sean los consumidores protegidos para cualquier persona que ofrezca bienes o preste servicios profesionales de forma ocasional, dando un alcance mucho más extenso a la Constitución de 1998, conforme a lo previsto en su artículo 55.

Por último, el cambio más importante en materia asociativa de los consumidores que se añade en la actual Constitución, es la obligación de las asociaciones en representar y defender a los consumidores ante cualquier autoridad, judicial o administrativa, sin embargo, realizada una extensa búsqueda, en el Ecuador existen muy pocas agrupaciones legalmente constituidas en favor de la protección de los derechos del consumidor, problema que recalcan varios académicos en la materia, que explican que este hecho ocurre por la insuficiencia de recursos o financiamiento público o privado para la existencia y funcionamiento de las asociaciones.

#### **2.1.4.2. En la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor**

Como se estableció anteriormente, el derecho del consumidor es la rama del derecho que regula las relaciones entre proveedores, públicos o privados, y consumidores o usuarios; siendo la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, el cuerpo normativo de especialidad el tratamiento y establecimiento de las prerrogativas para las partes contratantes, en su artículo 3 *ibídem* menciona que la ley no es excluyente al establecer normativa frente a la protección del consumidor, como parte débil de esta clase de relaciones contractuales, estando en concordancia con lo establecido en la Constitución de la República del Ecuador. Sumando a aquello, hay ciertos parámetros y ejes de protección de los consumidores en la ley, siendo los más importantes: i) vida, salud y seguridad,

---

constituidas con arreglo a las leyes mercantiles; y, iii) Las compañías extranjeras o sus agencias y sucursales que realicen actos de comercio, en el Ecuador, de conformidad con la normativa en materia.

ii) información clara y precisa, iii) la calidad de lo ofertado, iv) garantías de protección, v) fiel publicidad, v) protección contractual, y vi) mecanismos de reclamo.

## **CAPÍTULO II. -EL DERECHO DE DESISTIR DEL CONSUMIDOR**

### ***3. DERECHO DE DESISTIMIENTO***

El derecho de desistimiento refleja la naturaleza del ser humano en aspectos como es la incertidumbre, la duda, la reflexión y la búsqueda de seguridad en la toma de decisiones; por tal, el ser humano, puede cambiar de opinión o reconocer que ha errado, situación que hace que nazca el derecho de que una persona (consumidor) tenga una flexibilidad innata en la posibilidad de rectificar una decisión sin que conlleve a grandes consecuencias que afecten a sus necesidades e intereses. En cuanto al reconocimiento de la imperfección humana y a la libertad de elección, surge este derecho a desistir, en contraposición a decisiones que se toman bajo presión, desinformación o influencia maliciosa, pudiendo ser un mecanismo de garantía y protección irrenunciable a todas las personas.

#### **3.1. Concepto, antecedentes y fundamentos de derecho del desistimiento**

Conforme a lo que establece Diéguez (2021), se entiende al derecho de desistimiento como la facultad que tiene un consumidor para revocar o rescindir a un contrato celebrado con un proveedor, en un plazo de tiempo establecido, con exclusión a la naturaleza del bien, sin ninguna consecuencia sancionatoria para quien desiste del contrato. El derecho de desistimiento tiene sus orígenes en el siglo XX ante la necesidad impuesta por un comercio que se desarrolla a distancia,

es decir, ventas por catálogo, teléfono o internet, ya que aquella situación supone al consumidor no tener una clara visualización o conocimiento de lo que adquiere, por falta de oportunidad de probar el producto antes de adquirirlo o por un *marketing* agresivo. Su primer apareamiento tiene con la Regla de Enfriamiento, de la Comisión Federal de Comercio de los Estados Unidos de Norteamérica (*Cooling-off Rule / FTC*), que permitía cancelar algunos contratos de venta fuera de los establecimientos, sin embargo, solo es una regla establecida por un departamento del gobierno norteamericano.

Para esto, el primer documento normativo que acogió el derecho de desistimiento es la Directiva 97/7/CE, emitido por el Parlamento Europeo, en fecha 20 de mayo del 1997, en tratamiento a la protección de los consumidores en materia de contratos a distancia; tratándolo como Derecho de Resolución (*Right of withdrawal*), en su sexto articulado, estableciendo que todo contrato negociado a distancia, el consumidor tendrá un plazo de siete días para rescindir del contrato sin penalización alguna y sin necesidad de motivar su decisión; en este sentido la Directiva 97/7/CE de igual forma establece que habrán restricciones al ejercicio de este derecho, como: el consumidor correrá los gastos de devolución (transporte), no habrá devolución respecto a bienes de reproducción periódica (revistas o periódicos), suministros de grabaciones de audio o video, bienes confeccionados que por su naturaleza no puedan ser devueltos (ropa interior), servicios que se encuentren ejecutándose previo a finalizar el plazo o su renovación, y servicios de apuestas o loterías.

Su fundamento tiene en dos modalidades, contratación a distancia y contratación fuera del establecimiento, contextos que de la situación jurídica que se relaciona con el objeto y causa del contrato, es decir, el ser de la contratación misma del proveedor y consumidor, como excepción al

principio, en latín, *pacta sunt servanda*, que regla “los acuerdo deben ser respetados”. La protección del consumidor en estas situaciones confluye con dos principios del consumidor que son, el de indemnidad y de temporalidad, el primero trata de la garantía sobre que el consumidor no debe sufrir perjuicio como resultado de una transacción comercial, y el segundo en cuanto a la vigencia del ejercicio de un derecho. Por lo tanto, el derecho de desistir tendrá real eficacia en cuanto existan mecanismos de devolución y que el mismo sea activado en el momento oportuno, sin embargo, proveedores establecen cláusulas que contravienen con los principios del presente derecho como limitantes, siendo la cláusulas de permanencia, que muchas de las veces dificultan al consumidor a deslindarse de sus obligaciones con el proveedor, ya que deben reunir ciertas condiciones y requisitos previos a la cancelación anticipada o devolución.

### **3.1.1. En adquisición de bienes**

En la adquisición de bienes, el derecho de desistimiento que tiene el consumidor va a tener que depender de ciertos requisitos básicos en la práctica comercial, por nombrar algunos: que el bien se encuentre en el mismo estado en el cual fue entregado, hablando en su funcionamiento y en su estado físico; que la documentación entregada al momento de la recepción del bien esté completa, como: factura o comprobante que determine la relación del detalle del bien y de su comprador; que el empaque sea el original del producto en el caso de ser empaquetado. Las anteriores circunstancias tienen que estar acorde al oportuno aviso o notificación al proveedor respecto del desistimiento, dentro del plazo establecido por la ley, pudiendo existir la obligación del consumidor en tener que asumir valores en la devolución y, muchas de las veces, enfrentar con el riesgo del transporte del bien; para esto el proveedor deberá establecer la forma de reembolso de los valores cancelados por el consumidor y de cancelación de la transacción.

### **3.1.1.1. Muebles**

La adquisición de bienes muebles por medio de la contratación a distancia o fuera de local es la más común y la correspondida por su naturaleza, a ser aplicada respecto al derecho de desistimiento del consumidor, ya que su consideración en la adquisición se da por una entrega sin mayor formalidad establecida en la ley, y por su ocurrencia masiva en el comercio. La devolución de este tipo de bienes va a ser condicional en todos los casos al tipo de bien mueble que se trate, por su naturaleza (corporales o incorpóreas), si son fungibles o no, y si son consumibles o no consumibles.

En base a la naturaleza y características del bien descritas previamente, conforme lo aplicable al derecho de desistimiento, si el bien es corporal, solo se esta se establecería la forma de devolución al momento del desistimiento, debiendo tratarse de una entrega directa al proveedor o en base un transporte más especial respecto al tamaño o peso del bien, mismo que correrá a riesgo y responsabilidad del consumidor, a falta de estipulación en contrario, si bien la situación de devolución especial no está regulada en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, la misma costumbre mercantil establece que el consumidor al momento de declarar su voluntad de desistimiento asumirá los gastos de devolución, con la condición de la entrega del bien en el mismo estado recibido. Por otro lado, si el bien corresponde a su característica de incorpóreo, se aleja del concepto como un bien propiamente dicho, ya que al no ser un objeto materializado y que podamos percibir con nuestros cinco sentidos, estamos hablando de un servicio, como la licencias o acceso de contenido digital descargado o accedido, como libros o reproducciones audiovisuales. Si se podría establecer una excepción, son los *NFT's (Non Fungible Token)*, que son archivos digitales

que parten de una cadena de bloques (*blockchain*<sup>12</sup>), dando sus características de únicos e irrepetibles, que son representados mediante imágenes, música o bienes virtuales; sin embargo, en base a su origen y disponibilidad en el mercado no se las puede considerar como bienes involucrados entre una relación de consumidor y proveedor, ya que por su no fungibilidad y su variación de precio en base a factores como fijación del precio en el mercado de coleccionistas o por su escasez, una devolución o desistimiento en su adquisición conlleva a un cambio de las circunstancias y valor que tenga en el mercado, es decir, cumple desde un principio la excepción del estado del bien, restringiendo su devolución.

