



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**  
**CARRERA DE DERECHO**

**TITULO**

“IMPORTANCIA DE REFORMAR LA LEY DE  
COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS, MENSAJES DE  
DATOS Y DERECHOS AL CONSUMIDOR EN EL  
ECUADOR”

TESIS PREVIA A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE ABOGADO

**AUTOR:**

Carlos Edgar Japón Romero

**DIRECTOR DE TESIS:**

Dr. Sebastián Rodrigo Díaz Páez Mg. Sc.

Loja – Ecuador

2016

1859

## CERTIFICACION

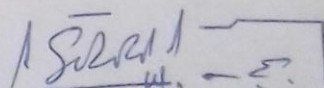
DR. SEBASTIÁN RODRIGO DÍAZ PÁEZ Mg.Sc.  
DIRECTOR DE TESIS DE LA CARRERA DE DERECHO DE LA MODALIDAD  
DE ESTUDIOS A DISTANCIA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

## CERTIFICA.

Que dentro del presente trabajo investigativo realizado por el señor estudiante, sobre el tema titulado, "IMPORTANCIA DE REFORMAR LA LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS, MENSAJES DE DATOS Y DERECHOS AL CONSUMIDOR EN EL ECUADOR "el mismo ha sido revisado cuidadosamente.

Tema que ha sido desarrollado por el estudiante del Decimo Módulo, Carlos Edgar Japón Romero, después de ser revisado y cumplir con los lineamientos metodológicos y sujetarse al Reglamento para la aprobación en la Universidad Nacional de Loja, autoriza su presentación.

Loja, diciembre del 2016



Dr. Sebastián Rodrigo Díaz Páez, Mg.Sc.

DIRECTOR DE TESIS

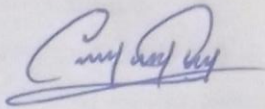
## AUTORÍA

Yo **Carlos Edgar Japón Romero**, declaro ser el Autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus Representantes Jurídicos de posibles reclamos o acciones Legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y Autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

**AUTOR:** Carlos Edgar Japón Romero

**FIRMA:**



**CEDULA:** 190026793-9

**FECHA:** Loja, diciembre del 2016

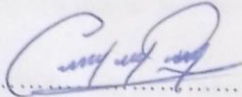
**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, Carlos Edgar Japón Romero, declaro ser autor de la Tesis titulada: **"IMPORTANCIA DE REFORMAR LA LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS, MENSAJES DE DATOS Y DERECHOS AL CONSUMIDOR EN EL ECUADOR**: autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los seis días del mes de diciembre del dos mil dieciséis, firma el autor.

FIRMA: 

AUTOR: Carlos Edgar Japón Romero.

CÉDULA: 190026793-9

DIRECCIÓN: Loja, Esteban Godoy calle cabo Angulo

CORREO ELECTRÓNICO: carlosjapon-12@hotmail.com

TELÉFONO: 2546902

CÉLULAR: 0983393099

DIRECTOR DE TESIS: Dr. Dr. Sebastián Rodrigo Díaz Páez, Mg. Sc.

Dr. Marcelo Costa Cevallos Mgs. PRESIDENTE

Dr. Augusto Astudillo Ontaneda Mgs. VOCAL

Dr. Darwin Quiroz Mgs VOCAL

## **DEDICATORIA**

A Nuestro Señor de la Justicia y a la Virgen, del Cisne quien me dio, la fortaleza, la salud y la esperanza para caminar cada día y poder cumplir mis objetivos. A la Universidad Nacional de Loja por abrirme las puertas, a todo el marco de docentes quienes me facilitaron sus conocimiento durante el tiempo que duro esta carrera Universitaria.

Dedico este trabajo a mis dos hijas y a mí hijo querido, por ser la máxima razón de mi existencia, a Blanca Jiménez mi esposa, hermanos/hermanas, primos/, tíos que sin su paciencia, apoyo y generosidad no hubiera sido posible la culminación de este trabajo de investigación, por ser quienes pintan los días de colores y enseñarme a valorar cada cosa, que con el tiempo olvide y por haberme regalado sueños, esperanza e ilusiones gracias familias, amigo todos.

Este grato conocimiento será en beneficio de nuestros ciudadanos Ecuatorianos que sean vulnerados sus derechos para una Justicia-justa para todos.

## **EL AUTOR**

## **AGRADECIMIENTO.**

Dejo expreso nuestros más sinceros agradecimientos a la Universidad Nacional de Loja, y a su ilustre Área Jurídica Social y Administrativa, en especial a cada uno de los docentes, por su incondicional apoyo y esfuerzo de formar profesionales. Al **Dr. Sebastián Rodrigo Díaz Páez Mg. Sc.** Por su sacrificada labor de Coordinador y Orientador de esta tesis.

**EL AUTOR.**

## **TABLA DE CONTENIDOS**

- I. PORTADA**
- II. CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR**
- III. AUTORÍA**
- IV. CARTA DE AUTORIZACION**
- V. DEDICATORIA**
- VI. AGRADECIMIENTO**
- VII. TABLA DE CONTENIDOS**
  - 1. TITULO**
  - 2. RESUMEN**
    - 2.1 ABSTRACT**
  - 3. INTRODUCCIÓN**
  - 4. REVISIÓN DE LITERATURA**
    - 4.1. MARCO CONCEPTUAL
      - 4.1.1. El contrato Electrónico
      - 4.1.2. La tutela de los consumidores
      - 4.1.3. Información - publicidad
      - 4.1.4. Condiciones de la oferta y de la venta
      - 4.1.5. La aceptación de la oferta
      - 4.1.6. Términos abusivos y cláusulas ineficaces en la contratación
    - 4.2 MARCO DOCTRINARIO**
      - 4.2.1. La nueva ley de comercio electrónico
      - 4.2.2. Marco internacional previo a la ley de comercio electrónico
      - 4.2.3 Los derechos fundamentales en la ley de comercio electrónico

4.2.4 Responsabilidad jurídica por las operaciones en línea.

4.2.5 Las ventajas y desventajas del comercio electrónico

#### **4.3. MARCO JURÍDICO**

4.3.1 Constitución de la República del Ecuador

4.3.2 Ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos

4.3.5 LEGISLACIÓN COMPARADA

#### **5. MATERIALES Y MÉTODOS**

5.1 Materiales Utilizados

5.2 Métodos

5.3 Procedimientos y Técnicas

#### **6. RESULTADOS**

6.1. Análisis de la aplicación de la encuesta

6.2 Análisis de la aplicación de la entrevista

6.3 Estudio de casos

#### **7. DISCUSIÓN**

7.1. Verificación de objetivos

7.2 Contratación de hipótesis

7.3 Fundamentación jurídica para la propuesta de reforma

#### **8. CONCLUSIONES**

#### **9. RECOMENDACIONES**

##### **9.1 PROPUESTA Y REFORMA JURÍDICA**

#### **10. BIBLIOGRAFÍA**

#### **11. ANEXOS**

#### **ÍNDICE**



## **1.TÍTULO**

“IMPORTANCIA DE REFORMAR LA LEY DE COMERCIO ELECTRONICO,  
FIRMAS, MENSAJES DE DATOS Y DERECHOS AL CONSUMIDOR EN EL  
ECUADOR”

## 2. RESUMEN

El presente trabajo de investigación **“IMPORTANCIA DE REFORMAR LA LEY DE COMERCIO ELECTRONICO, FIRMAS, MENSAJES DE DATOS Y DERECHOS AL CONSUMIDOR EN EL ECUADOR”** se ha estructurado y desarrollado de acuerdo al Art. 135 del Reglamento de Régimen Académico, De la Universidad Nacional de Loja.

El objetivo general que guio la investigación fue: - Analizar la Importancia de la Utilización del Comercio Electrónico y Derechos del Consumidor en el Ecuador.

En el presente trabajo se utilizó el método descriptivo en la recolección, tabulación, interpretación y análisis de los resultados con la finalidad preestablecida. Además se utilizará el método hipotético deductivo, a través del cual se llegará a las conclusiones por medio de la demostración y verificación de la hipótesis planteada. En cuanto a las técnicas a utilizarse se encuentra la del muestreo estadístico porque se empleará una muestra representativa de la población. Los sujetos de investigación, serán profesionales en Derecho, del Cantón Chinchipe – Provincia de Zamora Chinchipe, El recurso a utilizarse será una encuesta que contenga preguntas y respuestas a investigar con relación al tema.

Mediante los resultados de la encuesta procederemos a sacar las conclusiones y posteriores recomendaciones sobre la Importancia, Utilización del Comercio Electrónico, Mensajes de Datos y Derechos del Consumidor en el Ecuador.

## 2.1. ABSTRACT.

The present research **“IMPORTANCE OF REFORMING THE LAW OF ELECTRONIC COMMERCE, SIGNATURES, DATA MESSAGES AND CONSUMER RIGHTS IN ECUADOR”**, is structured and developed according to the regulations of Academic System.

The general aim of the research was guided: - Analyze the importance of the use of electronic commerce and consumer rights

The descriptive method in the collection, tabulation, interpretation and analysis of results with pre-established goal was used in this work. Besides the hypothetical deductive method is used, through which the conclusions will be reached through the demonstration and verification of the hypothesis. As for the techniques to be used is the statistical sampling that a representative sample of the population is employed. Research subjects will be citizens living in the city of Loja. Resorting to be used a survey containing questions and answers to research regarding the issue.

By the results of the survey we will proceed to draw conclusions and subsequent recommendations on the importance of electronic commerce and consumer rights in Ecuador.

### 3. INTRODUCCIÓN

El crecimiento de la tecnología en los últimos años, ha generado avances y cambios en todos los aspectos. La evolución de Internet ha sido uno de estos grandes cambios. Internet ha influido en nuestras vidas y en nuestras costumbres, en nuestra forma de buscar información, de entretenernos, de comunicarnos y por supuesto han aparecido nuevas formas de comprar y vender bienes.

