

Consumer rights in the face of fraudulent sales in e-commerce in Ecuador

Derechos del consumidor frente a ventas fraudulentas en el comercio electrónico en Ecuador

Autores:

Chiliquinga-Villacis, John Alexander
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
Estudiante
Ecuador



jchiliquinga4@indoamerica.edu.ec



<https://orcid.org/0009-0004-0983-9870>

Dr. Redrobán-Barreto, Willam Enrique
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
Docente tutor
Ecuador



wredroban@indoamerica.edu.ec



<https://orcid.org/0000-0003-3331-7429>



Resumen

El comercio electrónico en Ecuador ha crecido significativamente, facilitando el acceso a bienes y servicios, pero también a incrementando las ventas fraudulentas que vulneran los derechos de los consumidores. El objetivo de la investigación busca determinar cuáles son los criterios que los consumidores deben tener en cuenta para determinar la vía idónea del reclamo, es decir, la vía civil o penal. La falta de claridad en la normativa y las rutas procesales, ya sea civil o penal, para abordar estas violaciones plantea un problema significativo. A través de un análisis de la legislación actual, se destaca que los contratos digitales a menudo carecen de las formalidades requeridas, lo que dificulta el reclamo por vía civil. Además, la naturaleza engañosa de estos actos sugiere que el procedimiento penal es más apropiado. Los resultados muestran que las ventas fraudulentas afectan gravemente el comercio electrónico y la confianza de los consumidores. En este contexto, las prácticas mencionadas son más efectivamente mediante la interposición de una denuncia por delito de estafa, según las disposiciones del Código Orgánico Integral Penal, que penaliza la obtención de beneficios ilícitos mediante engaño. Al final, se concluye que la vía penal proporciona un marco más fuerte para proteger a los consumidores, dada la naturaleza de estos actos y las limitaciones de las acciones civiles. Así, se argumenta que estos delitos deben ser procesados penalmente para ofrecer una compensación justa y disuadir futuras actividades ilegales, garantizando la seguridad en el comercio digital.

Palabras clave: Comercio electrónico; Fraude; Derechos del consumidor; estafa; ventas fraudulentas

Abstract

E-commerce in Ecuador has experienced remarkable growth, facilitating access to goods and services. However, this progress has also increased fraudulent sales, infringing consumer rights. This research focuses on identifying criteria that allow consumers to determine whether their claim should be processed through civil or criminal channels. Currently, the lack of clarity in regulations and procedures generates confusion, affecting the adequate protection of users. An analysis of existing legislation reveals that digital contracts often fail to meet required formalities, complicating civil claims. Furthermore, due to the deceptive nature of fraudulent sales, it is concluded that criminal proceedings are more appropriate. The study's results show that these illicit practices severely impact the development of e-commerce and undermine consumer confidence. In this regard, it is established that the most effective way to combat these offenses is through criminal complaints for fraud, as stipulated in the Organic Integral criminal Code (COIP), which penalizes the acquisition of benefits through deceit. ultimately, it is concluded that the criminal process offers stronger protection for consumers, considering both the nature of the crime and the limitations of civil actions. It is argued that prosecuting these acts criminally not only ensures fair compensation for victims but also serves as a deterrent mechanism to prevent future crimes, thereby strengthening legal security and trust in digital commerce platforms.

Keywords: E-commerce; Fraud; Consumer rights; Scam; Fraudulent sales

Introducción

El comercio electrónico ha transformado la manera en que las personas compran y venden productos y servicios, facilitando transacciones rápidas y accesibles desde cualquier lugar del mundo. Con el crecimiento de plataformas digitales y la confianza de los consumidores en la seguridad de sus datos, las compras en línea han experimentado una expansión significativa. Sin embargo, este avance ha generado la necesidad de regulaciones que protejan a los usuarios y garanticen la transparencia en las transacciones digitales, estableciendo derechos y obligaciones para consumidores y proveedores.

Diferentes países han implementado normativas específicas para regular el comercio electrónico, asegurando el cumplimiento de principios como la protección de datos, la seguridad en los pagos y el derecho a la información veraz. En Ecuador, la Ley de Comercio Electrónico y otras disposiciones complementarias establecen garantías para las transacciones en línea, incluyendo la validez de los contratos electrónicos y el uso de firmas digitales. Además, se han incorporado disposiciones en el Código Orgánico Integral Penal para sancionar delitos informáticos y fraudes electrónicos, fortaleciendo la confianza en el entorno digital.

El comercio electrónico en Ecuador ha permitido el acceso a bienes y servicios de manera más rápida y eficiente, pero también ha facilitado la proliferación de ventas fraudulentas, afectando gravemente los derechos de los consumidores. En este contexto, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor establece normas generales para proteger a los consumidores frente a prácticas comerciales ilícitas, pero no especifica de manera clara cuáles de sus disposiciones son aplicables a las ventas fraudulentas en plataformas digitales. Esto genera incertidumbre sobre la normativa adecuada para sancionar estas conductas, particularmente en casos de incumplimiento de contratos, publicidad engañosa o entrega de productos defectuosos.

Además, surge una controversia sobre la vía procesal correcta para reclamar estos derechos. Por un lado, podría argumentarse que las disputas derivadas de estas prácticas deben dirimirse en el ámbito civil, regulado por el Código Orgánico General de Procesos (COGEP), que establece procedimientos para la resolución de conflictos contractuales y de responsabilidad civil. Por otro lado, el Código Orgánico Integral Penal (COIP) contempla sanciones contravencionales aplicables a fraudes, lo que plantea dudas sobre

si las ventas fraudulentas en el comercio electrónico constituyen una infracción penal o un conflicto de carácter civil.

La problemática radica en la falta de certeza normativa y procesal: ¿qué artículos específicos de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor son aplicables a estas prácticas en el ámbito digital? ¿Qué criterios deben seguir los consumidores para decidir si el reclamo debe realizarse mediante un proceso civil o penal? La ambigüedad en la legislación actual dificulta la protección efectiva de los consumidores y la aplicación de sanciones proporcionales contra quienes vulneran sus derechos, dejando a las víctimas en una situación de desprotección e incertidumbre jurídica.

La investigación adoptó un enfoque cualitativo de carácter descriptivo y documental, basado en el análisis de normas jurídicas y documentos relacionados con el comercio electrónico y la protección al consumidor en Ecuador, que permitió la revisión de fuentes normativas como la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, el Código Orgánico Integral Penal y el Código Civil, además de doctrina y estudios previos. A través de este método se examinaron las disposiciones legales aplicables a la problemática de las ventas fraudulentas en plataformas digitales.

El estudio es relevante porque aborda una problemática actual derivada del crecimiento del comercio electrónico y la insuficiente claridad normativa para proteger a los consumidores. La falta de precisión en la legislación ecuatoriana genera incertidumbre en los procesos de reclamación y sanción de fraudes en transacciones digitales. Identificar los artículos aplicables y la vía procesal correcta contribuirá a mejorar la seguridad jurídica, permitiendo que los consumidores ejerzan sus derechos de manera efectiva y que se fortalezca la regulación del comercio electrónico.

Materiales y métodos

La presente investigación adopta un enfoque cualitativo de carácter descriptivo, orientado a comprender la problemática jurídica derivada de las ventas fraudulentas en el comercio electrónico ecuatoriano y su impacto en los derechos del consumidor. Esta metodología permite explorar, interpretar y explicar fenómenos jurídicos a partir del análisis de textos normativos, doctrinarios y jurisprudenciales, sin recurrir a la cuantificación de datos, ya que su propósito no es medir ni predecir, sino comprender y argumentar.