En base a la fungibilidad o no del bien mueble, en derecho del consumidor, si es permitido, pero esto se hará en diferente manera. Si la cosa corresponde a un bien no fungible, es decir, con sus características propias, únicas e irrepetibles, procederá siempre y cuando no se haya establecido una cláusula de no devolución, ya que podemos encontrarnos con bienes que han sido diseñados o personalizados específicamente en base a los requerimientos del consumidor, mismo que se lo considera factor decisor en la adquisición del bien. Por otro lado, cuando nos referimos a los bienes fungibles permite mayor flexibilidad del ejercicio del derecho de desistimiento, siempre y cuando el bien no haya sido utilizado o consumido. En relación a esta última añadimos si la característica del bien, si puede ser consumido por el primer uso y las que no, es decir, si el bien por el primer uso se agota por primera ocasión haciendo que la misma ya no pueda ser utilizada de nuevo por su naturaleza, o que el bien, en normales condiciones, no se agote la utilidad de su uso. Para esto la

---

<sup>12</sup> El *blockchain* o llamado en español como cadena de bloque es “una base de datos que puede ser compartida por una gran cantidad de usuarios en forma *peer-to-peer* y que permite almacenar información de forma inmutable y ordenada.” (p. 2). (Dolader Retamal, C., Bel Roig, J. & Muñoz Tapia, J. L. (2017). En *Revista de Economía Industrial*. La blockchain: fundamentos, aplicaciones y relación con otras tecnologías disruptivas (pp. 33-40. Editorial Universitat Politècnica de Catalunya.)

excepción del derecho de desistimiento, para esta clasificación de bienes, será solamente para los que al ser consumidos pierdan su utilidad principal por la cual fue adquirida, y ofertada por el proveedor, perdiendo así el ejercicio del derecho.

### **3.1.1.2. Inmuebles**

En sentido estricto, si bien pueden existir transacciones que recaigan sobre bienes inmuebles que puedan ser consideradas parte de relaciones comerciales por fines lucrativos y habituales, no se la considera parte del derecho del consumidor, sino más una relación civil por su esporadicidad y su tratamiento como bienes personales o familiares, mas no por su procedencia de un proveedor *per se*. Para ello existe la figura de retractación en la contratación con arras, establecido en el artículo 1742 del Código Civil.

Entonces la disposición normativa establece que existe la posibilidad de que al momento de celebrarse el contrato se entregue arras, vulgarmente conocidas como “*seña*”, misma que tienen el fin de asegurar de cierta forma la celebración del contrato y de dejar un espacio de reconsideración de la celebración, por decisiones que pueden tomar las partes, siempre dependiendo en la forma, si entrega o recibe las arras, misma que puede permitirse en un plazo estipulado. Por lo tanto, se la puede considerar como una figura similar al derecho de desistimiento, pero con una aplicación y regulación específica y prevista en otro cuerpo normativo, ajeno a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

### **3.1.2. En adquisición de servicios**

Respecto a la provisión de servicios, contratados presencialmente o a distancia, su tratamiento va a ser igual en ambos, pudiendo el consumidor desistir del servicio, pero con la condición de que no haya iniciado el mismo o que haya terminado el plazo de desistimiento previo a la ejecución del servicio. La razón conlleva a que, al momento que el consumidor contrata cierto servicio, único o periódico, este mismo se encuentra ya ejecutándose, es decir, las necesidades del consumidor están siendo satisfechas desde el primer momento. Al no existir una constante en cuanto desistimiento y de devolución propiamente dicho en términos de derecho del consumidor, se va a relacionar a una facultad de cancelación del servicio en el caso de ser periódico en la provisión del mismo, debiendo el consumidor desistir (cancelar) el servicio previo a la finalización del plazo contratado. Sin embargo, el proveedor tiene la obligación de informar al consumidor claramente de los términos y condiciones del modo de la ejecución del servicio, y por ende su finalización.

### **3.2. Los efectos del derecho de desistimiento**

Como expresa García (2021), el derecho de desistimiento tiene dos aristas, el primero sobre la extinción del vínculo jurídico y la obligación de restitución de las prestaciones recíprocas realizadas, es decir, devolución del objeto a cargo del consumidor y del precio pagado al proveedor. El efecto principal, siendo la extinción del contrato, no es un efecto específico, la normativa originaria internacional incluye en su tratamiento “(...) *dejar sin efecto el contrato celebrado*” dando la definición de desistir, con la obligación recíproca de dejar la situación a la anterior a la contratación, es decir, a la restitución de las prestaciones, tanto consumidor como proveedor. El efecto consecuente a la terminación del contrato, siendo la restitución bajo el principio de

reciprocidad y simultaneidad, una vez que las partes hayan quedado liberadas de sus obligaciones, se deberá volver al estado en que se encontraban antes de haber perfeccionado el contrato, haciéndolo ineficaz por sí mismo, al no cumplir con las necesidades del consumidor, teniendo la característica de retroactivo el derecho de desistimiento, sin que el consumidor tenga que gravar su situación por una pena o multa debido a su decisión, siendo parte del principio de indemnidad.

### **3.3. Legislación ecuatoriana**

En relación a lo mencionado anteriormente, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, cuerpo normativo de especialidad, de forma exacta no contempla el derecho de desistimiento *per se*, pero su tratamiento se lo establece en los artículos 44 y 45, que establecen el tratamiento del derecho de desistimiento del consumidor en el Ecuador.

El artículo 44 dispone la facultad de la cancelación o terminación anticipada de un servicio contratado, realizado por adhesión, mismo que tiene que hacerse con una antelación de quince días previo a la finalización de plazo del servicio, mismo que por lo general son periódicos. De igual manera se aplica el principio de indemnidad, ya que no existe multa, al realizar la cancelación de un servicio. Se puede ejercer en contratos de los cuales sean similares a telecomunicación, entretenimiento o medicina prepagada.

En cuanto al artículo 45 citado, establece los lineamientos para realizar la devolución propiamente dicha, misma que tiene que ser ejercida dentro de los quince días posteriores a la recepción del bien, debiendo considerarse la naturaleza y estado del mismo. En el caso de servicios, la ley establece que tendrá que mantenerse en el mismo plazo y forma que los bienes, además de

que una vez ejercido habrá la cesación de los servicios prestados por el proveedor. Sin embargo, en relación a lo tratado del derecho del desistimiento y sus características, podemos denotar que el derecho de desistimiento está fragmentado como dos facultades distintas, la terminación y la devolución, situación que confluye al derecho de desistimiento, es decir, respecto a los efectos del desistimiento, la primera es la terminación del contrato y extinción de las prestaciones (obligaciones contractuales principales y accesorias), y en segundo paso la devolución de lo prestado (precio pagado y bien o servicio entregado). Esta división del derecho principal, también tiene su razón, lo que establece el artículo 44, regula las situaciones de cancelaciones de servicios que cumplen con la condición de periodicidad, más no a la provisión del servicio único que establece el artículo 45, así determinando la aplicación en cada circunstancia comercial. En la actualidad no existe jurisprudencia ecuatoriana que regula el derecho de desistimiento, de igual forma no hay doctrina nacional que desarrolle con profundidad esta facultad que en varios países es pilar fundamental de los derechos del consumidor.

### **3.4. Legislación comparada**

Como ya se resaltó, el derecho de desistimiento es una herramienta importante en la protección de los consumidores en todo el mundo, permitiendo cancelar un contrato, de prestación de bienes o servicios, sin recibir una penalización, dentro de un plazo específico; si bien la misma se encuentra regulada de forma diferente en la mayoría de legislaciones, el objetivo es el mismo, que es el equilibrar la relación contractual de los consumidores con sus proveedores, en especial sentido en las contrataciones a distancia o fuera de los locales comerciales, donde el consumidor no tiene contacto con lo que adquiere antes de su adquisición. Una regulación especial y actualizada

respecto no sólo al derecho de desistimiento, sino al derecho del consumidor en su conjunto, fomenta la confianza en el comercio electrónico, promoviendo la competitividad del mercado.