Estos cambios traen grandes beneficios, por ejemplo hoy en día las personas se comunican desde dos puntos muy distantes del planeta, ya sea a través del teléfono o de algunos de los medios que ofrece Internet; así mismo, las empresas han encontrado grandes oportunidades en los desarrollos de las comunicaciones, destacando que los costos de las comunicaciones se reducen y que estas tecnologías están al alcance tanto de grandes empresas como de pequeñas empresas.

El desarrollo de estas tecnologías y de las telecomunicaciones ha hecho que los intercambios de datos crezcan a niveles extraordinarios, simplificándose cada vez mas y creando nuevas formas de comercio, y en este marco se desarrolla el Comercio Electrónico.

Se considera también que el "Comercio Electrónico" al conjunto de aquellas transacciones comerciales y financieras realizadas a través del procesamiento

y la transmisión de información, incluyendo texto, sonido e imagen.

Existen diversas ventajas y desventajas que vienen con la alta tecnología del comercio electrónico, pero todo esto y lo hablaremos más adelante en nuestro trabajo, así como también tocaremos interesantes puntos que van ligados al tema en cuestión.

El Comercio Electrónico constituye en la actualidad una de las actividades que genera mayor recurrencia entre los usuarios del internet, gracias al acceso casi generalizado del mismo en la mayoría de países alrededor del mundo, lo cual ha constituido un polo importante del desarrollo para las diferentes sociedades, de nuestro Ecuador, sin embargo de lo manifestado, es preciso recordar que con cada aspecto positivo de la vida viene uno negativo, en este caso los delincuentes Informáticos que llevan a cabo estafas por la red que vulneran directamente los intereses de los consumidores que hacen uso del Comercio Electrónico como mecanismo para llevar a cabo las diferentes transacciones que requieren. Partiendo de esta perspectiva, se torna evidente en el caso de la Legislación Ecuatoriana desarrollar un estudio centrado en el análisis de los inconvenientes que se generan para el usuario y para la sociedad cuando este tipo de medios no cumple de manera adecuada con la función para la cual ha sido creado. De manera complementaria, es posible señalar que la misma Legislación requiere de un cambio conducente a potenciar la seguridad de las operaciones informáticas e implementar una mayor recurrencia de los usuarios a este tipo de medios, pues, es conocido que la desconfianza constituye uno de

---

<sup>1</sup> LORENZETTI, Ricardo Luis, “Comercio Electrónico y Defensa del Consumidor” publicado en <http://www.latinlex.com/ar/contenidos/doctrinas/doctrina41.htm>

los principales factores para que el desarrollo del Comercio Electrónico no se dé bajo las condiciones que se esperan.

**Lorenzetti**, señala que el Comercio a través de Internet presenta numerosos *problemas* propios de la organización de un mercado: la disminución de costos y la organización de una estructura que facilite tanto la búsqueda de productos como la de los consumidores; la seguridad en las transacciones, sobre todo en los medios de pago y garantizar la entrega de los productos, y en otra categoría de conflictos vinculados con las particularidades del medio Electrónico se refiere a la existencia de un espacio y un tiempo con significado normativo, la privacidad, la documentación de las transacciones y la firma digital<sup>2</sup>.

Aunque el Comercio Electrónico todavía no ha logrado imponerse, en Argentina, Internet sirve a los usuarios como lugar de consulta antes de hacer sus compras en los locales tradicionales, las estadísticas demuestran que la gente que usa Internet desde hace tiempo es la más confiada a la hora de comprar y el 72%, de esos usuarios tiene alguna cuenta bancaria y controla sus movimientos desde la red.

<sup>2</sup>Sin perjuicio de lo expuesto, se está revelando una necesidad en la Ciencia del Derecho de hallar las formas y maneras de optimizar las oportunidades que presenta la tecnología, de cara a los medios tradicionales como la del documento en soporte de papel o la firma manuscrita.

---

<sup>2</sup> LORENZETTI, Ricardo Luis, "Comercio Electrónico y Defensa del Consumidor" publicado en <http://www.latinlex.com/ar/contenidos/doctrinas/doctrina41.htm>

Hoy existe la tecnología suficiente para realizar todo tipo de transacciones por medios Electrónicos, por lo que correspondería preguntarse si nuestro sistema Jurídico se encuentra capacitado para responder a las nuevas exigencias generadas por la tecnología de la información.

Por lo tanto la investigación Jurídica de la problemática se inscribe, académicamente, dentro del Área del Derecho Social, principalmente en el campo del Derecho de Comercio, por tanto, se justifica académicamente en cuanto cumpla la exigencia del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, que regula la pertinencia del estudio investigativo Jurídico con aspectos inherente a las materia de Derecho Positivo.

En lo social se propone que hay la necesidad de estudiar la Importancia del Comercio Electrónico y los Derechos del Consumidor creando más dependencias que permitan una atención oportuna y eficiente en los procesos Laborales, por situaciones de Derecho irrenunciables del trabajador.

<sup>3</sup>Esta problemática tiene importancia y trascendencia social y Jurídica, porque al Estado a través de sus diferentes Instituciones que le representan le corresponde adoptar medidas para provocar cambios en la conducta social, tendientes a lograr la instauración y aceptación de la conciencia colectiva de las bases de comportamientos favorables, a nivel Nacional e Internacional.

---

<sup>3</sup> LUZ CLARA, Bibiana "Manual de Derecho Informático", pág. 132 Ed. Jurídica Nova Tesis

Con la aplicación de métodos, procedimientos y técnicas será factible realizar la investigación Socio-Jurídica de la problemática propuesta, en tanto existen las fuentes de investigación bibliográfica, documental y de campo que aporten a su análisis y discusión; pues, se cuenta con el apoyo logístico necesario y con la orientación metodológica indispensable para el estudio causal explicativo crítico y analítico de estudiar la Importancia del Comercio Electrónico y los Derechos del Consumidor.



## 4. REVISIÓN DE LITERATURA

### MARCO CONCEPTUAL.

#### El Contrato Electrónico.

El Contrato en nuestro Ordenamiento Jurídico se rige por el principio de la autonomía de la voluntad (arts. 1453, 1454 del Código Civil). La voluntad humana sigue siendo la base de todo acuerdo. Lo que se modifica con el avance tecnológico son los medios por los que se manifiestan las ofertas y sus aceptaciones. La problemática surge en vista al grado de seguridad que brindan dichos recursos y la aceptación Jurídica de los mismos ante el supuesto de un incumplimiento contractual.

Según Renato Javier Jijena Leiva, quien es citado por Colángelo y Álvarez. El *Contrato Electrónico es el intercambio telemático de información entre personas que da lugar a una relación comercial, consistente en la entrega en línea de bienes intangibles o en un pedido electrónico de bienes tangibles*. Lo <sup>4</sup>que podemos decir que el contrato a través de Internet sin elementos <sup>5</sup>Extra nacionales, se considera perfeccionado con el intercambio entre la oferta y la

---

<sup>4</sup> <https://es.scribd.com/doc/.../Codigo-de-Procedimiento-Civil-Codificado-y-Actualizado>

<sup>5</sup> JIJENA LEIVA, Renato Javier “Comercio electrónico y derecho. La problemática jurídica del comercio electrónico”. El comercio electrónico o vías redes telemáticas, artículo publicado en REDI (Revista Informática de Derecho informático).

aceptación, sin cambios o modificaciones de la misma. La voluntad de las partes de contratar va a ser exteriorizada a través de la computadora y las Telecomunicaciones utilizándose en forma combinada.

Por lo tanto la Contratación Electrónica por medios digitales, es la que se lleva a cabo desde la formación del consentimiento hasta la ejecución del contrato,

Mediante dispositivos de enlace Electrónico que se comunican<sup>6</sup> interactivamente por canales de red basados en el procesamiento y transmisión de datos digitalizados, con el fin de crear, modificar, transferir, conservar o aniquilar Derechos.

### **La tutela de los consumidores**

Previo a referirnos al tema en acápite debemos resaltar que las Normas de protección al Consumidor constituyen la base mínima, que garanticen al ciudadano su condición de Sujeto de Derecho y que las mismas, no puedan ser derogadas por otras Leyes; así lo han entendido la mayoría de las Legislaciones y propuestas regulatorias como por ejemplo la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico de un citral, del año 1996 que dice que “La presente Ley no deroga ninguna Norma Jurídica destinada a la protección del Consumidor”;

o la Directiva 2000/31 de la Unión Europea donde dispone que “no perjudica el nivel de protección de los consumidores establecido por otras directivas (considerando 11); también en el ámbito del Mercosur, el proyecto Brasileño dispone en su art. 13 que se aplican al Comercio Electrónico las Normas de Defensa y protección del consumidor. Por último el proyecto Argentino sobre regulación del Comercio Electrónico establece en el art. 40, que “las Normas generales y especiales de defensa del consumidor, lealtad comercial y defensa de la competencia son de aplicación plena a los actos Jurídicos celebrados por medio de documentos digitales”. Ello es así porque al fijar que los consumidores tienen Derecho, “como mínimo” al mismo nivel de protección que tienen en otras áreas, se establece un control por resultado y no por procesos; es decir no basta con dictar Normas declarativas, sino que hay que verificar su aplicación.-

En orden a lo expuesto debemos decir que las disposiciones más importantes de la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor son las referidas a la información del Consumidor (arts. 4, 5 y 6), a las condiciones de la oferta y la venta – más en particular, los arts. 7 y 8,- y a los términos abusivos y cláusulas ineficaces en la contratación (art. 37).