El carácter descriptivo de la investigación se manifiesta en la exposición sistemática de la normativa vigente en Ecuador relacionada con la defensa del consumidor, el comercio

electrónico y los delitos informáticos. Así mismo, se identifican y detallan las rutas procesales posibles —civil o penal— que un consumidor podría seguir al ser víctima de una estafa digital, analizando los obstáculos que presenta cada una desde el punto de vista normativo y procesal.

La técnica principal empleada ha sido el análisis documental, que consistió en la revisión de cuerpos legales como la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, el Código Orgánico Integral Penal, el Código Civil y la Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos. Además, se consultaron estudios doctrinales, artículos académicos y fuentes estadísticas que permiten enriquecer la discusión jurídica. Esta estrategia metodológica fue idónea para desentrañar los vacíos normativos, las contradicciones entre esferas jurídicas y los criterios que pueden orientar al consumidor sobre la vía más eficaz para el reclamo de sus derechos.

La elección de este enfoque también responde a la necesidad de proponer una reflexión crítica sobre la eficacia de la protección legal del consumidor en entornos digitales, valorando no solo el contenido normativo, sino también su aplicabilidad práctica y su coherencia con los principios de justicia, equidad y acceso a derechos.

Resultados

El comercio electrónico un estudio comparado

La compra y venta de productos o servicios a través de internet, se ha vuelto algo cotidiano hoy en día, utilizando plataformas web o aplicaciones móviles, ha experimentado un crecimiento notable desde su inicio, gracias al avance en estrategias de marketing y tecnología de ventas, así como al aumento de la confianza de los usuarios en el entorno digital. Este tipo de comercio permite una interacción personalizada y ofrece una amplia variedad de productos de manera atractiva. Además, facilita transacciones rápidas y accesibles desde cualquier lugar del mundo, utilizando diversos métodos de pago electrónicos, con la tarjeta de crédito como una opción común.

La Organización Mundial del Comercio describe el comercio electrónico como un conjunto de actividades que incluyen la producción, publicidad, venta y distribución de productos utilizando redes de telecomunicaciones (Marmanillo, 2023). Este tipo de comercio abarca desde la compra y venta de bienes y servicios hasta la distribución de contenidos digitales, transferencia de fondos, operaciones con acciones y el uso de documentos electrónicos.

El comercio electrónico, transacción realizada a través de medios electrónicos como computadoras y dispositivos móviles, ha evolucionado desde su inicio con el desarrollo de ARPANET en 1969, precursor de Internet.

Ray Tomlinson envió el primer correo electrónico en 1971, y en 1978 se envió el primer spam. La creación del protocolo TCP/IP en 1981 y la primera tienda en línea de Thomson Holidays marcaron hitos significativos. En 1984, Jane Snowball realizó la primera compra en línea, y en 1991 Tim Berners-Lee introdujo la World Wide Web. Amazon y eBay surgieron entre 1994 y 1995, impulsando el comercio electrónico. En 1997 apareció Bargain Finder, el primer comparador de precios. Desde entonces, eventos como el primer Cyber Monday en 2005 y la creación de PrestaShop y Trustly han transformado el sector, superando un trillón de dólares en ventas en línea para 2012 (Pincay & Satama, 2022, 25).

El comercio electrónico sigue expandiéndose gracias a innovaciones tecnológicas y métodos de pago alternativos, mejorando la experiencia de compra para los usuarios, por lo que ha sido importante su regularización legal, mismo que se encuentra reconocido en varias legislaciones. Las normativas digitales, que incluyen leyes sobre la responsabilidad de los intermediarios de Internet, normas de privacidad y transferencia de datos, regulaciones sobre derechos de autor en línea, disposiciones para los servicios de Internet y gravámenes sobre transacciones digitales, están evolucionando globalmente, incluyendo América Latina.

Es el caso de Colombia que ha mostrado un crecimiento notable, respaldado por un aumento en las compras móviles, la accesibilidad a Internet, aunque mejorando, presenta desigualdades significativas entre las áreas urbanas y rurales. En cuanto a las regulaciones legales, Colombia cuenta con leyes diseñadas para proteger los datos personales, regulaciones específicas para el comercio electrónico y medidas destinadas a la protección del consumidor. La Ley 527 de 1999 es notable en este contexto, además, las transacciones en línea están sujetas a retenciones fiscales y contribuyen al Impuesto al Valor Agregado, relacionándose con las Zonas Francas del país (Sidorova & Sidorov, 2025).

Brasil y Chile han implementado leyes que brindan cierto grado de protección a las plataformas por el contenido generado por sus usuarios. Costa Rica y Colombia han actualizado sus leyes de privacidad de datos para facilitar la transferencia internacional de datos de empresas globales. México cuenta con un sistema conocido como Concilianet

para resolver disputas electrónicas, protegiendo a los consumidores en transacciones tanto en línea como fuera de línea (Mosquera & Llanos, 2023). El tratado entre Chile y Uruguay de 2017 incluye cláusulas del Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico (CPTPP), promoviendo el comercio digital sin regulaciones excesivas y protegiendo al consumidor.

En Ecuador, al igual que en Colombia y otros países, se ha implementado la Infraestructura de Clave Pública (Public Key Infrastructure) como esquema de seguridad, esto implica que la ley contempla la existencia de entidades certificadoras autorizadas legalmente para generar firmas digitales, utilizando dos claves: una pública y otra privada. En el ámbito del comercio electrónico es esencial considerar diversas leyes, como las relativas a ventas a distancia, publicidad, condiciones de contratación, firma electrónica, protección de datos, propiedad intelectual y servicios de la sociedad de la información, así como la Ley de Comercio Electrónico. A la legislación específica hay que sumar la normativa general sobre contratación civil y mercantil, ya que el comercio electrónico se desarrolla a partir de una oferta y su aceptación mediante el consentimiento. Sin embargo, el entorno virtual presenta características únicas que requieren una regulación particular. En Ecuador, existe una ley que respalda el uso de documentos y firmas electrónicas para asegurar las transacciones electrónicas. La Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos regula las transacciones digitales, asegurando que los contratos electrónicos en Ecuador, realizados mediante intercambio de mensajes de datos o sitios web, sean válidos y tengan el mismo efecto legal que los contratos escritos (Ley de comercio electrónico, firmas y mensajes de datos, 2022).

La ley también introduce el Certificado Digital, que garantiza las transacciones online al identificar de manera única a los proveedores, protegiendo así los derechos de los usuarios al hacer negocios en internet. Se regula la publicidad en línea, se refuerza el derecho a la privacidad de los usuarios y se abordan temas de protección al consumidor en el espacio digital. Además, el Código Orgánico Integral Penal se modifica para incluir sanciones por delitos informáticos, como el fraude electrónico, la interceptación de mensajes de datos y el acceso no autorizado a información o sitios privados.

Las ventas electrónicas han establecido normas para proteger al consumidor, lo cual es crucial debido a la internacionalización del comercio online, lo cual, plantea desafíos significativos, ya que ciertas publicidades electrónicas pueden afectar a miles de personas en cuestión de segundos y en varios países al mismo tiempo (Guerra & Sarzosa, 2024).