### **3.4.1. República de Colombia**

El derecho de desistimiento en el derecho colombiano, o también llamado derecho de retracto, se encuentra regulado en el artículo 47 del Estatuto del Consumidor, normativa que derogó el Decreto No. 3466, de 1982. La ley establece que el consumidor tendrá un plazo de cinco días para revocar o resolver un contrato de consumo que se lo realiza en la distancia; como menciona Villalba (2021) el derecho de retracto no es absoluto, ya que procede en los casos enunciados en la norma, siendo: la venta de bienes o prestación de servicios por medio del sistema de crédito directo o financiamiento directo, o en la venta por medios no tradicionales, como las que se realizan fuera del local comercial o a distancia por medios telemáticos. Además, el artículo 47 del Estatuto del Consumidor, en comparación a otras legislaciones, establece excepciones de forma clara en la cual no es aplicable el derecho de retracto, siendo: i) En los contratos de prestación de servicios cuya prestación haya comenzado con el acuerdo del consumidor, ii) En los contratos de suministro de bienes o servicios cuyo precio esté sujeto a fluctuaciones de coeficientes del mercado financiero que el productor no pueda controlar; iii). En los contratos de suministro de bienes confeccionados conforme a las especificaciones del consumidor o claramente personalizados; iv) En los contratos de suministro de bienes que, por su naturaleza, no puedan ser devueltos o puedan deteriorarse o caducar con rapidez; v). En los contratos de servicios de apuestas y loterías; vi) En los contratos de adquisición de bienes perecederos; y vii) En los contratos de adquisición de bienes de uso personal.

De esta forma, y en base a lo establecido por la Superintendencia de Industrias y Comercio de Colombia, Pérez (2021) anota que hay un problema en cuanto a la territorialidad y a la capacidad de las jurisdicciones en aplicar el derecho de retracto, ya que no es procedente ejercer el derecho de retracto sobre compras realizadas en el comercio electrónico ante proveedores que no tienen un local o representación legal en el territorio colombiano, algo que lleva sentido a establecer cómo reclamo un derecho que por competencia y jurisdicción territorial, lo vuelve eficaz en protección del consumidor.

### **3.4.2. República de Chile**

Pinochet (2006), establece que, para identificar el derecho de desistimiento del consumidor en Chile, se debe hacer alusión al principio de irrevocabilidad contractual, en el sentido que los contratantes, por mutuo acuerdo, pueden modificar o revocar el contrato celebrado entre ambos, bajo el principio *pacta sunt servanda*, ya que en base a los derechos de libertad, cuando una persona decide obligarse frente a otra, en uso de tal libertad, queda obligada a realizar cierta conducta o entregar cierta cosa de forma imperiosa. Este concepto parte de la concepción clásica del derecho de obligaciones y contratos del siglo XIX, en donde el principio fundamental de libertad, entendido en libertad para poder contratar y la libertad de negociar el contenido, o en otras palabras, la libertad de conclusión y la libertad de configuración interna de los contratos.

En base a esta idea de libertad, nace el concepto de la justicia contractual subjetiva, que significa que si las partes tenían la libertad para negociar cada uno de los términos del contrato, el resultado del contenido debe respetarse y considerarse justo, configurándose en el principio de fuerza obligatoria, establecido en el artículo 1545 del Código Civil chileno, que prescribe “*Todo contrato legalmente celebrado es una ley para los contratantes, y no puede ser invalidado sino por*

*su consentimiento mutuo o por causas legales*”. En concordancia con la perspectiva civil tradicional chilena, da un acondicionamiento a dejar establecido que hay situaciones contractuales de las cuales, en base a un ejercicio de poder en contratos de adhesión por un empresario, debe existir un espacio de discrecionalidad por un sujeto llamado consumidor respecto a poder decidir libremente sobre las condiciones y su conformidad en la adquisición de un bien o servicio, esto en consideración del Derecho de consumo como un fenómeno global, por la estructura de un sistema de protección al consumidor por ser la parte débil contractual. El derecho de los consumidores se materializó mediante la Ley No. 19496, que establece las normas de protección de los derechos de los consumidores, en donde se estableció el derecho de retracto, o de desistimiento, en el artículo tercero bis, que expone que, el consumidor tendrá derecho a terminar un contrato en el plazo de 10 de días desde la recepción del producto o contratación del servicio, sin embargo, podrá efectuarse en base a ciertas circunstancias como: i) compra o contratación realizadas en reuniones concertadas por el proveedor, y ii) contratos celebrados por medios electrónicos. De igual forma Pinochet (2004), establece que la Ley No. 19496, y su reforma en la Ley No. 19955, acogen la influencia de la normativa Europea y Española, por la razón de proteger al consumidor que se encuentra vulnerable ante técnicas de *marketing* agresivo, por las cuales se puede sentir presionado e intimidado para poder determinar su nivel de conformidad con respecto a cierto bien o servicio ofertado por el proveedor.

### **3.4.3. Estados Unidos de Norteamérica**

El derecho de desistimiento del consumidor en los Estados Unidos se refiere a la capacidad que tiene un comprador para cancelar ciertos tipos de contratos o transacciones dentro de un periodo de tres días, llamado “periodo de reflexión” o en inglés *cooling-off period*, para cancelar

una compra o solicitud de servicio realizada, en un lugar de ventas temporal o en cualquier sitio fuera del negocio del proveedor. Este principio no está establecido en una normativa como tal, sino más que nada es un mandato emitido por la Comisión Federal de Comercio (FTC, sus siglas en inglés), organismo con la potestad de regular y proteger los derechos de los consumidores en Estados Unidos.

A pesar de ser una herramienta de protección al consumidor, Sovern (2014) establece que este derecho no es eficaz, ya que se presencia que muchos consumidores no están informados en cuanto a este derecho, por lo tal no lo utilizan, o que múltiples de las veces el proceso resulta bastante complejo, ya que, para poder ejercitar este derecho se debe hacer una notificación, oral o escrita, sin embargo, se refiere al derecho de desistimiento como una probabilidad de ejercicio para poder concretar una terminación del contrato y devolución de las prestaciones recíprocas.

#### **3.4.4. Reino de España**

En España, debido a su sistema jurídico, el cuerpo normativo que regula el derecho de desistimiento del consumidor es el Real Decreto Legislativo 1/2007 de fecha 16 de noviembre del 2007 que aprueba el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y Otras Leyes Complementarias (en adelante TRLGDCU), emitido por el Ministerio de la Presidencia, naciendo de la disposición final quinta de la Ley 44/2006, que manda el mejoramiento de la protección de los consumidores y usuarios. El TRLGDCU establece que consumidores o usuarios son las personas físicas que actúen con un propósito ajeno a las actividades comerciales, empresariales, de oficio o profesión. Hecha tal distinción, Sosa (2016) menciona que el derecho de desistimiento comenzó su

desarrollo a partir de la entrada formal de España como Estado miembro en la Unión Europea en 1986, ya que bajo la Ley No. 26/1984, prohibía expresamente que cualquiera de las partes contratantes no pueda desistir del contrato, salvo en casos de venta por correo a domicilio; sin embargo, a partir de emisión de varias Directivas, se estableció la forma de desistimiento en relación al tipo de contrato celebrado, siendo las principales: i) contratos a distancia, ii) contratos de servicios financieros, iii) créditos de consumo, iv) contratos a plazo de bienes muebles, y v) contratos de aprovechamiento de turno.

Una vez que entró en vigencia el TRLGDCU, se estableció de carácter general el tratamiento del ejercicio del derecho de desistimiento, mismo que debe ser aplicado en el plazo de catorce días a total discreción del consumidor, es decir, que no tiene que anticipar su inconformidad, con ausencia de penalización, sin embargo, como verifica García (2021) menciona que uno de los problemas en el tratamiento del derecho de desistir conlleva al de rescindir de un contrato, mismos que conllevan a la conformidad del consumidor respecto del bien, dejando un espacio que exista una compensación o una sustitución del bien o servicio contratado pero ya desistido, ya que no existen parámetros que lleguen no limitar, sino a estructurar la libertad decisoria del consumidor frente a la elección de los bienes y servicios de los cuales satisfagan sus necesidades o intereses, en razón de una protección al mismo empresario o emprendedor.

### **CAPÍTULO III. - PROBLEMÁTICA DEL EJERCICIO DEL DERECHO DE DESISTIMIENTO EN CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA**

#### ***4. OBSTÁCULOS EN LA APLICACIÓN DEL DERECHO DE DESISTIMIENTO DEL CONSUMIDOR EN CONTRATOS ELECTRÓNICOS***

El derecho de desistimiento en la contratación electrónica como ya se ha establecido, es la facultad que tiene un consumidor de revocar, rescindir o terminar un contrato, de la compra de un bien o provisión de un servicio, que adquirió en el comercio electrónico, sin que exista una penalización, siempre y cuando de forma oportuna se lo ejerza, dependiendo de igual forma de la naturaleza del bien o servicio prestado. Sin embargo, siendo un derecho irrenunciable y fundamental en las relaciones contractuales de consumo, su aplicación en el Ecuador se enfrenta a varios obstáculos, aún más si proviene del comercio electrónico. Los problemas más recurrentes que se enfrenta la aplicación de este derecho es la falta de conocimiento e información del consumidor frente a sus derechos, al incumplimiento de la obligación de informar e imposición de cláusulas abusivas por parte del proveedor y a la complejidad del procedimiento para ejercer el derecho, en la forma privada, administrativa y judicial.