## **Información – publicidad**

La información al consumidor en el Comercio Electrónico se corporiza principalmente a través de la *publicidad*. Esta puede ser enviada por el correo Electrónico, o simplemente puede aparecer sin haberla buscado, cuando el usuario se encuentra navegando por una página de Internet. También el consumidor puede ingresar voluntariamente a la página Web de un determinado proveedor.-

Es frecuente la publicidad engañosa que aparece en los buscadores utilizando palabras claves sirviendo para elaborar estadísticas. Se diseña la página Web de acuerdo a las palabras más usadas por los usuarios en los sitios de búsqueda, de modo que cada vez que el usuario escriba esa palabra aparezca la página, aunque no tenga una relación directa con la palabra. Se usan palabras vinculadas al sexo, a las marcas de productos y empresas más requeridas. Esta técnica se llama “metatag” y constituye una publicidad engañosa frente al consumidor y un aprovechamiento indebido en el caso de la utilización de marcas.-

Tanto en EE.UU como en los países Europeos, en el caso de la publicidad enviada por e-mail, sin consentimiento del usuario, se está tratando de limitar su expansión, con la aplicación de fuertes multas.

Relacionado con el tema, la Ley de Defensa del Consumidor en su Art. 8.- hace referencia a los *Efectos de la publicidad*, diciendo textualmente que “Las precisiones formuladas en la publicidad o en anuncios, prospectos, circulares u otros medios de difusión obligan al oferente y se tienen por incluidas en el contrato con el consumidor. En los casos en que las ofertas de bienes y servicios se realicen mediante el sistema de compras telefónicas, por catálogos o por correos, publicados por cualquier medio de comunicación, deberá figurar el nombre, domicilio y N° de CUIT del oferente”. Este artículo se relaciona con el 19.- De la Ley de Defensa del Consumidor al decir que “Quienes presten servicios de cualquier naturaleza están obligados a respetar los plazos, condiciones y demás circunstancias conforme a, los cuales han sido ofrecidos, publicados o convenidos”, o sea que todo lo que se publicite en cuanto a las características y beneficios del producto son parte integrante de la oferta.

El Derecho a la información ha sido calificado como un sub-principio del Ordenamiento Jurídico, convirtiéndose en una nota característica del objeto de los Contratos. En éste sentido, se señala que el objeto de los Contratos, a la par de posible, lícito, determinado etc., debe también ser *informable*.

En cuanto al *contenido* de la información, ha de ser cierta y objetiva, veraz, eficaz, detallada y suficiente, y recaer sobre las cosas y servicios ofrecidos.

Respecto al momento y al medio por el cual se brinda la información, cabe decir, que la obligación a la que aludimos comienza en la etapa *precontractual*, incluso antes, a través de la oferta pública del bien o servicio. Por ello en las campañas publicitarias es preciso tener muy en cuenta éste deber de informar y sus características,-

Al respecto nos parece adecuado lo establecido por el art. 42 del Proyecto Argentino sobre Comercio Electrónico que propone que “previamente a la emisión del consentimiento, el consumidor o usuario deberá disponer de la siguiente información detallada: el Derecho a realizar la transacción por otros medios y las condiciones para obtener, si lo solicita, una copia en papel de la documentación; el Derecho a revocar el consentimiento, incluyendo información sobre las condiciones y procedimientos, eventuales costos y consecuencias de tal revocación; el alcance del consentimiento a prestar; la obligación del oferente de mantener debidamente actualizada la información necesaria para que el consumidor o usuario establezca contacto; los requerimientos técnicos necesarios para acceder y conservar la documentación; la obligación del oferente de proveer anticipadamente información sobre cualquier variación relativa a los requerimientos técnicos necesarios para acceder y conservar la información; el Derecho del

Consumidor a revocar el consentimiento sin costo por causas de variaciones en los estándares técnicos de procesamiento de la información”.

### **Condiciones de la oferta y de la venta.**

Durante mucho tiempo se discutió en la doctrina respecto a la fuerza vinculante de las ofertas dirigidas al público. Con la sanción de la Ley de Defensa del Consumidor, especialmente su Art. 7,- aclara definitivamente todas esas discusiones ya que dispone expresamente que *la oferta dirigida al público en general (consumidores potenciales indeterminados) obliga a quien la emite*. De ésta manera, cuando se entra en el campo de la aplicación de la Ley 24.240, el artículo citado modifica sustancialmente al Art. 1148 del Código Civil que establece que la oferta debe realizarse a persona determinada. Asimismo dicho artículo Deroga en forma tácita el Art. 454 del Código. De Comercio que dispone que “Las ofertas indeterminadas, contenidas en un prospecto o en una circular, no obligan al que las ha hecho”. Esta Norma, con la sanción de la Ley 24.240, no rige cuando se trata de contratos de consumo.

Debido a que los ofertantes en Internet no saben ni pueden saber el número de usuarios que responderán a sus ofrecimientos comerciales, se configuraría la propuesta de ofertas a personas indeterminadas que obligan al ofertante ante la eventual aceptación por parte del comprador. Por lo que inferimos que la

aceptación de las ofertas virtuales debe regularse por el momento de acuerdo a las normativas emergentes de la Ley de Defensa del Consumidor, según la cual en caso de duda, se estará siempre a la interpretación más favorable para el Consumidor (Art. 3,- Art. 7,- Se relaciona con el Art. 8,- ya mencionado en el punto anterior, pero destacando con referencia a éste último que *los efectos de la publicidad*, a que se refiere, quiere decir que no prohíbe la publicidad engañosa, sino lo que hace la Norma es tornar exigible lo prometido en dicha oferta engañosa.

Reiteramos que la publicidad de bienes y servicios forma parte del contrato, y por ende, el Consumidor cuenta con una acción contractual para exigir el cumplimiento.

### **La aceptación de la oferta**

Fernando Gago, señala que, la exteriorización de la voluntad a través de Internet se produce como señales electromagnéticas representadas por una cadena de decodificaciones y conversiones en lenguaje legible, siendo de gran importancia entonces, determinar el momento de perfeccionamiento de dicha voluntad negociar.-



Así el contrato puede perfeccionarse en el momento de la recepción de los pulsos electromagnéticos o por el contrario en el momento en que el destinatario puede percibir sensorialmente la declaración o en otro momento.-

El instante de perfeccionamiento del contrato va a depender de la herramienta de comunicación que empleen las partes por Internet, como así también si lo consideramos un *contrato entre presentes o entre ausentes*.-

En países donde se ha desarrollado activamente Internet como Canadá y EE.UU existen organismos, la Gendarmerie Royal de Canadá y la Federal Trade Commission de Estados Unidos, que han implementado un mecanismo de protección al consumidor, mediante la creación de un sitio Web en donde se informa al público sobre las distintas maniobras y operatorias ilícitas predominantes en la red. Todas estas formas de realizar actividades comerciales a través de medios digitales, se logra mediante la utilización de tecnología segura, Legislación Tributaria adecuada, normas contractuales claras y educación sobre las nuevas tecnologías digitales.

Y es aquí donde debemos dilucidar el ámbito de aplicación de las Normas protectoras. La Ley Española (Real Decreto 1906/99), que comenzó a regir el 1-3-2000, se aplica a los contratos a distancia, con o sin presencia física simultánea de los contratantes, realizados por vía telefónica, electrónica o

telemática, que contengan condiciones generales de contratación en el Art. 1,- y excluya los Contratos Administrativos, los de trabajo, lo de Constitución de sociedades, los que regulan las relaciones familiares y sucesorios Art. 2,- lo cual es admisible.-

Para Colángelo y Álvarez hay tres posturas respecto de si el Contrato Electrónico es entre ausentes o entre presentes.

1) Están aquellos para los que siempre que se hable de contratación Eelectrónico se trata de un *contrato entre ausentes*, debido a que los sujetos contratantes se encuentran en distintos lugares, siguiendo la teoría de la emisión plasmada por nuestro codificador en el Art. 1154 del Código Civil en el cual el ofrecimiento y la aceptación se realizan en momentos diferentes. El artículo citado reza que *la aceptación hace sólo perfecto al contrato desde que ella se hubiese mandado al proponente*. En éste supuesto (entre ausentes) la comunicación inmediata falla, de ahí que la aceptación deba *mandarse*

2) Otra postura, *diferencia el medio que se utilice*, diciendo que, en el caso de lo que es contratación por Internet, la oferta se realiza en un instante y al sujeto que está navegando solo le queda comprarlo o no, no tiene otra opción, una vez que se retiró de la página y si vuelve no está más, caducó la oferta, y en

virtud de la inmediatez en que se produce la aceptación a la recepción por parte del oferente de la aceptación entiende que es entre presentes. Diferente es la oferta por e-mail, en donde tiene todas las características de cualquier oferta escrita, en la cual el sujeto hace un ofrecimiento a persona indeterminada y le queda siempre la posibilidad de contratar o no, Pero para la aceptación ya se necesita de mayor cantidad de tiempo.

3) Y la tercera es aquella que desconoce que sea un contrato entre ausentes y lo remite a un *contrato entre presentes*, porque dice que es un medio similar al teléfono,-

Por otra parte debemos referirnos a la *forma* de los Contratos, cuando éstos se realizan entre *presentes y/o entre ausentes* expresando los artículos 1180 y 1181 del Código Civil, que las formas de los contratos entre *presentes* serán Juzgadas por las Leyes y usos en que se han concluido. En cambio, en el supuesto de contratos entre *ausentes* hay que distinguir, si fueren hechos por instrumento particular firmado por una de las partes, entonces la forma será Juzgada por las Leyes del lugar indicado en la fecha del instrumento. Si fueren hechos por instrumentos particulares firmados en varios lugares, o por medio de Agentes, o por correspondencia epistolar, su forma será Juzgada por las Leyes que sean más favorables a la validez del Contrato.

Debemos resaltar lo expresado por el Art. 1182 del Código Civil que se refiere a las formas de los Contratos remitiéndose a lo dispuesto en cuanto a la forma de los actos Jurídicos, por lo que el presente artículo tiene concordancia con los Arts. 973 a 978 del Código Civil.

La forma comprende la manera o modo por el cual el sujeto manifiesta su voluntad con relación a un objeto, cuando tiene por fin inmediato establecer relación Jurídica en un tiempo determinado.