Para evitar problemas legales, una empresa que se anuncia por internet debe describir claramente en su página web las características de los productos o servicios ofrecidos, evitando errores, engaños o confusiones entre los visitantes de su tienda virtual.

También es importante especificar la legislación aplicable y el tribunal competente en caso de disputas. En Ecuador, el consumidor tiene protección a través del Derecho de Devolución, según el Artículo 2, inciso quinto, y el Artículo 45 de la Ley Orgánica del Consumidor. Esto otorga al consumidor el derecho de devolver o cambiar un producto o servicio dentro de los tres días siguientes a su recepción, siempre que la venta se haya realizado por medios como correo, catálogo, teléfono, internet, u otros similares.

Los derechos del consumidor

Los derechos del consumidor en la legislación ecuatoriana constituyen un pilar fundamental en la protección de los ciudadanos frente a las prácticas comerciales y la provisión de bienes y servicios. Este marco legal, que se sustenta principalmente en la Constitución de la República del Ecuador y en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, establece un conjunto de garantías y mecanismos diseñados para salvaguardar los intereses de los consumidores en sus interacciones con proveedores y empresas.

En el núcleo de esta legislación se encuentra el derecho a bienes y servicios de calidad. Este principio exige que tanto los productos como los servicios ofrecidos en el mercado ecuatoriano, ya sean de origen público o privado, cumplan con estándares óptimos de calidad. Esta disposición no solo beneficia al consumidor individual, sino que también contribuye a elevar el nivel general de los productos y servicios en el país, fomentando la competitividad y la innovación entre los proveedores (Núñez, 2021).

Estrechamente ligado a la calidad se encuentra el derecho a la información, este derecho garantiza que los consumidores tengan acceso a información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado. La transparencia en la información es esencial para que los consumidores puedan tomar decisiones informadas y conscientes. Esto incluye detalles sobre precios, características, calidad, condiciones de contratación y posibles riesgos asociados con los productos o servicios. Al exigir esta transparencia, la legislación ecuatoriana busca reducir la asimetría de información que a menudo existe entre proveedores y consumidores, empoderando a estos últimos para que puedan ejercer sus derechos de manera efectiva.

La libertad de elección es otro derecho fundamental consagrado en la legislación ecuatoriana. Este derecho reconoce la autonomía del consumidor para seleccionar los bienes y servicios que desea adquirir sin coerción o manipulación indebida. Al garantizar esta libertad, la ley promueve un mercado más competitivo y diverso, donde los consumidores pueden elegir entre diferentes opciones según sus preferencias, necesidades y capacidades económicas (Fuentes, 2022).

El trato equitativo y no discriminatorio es un principio que permea toda la legislación de protección al consumidor en Ecuador. Este derecho asegura que todos los consumidores sean tratados de manera justa y transparente por parte de los proveedores, sin distinción por razones de raza, género, condición socioeconómica u otras características personales. Este principio no solo protege a los consumidores individuales, sino que también contribuye a crear una sociedad más justa e inclusiva.

La protección contra la publicidad engañosa y las prácticas comerciales desleales es otro aspecto importante de la legislación ecuatoriana. La ley reconoce la vulnerabilidad de los consumidores frente a tácticas publicitarias agresivas o engañosas y establece medidas para combatir estas prácticas. Esto incluye la prohibición de publicidad que induzca a error sobre las características o beneficios de los productos, así como la protección contra métodos comerciales coercitivos que puedan limitar la capacidad de decisión del consumidor (Carrión, 2023).

En cuanto a los mecanismos de protección, la legislación ecuatoriana establece varios recursos para que los consumidores puedan hacer valer sus derechos. Uno de los más importantes es el derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios. Este derecho garantiza que los consumidores puedan obtener una compensación adecuada cuando sufran pérdidas o daños debido a deficiencias, mala calidad o incumplimiento en la provisión de bienes y servicios. Este mecanismo no solo proporciona un recurso para los consumidores afectados, sino que también actúa como un disuasivo para que los proveedores mantengan altos estándares de calidad y servicio.

El acceso a la justicia es otro componente importante en la protección de los derechos del consumidor. La legislación ecuatoriana establece que los consumidores tienen derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos. Esto significa que, en caso de conflicto o violación de sus derechos, los consumidores pueden recurrir a instancias administrativas y judiciales para buscar una resolución justa.

Este derecho es fundamental para garantizar que la protección al consumidor no sea meramente teórica, sino que tenga una aplicación práctica y efectiva (Chavez, 2024).

Un mecanismo concreto que la ley establece para facilitar la presentación de quejas y reclamos es el libro de reclamos. Las empresas están obligadas a mantener este libro a disposición de los consumidores, proporcionando un medio directo y accesible para que estos puedan expresar sus insatisfacciones o denunciar incumplimientos. Este mecanismo no solo beneficia a los consumidores individuales, sino que también proporciona a las empresas una valiosa retroalimentación para mejorar sus productos y servicios.

La legislación ecuatoriana también reconoce la importancia de la acción colectiva en la defensa de los derechos del consumidor. Por ello, el Estado auspicia la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios. Estas organizaciones desempeñan un papel importante en la educación de los consumidores sobre sus derechos, en la representación de sus intereses frente a las autoridades y en la promoción de políticas y prácticas que beneficien a los consumidores en general.

El marco legal que sustenta estos derechos y mecanismos de protección se basa principalmente en la Constitución de la República del Ecuador y en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. La Constitución, como norma suprema del Estado, establece los principios fundamentales de protección al consumidor, elevando estos derechos a un nivel constitucional. Por su parte, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor proporciona un marco más detallado y específico para la aplicación de estos principios, definiendo los derechos y obligaciones tanto de consumidores como de proveedores.

Además de estos instrumentos principales, existen regulaciones específicas emitidas por las autoridades competentes que abordan aspectos particulares de la protección al consumidor en diferentes sectores económicos. Estas regulaciones complementan el marco general, adaptándolo a las particularidades de cada industria o tipo de servicio.

La legislación ecuatoriana en materia de derechos del consumidor busca, en última instancia, normar las relaciones entre proveedores y consumidores de una manera que promueva la equidad y la seguridad jurídica. Al establecer un conjunto claro de derechos y mecanismos de protección, la ley no solo protege a los consumidores individuales, sino que también contribuye a crear un mercado más justo, transparente y eficiente (Fuentes, 2022).

Es importante destacar que la efectividad de esta legislación depende no solo de su existencia, sino también de su aplicación rigurosa y de la conciencia y participación activa

de los consumidores. La educación y la difusión de información sobre estos derechos son importantes para empoderar a los consumidores y permitirles ejercer plenamente sus derechos.

Derecho al retracto

El derecho al retracto, en el contexto de los contratos a distancia, emerge como una herramienta legal diseñada para equilibrar la relación entre el consumidor y el proveedor, especialmente frente a las características particulares de estas transacciones. Su fundamento principal radica en la naturaleza de "compromiso a ciegas" del consumidor, quien, a diferencia de lo que ocurre en una compra presencial, no puede verificar físicamente las características del producto o servicio antes de adquirirlo. Este derecho ofrece al consumidor una segunda oportunidad para decidir mantener el compromiso contractual o arrepentirse, sin necesidad de justificar su decisión, lo que permite mitigar los efectos de una posible información imperfecta que pueda haber influido en su consentimiento (Villalba, 2024).