##### **4.1. Problema en la educación del consumidor**

La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (en adelante, LODC), antes llamada Ley No. 21, se origina con su publicación en el Registro Oficial Suplemento 116 de fecha 10 de julio del 2000, con su última reforma en el 11 de febrero del 2022. Desde su publicación se han mantenido, sin mucha diferencia, las mismas prerrogativas en defensa del consumidor, sin embargo, en base al estudio realizado por García (2017), demuestra que el ecuatoriano mantiene ciertos problemas de desconocimiento respecto a sus derechos y a como ejercerlos; el mismo estudio establece que el sentimiento del ecuatoriano, es de un consumidor engañado y desprotegido, ya que no tiene claro de los mecanismos legales ni líneas de servicio al cliente en la cual poder reclamar o quejarse, para

poder hacer efectivos sus derechos. Este desconocimiento sucede de forma simultánea a la falta de organismos gubernamentales y asociaciones, en el marco de lo que establece el artículo 61 de la LODC, que difundan el conocimiento de la ley o denuncien y representen los intereses de los consumidores; en este sentido, al momento de realizar una búsqueda exhaustiva, solo hay una que es la Asociación de Derechos y Defensa del Consumidor (VIGÍA), sin embargo, es una asociación de no demuestra actividad alguna en medios digitales y no presenta una línea efectiva de atención, haciendo que esta situación demuestre un estado de vulnerabilidad del ecuatoriano como consumidor o usuario.

En base a lo mencionado a lo largo del presente trabajo, que “*un consumidor informado es un consumidor responsable*”, haciendo el análisis de la falta de medios de difusión de la ley que incumbe a los derechos de los consumidores, el ecuatoriano manteniendo la desconfianza en el sistema privado y público, da poca importancia a quejarse, comportamiento permisivo que permite la vulneración constante y sistemática de los derechos del consumidor, situación que saca a ventaja a los proveedores. Como refiere Fuentes (2022), es deber de todos los consumidores y usuarios el conocer y exigir los derechos a conciencia, respetando a todas las personas para vivir en un mundo más justo, cuestión que guarda estrecha relación respecto al principio de conocimiento de la ley, pero no como un mandato, sino como una necesidad y mecanismo de control de proveedores que traten de abusar la situación de consumidores. Además, teniendo en cuenta cómo se desarrolla el comercio electrónico, como menciona Gamero (2017) que las relaciones que se reducen a una pantalla, prescindiendo de la comunicación directa, dejan espacio para que existan engaños y fraudes, haciendo que además del problema de desconocimiento normativo de los derechos del

consumidor sea igual problema estar frente a una persona que no tiene la responsabilidad de conocer e informarse del funcionamiento del sistema comercial electrónico.

#### **4.2. Problema en el abuso y práctica desleal de los proveedores**

Hay que establecer que hay proveedores que ajustan sus actividades de oferta y producción de bienes y servicios, conforme derecho y a las buenas prácticas comerciales, procurando la existencia de una competencia equilibrada y libertad económica<sup>13</sup>; según González (2019) cualquier práctica comercial no debe suponer una posición de poder sobre los consumidores en tendencia a cometer abusos, sino a la armonía en la realización de la actividad mercantil, pero que entendiendo además que, las empresas no están para jugar un papel solidario o benéfico con el consumidor, ya que el legítimo tener un interés lucrativo. De igual forma, una sobrerregulación es perjudicial para el incentivo empresarial y para el dinamismo comercial, haciendo que las empresas grandes, medianas y emprendimientos no puedan crecer y mejorar los estándares de calidad, ya que, a poca competencia, va a generar poco interés del proveedor en ofrecer productos o servicios de mejor calidad, entrando en una fase de “comodismo”.

Pero pese a lo que sería un ambiente regulatorio flexible y a un cumplimiento abnegado de la ley por parte de los proveedores, en la realidad muchas de las veces no son palpables, al menos si no hay un mecanismo de atención seguro, eficaz y eficiente para evitar el incumplimiento de la ley y las buenas costumbres mercantiles. Para esto, a lo que respecta al comercio electrónico se

---

<sup>13</sup> Conforme Urdaneta (2022), la libertad económica se refiere a la capacidad de los individuos y empresas para realizar actividades económicas sin restricciones indebidas por parte del gobierno, lo que incluye la libertad de producir, intercambiar, consumir y emprender bajo un marco de respeto a los derechos de propiedad, la competencia y la justicia contractual. Está relacionada con políticas que favorecen el libre comercio, la baja intervención estatal en la economía, y la protección de los derechos de propiedad.

establece que existe cierta conducta desleal por parte de los proveedores de bienes y servicios por canales digitales, en donde, por un lado, no informan al consumidor del término y forma de desistir de lo adquirido o contratado, y por otro, establecen cláusulas agresivas en los términos y condiciones para evitar que un producto o servicio, sea devuelto o cancelado, pero esto viene sucediendo de igual forma por el poco interés de un consumidor que no se informa correctamente de las consecuencias de lo que contrata. Para esto, en el Ecuador debería ser punto de partida principal de las políticas institucionales establecer regulación que ofrezca soluciones en el comercio electrónico, pese a que no existe “plena jurisdicción” por temas de materialidad, sin embargo, puede regularse la situación electrónica al momento de su materialización, es decir, al momento de la entrega de un producto o a la provisión del servicio y además respecto del reclamo por la vulneración de un derecho.

#### **4.3. Problema de la prueba en la devolución y el desistimiento**

La prueba de la devolución o terminación anticipada, de conformidad con la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, va a ser aplicada en el caso de la negativa del proveedor, es decir, se genera un conflicto respecto del ejercicio del consumidor en su derecho de desistir de la compra de bienes o provisión de un servicio; en la definición de prueba, podemos encontrarnos con un problema respecto a la forma de cómo obtener la misma, ya que si mantenemos la naturaleza comercial de la relación consumidor y proveedor, nos tendríamos que remitir a lo que establece el Código Orgánico General de Procesos (COGEP), que en su artículo 158 que manda “*La prueba tiene por finalidad llevar a la o al juzgador al convencimiento de los hechos y circunstancias controvertidos.*”, en concordancia a lo que establece el artículo 161 *ibídem*, siendo “*La conducencia de la prueba consiste en la aptitud del contenido intrínseco y particular para*

*demostrar los hechos que se alegan en cada caso.*”, este tipo de concepto de prueba a de ser practicado en sede administrativa (Defensoría del Pueblo), de conformidad al artículo 193 del Código Orgánico Administrativo, que hace la misma puntualización de la prueba que el COGEP. Sin embargo, en el caso de ser judicializado el conflicto entre consumidor y proveedor, la controversia se ha de ventilar ante un Juez de contravenciones, siendo en materia penal, de acuerdo al artículo 231, numeral 3, del Código Orgánico de la Función Judicial (COFJ) y al artículo 641 del Código Orgánico Integral Penal (COIP), entonces, en relación al mandato expreso del COGEP, en su artículo 1, que la excepción de la aplicación del cuerpo normativo procesal, será en materia penal y otros, el concepto de prueba y su valorización cambia, haciéndolo más restrictivo.

El problema real aparece con la aplicación de normativa penal, respecto a la prueba, en un proceso que es comercial más no sobre un hecho delictivo, para esto el artículo 456 del COIP restringe el acercamiento y obtención de la prueba que demuestre el desistimiento y su incumplimiento por parte del proveedor, ya que la cadena de custodia es frágil respecto a conservar la “autenticidad” de la prueba que se va a presentar al Juez, ya que desde un punto de vista práctico, un consumidor, que puede o no tener recursos económicos suficientes, tenga que realizar un gasto para un peritaje para mantener la cadena de custodia, y que demuestre el nexo causal del acto de incumplimiento del proveedor y de la manifestación del desistimiento, hace que sea lejana el acceso a la justicia al consumidor, por enmarcarse en un proceso, como ya lo mencionamos que es restrictivo y delicado, como lo es la materia penal.