La verdad es que por forma de los actos Jurídicos debemos entender todos los medios de declaración de la voluntad por las cuales ésta se exterioriza Art. 913 Código Civil,- ya adoptada libremente por el Autor o los Autores de esa manifestación de voluntad Art. 974 Código Civil, ya impuesta por la Ley o convenida por las partes Art. 975 Código Civil, a los fines de probar el acto Jurídico o excepcionalmente, como requisito esencial de éste último en cuanto a su existencia y validez Arts. 975 a 978 Código Civil,-

Según el Art. 1155 del Código Civil *la aceptación efectuada entre ausentes puede retractarse antes de que llegue al oferente*. Pero en los Contratos Electrónicos ello es imposible atento la velocidad de la información. Cuando el Contrato se considera celebrado, se pasa de la etapa de la gestación a la de cumplimiento, no caben arrepentimientos ni desistimientos válidos. Sólo puede

aludirse al cumplimiento o incumplimiento. Acudir entonces a una “retractación” configura una inexactitud, un error Jurídico, correspondiendo satisfacer los daños emergentes y el lucro cesante; todo lo que el contratante frustrado hubiera obtenido si su expectativa legítima a las prestaciones debidas se hubiera visto satisfecha,-

Por lo expuesto la Legislación Nacional tiende a favorecer la libertad de formas para la celebración de los Contratos.

En materia de Contratos Electrónicos, obliga al dictado de Normas relativas al valor probatorio, la admisibilidad en Juicio del documento Electrónico. Y en éste aspecto, la adecuada regulación de los fenómenos tecnológicos traería como consecuencia la mentada *seguridad Jurídica* que hace a la vigencia del Estado de Derecho que el hombre requiere para su evolución. Gago expresa que una solución a ello sería el dictado de una Ley en la cual se admiten como nuevos instrumentos “particulares”, documentos escritos y no firmados (por ejemplo Télex, Telecopia, Correo Electrónico, etc.) y los registros visuales y/o auditivos de cosas o hechos y los registros de pensamientos o información, cualquiera fuera el medio empleado modifica el Art. 978 del Código Civil y deroga el Art. 1012),-

### **Términos abusivos y cláusulas ineficaces en la contratación.**

Al utilizarse cláusulas generales en los Contratos online, algunos autores califican a los mismos como celebrados por *adhesión a condiciones generales de Contratación*,-

Las condiciones generales y su aceptación constituyen un documento Electrónico. Estas condiciones se presentan de tal modo que fuerzan de manera inevitable al usuario a comprobar que las tuvo que leer antes de aceptar, encontrándose abonado con la certificación notarial del *contenido* de las condiciones. En ésta línea la Corte del Estado de California, Estados Unidos, consideró que el usuario queda vinculado por las condiciones generales al pulsar el botón que dice “aceptar” luego de haber tenido oportunidad de leerlas,-

Constituyendo la Ley de Defensa del Consumidor una Ley de orden público, ésta no le es oponible, cuando se quiere legitimar las cláusulas abusivas. Es muy importante resaltar la definición de cláusula abusiva dada por el Decreto Reglamentario 1798/94 de la Ley de Defensa del Consumidor, al establecer que *se consideran términos o cláusulas abusivas las que afecten inequitativamente al consumidor o usuario en el cotejo entre los Derechos y obligaciones de ambas partes.*

Una de las cuestiones que plantean éstas modernas formas de Contratación, en los que el negocio Jurídico ya no es obra de la discusión y posterior acuerdo de voluntades, sino que viene impuesto por la parte más fuerte en la relación, es el de las *limitaciones*, que se les debe imponer para resguardar la buena fe de negociar.

En materia de Contratación Electrónica se han considerado cláusulas abusivas las que prorrogan la Jurisdicción, las que invierten las carga probatoria, la que limita los Derechos del Consumidor etc.

Modalidades de pago

Las formas de pago pueden ser:

- por Cajeros Electrónicos, que es una cuenta de donde se pueden debitar los pagos.

- por Dinero Electrónico, se paga por medios Electrónicos y la cuenta puede estar asociada a un Banco en forma online (vía modem o red) u off-line depositado en una cuenta de la cual se puede ir gastando.

- Por Cheques Electrónicos a través de Internet y por Tarjetas de crédito.

Es importante la seguridad en los sistemas de pago, es la forma de garantizar fiabilidad y confiabilidad en un sistema Electrónico de compras.

Los usuarios temen dar su número de tarjeta de crédito, y en algunos casos su dirección y teléfono. Hoy la encriptación de los datos está cambiando la percepción de la gente.

Protección de la privacidad de los usuarios.

Sin duda, una de las formas que tiene un individuo de preservar su intimidad en el Comercio tradicional, es comprar los bienes o servicios que desee con dinero en efectivo. Esta forma de pago, evita que el vendedor necesite, en modo alguno, conocer la identidad del comprador. Sin embargo, en las compras a través de Internet, normalmente debemos suministrar nuestros datos personales (nombre, dirección, etc.) junto con un número de tarjeta de crédito.

Al suministrar esta información estamos expuestos a que se vincule nuestra identidad con el tipo de bienes o servicios que adquirimos. Esta información puede ser alquilada o vendida por el proveedor a otras Compañías que se dediquen, por ejemplo, a la publicidad directa. Sin embargo, existen sistemas que permiten realizar compras a través de Internet o de cualquier otra red de comunicaciones de forma anónima, tal y como funciona el dinero de papel en el pago al contado. Tales sistemas se engloban bajo el nombre de "dinero o monedero Electrónico" (digital cash/electronic wallet),-

La página debe informar claramente al visitante que tipo de datos registra.

Debe incluirse el nombre del proveedor, la fecha y la hora de acceso, la



utilización de cookies (ficheros de datos que se generan a través de las instrucciones que los servidores web envían a los programas navegadores y que se guardan en un directorio específico de la computadora del usuario; es un instrumento para obtener hábitos de consumo, frecuencia de visita de una sección determinada etc.); las características esenciales del bien o del servicio, incluidos todos los impuestos; los gastos de entrega en su caso; las modalidades de pago; la forma de entrega o ejecución, la existencia de un Derecho de arrepentimiento, el costo de la comunicación a distancia cuando se calcula sobre una base de tarifa básica; el plazo de validez de una oferta o del precio,-

#### La entrega del producto

Otros de los aspectos a dilucidar cuando se realizan las transacciones a través de Internet, es el que se refiere a la entrega del producto comprado. Si las partes Contratantes se domicilian dentro de nuestro país rige el Art. 1409 y concordantes del Código Civil en cuanto a la forma de entrega, lugar, domicilio de pago y demás aspectos de la transacción.

El problema se presenta cuando se contrata con algún proveedor que se encuentra en otro país. Y es aquí cuando debemos referirnos a los llamados *Contratos Internacionales*; debiendo determinar las circunstancias que hacen que un Contrato sea Internacional. No existe una definición de los Contratos

Internacionales en los códigos ni en los instrumentos Extranjeros. En Francia, el criterio que identifica un Contrato Internacional se ha basado históricamente en consideraciones económicas o si afecta los intereses de un Comercio Internacional. Según el Derecho Internacional privado Argentino, tanto interno como convencional, un contrato es Internacional, si está destinado a cumplirse en una jurisdicción distinta a la de su celebración; o si su celebración se vincula a varios sistemas Jurídicos, en razón de que los domicilios o establecimientos del oferente y del aceptante se encuentran radicados en diferentes países. La Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de compraventa Internacional de mercaderías de 1980, conocida como la Convención de Vietnam, y la Convención sobre ley aplicable a los Contratos de Compraventa Internacional de mercaderías de 1986, llamada Convención de La Haya, no definen al Contrato Internacional, pero declaran que la Convención se aplicará a los Contratos de compraventa de mercaderías entre partes que tengan sus *establecimientos comerciales en Estados diferentes*. Esta Convención que se refiere sólo a la compraventa, pero que puede ser aplicada para otro tipo de transacciones, determina que el vendedor es quien asume a su cargo el cumplimiento de la obligación, de entrega de la cosa y transferencia de la propiedad; pero si no se estableció un lugar determinado de entrega el vendedor se desobliga de poner la mercadería a disposición del comprador. Y

puede disponer la entrega en el lugar donde el vendedor tenga su establecimiento en el momento de la celebración.

Cuando se aplica la Ley de Defensa del Consumidor, más precisamente el Art. 34, que es una Norma de orden público, cobra importancia la misma en la compraventa Electrónica; señalando Colángelo y Álvarez que, necesariamente a la compraventa por medios Electrónicos, se le debe considerar una compraventa a distancia en cuanto a la posibilidad del rechazo de la compra.

Para que pueda ser posible tal circunstancia se deben cumplir dos requisitos: 1.

La necesidad de producir la devolución dentro de los cinco días corridos a partir de que se entregó la cosa o se celebre el Contrato; y 2. Devolverlo en idénticas condiciones, corriendo el comprador con los gastos de devolución,-

Esta facultad no puede ser dispensada ni renunciada. El vendedor debe informar por escrito al consumidor de esta facultad de revocación en todo el documento que, con motivo de venta le sea presentado al consumidor. Tal información debe ser incluida en forma clara y notoria; el consumidor debe poner la cosa a disposición del vendedor y los gastos de devolución corren por su cuenta.

Scorza citado por Lorenzetti señala que ésta regla genérica puede dar lugar a inconvenientes cuando se trata de bienes bajo forma digital, porque el

consumidor puede ingresar en un sitio y luego de usar las informaciones allí expuestas, puede copiar todo el contenido y, finalmente ejercitar su Derecho de receso,- Por ello la Ley Italiana prevé que, no se aplica cuando se trata de: a) la provisión de servicios cuya ejecución ya esté iniciada con acuerdo del consumidor; b) la provisión de bienes o servicios ligados a la fluctuación del mercado financiero; c) bienes personalizados, o hechos a medida del consumidor; d) software abierto para el consumidor o productos audiovisuales; e) periódicos o revistas; f) lotería. Al respecto, coincidimos con Lorenzetti cuando dice que en ausencia de norma expresa, el Derecho de receso es antifuncional en los casos de venta de bienes bajo forma digital, a un punto tal que impediría su suministro. Por ésta razón, su utilización, en éstos casos puede ser calificada de abusiva.