El derecho al retracto se justifica, además, bajo la presunción de que en ciertas circunstancias de contratación, como ventas a distancia, ventas por tiempo compartido o mediante sistemas de financiación directa del proveedor, el consumidor podría haber sido objeto de estrategias de persuasión que afectaron su capacidad de reflexión y libertad contractual. El elemento sorpresa inherente a estas modalidades genera un déficit de análisis y comparación con otras opciones disponibles en el mercado. Por ello, se establece un periodo de reflexión, durante el cual el consumidor puede evaluar en un estado de mayor calma y racionalidad si desea continuar vinculado al contrato.

Sin embargo, no todos los argumentos en favor del derecho al retracto son incontrovertibles. Algunos sostienen que las modalidades modernas de venta, como las televentas o las compras en línea, ofrecen ventajas informativas significativas. Los consumidores pueden acceder a reseñas, comentarios de otros usuarios e información comparativa sobre productos o servicios, lo que podría contrarrestar las supuestas desventajas informativas iniciales. Por el contrario, se argumenta que estas herramientas incluso superan la experiencia de una compra presencial, donde la información puede ser más limitada y no necesariamente se cuenta con personal especializado o acceso inmediato a opiniones externas (Galperin, 2021).

Además de su función protectora, el derecho al retracto puede tener implicaciones indirectas en el estímulo del consumo. Al aumentar la confianza del consumidor en el



sistema de contratación, dado que se percibe la posibilidad de corregir una decisión inicial, se puede fomentar una mayor disposición a realizar compras en este tipo de contextos. Este impacto podría interpretarse como una estrategia legislativa que, además de proteger al usuario, busca dinamizar la actividad económica.

El derecho al retracto refleja un intento legislativo de corregir posibles desequilibrios contractuales y proteger al consumidor frente a decisiones apresuradas o desinformadas. No obstante, su pertinencia y alcance pueden variar en función de las condiciones particulares de cada modalidad de venta y del nivel de información accesible al consumidor en cada caso. Este análisis subraya la necesidad de considerar el contexto social y económico en la evaluación de los mecanismos de protección al consumidor, balanceando la protección individual con los intereses colectivos y la dinámica del mercado.

El comercio electrónico en el Ecuador

El comercio electrónico en Ecuador ha experimentado un crecimiento notable en los últimos años, transformándose en un componente esencial de la economía del país. Este auge se ha visto impulsado por múltiples factores, incluyendo cambios en los hábitos de consumo, el aumento de la conectividad a internet y la adopción de tecnologías digitales por parte de las empresas. Según Ortiz, Quevedo & Ormaza (2024), se espera que la facturación por comercio electrónico alcance los 5,600 millones de dólares en 2024, lo que representa un crecimiento del 32% con respecto al año anterior.

Uno de los principales motores detrás del crecimiento del comercio electrónico en Ecuador ha sido el cambio en los hábitos de consumo tras la pandemia de COVID-19. Durante este período, muchos consumidores se vieron obligados a adaptarse a las compras en línea debido a las restricciones impuestas para frenar la propagación del virus. Este cambio ha permanecido incluso después de la pandemia, con un 78.9% de los ecuatorianos realizando al menos una compra en línea al año (Guerrero, 2022). La facilidad y comodidad que ofrece el comercio electrónico han hecho que muchos consumidores prefieran esta modalidad frente a las compras físicas, especialmente en un contexto donde la inseguridad y otros factores sociales han llevado a las personas a buscar alternativas más seguras para adquirir productos.

La penetración de internet también ha sido clave para el crecimiento del comercio electrónico en el país. En enero de 2024, Ecuador contaba con aproximadamente 15.29 millones de usuarios de internet, lo que representa una penetración del 83.6% de la



población (Zambrano, 2021). Este acceso generalizado a internet ha facilitado que más personas se conecten con plataformas digitales y realicen compras en línea. Además, el uso creciente de teléfonos inteligentes ha permitido que las compras digitales sean más accesibles y convenientes para los consumidores.

Las redes sociales han emergido como un canal crucial para el comercio electrónico en Ecuador. Facebook, en particular, se destaca como la principal fuente de tráfico hacia las páginas de e-commerce, generando el 66.13% del tráfico web (Arias, 2022). Esta tendencia hacia el "social commerce" permite a las empresas promocionar y vender sus productos directamente a través de plataformas sociales, aprovechando la interacción y el compromiso que estas redes generan entre los usuarios. Las empresas están comenzando a integrar botones de pago y opciones para realizar transferencias bancarias directamente desde estas plataformas, facilitando aún más el proceso de compra.

Sin embargo, a pesar del crecimiento significativo del comercio electrónico, Ecuador enfrenta desafíos importantes que deben ser abordados para asegurar su sostenibilidad. La infraestructura logística y aduanera es uno de los principales obstáculos; aunque plataformas como Temu han mejorado los tiempos de envío al ofrecer entregas más rápidas que competidores como Wish, los retrasos en las aduanas siguen siendo un problema recurrente (Núñez, 2021). La mejora en estos aspectos logísticos es crucial para garantizar una experiencia positiva para el consumidor y fomentar la lealtad hacia las plataformas locales.

Otro desafío radica en la seguridad y privacidad de las transacciones digitales. A medida que más consumidores realizan compras en línea, también aumenta la preocupación por el manejo seguro de sus datos personales y financieros. Las empresas deben implementar medidas robustas para proteger esta información y generar confianza entre sus usuarios. La Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico ha estado trabajando activamente para promover políticas que fortalezcan la seguridad en el comercio digital y capacitar a las empresas sobre mejores prácticas (Flores, Vázquez, & Andrade, 2024).

El desarrollo del comercio electrónico cross-border también presenta oportunidades significativas para Ecuador. Este tipo de comercio permite a las empresas ecuatorianas vender productos internacionalmente sin necesidad de establecer tiendas físicas en otros mercados (Carrión, 2023). Aunque este segmento aún está poco desarrollado en el país, podría ser clave para aumentar las exportaciones y expandir la presencia internacional de productos ecuatorianos.

La adopción tecnológica es otro aspecto crítico que influye en el futuro del comercio electrónico en Ecuador. La inteligencia artificial está comenzando a jugar un papel importante en la personalización de la experiencia del cliente y la optimización de campañas publicitarias. Según datos recientes, alrededor del 70% de los profesionales están utilizando herramientas basadas en inteligencia artificial para mejorar sus estrategias comerciales (Mendoza, Sánchez, & Yaguana, 2024). Esta tendencia sugiere que las empresas que integren tecnologías avanzadas estarán mejor posicionadas para competir en un mercado cada vez más digitalizado.

Garantías normativas Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

	Ley Orgánica de Defensa del Consumidor	Código Civil	Código Orgánico Integral Penal
Calidad del producto	Art. 52: Derecho a bienes y servicios de calidad, con información precisa y no engañosa.	Art. 1572: Obligación de los vendedores de entregar productos en las condiciones pactadas.	Art. 235: Se sanciona con pena de prisión de seis meses a un año el fraude en la calidad de productos.
Responsabilidad de los proveedores	Art. 54: Responsabilidad civil y penal por productos defectuosos o publicidad engañosa.	Art. 1572: Responsabilidad por cumplimiento contractual.	Art. 235: Estafa en transacciones comerciales, incluyendo el comercio electrónico.
Sanciones por incumplimiento	Art. 54: Multas y sanciones administrativas para proveedores incumplidos.	Art. 1572: Se puede exigir restitución del dinero o reparación del daño.	Art. 235: Pena de prisión de seis meses a un año y multas de diez a quince salarios básicos unificados.