Para esto, el Ecuador para superar este problema de la práctica de la prueba, debe establecer la misma normativa el mecanismo de los cuales demuestran de una manera más asequible para el

consumidor, como lo establece el Real Decreto Legislativo 1/2007, de España, que establece en sus artículos 106, que el proveedor debe ofrecer, al consumidor o usuario, la opción de medios y las formas para poder hacer efectivo la manifestación unívoca de desistir de la adquisición de un bien o prestación de un servicio ofertado por el proveedor, pudiendo ser formularios, correos electrónicos disponibles para el consumidor o cualquier otra forma de declaración, sin embargo, a la falta de normativa que regule esta situación, el derecho de devolución o de terminación anticipada, en la contratación electrónica, no permitirá ser aplicada.

#### **4.4. Organismos de control en el Ecuador**

El organismo de control para garantizar los derechos de los consumidores y usuarios en el Ecuador, de conformidad con el artículo 81 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, la Defensoría Pública tiene la potestad de conocer y pronunciarse respecto a reclamos y quejas de cualquier consumidor, nacional o extranjero, que haya sido afectado, directa o indirectamente, sus derechos fundamentales de consumidor, establecidos en la Constitución, la ley y tratados o convenios internacionales. Si bien la Defensoría del Pueblo, a través de la Defensoría Adjunta del Consumidor y Usuario, es la institución gubernamental encargada de velar y acoger quejas de los consumidores y usuarios, existen otras instituciones que se encargan del control de los derechos de los consumidores, como la Superintendencia de Competencia Económica (SCE, en adelante) - anterior Superintendencia de Control del Poder de Mercado -, la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA, en adelante), Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP, en adelante), mismas que tendrán su especialidad en:

- i. SCE:** este organismo tiene como objetivo prevenir y sancionar prácticas que sean desleales, anticompetitivas o abusivas que puedan afectar la competencia leal, y por ende al bienestar de los consumidores, así lo establece el artículo 1 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado. Si bien la ley no establece un mecanismo de presentación de quejas o denuncias por vulneración de derechos del consumidor, las acciones de sanción que establece a los operadores del mercado hacen que de forma indirecta se corrijan los actos que beneficien a los consumidores y usuarios.
  
- ii. ARCSA:** esta institución es encargada de verificar y garantizar la calidad y seguridad de los productos que sean de consumo como medicamentos, alimentos, productos cosméticos y de higiene, ya que los mismos forman parte de la salud pública. Esta agencia por medio de la emisión de normativa técnica e inspecciones controla, regula y supervisa la comercialización de los bienes de consumo. En el presente caso, la ARCSA si tiene un sistema de recepción de denuncias y quejas, personales y anónimas, que pueden realizar los consumidores, al momento que estos verifican la posibilidad de un incumplimiento de algún proceso que puede afectar su salud o la calidad del producto, pudiendo establecerse varias sanciones, como económicas o clausuras temporales o permanentes de los locales, de conformidad con la Resolución No. ARCSA-DE-010-2016-GGG, de fecha 04 de abril del 2016.
  
- iii. MPCEIP:** el Ministerio conforme el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, tiene competencias respecto a la producción y al comercio, emitiendo políticas que comenten la protección del consumidor y de la calidad de los productos que los

proveedores ofertan en el mercado, sean estos producidos a nivel nacional o importados. Pese a aquello, no es una institución que mantenga canales de denuncias o quejas para consumidores al momento de establecer la vulneración de sus derechos.

Entonces, teniendo en cuenta que existen ciertas instituciones públicas que tienen pleno desenvolvimiento, directo o indirecto, en los derechos del consumidor, ninguno de estos establece un sistema eficaz de denuncias que tengan el objetivo de garantizar el ejercicio de los derechos del consumidor de forma directa e individualizada. Para esto, es importante resaltar que el único organismo que puede acoger una denuncia respecto a la vulneración del derecho de desistimiento (terminación anticipada y de devolución en el caso ecuatoriano), es la Defensoría del Pueblo, donde sus Delegados Provinciales serán las autoridades que conozcan e informen sobre la situación jurídica de tales denuncias o quejas frente a proveedores.

##### ***5. DE LA EFECTIVIZACIÓN DEL DERECHO DE DESISTIMIENTO EN LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA***

En términos de efectivizar un derecho, como ya se ha mencionado, en el caso del desistimiento en la contratación electrónica, ha de surtir efectos en cuanto las obligaciones ya se encuentren revocadas por decisión del consumidor, siempre y cuando el derecho sea ejercido dentro del plazo de los quince días, y que la naturaleza del bien o servicio lo permita, además que recíprocamente las prestaciones ya realizadas sean devueltas, es decir, que se entregue el pago al consumidor y que se devuelva el bien entregado, en caso de ser un servicio no permite una devolución propiamente dicha. Sin embargo, en caso de que el proveedor se resista a la aceptación del desistimiento por

parte del consumidor, y por ende la entrega del precio pagado, se tendrá que proceder a vías administrativas y judiciales, so pena de sanción, para hacer efectivo el mismo

### **5.1. Infracciones en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y Usuarios**

La transgresión de la normativa aplicable al derecho del consumidor conlleva a varias sanciones, pero para el presente trabajo no compete hablar respecto a los delitos contra los derechos de los consumidores, usuarios y otros agentes del mercado, conforme lo tipificado en los artículos 235 y 236 del Código Orgánico Integral Penal (COIP), mismos que tienen como consecuencia la imposición de una privativa de libertad. Sin embargo, conforme la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (LODC), al artículo 231, numeral 3, del Código Orgánico de la Función Judicial, y al artículo 641 del COIP, los conflictos por vulneración de derechos del consumidor han de desarrollarse bajo el procedimiento expedito, ante un Juzgador en materia de contravenciones. Por razón de lo mencionado, el proveedor infractor a de ser sancionado bajo las reglas de la LODC, como se expondrá en adelante.

#### **5.1.1. Sanciones**

La infracción por el incumplimiento, por parte del proveedor, respecto al derecho de desistimiento, terminación anticipada y devolución, al no tener sanción específica, será conforme a lo que establece el artículo 70 de la LODC, que en síntesis establece que las infracciones de la ley que no tengan una sanción en específico, podrá tener como penalidad: i) sanción pecuniaria, ii) comiso, también llamada confiscación, de los bienes, y iii) la suspensión en la prestación del servicio o publicidad. La forma de cómo aplicar la sanción será conforme la gravedad e incidencia del acto u omisión del proveedor, apreciada por la Autoridad competente.

### **5.1.2. Competencia y trámite para sancionar las infracciones**

Respecto a la naturaleza del derecho de los consumidores y usuarios, que se acerca a un concepto principista y valorativa, apegado en derecho social, para el acercamiento de la realidad de la persona y su manejo en el mercado, como la más vulnerable, podríamos considerar que su aplicación sería de conformidad con Jueces que resuelvan en conocimiento de la materia mercantil, sin embargo, en base a la normativa ecuatoriana, se la incluído en el campo penal-contravencional, pudiendo generar cierta indefensión en el consumidor ya que por temas de conocimiento, un juzgador penal, puede dificultar la aplicación de la normativa en razón del contexto que se desarrollan las relaciones mercantiles, sin embargo, una interpretación más proteccionista puede justificar que en base al garantismo del sistema legal ecuatoriano se acoge este campo por la vulnerabilidad del consumidor frente a empresarios con mayor capacidad económica.

Pese aquello, la escasa doctrina ecuatoriana respecto al derecho del consumidor y a la praxis legal en la actualidad, puede llegar a demostrar que el sistema de defensa del consumidor es insuficiente, ineficaz e ineficiente, ya que los trámites, para el reclamo y queja por vulneración de estos derechos, estén diluidos, no sean claros y no se adaptan a la realidad de un consumidor.

#### **5.1.2.1. Vía administrativa**

La vía, por especialidad, para la defensa y protección de los derechos de consumidores y usuarios, es el establecido en la LODC por a la Defensoría del Pueblo, organismo gubernamental encargado de velar por la protección de los intereses de los consumidores, pese a aquello, de conformidad con la LODC, en su contenido previo a la disposición reformativa tercera de Ley No.

0, publicada en Registro Oficial Suplemento 481 de 6 de Mayo del 2019<sup>14</sup> (en adelante, la Ley anterior), dejó en total desvanecimiento del procedimiento. Se hace alusión a esta situación ya que, de conformidad con la Ley anterior, en su artículo 82 se detallaba el procedimiento ante la Defensoría del Pueblo.