### **Análisis personal**

<sup>7</sup>El contrato electrónico en nuestro país resulta muy importante ya que nuestra <sup>8</sup>sociedad Ecuatoriana y el Estado en general, es diseñar una propuesta de Reforma a la Ley del Comercio Electrónico Firmas Mensajes de Datos en beneficio del consumidor en nuestro país, pedir que la Asamblea Nacional se le

---

<sup>7</sup> <https://es.scribd.com/doc/.../Codigo-de-Procedimiento-Civil-Codificado-y-Actualizado>

<sup>8</sup> Ley de Comercio Electrónico, Firmas electrónicas y Mensajes de Datos (2002).

dé prioridad y mayor énfasis a esta reforma de Ley, del comercio electrónico  
firmas mensajes de datos y derechos al consumidor.

## **MARCO DOCTRINARIO.**

4.2.1 **La nueva Ley de Comercio Electrónico** fue aprobada recientemente por el Congreso Nacional, y publicada en el Registro Oficial No 557- S del miércoles 17 de abril del 2002. Última modificación 13 octubre -2011. Esta Ley, la primera en el Ecuador que regula la contratación virtual y la protección de los mensajes de datos, se enmarca en una tendencia global del Derecho privado a ajustarse a las nuevas tendencias de la comunicación e intercambio comercial a través de "la red".

Primero, es importante entonces, señalar el marco Legal en el Derecho Internacional privado que ha servido como base para los países de Latinoamérica en la adopción de Leyes de Comercio Electrónico, para luego pasar a analizar brevemente esta Ley.

### **Marco Internacional previo a la Ley de Comercio Electrónico**

Uno de los primeros intentos para la creación de un marco Legal apropiado para los Contratos Electrónicos fue el realizado por la Comisión de las Naciones Unidas para una Ley Comercial Internacional (UNCITRAL), quien en el año 1996 finalizó un modelo de Ley para el Comercio Electrónico. En él estableció que "un número creciente de transacciones en negocios Internacionales son llevadas a través del intercambio de datos Electrónicos y

otras formas de comunicación". UNCITRAL señaló que la Comisión de las Naciones Unidas para la Redacción de una Ley Comercial Internacional, había tomado como responsabilidad la creación de un "modelo de Ley de Comercio Electrónico", puesto que "en los países donde existe Legislación concerniente a la comunicación y recepción de información esta es inadecuada o caduca ya que no contempla el uso del Comercio Electrónico". Por otro lado, el 5 de diciembre de 1997 los Estados Unidos de Norteamérica y la Unión Europea firmaron una Declaración sobre el Comercio Electrónico en cuyo Punto 3 se acuerda "trabajar para el desarrollo de un mercado global donde la competencia y la capacidad de elección del consumidor dirijan la actividad económica". En este punto, las dos potencias adoptaron una serie de recomendaciones, entre otras, para el crecimiento sostenible de un Comercio virtual:

**1)** La expansión del Comercio Electrónico global estará orientada esencialmente al mercado y será manejada por la iniciativa privada. Debe tener en cuenta los intereses de todos los actores, en particular de consumidores, bibliotecas, escuelas y otras instituciones públicas, así como la necesidad de asegurar el uso más amplio posible de las nuevas tecnologías.

**2)** El papel de los Gobiernos es proporcionar un Marco Legal claro y consistente, promover un entorno competitivo en el que el Comercio Electrónico pueda florecer, y asegurar la protección adecuada de objetivos de interés público como la intimidad, los Derechos de Propiedad Intelectual, la prevención del fraude, la protección del Consumidor y la Seguridad Nacional.

**3)** La autorregulación de la industria es importante. Dentro del Marco Legal puesto por los Gobiernos, los objetivos de interés público pueden estar previstos en códigos de conducta Internacionales o recíprocamente compatibles, contratos tipo, recomendaciones, etc. que sean el resultado de un acuerdo entre la industria y otros estamentos del sector privado.

**4)** Las barreras Legales y reguladoras que resulten innecesarias deben ser eliminadas y debe impedirse la aparición de otras nuevas. Cuando una acción Legislativa se Juzgue necesaria, las ventajas o desventajas del Comercio Electrónico no deben ser comparadas con otras formas de Comercio.

**5)** Los impuestos en materia de Comercio Electrónico deben ser claros, consistentes, neutrales y no discriminadores.



<sup>9</sup>Desde luego, uno de los dilemas que posteriormente se planteó en la promoción del Comercio Electrónico a Escala Mundial fue el de la jurisdicción

<sup>10</sup>Legal en los conflictos inter-partes: era obvio que el Comercio Electrónico, al efectuarse dentro de un espacio virtual, rompía con el principio de territorialidad en la celebración de los Contratos Civiles y comerciales. Aunque ya existía un antecedente importante en el Derecho Internacional privado para unificar el Derecho de los Contratos a través de los "Principales of International Commercial Contracts", redactados por el Instituto Internacional Para la Unificación del Derecho Privado (UNIDROIT) con sede en Roma, estos no contemplaban todavía la problemática del espacio virtual en la celebración de los Contratos Electrónicos. Sin embargo, estos principios sirvieron de base para la celebración, en junio de 1997, de la Conferencia de La Haya sobre Derecho Privado Internacional, en la cual se creó una Comisión especial para dirigir la jurisdicción Internacional y los efectos de las sentencias Extranjeras en las cuestiones Civiles y Comerciales, y en la que se trató el asunto del "espacio virtual" como una problemática actual del Derecho Internacional privado. Fruto de esta conferencia, la Comisión presentó meses después un "Borrador

---

<sup>9</sup> COLÁNGELO, María Noel y ALVAREZ, Carlos Emiliano "Contrato Electrónico. El contrato electrónico en Argentina", artículo publicado en Doctrina de "La Ley", pág. 10/12.

<sup>10</sup> LUZ CLARA, Bibiana "Manual de Derecho Informático", pág. 132 Ed. Jurídica Nova Tesis

Preliminar sobre la Jurisdicción y las sentencias Judiciales en los asuntos Civiles y Comerciales".

### **Los Derechos fundamentales en la Ley de Comercio Electrónico**

En relación a sus dos vecinos inmediatos, Perú y Colombia, Ecuador es el último que ha aprobado una legislación en materia de Comercio Electrónico. Colombia expidió, el 18 de agosto de 1999, la Ley No. 527, llamada Ley de Comercio Electrónico, y Perú lo hizo el 26 de mayo del 2000, con la Ley No 27269 llamadas Ley de Firmas y Certificados Digitales.

La necesidad de este tipo de Leyes es evidente: los medios Electrónicos actuales, como herramientas de socialización, imponen al Estado la obligación de Legislar sobre esta nueva exigencia. El Derecho, como producto de la sociedad, va imponiendo nuevos usos y costumbres que el Estado, dentro de su poder de Policía y de regulación debe normar de manera de establecer los límites correctos de los Derechos de cada uno. En este sentido, esta Ley aprobada por el Congreso tiene una profunda repercusión en los Derechos Fundamentales de los ciudadanos Ecuatorianos. De la lectura del el Art. 1 del Título Preliminar es evidente que el objeto de esta Ley tiene implicaciones con el Derecho a la intimidad, al debido proceso, de los consumidores, la libertad de empresa, de Contratación, y con la libertad misma de expresión: "regula los

Mensajes de datos, la Firma Electrónica, los servicios de Certificación, la

<sup>11</sup>Contratación Electrónica y telemática, la prestación de servicios Electrónicos, a través de redes de información, incluido el Comercio Electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas."

El derecho a la intimidad

Dentro del Derecho a la Intimidad es importante señalar que el Art. 9 párrafo 1 de la Ley, establece que: "Para la elaboración, transferencia o utilización de bases de datos, obtenidas directa o indirectamente del uso o transmisión de mensajes de datos, se requerirá el consentimiento expreso del titular de éstos, quien podrá seleccionar la información a compartirse con terceros".

Esta disposición está en concordancia con el Art. 23.13 de la Constitución de la República del Ecuador; al respecto, me gustaría señalar la vital importancia del Art. 9 para la ampliación del Derecho Civil al secreto, a la confidencialidad y a la reserva de la información personal. Es indudable que las relaciones Civiles de los individuos han mutado considerablemente con la masificación de la tecnología, y que hemos pasado de la violación a la confidencialidad de la carta a la del correo electrónico.

---

<sup>11</sup> COLÁNGELO, María Noel y ALVAREZ, Carlos Emiliano "Contrato Electrónico. El contrato electrónico en Argentina", artículo publicado en Doctrina de "La Ley", pág. 10/12.

El Derecho a la Intimidad, regulado en <sup>12</sup>una nueva forma a través de esta Ley, <sup>13</sup>forma parte también (en el caso de los usuarios de la información) de un Derecho más general que es el Derecho de los consumidores regulado en el Capítulo III del Art. 48 al 50. En estos tres artículos hay disposiciones precisas sobre la obligación de los proveedores del servicio a informar clara, precisa y satisfactoriamente al usuario sobre los equipos y programas requeridos para acceder a dichos registros o mensajes, previo a su consentimiento para aceptar registros Electrónicos o Mensajes de Datos. Por otro lado, el Art. 50 de esta Ley referente a la información al consumidor hace una oportuna remisión de los Derechos del usuario a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y su Reglamento. Este artículo también destaca que cuando se tratare de bienes o servicios a ser adquiridos, usados o empleados por medios Electrónicos, el oferente deberá informar sobre todos los requisitos, condiciones y restricciones para que el consumidor pueda adquirir y hacer buen uso de los bienes y servicios promocionados.