Elaborado por: John Alexander Chiliquinga Villacis

La Ley Orgánica de Defensa al Consumidor en el Ecuador se erige como un marco normativo fundamental para regular las relaciones entre consumidores y proveedores, estableciendo principios, derechos, obligaciones y sanciones específicas. Su contenido refleja un compromiso por equilibrar estas relaciones contractuales mediante un sistema de protección y garantías tanto para los compradores como para los vendedores. Este propósito se concreta a través de un esquema normativo que contempla la prevención de infracciones, la sanción de conductas ilícitas y el establecimiento de mecanismos de reparación.



Una característica destacada de esta ley es su carácter sancionatorio, lo que genera la percepción de que su aplicación pertenece al ámbito penal. Sin embargo, esta visión entra en conflicto con su naturaleza contractual, ya que regula relaciones mercantiles derivadas de acuerdos entre consumidores y proveedores, áreas típicamente asociadas al ámbito civil. Este dualismo ha generado debates respecto a la naturaleza jurídica de la ley, especialmente en lo relacionado con la competencia de los jueces. Por un lado, los jueces designados para conocer estas causas pertenecen al ámbito penal, pero por otro, el artículo 95 de la ley establece que las cuestiones no reguladas serán atendidas conforme a las disposiciones del Código Civil. Esto refuerza la idea de que existe una complementariedad entre las esferas penal y civil en su aplicación, en lugar de una delimitación estricta.

Para resolver esta aparente contradicción, se ha incluido en el Código Orgánico Integral Penal una lista de contravenciones relacionadas con la ley, lo que proporciona claridad en el ámbito sancionatorio. Al mismo tiempo, las infracciones derivadas de contratos mercantiles continúan tratándose bajo un enfoque civil. Este diseño permite atender la índole dual de las relaciones entre consumidores y proveedores, en las que coexisten obligaciones contractuales y la necesidad de proteger derechos fundamentales. La independencia de acción para los casos derivados de la LODC asegura que las sanciones se ajusten a las particularidades de cada situación, evitando generalizaciones que puedan desvirtuar la justicia.

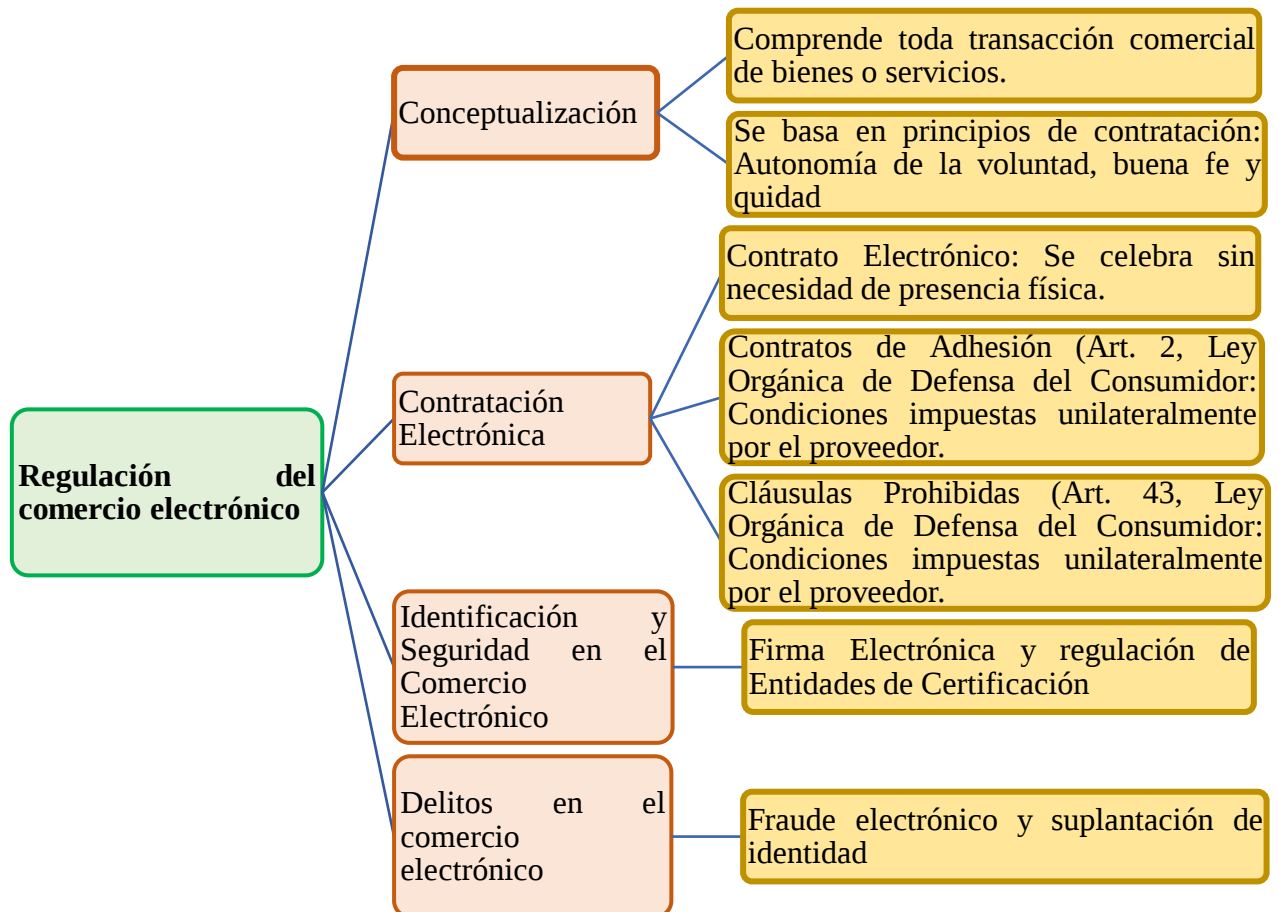
Otro eje esencial de la Ley Orgánica de Defensa al Consumidor es su alineación con los principios internacionales establecidos por las Naciones Unidas. Estos principios buscan garantizar un trato equitativo, proteger contra métodos engañosos o discriminatorios y promover la seguridad de los consumidores (Fuentes, 2022). Además, establecen la obligación de proporcionar información veraz y de habilitar mecanismos para la recepción de quejas. En el Ecuador, estos principios se han incorporado a través de disposiciones específicas dentro de la LODC, lo que evidencia el esfuerzo por fortalecer la protección de los derechos de los consumidores de manera integral. Este enfoque no solo cumple con estándares internacionales, sino que también promueve una cultura de transparencia y responsabilidad entre proveedores.

En cuanto a las acciones de defensa, la LODC proporciona herramientas legales que permiten a los consumidores reclamar indemnización por daños y perjuicios causados por conductas negligentes o dolosas de los proveedores. Este derecho, que forma parte de las

garantías normativas de la ley, no solo empodera a los usuarios, sino que también genera un efecto disuasorio entre los proveedores, incentivándolos a mantener prácticas comerciales responsables (Chavez, 2024). La regulación de las relaciones de consumo, entonces, trasciende la simple ejecución de sanciones y se orienta hacia la construcción de un entorno comercial justo, donde se respeten los derechos y se cumplan las obligaciones de manera equitativa.