El procedimiento que hacía mención la disposición normativa, de igual forma no se encontraba expuesto de forma clara, por lo cual el proceso de reclamo se adecuaba al derecho de petición, contemplado en el artículo 32 de Código Orgánico Administrativo, en relación al artículo 215, numeral 3 de la Constitución de la República del Ecuador, que establece que una de las atribuciones de la Defensoría Pública es el patrocinio en reclamos por mala calidad o indebida prestación de servicios públicos o privados, misma que se tratará mediante los mecanismos para la solución de conflictos, como la mediación. Teniendo en cuenta el pseudo procedimiento regulado no llegaba a asegurar el cumplimiento de las obligaciones incumplidas por los proveedores, ya que de conformidad con el artículo 83 de la Ley anterior, cuando las partes no hayan llegado a un acuerdo, previo a la presentación de argumentos y práctica de prueba, la Defensoría del Pueblo elaborará un informe (sin carácter coercitivo), para que las autoridades competentes puedan informarse de las sanciones que puedan imponerse al proveedor con la solicitud el inicio de un proceso investigativo, pero resulta curioso que si la misma ley reenvió los deberes de la Defensoría del Pueblo a otra autoridad, de forma abierta, para garantizar y hacer cumplir los derechos de los consumidores o usuarios.

---

<sup>14</sup> El suplemento del Registro Oficial No. 481, del 6 de mayo del 2019, es la aprobación del proyecto de la Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo, misma que produjo varios cambios respecto a la parte dogmática y orgánica de la ley, modificando varios cuerpos normativos, así como también la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en lo que respectaba a competencias de la misma Defensoría del Pueblo.

Luego de pasar a la emisión del informe por la Defensoría del Pueblo, de conformidad con el artículo 84 de la Ley anterior, establece que para el juzgamiento, de las infracciones de los derechos de consumidores y usuarios, será el Juez de contravenciones de la jurisdicción respectiva, sin embargo, se vuelve con el problema de la falta de especialidad para garantizar la aplicación de la ley conforme el contexto y materia de los derechos de los consumidores, además de que surge la pregunta de ¿qué necesidad existe de llevar a cabo dos procesos, si a la final solo uno tendrá la capacidad para sancionar y obligar el cumplimiento de los derechos?, tal pregunta tiene sentido si ponemos en contexto sobre el valor del informe emitido por la Defensoría del Pueblo, misma que no será la prueba fundamental que establezca la vulneración de los derechos del consumidor, pudiendo ser el caso del derecho de desistimiento; por tal, el proceso administrativo se demuestra como injustificado, ineficiente e innecesario. De conformidad a la LODC, a partir de la disposición reformativa tercera de Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 481 de 6 de Mayo del 2019, los artículos 82 al 84 fueron derogados, pero en relación a la normativa de la Constitución de la República del Ecuador y al Código Orgánico Administrativo, el proceso de “reclamo y queja” se mantiene en competencia administrativa en la Defensoría del Pueblo.

#### **5.1.2.2. Vía judicial**

Luego de haber revisado el trámite administrativo, ante la Defensoría del Pueblo, la judicialización del reclamo del cumplimiento del derecho del desistimiento, ante la negativa del proveedor, se hará el juez de contravenciones de la jurisdicción del consumidor. De conformidad con el derogado artículo 84, inciso primero, de la LODC, de conformidad con lo artículo 231, numeral 3, del Código Orgánico de la Función Judicial, la competencia de conocer las infracciones

de la LODC radica en las juezas y jueces de contravenciones. Los jueces de contravenciones se encargan de resolver en cuanto a infracciones leves, que son transgresiones a la ley con menor jerarquía a los delitos, ya que no implican una gravedad suficiente para alterar la convivencia social o el orden público; las sanciones en los procesos contravencionales conllevan en su mayoría a multas o privación de la libertad en periodos de tiempo muy cortos, además que el procedimiento es más sencillo y célere, por la naturaleza de los actos u omisiones que se encuentran proscritos.

El procedimiento que han de someter los jueces de contravenciones será a lo determinado en los artículos 641 y 642 del COIP, por tratarse la vulneración de los derechos de los consumidores y usuarios una contravención. Por lo que, en el presente caso, de la infracción del proveedor de no respetar el derecho de desistimiento del consumidor, sea por terminación anticipada o devolución, y probándose que el proveedor haya incumplido su deber de recibir el bien o terminar el servicio, y devolver el precio pagado, el juez de contravenciones, por sentencia, mandará a que se ejecute el derecho de desistimiento, y de establecer una multa en conformidad con lo que establece el artículo 70 de la LOCD, esto es, la multa de cien a mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica y, si es una persona obligada a llevar contabilidad, la sanción podrá ser de uno a diez salarios básicos del trabajador; y si a criterio del juez, puede sancionarse con la suspensión de las actividades de servicio del proveedor. Para los presentes casos, a falta de desarrollo normativo y jurisprudencial no se ha establecido mecanismos de reparación al consumidor por haberlo obligado a acudir a la autoridad jurisdiccional para hacer efectivos sus derechos.

## 5.2. La indemnización del daño al consumidor

En amparo del artículo 4, numeral 8 de la LODC, establece que el consumidor tendrá derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, en la deficiencia y mala calidad de los bienes o prestación de los servicios, mismo articulado que guarda relación con lo que establece el artículo 87 *ibídem*. La disposición normativa establece que el juzgador de contravenciones ordenará a cancelar: i) un monto respecto a daños y perjuicios, ii) costas procesales, y iii) honorarios del profesional que lo asista. Hay ciertas consideraciones en cuanto a la cuantificación y forma de cómo se van a establecer estos valores, ya que la norma no se encuentra actualizada, ya que en la última parte hace un reenvío indebido al Código del Procedimiento Penal (en adelante, CPP), mismo que se encuentra derogado a partir de la vigencia del Código Orgánico Integra Penal (en adelante, COIP). En el derogado CPP, en el artículo 391 mandaba a que el juez que resuelve la contravención es competente para conocer la acción relativa de daños y perjuicios, causa que se ha de sustanciar de forma parada, sin embargo, además de que no es aplicable al presente caso, el COIP no contempla expresamente la figura de los daños y perjuicios, figura que parte de la materia civil con los conceptos de daño emergente<sup>15</sup> y lucro cesante<sup>16</sup>. Siendo la normativa penal la encargada de establecer el procedimiento para el desenvolvimiento del reclamo de los derechos de los consumidores, existe la figura de la reparación integral, contemplada en los artículos 77 y 78 del COIP, mismas que establecen el proceso, los mecanismos y formas de las cuales pueden llegar

---

<sup>15</sup> Según Guevara & Mudfi (2017), el daño emergente es el perjuicio o la pérdida que proviene de no haber cumplido la obligación o de haberse cumplido imperfectamente o de haberse retardado su cumplimiento. (Guevara Parra, V. L., & Mufdi Guerra, M. de los Á. (2017). *La evolución del concepto de contrato y su incidencia en los principales mecanismos de protección del acreedor insatisfecho* (Tesis de pregrado). Universidad de Chile.)

<sup>16</sup> De igual forma, Guevara & Mudfi (2017), el Lucro cesante, la ganancia o provecho que deja de reportarse a consecuencia de no haber cumplido la obligación o cumplido imperfectamente o retardado su cumplimiento. (Guevara Parra, V. L., & Mufdi Guerra, M. de los Á. (2017). *La evolución del concepto de contrato y su incidencia en los principales mecanismos de protección del acreedor insatisfecho* (Tesis de pregrado). Universidad de Chile.)

a remendar la situación de la víctima de la transgresión de sus derechos, a pesar de aquello es inaplicable por dos circunstancias, la primera por la falta de reforma de la LODC que permita el reenvío correcto a la normativa aplicable, por principio de legalidad y seguridad jurídica, y en segundo lugar porque el estándar de reparación integral para el caso de derechos del consumidor no está reglada y por el tipo de reserva, de los procesos penales, no es permitida la analogía, de conformidad con el artículo 13, numeral 3, del COIP; problemas que no permiten una real indemnización al consumidor.

## CONCLUSIONES

En virtud de lo expuesto, podemos llegar a las siguientes conclusiones:

- El perfeccionamiento de los contratos celebrados en el ciberespacio, comercio electrónico, dependerá de dos circunstancias: i) que el consumidor esté claramente informado respecto al contenido y modo de contratación ofrecido por el proveedor, y ii) la inequívoca manifestación de aceptación del consumidor, medio por el cual se priorizará la confirmación mediante un acto digital, como un *clic*, en un espacio como recuadro de aceptación y verificación; no se entenderá como perfeccionado un contrato electrónico, en el Ecuador, con la sola recepción de los mensajes de datos por parte del consumidor.
- Los derechos de los consumidores y usuarios se encuentran contemplados en un amplio catálogo de normativa nacional e internacional, que llegan a reconocer y garantizar la situación de un sujeto que se encuentra en desventaja frente a un mercado que se lo

considera hostil y abusivo, siendo punto de partida para que la Constitución de la República del Ecuador y la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en concordancia con múltiples cuerpos normativos, protejan los tres pilares del consumo de una persona: i) la vida ii) salud iii) seguridad, en la provisión y oferta de bienes y servicios, que buscan satisfacer necesidades y deseos particulares.