---

<sup>12</sup> <https://es.scribd.com/doc/.../Codigo-de-Procedimiento-Civil-Codificado-y-Actualizado>

<sup>13</sup> VAZQUEZ FERREIRA, Roberto A. y PEYRANO, Marcos L. “Análisis de la ley 24240 de Defensa del Consumidor”. Cód. Civil 3B arts. 1117/1189. Obligaciones. Contratos Bueres, Highton pág. 240. Ed. Hammurabi.

## **Responsabilidad Jurídica por las Operaciones en línea.**

Las cuestiones referidas a la responsabilidad tiene dos aristas: a) el de los intermediarios que transmiten o almacenan información y b) el de las partes en la relación contractual.

El primero alude a la responsabilidad aplicable a los prestadores de servicios del Comercio Electrónico, y a los intermediarios que transmiten o almacenan información, generalmente provenientes de terceros, por ejemplo los ISP o las autoridades certificadoras. El problema se suscita para determinar en qué medida pueden ser considerados responsables por los contenidos ilícitos, o nocivos en la web. Pueden acordar cláusulas que definan la distribución de la carga indemnizatoria por los daños que se causen a terceros, la que tiene valor entre las partes pero es inoponible a los terceros. Existe una tesis en que el proveedor de acceso (prestadores de los servicios *hosting- servicios de alojamiento de sitios web-*) es considerado como un mero intermediario y equiparable al titular de una tarjeta de crédito o de una línea telefónica que proveen, pero no responden por los hechos de quienes los utilizan. Dichos servicios se asimilarían a una “locación” donde se concede el uso y goce de un sitio virtual por el pago de un precio sin asumir ninguna responsabilidad frente a los terceros, ésta es la posición predominante en Estados Unidos,- Contrariamente a lo expuesto, hay quienes opinan que el proveedor no sólo

suministra el uso y goce, sino que es el organizador y creador de un sitio, con Derechos de autor, infiriéndose que Jurídicamente no es un sujeto pasivo sino activo y por lo tanto con responsabilidad, pero corriéndose el peligro que éstos se nieguen a prestar sus servicios en determinados países donde la Legislación es muy estricta, lo que aparejaría una prohibición del acceso a la información, derivando en una gran inseguridad Jurídica.

Distinta sería la solución si el proveedor de Internet hubiera tenido oportunidad de valorar la ilegalidad del contenido de la información o su dañosidad hacia terceros, lo que tornaría responsable su conducta.

El segundo aspecto se refiere a la relación contractual que se establece entre comprador y vendedor de los bienes y servicios comercializados por Internet.

En éste supuesto juegan un papel fundamental las normativas relacionadas con la actividad comercial en la red; incluyendo las normas sobre protección del consumidor y legislaciones específicas de contratación a través de la red, con la inclusión de las disposiciones referidas a los instrumentos digitales, Firma digital, controles estatales adecuados que posibiliten el cumplimiento de las mismas.

La realidad de nuestro país, se nota la falta de una Infraestructura de Telecomunicaciones, la creación y desarrollo de la tecnología del Comercio Electrónico está ligada al crecimiento Internacional, por lo tanto es necesario

impulsar y fomentar el crecimiento de la Infraestructura de las Telecomunicaciones y el acceso a internet, Por ejemplo, los sectores de la Producción Agrícola en general, son alejados de centros poblados, tienen dificultad en acceder a líneas telefónicas; por ende la posibilidad de utilizar el Comercio Electrónico es negativo. Por todos estos inconvenientes pone barreras bien dificultosas del Comercio Electrónico en nuestro país, que nuestros ciudadanos se arriesguen a tomar un nuevo modelo de Comercio que brinda ventajas de optimiza tiempo y recursos en las diferentes actividades comerciales.

Nos toca mantener un nivel alto de competitividad en el mundo Globalizado es indispensable para el desarrollo económico de un país como nuestro Ecuador, tienen en sus manos los gobiernos de turno esta herramienta <sup>14</sup>muy poderosa para mejorar las actividades comerciales, es cuestión de poner empeño para que esta reforma de la Ley del Comercio Electrónico Firmas y Mensajes de datos se aplique en nuestro país.

### **Las ventajas y desventajas del Comercio Electrónico**

**a). Ventajas.** Más importantes relativas al desarrollo del Comercio Electrónico que en la actualidad se encuentra presente en las relaciones mercantiles alrededor de todo el planeta, pueden ser detalladas las siguientes:

---

<sup>14</sup> Ley de comercio electrónico, firmas y mensajes de datos Ley 67 Registro Oficial Suplemento 557 de 17-abr-2002 Última modificación: 13-oct-2011 Estado: Vigente

- La expansión y fomento del Comercio Electrónico hace que los compradores obtengan nuevos servicios de valor añadido sobre la oferta tradicional con la que cuentan localmente.
- En virtud del Comercio Electrónico los compradores no tienen la necesidad de desplazarse largas distancias para adquirir un producto o servicio, hecho que implica un ahorro de tiempo y dinero.
- El Comercio Electrónico se ha constituido en un medio interactivo que permite obtener gran cantidad de información y comparar prestaciones o servicios de una manera sencilla y rápida, cuando el ofertante pone a disposición en su página web la información relevante a un producto determinado.
- Se lleva una negociación directa con el vendedor o dueño de un producto, dando paso a la posibilidad de eliminar la intervención de intermediarios y consecuentemente a la prestación de mejores ofertas en el ámbito económico, pues es conocido que los intermediarios encarecen los productos.

#### **b) Desventajas.**

- Es necesario un ajuste de la empresa a la red, para lo cual, se requiere un cambio de mentalidad comercial y<sup>15</sup> operativa obligatoria. En efecto, el Comercio Electrónico no es únicamente el empleo de una nueva tecnología, sino un cambio en la concepción de la empresa como tal, que implica no solo

---

<sup>15</sup> Ley de Comercio Electrónico, Firmas electrónicas y Mensajes de Datos (2002).



una <sup>16</sup>transformación en la manera de ofertar y vender sus productos o servicios, sino, en toda la cadena de producción de la misma, lo cual, desde una visión general, afecta la estructura Jurídica preestablecida de un país para normar las relaciones comerciales y por lo tanto, es capaz de constituirse en un aspecto incontrolable para el Estado, ya que este tipo de exigencias se presentan de manera más rápida y profunda que la adaptación legal de un cuerpo normativo a las mismas.

- Con la finalidad de adaptarse a las exigencias que se derivan del Comercio Electrónico, se debe hacer una inversión y un esfuerzo en los cambios de estrategia que en muchas de las ocasiones no se encuentran en capacidad de hacerlo las empresas que pretenden someterse a su injerencia, ya que para tal efecto, se requiere en un principio el sustancial incremento de costos, sin que estos como tal sean factibles de ser recuperados mediante una transferencia directa al consumidor.

- Otro de los problemas que se generan en la intencionalidad empresarial de adaptarse al moderno régimen de Comercio Electrónico, es la imposibilidad debido a efectos económicos y sociales que tienen los productores de bienes y servicios para mantener el paso con la constante evolución de la cual son objeto los instrumentos tecnológicos que hacen posible el desarrollo del referido sistema de Comercio.

---

<sup>16</sup> JIJENA LEIVA, Renato Javier “Comercio electrónico y derecho. La problemática jurídica del comercio electrónico”. El comercio electrónico o vías redes telemáticas, artículo publicado en REDI (Revista Informática de Derecho informático).

En el Reglamento de la Ley de régimen Tributario interno menciona que se debe establecer normas expresas <sup>17</sup>de responsabilidad sobre la prestación de información y cumplimiento por parte de las Instituciones Financieras en su calidad de Agentes, sobre manejos del Comercio Electrónico en nuestro país,

Las Autoridades de turno deben dar prioridad a la creación de una empresa que se dedique al manejo del sistema del comercio electrónico cuya actividad es dar, seguridad Jurídica a los Consumidores, la Reforma de esta Ley es muy importante que nuestro país ingrese al mercado Nacional e Internacional.

---

<sup>17</sup> [descargas.sri.gov.ec/download/pdf/regtribint.pdf](https://descargas.sri.gov.ec/download/pdf/regtribint.pdf)

## **MARCO JURIDICO.**

### **Constitución de la República del Ecuador. 2008**

Art. 16.- todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características, la ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de los consumidores; y las acciones por la vulneraciones de estos derechos, las reparación e indemnización por deficiencia, daños o mala calidad de bienes y servicios.

Art. 53.- las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarios y consumidores.

Art. 54.- las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto.

## **Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos**

Considerando:

Que el uso de sistemas de información y de redes Electrónicas, incluida la Internet ha adquirido importancia para el desarrollo del Comercio y la producción, permitiendo la realización y concreción de múltiples negocios de trascendental importancia, tanto para el sector público como para el sector<sup>18</sup>privado;

Que es necesario impulsar el acceso de la población a los servicios Electrónicos que se generan por y a través de diferentes medios Electrónicos;

Que se debe generalizar la utilización de servicios de redes de información e Internet, de modo que éstos se conviertan en un medio para el desarrollo del Comercio, la Educación y la Cultura;

Que a través del servicio de redes Electrónicas, incluida la Internet se establecen relaciones económicas y de comercio, y se realizan actos y contratos de carácter Civil y Mercantil que es necesario normarlos, regularlos y controlarlos, mediante la expedición de una Ley especializada sobre la materia;

---

<sup>18</sup> Ley de Comercio Electrónica, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, Registro Oficial N° 557-S (Congreso Nacional del Ecuador 17 de Abril de 2002).

Que es indispensable que el Estado Ecuatoriano cuente con herramientas Jurídicas que le permitan el uso de los servicios Electrónicos, incluido el Comercio Electrónico y acceder con mayor facilidad a la cada vez más compleja red de los negocios Internacionales; y,

En uso de sus atribuciones, expide la siguiente:

## LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS ELECTRÓNICAS Y MENSAJES DE DATOS

Título Preliminar.

<sup>19</sup>Art. 1.- Objeto de la Ley.- Esta Ley regula los Mensajes de Datos, la Firma Electrónica, los servicios de certificación, la contratación Electrónica y telemática, la prestación de servicios Electrónicos, a través de redes de información, incluido el Comercio Electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas.