El análisis de la Ley Orgánica de Defensa al Consumidor destaca la complejidad de equilibrar diferentes ramas del derecho en su aplicación, así como la importancia de adaptar el marco normativo local a los principios internacionales. Este esfuerzo no solo refuerza la confianza de los consumidores en el sistema jurídico, sino que también fomenta una interacción comercial más justa y transparente. La implementación efectiva de esta ley, junto con un entendimiento claro de su naturaleza dual, constituye un pilar esencial para garantizar la protección de los derechos de los consumidores en el Ecuador.

El comercio electrónico en la legislación ecuatoriana



Elaborado por: John Alexander Chilibingua Villacis

El comercio electrónico, según el artículo 74 del Código de Comercio (2019), es toda transacción comercial de bienes o servicios, lo cual destaca la flexibilidad, puesto que la norma incluye transacciones que pueden no ser estrictamente contractuales, ampliando así el ámbito del comercio electrónico más allá de los contratos típicos. Desde una perspectiva jurídica, este artículo refleja una visión moderna y adaptada al desarrollo tecnológico, reconociendo la transformación digital como un factor esencial en las relaciones comerciales.

El régimen jurídico del comercio electrónico, en particular respecto a la contratación electrónica, se encuentra enmarcado por principios y normas que responden a la evolución tecnológica y a las particularidades de las relaciones comerciales modernas. En este contexto, el intercambio de bienes y servicios mediante medios electrónicos introduce una nueva dinámica en la formación de negocios jurídicos, destacándose el contrato electrónico como una figura esencial. Este tipo de contrato constituye una forma de celebración que rompe con los esquemas tradicionales, al eliminar la necesidad de la presencia física de las partes para el intercambio de propuestas y aceptación.

El contrato electrónico se basa en la manifestación de la voluntad de las partes a través de medios electrónicos, donde el consentimiento es expresado en entornos virtuales. Esta nueva forma de interacción plantea desafíos específicos para garantizar la validez, la transparencia y la equidad en las transacciones, especialmente cuando se trata de contratos de adhesión. Según el artículo 2 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (2014), un contrato de adhesión es aquel cuyas cláusulas son establecidas unilateralmente por el proveedor, sin que el consumidor haya discutido su contenido. Este tipo de contrato, común tanto en el comercio tradicional como en el electrónico, reduce significativamente la capacidad de negociación del consumidor, consolidando una relación asimétrica entre las partes.

En el ámbito del comercio electrónico, los contratos de adhesión adquieren un carácter especial debido a la facilidad con la que pueden ser implementados mediante plataformas digitales. Los proveedores suelen estructurar formularios o condiciones predeterminadas que los consumidores aceptan mediante un simple clic (Fuentes, 2022). Esta práctica, aunque eficiente para las transacciones, puede comprometer la protección de los derechos de los consumidores si no se asegura que las cláusulas sean claras, justas y comprensibles, y si no se respeta la normativa aplicable en materia de defensa al consumidor.

Desde el punto de vista jurídico, es imprescindible que las transacciones electrónicas respeten los principios fundamentales de la contratación, como la autonomía de la voluntad, la buena fe y la equidad. Además, el uso de contratos electrónicos no puede obviar los requisitos esenciales de los contratos establecidos en el Código Civil y el Código de Comercio, tales como el consentimiento libre y el objeto lícito. El medio electrónico no exime a las partes del cumplimiento de estas condiciones, pero sí introduce nuevos elementos de prueba y requisitos formales, como la validez de la firma electrónica y la integridad de los documentos electrónicos.

En el ámbito de las cláusulas prohibidas, el artículo 43 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (2014) establece que aquellas cláusulas introducidas unilateralmente por el proveedor y que sean contrarias a la ley, al orden público o a la buena fe, serán nulas de pleno derecho y no producirán efectos legales. Esta disposición se aplica de manera rigurosa en los contratos electrónicos de compraventa, especialmente debido a la asimetría que puede existir entre las partes. El proveedor no puede introducir condiciones que limiten injustificadamente los derechos del consumidor o que exijan renunciaciones anticipadas a derechos que la normativa protege. Así, la ley garantiza un equilibrio entre las partes y protege al consumidor, generalmente la parte más vulnerable en estas relaciones.

En cuanto a la identificación y autenticación en el comercio electrónico, la Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos (2022) regula los mecanismos que otorgan validez y seguridad a las transacciones realizadas por medios electrónicos. El artículo 29 de esta ley define a las entidades de certificación de información como aquellas personas jurídicas que, constituidas conforme a las disposiciones legales, emiten certificados de firma electrónica y prestan servicios relacionados. Para que estas entidades puedan operar, deben estar acreditadas ante el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, conforme al artículo 30 de la misma ley. Esto asegura que los certificados electrónicos emitidos sean fiables y que las firmas electrónicas cumplan con los estándares de seguridad y autenticidad exigidos.

Por otro lado, hablando de materia penal, el comercio electrónico también se ve perjudicado por el cometimiento de varios delitos, las ventas fraudulentas en el comercio electrónico constituyen una problemática que refleja el impacto de las tecnologías digitales en el ámbito jurídico y social. Estas prácticas delictivas, enmarcadas en los delitos informáticos regulados por el Código Orgánico Integral Penal (COIP), plantean

desafíos significativos en términos de protección de los consumidores y la seguridad en las transacciones electrónicas.

El COIP tipifica una variedad de delitos informáticos, entre ellos la suplantación de identidad, el acceso no autorizado a sistemas informáticos, y el fraude electrónico. En este último caso, se sanciona la obtención de beneficios económicos mediante engaños en entornos digitales (Asamblea Nacional del Ecuador, 2014). Estas conductas suelen incluir la creación de perfiles o sitios web falsos que simulan ser tiendas legítimas, ofreciendo productos a precios atractivos para inducir a las víctimas a realizar compras que nunca se materializan en la entrega del bien o servicio.

El impacto de estas ventas fraudulentas en las víctimas es amplio. En primer lugar, generan pérdidas económicas directas al sustraer fondos a través de pagos realizados bajo engaño. En segundo lugar, comprometen la información personal y financiera de los consumidores, lo que puede dar lugar a robos de identidad y otros delitos relacionados. Este contexto genera un clima de desconfianza en el comercio electrónico y subestima la percepción del daño causado por este tipo de delitos, limitando la capacidad de las víctimas para buscar reparación y justicia.

Desde el punto de vista jurídico, la normativa ecuatoriana establece la nulidad de los actos celebrados bajo engaño, lo que significa que las transacciones fraudulentas carecen de validez y deben revertirse. Sin embargo, la efectividad de estas disposiciones depende en gran medida de la capacidad de las autoridades y del sistema judicial para identificar, investigar y sancionar a los responsables. La complejidad técnica y transnacional de estos delitos dificulta su persecución, exigiendo una mayor coordinación entre instituciones y el fortalecimiento de los mecanismos de protección al consumidor.

La utilización de firmas electrónicas certificadas, como lo regula la Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos, puede ser un instrumento eficaz para garantizar la autenticidad de las transacciones y reducir las oportunidades de fraude. Además, las plataformas digitales deben implementar políticas de seguridad robustas, como autenticaciones de múltiples factores y controles de verificación de identidad, para proteger a los usuarios y minimizar los riesgos.