- El derecho de desistimiento o retracto del consumidor en el Ecuador está regulado en los artículos 44 y 45 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en donde hace una división del derecho en dos, la terminación y la devolución, misma que trata de regular y diferenciar la operación del derecho, respecto sea el caso de un bien o servicio adquirido. Los requisitos del ejercicio del derecho de desistimiento, en ambos casos, será en un plazo de quince días, dependiendo del estado y la naturaleza del bien o servicio, consecuencia que será la cancelación y al reintegro de las obligaciones sin ninguna pena. Las disposiciones normativas se encuentran parejas a los principios de temporalidad, reciprocidad e indemnidad.
- Si bien el derecho de desistimiento se encuentra amparado en los artículos 44 y 45 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en base a los sistemas privados de proveedores y a la normativa ministerial o gubernamental, se hace poco eficaz el método que arreglen los modos del ejercicio del desistimiento, haciendo que dificulte su aplicación. Los mecanismos utilizados, en legislaciones ajenas a la ecuatoriana, reconocen la forma de notificación verbal o escrita al proveedor, que ha de constituir la manifestación del desistimiento.

- Los problemas de falta de educación o interés respecto a los derechos por parte del consumidor, a la falta de disposición normativa que regule la situación jurídica del retracto o devolución en la contratación, presencial o electrónica, y a la incapacidad o poco accionar de las instituciones públicas y asociaciones privadas, garantes de los derechos del consumidor, para recurrir a prestar asistencia a los consumidores, confluyen al mismo tiempo para dejar al ciudadano ecuatoriano o extranjero en el Ecuador indefenso ante el posible abuso por la posición dominante que tiene el proveedor en el mercado, haciendo que no solo el derecho de desistimiento no sea aplicado y útil, sino a todo el catálogo de derechos que se le confieren al consumidor o usuario.
- Respecto a lo revisado en la legislación ecuatoriana, el mecanismo administrativo, ante la Defensoría del Pueblo, organismo especializado en la defensa de los derechos de los consumidores, es insuficiente para garantizar el derecho de desistimiento, ya que el proceso como tal solo llegará a establecer un informe que detallaría si existe o no el cumplimiento del proveedor de aceptar los términos de la devolución o terminación, teniendo como consecuencia que sea un mero trámite. En cambio, en el trámite judicial, notamos que en base a las bases del procedimiento penal, mismo en el que se sustancian las controversias por el infrincimiento de los derechos del consumidor por parte de los proveedores, hace que sea lejano reclamar por un derecho con cierta especialidad, a los consumidores y usuarios.

- El derecho de desistimiento en la contratación electrónica en el Ecuador tiene un alcance importante pero no total, ya que si bien se podría considerar como ventajoso la diferenciación normativa de un derecho, en terminación unilateral y a la devolución, no se contemplan el proceso que se haga efectivo el derecho, siendo parte fundamental de que se establezcan las formas y modos de las cuales el consumidor proceda a ejercer el derecho frente al proveedor, dejando que el vacío legal, sea de aprovechamiento frente a los intereses del sujeto más débil de la relación contractual; ya que, tomando en consideración que si se contrata por medios electrónicos, la prueba fundamental que será la manifestación de la decisión de desistir, no pueda estar contemplada ni informada por el proveedor, haciendo que la aplicación se desvanezca en simples intenciones que no tengan sustento para su reclamo en vía administrativa o judicial, puesto que, ¿cuándo un proveedor querrá perder una venta por la oferta de un bien o provisión de servicio?. Como se había mencionado anteriormente, un proveedor, hablese de un empresario, una marca reconocida o un emprendedor, no va a comportarse solidariamente frente a la existencia de un interés lucrativo legítimo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### *Doctrina Jurídica y Económica social*

Kuri, D., & Salas L., E. (2015). Los derechos del consumidor en el Ecuador. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 45(1), 45. Obtenido de: <https://revistas.ucm.es/index.php/NOMA/article/download/51333/47620>.

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca del Ecuador. (2020). *Resultados encuesta tendencias de consumo, funcionarios públicos primer semestre 2020*. Obtenido de: [http://www.inteligenciaproductiva.gob.ec/archivos/oportunidades\\_de\\_negocio/pichincha/EncuestaTendencias.pdf](http://www.inteligenciaproductiva.gob.ec/archivos/oportunidades_de_negocio/pichincha/EncuestaTendencias.pdf).

Vicente, B. (2016). *Ciberespacio: de la ficción a la realidad*. Editorial Universidad Camilo José Cela. Obtenido de: <https://blogs.ucjc.edu/ciberespacio-de-la-ficcion-a-la-realidad/>.

Guevara Parra, V. L., & Mufdi Guerra, M. de los Á. (2017). *La evolución del concepto de contrato y su incidencia en los principales mecanismos de protección del acreedor insatisfecho* (Tesis de pregrado). Universidad de Chile. Obtenido de: <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/143963/La-evoluci%C3%B3n-del-concepto-de-contrato-y-su-incidencia-en-los-principales-mecanismos-de-protecci%C3%B3n-del-acreedor-insatisfecho.pdf?sequence=1>.

Oropeza, D. (2018). *La competencia económica en el comercio electrónico y su protección en el sistema jurídico mexicano* (Serie No. 817). Instituto de Investigaciones Jurídicas (UNAM). Obtenido de: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/10/4667/10.pdf>.

Aguirre Romero, J. (2010). *Ciberespacio y comunicación: nuevas formas de vertebración social en el siglo XXI*. Editorial del Cardo. Obtenido de: <https://biblioteca.org.ar/libros/150717.pdf>.

Carosio, A. (2008). *El género del consumo en la sociedad de consumo*. Editorial La Ventana, 27. Obtenido de: <https://www.scielo.org.mx/pdf/laven/v3n27/v3n27a6.pdf>.

Tambussi, C. E. (2014). *Los derechos de usuarios y consumidores son derechos humanos*. Editorial LEX, Vol. 12, No. 13. Obtenido de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5157806#:~:text=Los%20derechos%20de%20usuarios%20y%20consumidores%20son%20derechos%20humanos,-Autores%3A%20Carlos%20Eduardo&text=Todos%20esos%20valores%20est%C3%A1n%20presentes,emanan%20de%20la%20dignidad%20humana>.

Rojo, M. (2021). *Los fundamentos históricos del derecho del consumo*. Editorial Ius et Praxis, Vol. 27, No. 1. Obtenido de: [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-00122021000100037](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-00122021000100037).

Salgado Pesantes, H. (2004). *Lecciones de derecho constitucional*. Editorial Ediciones Legales. Obtenido de: [https://books.google.com.ec/books/about/Lecciones\\_de\\_derecho\\_constitucional.html?id=8Up7twAACAAJ](https://books.google.com.ec/books/about/Lecciones_de_derecho_constitucional.html?id=8Up7twAACAAJ).

Fernández Gómez, J. D. (2005). *Algunas reflexiones en torno al problema de la creación de necesidades en publicidad y marketing*. Universidad de Sevilla. Obtenido de: [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/12980/file\\_1.pdf?sequence=1](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/12980/file_1.pdf?sequence=1).

Pignotti, L. & Gubern R. (1976). *La super-nada. Ideología y lenguaje de la publicidad*. Editorial Valencia: Fernando Torres. Obtenido de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=109654>.

Campaña Terán, P. (2019). *La defensa del consumidor en el Ecuador. De espaldas a los principios internacionales de protección*. Editorial Iuris Dictio. Obtenido de: <https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/iurisdictio/article/view/1454/1719>.

Yrarrázaval Covarrubias, A. (1999). Protección al consumidor y libre competencia. En *Derecho del consumo y protección al consumidor* (pp. 25-46). Editorial Universidad de los Andes. Obtenido de: <https://www.uandes.cl/wp-content/uploads/2019/03/Cuaderno-de-Extensi%C3%B3n-Jur%C3%ADdica-N%C2%B0-3-Derecho-del-Consumo-y-Protecci%C3%B3n-al-Consumidor.pdf>.

Villalba Cuellar, J. C. (2009). En *Aspectos Introductorios al Derecho de Consumo*. El derecho del consumo como categoría autónoma. su evolución y fisonomía (pp. 145-161). Editorial POLIANTEA, Vol. 12, No. 24. Obtenido de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4784453.pdf>.

Farina, J. M. (1999). *Contratos comerciales modernos, Modalidades de contratación empresarial*. Segunda Edición. Editorial Astrea de Alfredo y Ricardo Depalma. Obtenido de: [http://www.ejuridicosalta.com.ar/files/Contratos\\_Comerciales\\_Modernos.pdf](http://www.ejuridicosalta.com.ar/files/Contratos_Comerciales_Modernos.pdf).