Título I

DE LOS MENSAJES DE DATOS

Capítulo I

---

<sup>19</sup> Ley de Comercio Electrónica, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, Registro Oficial N° 557-S (Congreso Nacional del Ecuador 17 de Abril de 2002).

## PRINCIPIOS GENERALES

Art. 2.- Reconocimiento Jurídico de los Mensajes de Datos.- Los Mensajes de Datos tendrán igual valor Jurídico que los documentos escritos. Su eficacia, valoración y efectos se someterá al cumplimiento de lo establecido en esta Ley y su Reglamento.

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

Art. 4.- Propiedad Intelectual.- Los Mensajes de datos estarán sometidos a las Leyes, Reglamentos y acuerdos Internacionales relativos a la Propiedad Intelectual.

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

Art. 6.- Información escrita.- Cuando la Ley requiera u obligue que la información conste por escrito, este requisito quedará cumplido con un Mensaje <sup>20</sup>de datos, siempre que la información que éste contenga sea accesible para su posterior consulta.

Art. 7.- Información original.- Cuando la Ley requiera u obligue que la <sup>21</sup>información sea presentada o conservada en su forma original, este requisito quedará cumplido con un Mensaje de Datos, si siendo requerido conforme a la Ley, puede comprobarse que ha conservado la integridad de la información, a partir del momento en que se generó por primera vez en su forma definitiva, como Mensaje de Datos.

Se considera que un Mensaje de Datos permanece íntegro, si se mantiene completo e inalterable su contenido, salvo algún cambio de forma, propio del proceso de comunicación, archivo o presentación.

Por acuerdo de las partes y cumpliendo con todas las obligaciones previstas en esta Ley, se podrán desmaterializar los documentos que por Ley deban ser instrumentados físicamente.

---

<sup>20</sup> Ley de Comercio Electrónica, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, Registro Oficial N° 557-S (Congreso Nacional del Ecuador 17 de Abril de 2002).

<sup>21</sup> Reglamento general a la ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos no. 3496.

Los documentos desmaterializados deberán contener las Firmas Electrónicas correspondientes debidamente certificadas ante una de las entidades autorizadas según lo dispuesto en el Art. 29 de la presente Ley, y deberán ser conservados conforme a lo establecido en el artículo siguiente.

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

- a. Que la información que contenga sea accesible para su posterior consulta;
- b. Que sea conservado con el formato en el que se haya generado, enviado o recibido, o con algún formato que sea demostrable que reproduce con exactitud la información generada, enviada o recibida;
- c. Que se conserve todo dato que permita determinar el origen, el destino del Mensaje, la fecha y hora en que fue creado, generado, procesado, enviado, recibido y archivado; y,
- d. Que se garantice su integridad por el tiempo que se establezca en el Reglamento a esta Ley.

Toda persona podrá cumplir con la conservación de Mensajes de datos,



usando los servicios de terceros, siempre que se cumplan las condiciones mencionadas en este artículo.

La información que tenga por única finalidad facilitar el envío o recepción del Mensaje de datos, no será obligatorio el cumplimiento de lo establecido en los literales anteriores.

Art. 9.- Protección de datos.- Para la elaboración, transferencia o utilización de bases de datos, obtenidas directa o indirectamente del uso o transmisión de Mensajes de datos, se requerirá el consentimiento expreso del titular de éstos, quien podrá seleccionar la información a compartirse con terceros.

La recopilación y uso de datos personales responderá a los Derechos de privacidad, intimidad y confidencialidad garantizados por la Constitución Política de la República y esta Ley, los cuales podrán ser utilizados o transferidos únicamente con autorización del titular u orden de autoridad competente.

No será preciso el consentimiento para recopilar datos personales de fuentes accesibles al público, cuando se recojan para el ejercicio de las funciones<sup>22</sup> propias de la administración pública, en el ámbito de su competencia, y cuando se refieran a personas vinculadas por una relación de negocios,

---

<sup>22</sup> Constitución de la republica del ecuador 2008 decreto legislativo 0 registro oficial 449 de 20-oct-2008 última modificación: 13-jul-2011 estado: vigente.

Laboral, Administrativa o Contractual y sean necesarios para el mantenimiento de las <sup>23</sup>relaciones o para el cumplimiento del Contrato.

El consentimiento a que se refiere este artículo podrá ser revocado a criterio del titular de los datos; la revocatoria no tendrá en ningún caso efecto retroactivo.

Art. 10.- Procedencia e identidad de un Mensaje de Datos.- Salvo prueba en contrario se entenderá que un Mensaje de Datos proviene de quien lo envía y, autoriza a quien lo recibe, para actuar conforme al contenido del mismo, cuando de su verificación exista concordancia entre la identificación del Emisor y su Firma Electrónica, excepto en los siguientes casos:

- a) Si se hubiere dado aviso que el Mensaje de Datos no proviene de quien consta como Emisor; en este caso, el aviso se lo hará antes de que la persona que lo recibe actúe conforme a dicho Mensaje. En caso contrario, quien conste como emisor deberá justificar plenamente que el Mensaje de Datos no se inició por orden suya o que el mismo fue alterado; y,
- b) Si el destinatario no hubiere efectuado diligentemente las verificaciones correspondientes o hizo caso omiso de su resultado.

---

<sup>23</sup> Ley de Comercio Electrónica, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, Registro Oficial N° 557-S (Congreso Nacional del Ecuador 17 de Abril de 2002).

Art. 11.- Envío y recepción de los Mensajes de Datos.- Salvo pacto en contrario, se presumirá que el tiempo y lugar de emisión y recepción del Mensaje de Datos, son los siguientes:

a) Momento de emisión del Mensaje de Datos.- Cuando el Mensaje de Datos ingrese en un sistema de información o red Electrónica que no esté bajo control del Emisor o de la persona que envió el Mensaje en nombre de éste o del dispositivo Electrónico autorizado para el efecto;

b) Momento de recepción del Mensaje de Datos.- Cuando el Mensaje de Datos ingrese al sistema de información o red Electrónica señalado por el destinatario. Si el destinatario designa otro sistema de información o red Electrónica, el momento de recepción se presumirá aquel en que se produzca la recuperación del Mensaje de Datos. De no haberse señalado un lugar preciso de recepción, se entenderá que ésta ocurre cuando el Mensaje de datos ingresa a un sistema de información o red Electrónica del destinatario, independientemente de haberse recuperado o no el Mensaje de datos; y,

c) Lugares de envío y recepción.- Los acordados por las partes, sus domicilios Legales o los que consten en el Certificado de Firma Electrónica, del Emisor y del destinatario. Si no se los pudiere establecer por estos medios, se tendrán

por tales, el lugar de trabajo, o donde desarrollen el giro principal de sus actividades o la actividad relacionada con el Mensaje de datos.

Art. 12.- Duplicación del Mensaje de datos.- Cada Mensaje de datos será considerado diferente. En caso de duda, las partes pedirán la confirmación del nuevo Mensaje y tendrán la obligación de verificar técnicamente la autenticidad del mismo.

## Título II

DE LAS FIRMAS ELECTRÓNICAS, CERTIFICADOS DE FIRMA ELECTRÓNICA, ENTIDADES DE CERTIFICACIÓN DE INFORMACIÓN, ORGANISMOS DE PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS ELECTRÓNICOS, Y DE REGULACIÓN Y CONTROL DE LAS ENTIDADES DE CERTIFICACIÓN ACREDITADAS

### Capítulo I

DE LAS FIRMAS ELECTRÓNICAS

Art. 13.- Firma Electrónica.- Son los datos en forma Electrónica consignados en un Mensaje de datos, adjuntados o lógicamente asociados al mismo, y que puedan ser utilizados para identificar al titular de la firma en relación con el

Mensaje de datos, e indicar que el titular de la Firma aprueba y reconoce la información contenida en el Mensaje de datos.

Art. 14.- Efectos de la Firma Electrónica.- La Firma Electrónica tendrá igual validez y se le reconocerán los mismos efectos Jurídicos que a una Firma manuscrita en relación con los datos consignados en documentos escritos, y será admitida como prueba en juicio.

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

- a) Ser individual y estar vinculada exclusivamente a su titular;
- b) Que permita verificar inequívocamente la autoría e identidad del signatario, mediante dispositivos técnicos de comprobación establecidos por esta Ley y sus Reglamentos;
- c) Que su método de creación y verificación sea confiable, seguro e inalterable para el propósito para el cual el Mensaje fue generado o comunicado.
- d) Que al momento de creación de la Firma Electrónica, los datos con los que se creare se hallen bajo control exclusivo del signatario; y,
- e) Que la Firma sea controlada por la persona a quien pertenece.

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

Art. 17.- Obligaciones del titular de la Firma Electrónica.- El titular de la Firma Electrónica deberá:

- a) Cumplir con las obligaciones derivadas del uso de la Firma Electrónica;
- b) Actuar con la debida diligencia y tomar las medidas de seguridad necesarias, para mantener la Firma Electrónica bajo su estricto control y evitar toda utilización no autorizada;
- c) Notificar por cualquier medio a las personas vinculadas, cuando exista el riesgo de que su Firma sea controlada por terceros no autorizados y utilizada indebidamente;
- d) Verificar la exactitud de sus declaraciones;

- e) Responder por las obligaciones derivadas del uso no autorizado de su Firma, cuando no hubiere obrado con la debida diligencia para impedir su utilización, salvo que el destinatario conociere de la inseguridad de la Firma Electrónica o no hubiere actuado con la debida diligencia;
- f) Notificar a la entidad de Certificación de información los riesgos sobre su Firma y solicitar oportunamente la cancelación de los Certificados; y,
- g) Las demás señaladas en la Ley y sus Reglamentos.

Art. 18.- Duración de la Firma Electrónica.- Las Firmas Electrónicas tendrán duración indefinida. Podrán ser revocadas, anuladas o suspendidas de conformidad con lo que el Reglamento a esta Ley señale.