La adhesión de Ecuador al Convenio de Budapest mediante el Decreto Ejecutivo No. 332, ratificado el 12 de julio de 2024, establece un marco normativo integral que fortalece las herramientas legales y técnicas para combatir la ciberdelincuencia, incluidas las prácticas fraudulentas en plataformas electrónicas.

En el ámbito interno, la protección de los derechos de los consumidores frente a las ventas fraudulentas está garantizada por la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y por los avances en legislación en materia de ciberseguridad. La ley protege a los consumidores contra cláusulas abusivas y transacciones realizadas bajo engaño, declarando nulos de pleno derecho los contratos que incluyan estas prácticas. Además, se exige a las plataformas de comercio electrónico transparencia en sus operaciones y mecanismos de identificación confiables.

El Proyecto de Ley Orgánica de Seguridad Digital, actualmente en discusión en la Asamblea Nacional, complementará estas protecciones al establecer un Sistema Nacional de Seguridad Digital con subsistemas especializados en ciberseguridad, ciberdefensa y ciberinteligencia. Este proyecto busca prevenir y mitigar riesgos en el entorno digital, como las ventas fraudulentas, mediante la implementación de medidas específicas para proteger las infraestructuras críticas y garantizar la integridad de los datos personales (Chavez, 2024). Sin embargo, su discusión no ha estado exenta de controversias, incluyendo la designación del Ministerio del Interior como ente rector del sistema, que algunos consideran inadecuada frente al perfil técnico requerido.

Desde una perspectiva jurídica, la protección de los consumidores contra ventas fraudulentas se refuerza con las disposiciones del Convenio de Budapest, que exige a los Estados miembros tipificar penalmente conductas relacionadas con fraudes electrónicos y garantizar procedimientos de investigación efectivos. Estas medidas se complementan con la promoción de la capacitación de personal especializado y la adopción de tecnología avanzada para rastrear y neutralizar redes de ciberdelincuentes.

En cuanto a la privacidad, el derecho constitucional a la intimidad personal y familiar, establecido en el artículo 66 numeral 20 de la Constitución ecuatoriana, y las disposiciones de la Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos, aseguran que los datos personales proporcionados en transacciones electrónicas estén protegidos contra usos indebidos. Estas normas obligan a las plataformas a implementar medidas de seguridad adecuadas para evitar la filtración o el robo de datos, lo cual es esencial para la confianza en el comercio electrónico.

Discusión

El consumidor, ante ventas fraudulentas provocadas por medios digitales, no es relevante que acceda a un reclamo judicial mediante vía civil, principalmente debido a la

inexistencia de contratos formales y a las características de los actos realizados. El consentimiento válido, uno de los requisitos esenciales para la formación de un contrato bilateral, suele estar ausente o viciado en estas transacciones. Según el artículo 1461 del Código Civil, para que una persona se obligue a otra, su consentimiento no debe adolecer de vicio. En las ventas fraudulentas, el consentimiento generalmente se obtiene mediante engaño, lo que invalida el acto jurídico.

El objeto del contrato, regulado por los artículos 1477 y 1478 del Código Civil, debe ser lícito y comerciable. En estas transacciones, el objeto frecuentemente no cumple estos requisitos. Por ejemplo, cuando el vendedor ofrece bienes que no existen o que están fuera del comercio (cosas prohibidas por la ley), el contrato no es válido. Así, estas características impiden que el contrato pueda tener efectos jurídicos.

Además, la falta de formalidad y prueba complica el reclamo civil. Los acuerdos suelen ser verbales o informales, y en el ámbito digital, la identidad y localización del presunto vendedor son a menudo desconocidas. Esto dificulta cumplir con las exigencias probatorias que establece el Código Orgánico General de Procesos (COGEP), donde la carga de la prueba recae en quien reclama.

Desde la perspectiva de la responsabilidad civil, aunque pudiera argumentarse un acto ilícito, el procedimiento requiere pruebas concretas del daño y su relación directa con el acto fraudulento. Si no hay un contrato formal que estructure las obligaciones entre las partes, resulta difícil establecer la existencia de un daño resarcible conforme al artículo 1461 del Código Civil y la normativa procesal aplicable.

La ley del consumidor también prevé un procedimiento judicial, otorgándole la competencia a la Defensoría del Pueblo que actúa como un órgano de protección de los derechos fundamentales de los consumidores. De acuerdo con el artículo 81, los consumidores que consideren vulnerados sus derechos pueden presentar sus reclamos ante esta institución.

Este mecanismo es particularmente valioso en casos de ventas fraudulentas, ya que facilita un proceso inicial para identificar la violación de derechos y explorar soluciones a través de mecanismos alternativos como la mediación. No obstante, el límite es claro: si el conflicto involucra una infracción penal, los procedimientos alternativos no son aplicables, dejando al consumidor con la opción de acudir a instancias judiciales.

En este escenario, el consumidor tiene la opción de recurrir a un juez de contravenciones, quien tiene la autoridad para ordenar pruebas técnicas, como se establece en el artículo

85. Esto puede incluir la participación de peritos o la obtención de informes técnicos, lo cual es crucial en ambientes digitales donde se podría necesitar un análisis especializado para identificar actividades fraudulentas, como el seguimiento de transacciones electrónicas o evaluaciones de ciberseguridad.

El artículo 86 permite presentar un recurso de apelación contra el fallo del juez de contravenciones en un plazo de tres días. Este recurso, dirigido a un juez penal, asegura la posibilidad de revisión en doble instancia, reforzando el derecho al debido proceso. Aunque este mecanismo proporciona mayor seguridad jurídica, también puede resultar complicado para consumidores sin acceso a asesoría legal.

Un aspecto importante es que el artículo 87 señala que una sentencia condenatoria implica el deber de compensar con daños y perjuicios al afectado. Esto significa que, tras determinarse la responsabilidad del infractor, el consumidor puede recibir una reparación económica por el daño sufrido, lo cual es crucial en casos de estafas, donde las pérdidas financieras pueden ser considerables.

El artículo 88 introduce la acción popular como una herramienta adicional para denunciar infracciones en la Ley. Esto permite que cualquier individuo, incluso si no ha sido directamente perjudicado, pueda denunciar actos fraudulentos, fortaleciendo así la capacidad colectiva para enfrentar estos ilícitos.

Ante las ventas fraudulentas cometidas por medios digitales, la vía penal se presenta como la opción más idónea para proteger eficazmente los derechos de los consumidores y garantizar una respuesta contundente frente a los actos ilícitos.

Según Flores, Vázquez & Andrade (2024) reflejan la magnitud del problema: 3 de cada 4 víctimas de compras fraudulentas en línea, lo que evidencia que la naturaleza sistemática y perjudicial de estas estafas requiere una respuesta penal que sea proporcional al daño causado y a los riesgos sociales asociados. Las plataformas digitales fraudulentas, al aprovechar la confianza de los consumidores y su búsqueda de ofertas, erosionan la seguridad y la confianza en el comercio electrónico, un componente clave de la economía moderna.