Jara Vásquez, M. E. (2016). *El abuso de posición de dominio en situación de dependencia económica y los problemas de su aplicación en el ordenamiento jurídico ecuatoriano*. Editorial FORO Revista de Derecho, No. 26. Obtenido de: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5802/1/03-TC-Jara.pdf>.

Velín Montalvo, M. V. (2007). *El derecho del consumidor frente al comercio electrónico en el Ecuador*. Editorial Universidad Andina Simón Bolívar. Obtenido de: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2368/1/T0455-MDE-Vel%C3%ADn-El%20derecho%20del%20c.pdf>.

García Toma, V. (2018). En Revista *Poliantea*. La dignidad humana y los derechos fundamentales (pp. 13-31). Editorial Politécnico Grancolombiano, No. 51. Obtenido de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7793041.pdf>.

Valls, R. (2015). En *Revista de Bioética y Derecho*. El concepto de dignidad humana (pp. 278-285). Editorial Universitat de Barcelona. Obtenido de: <https://www.redalyc.org/pdf/783/78343122029.pdf>.

Villalba Cuellar, J. C. (2008). En *Revista Prolegómenos Derechos y Valores*. Contratos por medios electrónicos - Aspectos sustanciales y procesales (pp. 145-161). Editorial Universidad Militar Nueva Granada, Vol. 11, No. 22. Obtenido de: <https://www.redalyc.org/pdf/876/87602207.pdf>.

Coello Vera, C. A. (2007). *El contrato electrónico*. Editorial Debate Procesal Civil Digital, No. 19. Obtenido de: <https://www.poderjudicialmichoacan.gob.mx/tribunalm/revista/debate19/doctrina3.htm#:~:text=De%20acuerdo%20a%20las%20concepciones,a%20los%20t%C3%A9rminos%20del%20contrato>.

Domínguez Cabrera, M. de P. (2003). En *Revista de la Facultad de Ciencia Jurídicas*. El perfeccionamiento del contrato electrónico en la ley de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (47-68). Editorial Las Palmas de Gran Canaria, No. 8/9. Obtenido de: [https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/5568/1/0233586\\_00008\\_0003.pdf](https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/5568/1/0233586_00008_0003.pdf).

Zapata Flores, J. (2015). En *Revista de Derecho Privado – Facultad de Derecho*. La causa como elemento estructural de la contratación conexa (pp. 1-20). Editorial Universidad de los Andes, No. 54. Obtenido de: <https://www.redalyc.org/pdf/3600/360043572004.pdf>.

Diéguez Aguilera, L. (2021). *El Derecho de Desistimiento del consumidor. En especial tras su reforma por el RD-Ley 24/2021*. Editorial Universidad de Córdoba. Obtenido de:

[https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/24644/TFM\\_laura\\_dieguez\\_aguilera.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/24644/TFM_laura_dieguez_aguilera.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

Sayas Contreras, R., Arrieta Flórez, R & Latorre Iglesias, E. (2018). En *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*. Sistema de protección al consumidor en el marco de un modelo dinámico de gobernanza (pp. 61-74). Editorial Civilizar, No. 18 (34). Obtenido de: <http://www.scielo.org.co/pdf/ccso/v18n34/1657-8953-ccso-18-34-00061.pdf>.

Dolader Retamal, C., Bel Roig, J. & Muñoz Tapia, J. L. (2017). En *Revista de Economía Industrial*. La blockchain: fundamentos, aplicaciones y relación con otras tecnologías disruptivas (pp. 33-40). Editorial Universitat Politècnica de Catalunya. Obtenido de: <https://www.mintur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/405/DOLADER,%20BEL%20Y%20MU%C3%91OZ.pdf>.

García Campello, E. (2022). *El derecho al desistimiento del consumidor en el ámbito contractual*. Editorial Universitas Miguel Hernández. Obtenido de: <https://dspace.umh.es/bitstream/11000/28128/1/TFG-Garc%C3%ADa%20Campello%2C%20Elena.pdf>.

Sosa Olán, H. & Torre Delgadillo, V. (2019). En *Ars Boni et Aequi*. Los plazos, la forma y prueba del derecho de desistimiento en la contratación a distancia en el ordenamiento jurídico español (pp. 75-96). Editorial Ars Boni et Aequi, No. 1. Obtenido de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7826495.pdf>.

Linares Díaz, M. (2017). En *Revista de Derecho Privado – Facultad de Derecho*. Caracterización del derecho de retracto en Colombia (pp. 1-42). Editorial Universidad de los Andes, No. 57. Obtenido de: <https://www.redalyc.org/pdf/3600/360043572004.pdf>.

Urdaneta Montiel, A. J., Urbina Chirinos, A., Delgado Olaya, R. M. & Borgucci Garcia, E. M. (2022). En *Revista de Ciencias Sociales (VE)*. Libertad económica, emprendimiento,

competitividad y crecimiento económico (pp. 430-443). Editorial Revista de Ciencias Sociales (VE). Obtenido de: <https://www.redalyc.org/journal/280/28073811027/28073811027.pdf>.

Gamero González, V. (2017). *La ignorancia digital y la emancipación intelectual – Las voces de los más mayores*. Editorial Universitat Autònoma de Barcelona. Obtenido de: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/458023/vgg1de1.pdf;jsessionid=4E8CA7044AE66913743F75ECC3C13583?sequence=1>.

Sovern, J. (2014). *Written Notice of Cooling-Off Periods: A forty-Year Natural Experiment in Illusory Consumer Protection and the Relative Effectiveness of Oral and Written Disclosures*. Editorial St. John's Law Scholarship Repository. Obtenido de: [https://scholarship.law.stjohns.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1473&context=faculty\\_publications](https://scholarship.law.stjohns.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1473&context=faculty_publications).

### *Normativa analizada*

**Ley Orgánica de Defensa del Consumidor**, Ley No. 21, Registro Oficial Suplemento No. 116, publicación 10 de julio del 2000, última modificación 11 de febrero del 2022, República del Ecuador.

**Reglamento a la Ley de Defensa del Consumidor**, Ley No. 1314, Registro Oficial No. 287, publicación 19 de marzo del 2001, última modificación 21 de marzo del 2006, República del Ecuador.

**Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos**, Ley No. 67, Registro Oficial Suplemento No. 557, publicación 17 de abril del 2002, última modificación 07 de febrero del 2023, República del Ecuador.

**Ley de Comercio**, Ley No. 0, Registro Oficial Suplemento No. 497, publicación 29 de mayo del 2019, última modificación 07 de febrero del 2023, República del Ecuador.

**Código Civil**, Ley No. 10, Registro Oficial Suplemento No. 46, publicación 24 de junio del 2005, última modificación 27 de junio del 2024, República del Ecuador.

**Reglamento a la Ley de Comercio Electrónico**, Ley No. 3496, Registro Oficial No. 735, publicación 31 de diciembre del 2002, última modificación 12 de septiembre del 2011, República del Ecuador.

**Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado**, Ley No. 0, Registro Oficial Suplemento No. 555, publicación 13 de octubre del 2011, última modificación en 22 de enero del 2024, República del Ecuador.

**Normativa Técnica Sanitaria para el Control de Productos de Uso y Consumo Humano sujetos a Control y Vigilancia Sanitaria Considerados Falsificados, Adulterados o Alterados**, Resolución No. ARCSA-DE-010-2016-GGG, emisión 04 de abril del 2016, República del Ecuador.

**Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo**, Ley No. 0, Registro Oficial No. 481, publicación 06 de mayo del 2019, última modificación no aplica, República del Ecuador.

**Código Orgánico Integral Penal**, Ley No. 0, Registro Oficial Suplemento No. 180, publicación 10 de febrero del 2014, última modificación 29 de marzo del 2023, República del Ecuador.

**Código Orgánico General de Procesos**, Ley No. 0, Registro Oficial Suplemento No. 506, publicación 22 de mayo del 2015, última modificación 05 de enero del 2024, República del Ecuador.

**Código Orgánico de la Función Judicial**, Ley No. 0, Registro Oficial Suplemento No. 544, publicación 09 de marzo del 2009, última modificación 29 de marzo del 2023, República del Ecuador.

**Código Orgánico Administrativo**, Ley No. 0, Registro Oficial Suplemento No. 31, publicación 07 de julio del 2017 de marzo del 2023, última modificación 14 de marzo del 2023, República del Ecuador.

**Ley Modelo sobre Comercio Electrónico aprobada por la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional**, A/RES/51/162, publicada 30 de enero de 1997, Asamblea General de las Naciones Unidas.