El delito de estafa, conforme al artículo 186 del Código Orgánico Integral Penal, se configura cuando una persona simula hechos falsos u oculta actos verdaderos con el fin de inducir a error a otro, causando un perjuicio patrimonial. Este tipo de conducta es precisamente la esencia de las ventas fraudulentas en línea, donde los estafadores aprovechan el entorno digital para ocultar su identidad, crear plataformas falsas y generar

confianza mediante promociones engañosas que inducen a los consumidores a realizar transacciones. La intención dolosa de obtener un beneficio patrimonial a expensas de la víctima es lo que diferencia estas acciones de un simple incumplimiento contractual, llevándolas al ámbito penal.

Conclusiones

La vía penal se presenta como la opción más idónea para proteger los derechos del consumidor ante ventas fraudulentas por medios digitales debido a la naturaleza del delito y las limitaciones inherentes en los procedimientos civiles. En las transacciones fraudulentas, generalmente, el consentimiento está viciado debido al engaño, lo cual desvirtúa la existencia de un contrato válido y, por tanto, dificulta el proceso de reclamo por la vía civil. La ausencia de formalidad y la falta de pruebas concretas complican que el consumidor pueda demostrar sus argumentos en un contexto civil, ya que muchos de estos acuerdos se realizan en formatos informales y en plataformas digitales donde la identidad del vendedor es usualmente desconocida.

La cuantificación y la relación directa del daño en un contexto civil requieren de una estructura contractual preexistente que brinde claridad sobre las obligaciones de las partes, algo que no sucede en las ventas fraudulentas por internet. Aunque la ley del consumidor establece mecanismos de protección, como el recurso a la Defensoría del Pueblo y la posibilidad de solicitar un juez de contravenciones, el procedimiento sigue siendo complejo y, a veces, ineficaz, especialmente cuando se requiere prueba técnica especializada para esclarecer hechos en medios digitales. Esto se contrapone con la necesidad urgente de acciones directas y efectivas que demandan las víctimas de fraude digital.

La vía penal, en cambio, ofrece un marco más robusto y amplio para abordar eficazmente la naturaleza sistemática y dañina de los fraudes en línea. Tipificado como delito de estafa, el Código Orgánico Integral Penal abarca estas actividades fraudulentas mediante la simulación de hechos falsos y el ocultamiento de verdades para inducir a error. Estos actos buscan deliberadamente obtener un beneficio patrimonial indebido a expensas del consumidor, diferenciándose claramente de simples controversias contractuales. Este enfoque penal permite que las autoridades investiguen, rastreen y procesen a los culpables, ofreciendo así una respuesta proporcional al daño causado.

Referencias bibliográficas

- Arias, W. (2022). Características de los clientes potenciales al comercio electrónico. Un análisis en el Ecuador durante la pandemia COVID-19. *Visión Gerencial*. doi:<https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2022.21.01.01>
- Asamblea Nacional del Ecuador . (2014). Código Orgánico Integral Penal. *Registro Oficial Suplemento 180*. Obtenido de Disponible en: https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/03/COIP_act_feb-2021.pdf
- Carrión, C. (2023). Ley Fintech del Ecuador como mecanismo de protección al consumidor dentro del contrato de seguro. *Tejedora*. doi:<https://doi.org/10.56124/tj.v6i12.0097>
- Chavez, J. (2024). Análisis jurídico de la tabla del consumo de drogas en Ecuador. *MQRInvestigar*. doi:<https://doi.org/10.56048/MQR20225.8.1.2024.4985-5000>
- Código de Comercio. (14 de mayo de 2019). *Registro Oficial Suplemento 1202*. Obtenido de <https://www.rmpplayas.gob.ec/wp-content/uploads/2016/05/C%C3%B3digo-de-Comercio.pdf>
- Consejo de Europa. (2001). El Convenio sobre la ciberdelincuencia. *Budapest*. Obtenido de https://www.oas.org/juridico/english/cyb_pry_convenio.pdf
- Flores, D. A., Vázquez, J. O., & Andrade, J. E. (2024). El comercio electrónico en Biblián – Ecuador. Un estudio comparado pre y post-covid. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 434-445. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9545972>
- Fuentes, E. (2022). El consumidor ecuatoriano y los derechos que brinda la ley orgánica de defensa del consumidor. *Dominio de las ciencias*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8637895>
- Gallegos, M. G., Dillon, R. G., & Espín, B. A. (2025). Detección de fraudes y estafas basadas en ingeniería social en Ecuador. *REVISTA INVECO*, 1-8. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.14263156>
- Galperin, J. (2021). El derecho de retracto en la ley de teletrabajo. *Jornadas uruguayas de derecho del trabajo y de la seguridad social*. doi:<https://revistas.fcu.edu.uy/index.php/jorntrab/article/view/2966>

- Guerra, G. L., & Sarzosa, L. F. (2024). Comercio Electrónico y su Incidencia en el Impuesto a la Renta. *Ciencia Latina: Revista Multidisciplinar*, 4096-4130. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9610618>
- Guerrero, J. (2022). Comercio electrónico e impacto en las ventas de las micro, pequeñas y medianas empresas, Ecuador. *CienciaMatria*. Obtenido de <https://cienciamatriarevista.org.ve/index.php/cm/article/view/865>
- Ley de comercio electronico, firmas y mensajes de datos. (2022). *Registro Oficial Suplemento 557*. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/Ley-de-Comercio-Electronico-Firmas-y-Mensajes-de-Datos.pdf>
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. (9 de junio de 2014). *Registro Oficial Suplemento 263*. Obtenido de Registro Oficial Suplemento 263
- Marmanillo, V. F. (2023). Regulación del comercio electrónico y las transacciones digitales en Perú: un análisis de su implementación y efectos en la región de Huancavelica. *Revista De Investigación Científica Erga Omnes*, 19–25. doi:<https://doi.org/10.54943/rceo.v3i2.442>
- Mendoza, A. S., Sánchez, C. U., & Yaguana, P. V. (2024). Breve revisión de la literatura del comercio electrónico y sus implicaciones económicas en el Ecuador. *Revista Científica Episteme & Praxis*, 37–49. doi:<https://doi.org/10.62451/rep.v2i1.40>
- Mosquera, C. G., & Llanos, X. M. (2023). Impuestos y economía digital en Ecuador: Desafíos y perspectivas del comercio electrónico: Un análisis bibliográfico. *Journal of Science and Research*, 18–33. Obtenido de <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/2979>
- Núñez, J. (2021). Derechos del consumidor afectados por el acto de competencia desleal de acoso e influencia indebida, ejecutado a través de telemarketing y mailing digital: el caso de Ecuador Mailing: El caso de Ecuador). *SSRN*. Obtenido de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3872124
- Pincay, D. E., & Satama, F. L. (2022). El comercio electrónico y su perspectiva en el mercado ecuatoriano. *Revista Científica De Comunicación*, 1-33. doi:<https://doi.org/10.31207/rch.v13i1.333>
- Sidorova, E., & Sidorov, V. (2025). La carrera regulatoria del comercio electrónico en el marco de la Organización Mundial del Comercio. *Ciencia jurídica*, 57-73. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9999491>
- Villalba, J. (2024). El derecho de retracto en el derecho colombiano: actualidad y perspectivas. *Revista de derecho*. doi:<https://doi.org/10.14482/dere.60.611.082>
- Zambrano, B. (2021). El E-Commerce en las empresas ecuatorianas. *Publicando*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7878149>

Conflicto de intereses:

Los autores declaran que no existe conflicto de interés posible.

Financiamiento:

No existió asistencia financiera de partes externas al presente artículo.

Nota:

El artículo no es producto de una publicación anterior.