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

- a) Voluntad de su titular;
- b) Fallecimiento o incapacidad de su titular;
- c) Disolución o liquidación de la persona Jurídica, titular de la Firma; y,
- d) Por causa judicialmente declarada.

La extinción de la Firma Electrónica no exime a su titular de las obligaciones previamente contraídas derivadas de su uso.

## Capítulo II

### DE LOS CERTIFICADOS DE FIRMA ELECTRÓNICA

Art. 20.- Certificado de Firma Electrónica.- Es el Mensaje de datos que Certifica la vinculación de una Firma Electrónica con una persona determinada, a través de un proceso de comprobación que confirma su identidad.

Art. 21.- Uso del Certificado de Firma Electrónica.- El Certificado de Firma Electrónica se empleará para Certificar la identidad del titular de una Firma Electrónica y para otros usos, de acuerdo a esta Ley y su Reglamento.

Art. 22.- Requisitos del Certificado de Firma Electrónica.- El Certificado de Firma Electrónica para ser considerado válido contendrá los siguientes requisitos:

- a) Identificación de la entidad de Certificación de información;
- b) Domicilio Legal de la entidad de Certificación de información;
- c) Los datos del titular del Certificado que permitan su ubicación e identificación;



- d) El método de verificación de la Firma del titular del Certificado;
- e) Las fechas de emisión y expiración del Certificado;
- f) El número único de serie que identifica el Certificado;
- g) La Firma Electrónica de la entidad de Certificación de información;
- h) Las limitaciones o restricciones para los usos del Certificado; e,
- i) Los demás señalados en esta Ley y los Reglamentos.

Art. 23.- Duración del Certificado de Firma Electrónica.- Salvo acuerdo contractual, el plazo de validez de los Certificados de Firma Electrónica será el establecido en el Reglamento a esta Ley.

Art. 24.- Extinción del Certificado de Firma Electrónica.- Los Certificados de Firma Electrónica, se extinguen, por las siguientes causas:

- a) Solicitud de su titular;
- b) Extinción de la Firma Electrónica, de conformidad con lo establecido en el Art. 19 de esta Ley; y,
- c) Expiración del plazo de validez del Certificado de Firma Electrónica.

La extinción del Certificado de Firma Electrónica se producirá desde el momento de su comunicación a la entidad de Certificación de información,

excepto en el caso de fallecimiento del titular de la Firma Electrónica, en cuyo caso se extingue a partir de que acaece el fallecimiento. Tratándose de personas secuestradas o desaparecidas, se extingue a partir de que se denuncie ante las autoridades competentes tal secuestro o desaparición. La extinción del Certificado de Firma Electrónica no exime a su titular de las obligaciones previamente contraídas derivadas de su uso.

Art. 25.- Suspensión del Certificado de Firma Electrónica.- La entidad de Certificación de información podrá suspender temporalmente el Certificado de Firma Electrónica cuando:

- a) Sea dispuesto por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, de conformidad con lo previsto en esta Ley;
- b) Se compruebe por parte de la entidad de Certificación de información, falsedad en los datos consignados por el titular del Certificado; y,
- c) Se produzca el incumplimiento del Contrato celebrado entre la entidad de Certificación de información y el titular de la Firma Electrónica.

La suspensión temporal dispuesta por la entidad de Certificación de información deberá ser inmediatamente notificada al titular del Certificado y al

organismo de control, dicha notificación deberá señalar las causas de la suspensión.

La entidad de Certificación de información deberá levantar la suspensión temporal una vez desvanecidas las causas que la originaron, o cuando mediare resolución del Consejo Nacional de Telecomunicaciones, en cuyo caso, la entidad de Certificación de información está en la obligación de habilitar de inmediato el Certificado de Firma Electrónica.

Art. 26.- Revocatoria del Certificado de Firma Electrónica.- El Certificado de Firma Electrónica podrá ser revocado por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, de conformidad con lo previsto en esta Ley, cuando:

- a) La entidad de Certificación de información cese en sus actividades y los Certificados vigentes no sean asumidos por otra entidad de Certificación; y,
- b) Se produzca la quiebra técnica de la entidad de Certificación judicialmente declarada.

La revocatoria y sus causas deberán ser inmediatamente notificadas al titular del Certificado.

Art. 27.- Tanto la suspensión temporal, como la revocatoria, surtirán efectos desde el momento de su comunicación con relación a su titular; y, respecto de

terceros, desde el momento de su publicación que deberá efectuarse en la forma que se establezca en el respectivo Reglamento, y no eximen al titular del Certificado de Firma Electrónica, de las obligaciones previamente contraídas derivadas de su uso.

La entidad de Certificación de información será responsable por los perjuicios que ocasionare la falta de comunicación, de publicación o su retraso.

Art. 28.- Reconocimiento Internacional de Certificados de Firma Electrónica.-

Los Certificados Electrónicos emitidos por entidades de Certificación extranjeras, que cumplieren con los requisitos señalados en esta Ley y presenten un grado de fiabilidad equivalente, tendrán el mismo valor Legal que los Certificados acreditados, expedidos en el Ecuador. El Consejo Nacional de Telecomunicaciones dictará el Reglamento correspondiente para la aplicación de este artículo.

Las Firmas Electrónicas creadas en el extranjero, para el reconocimiento de su validez en el Ecuador se someterán a lo previsto en esta Ley y su Reglamento.

Cuando las partes acuerden entre sí la utilización de determinados tipos de Firmas Electrónicas y Certificados, se reconocerá que ese acuerdo es suficiente en Derecho.

Salvo aquellos casos en los que el Estado, en virtud de convenios o tratados Internacionales haya pactado la utilización de medios convencionales, los tratados o convenios que sobre esta materia se suscriban, buscarán la armonización de normas respecto de la regulación de Mensajes de datos, la Firma Electrónica, los servicios de Certificación, la contratación Electrónica y telemática, la prestación de servicios Electrónicos, a través de redes de información, incluido el Comercio Electrónico, la protección a los usuarios de estos sistemas, y el reconocimiento de los Certificados de Firma Electrónica entre los países suscriptores.

### Capítulo III

#### DE LAS ENTIDADES DE CERTIFICACIÓN DE INFORMACIÓN

Art. 29.- Entidades de Certificación de información.- Son las empresas unipersonales o personas Jurídicas que emiten Certificados de Firma Electrónica y pueden prestar otros servicios relacionados con la Firma Electrónica, autorizadas por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, según lo dispuesto en esta Ley y el Reglamento que deberá expedir el Presidente de la República.

Art. 30.- Obligaciones de las entidades de Certificación de información acreditadas.- Son obligaciones de las entidades de Certificación de información acreditadas:

a) Encontrarse legalmente constituidas, y estar registradas en el Consejo Nacional de Telecomunicaciones;

b) Demostrar solvencia técnica, logística y financiera para prestar servicios a sus usuarios;

c) Garantizar la prestación permanente, inmediata, confidencial, oportuna y segura del servicio de Certificación de información;

d) Mantener sistemas de respaldo de la información relativa a los Certificados;

e) Proceder de forma inmediata a la suspensión o revocatoria de Certificados Electrónicos previo mandato de la Superintendencia de Telecomunicaciones, en los casos que se especifiquen en esta Ley;

f) Mantener una publicación del estado de los Certificados Electrónicos emitidos;

g) Proporcionar a los titulares de Certificados de Firmas Electrónicas un medio efectivo y rápido para dar aviso que una Firma Electrónica tiene riesgo de uso indebido;

h) Contar con una garantía de responsabilidad para cubrir daños y perjuicios que se ocasionaren por el incumplimiento de las obligaciones previstas en la presente Ley, y hasta por culpa leve en el desempeño de sus obligaciones. Cuando Certifiquen límites sobre responsabilidades o valores económicos, esta garantía será al menos del 5% del monto total de las operaciones que garanticen sus Certificados; e,

i) Las demás establecidas en esta Ley y los Reglamentos.

Art. 31.- Responsabilidades de las entidades de Certificación de información acreditadas.- Las entidades de Certificación de información serán responsables hasta de culpa leve y responderán por los daños y perjuicios que causen a cualquier persona Natural o Jurídica, en el ejercicio de su actividad, cuando incumplan las obligaciones que les impone esta Ley o actúen con negligencia, sin perjuicio de las sanciones previstas en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. Serán también responsables por el uso indebido del Certificado de Firma Electrónica acreditado, cuando éstas no hayan consignado en dichos Certificados, de forma clara, el límite de su uso y del importe de las transacciones válidas que pueda realizar. Para la aplicación de este artículo, la carga de la prueba le corresponderá a la entidad de Certificación de información.

Los contratos con los usuarios deberán incluir una cláusula de responsabilidad que reproduzca lo que señala el primer inciso.

Cuando la garantía constituida por las entidades de Certificación de información acreditadas no cubra las indemnizaciones por daños y perjuicios, aquellas responderán con su patrimonio.

Art. 32.- Protección de datos por parte de las entidades de Certificación de información acreditadas.- Las entidades de Certificación de información garantizarán la protección de los datos personales obtenidos en función de sus actividades, de conformidad con lo establecido en el artículo 9 de esta Ley.

Art. 33.- Prestación de servicios de Certificación por parte de terceros.- Los servicios de Certificación de información podrán ser proporcionados y administrados en todo o en parte por terceros. Para efectuar la prestación, éstos deberán demostrar su vinculación con la Entidad de Certificación de Información.

El Consejo Nacional de Telecomunicaciones, establecerá los términos bajo los cuales las Entidades de Certificación de Información podrán prestar sus servicios por medio de terceros.



Art. 34.- Terminación contractual.- La Terminación del Contrato entre las entidades de Certificación acreditadas y el suscriptor se sujetará a las Normas previstas en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

Art. 35.- Notificación de cesación de actividades.- Las entidades de Certificación de información acreditadas, deberán notificar al Organismo de Control, por lo menos con noventa días de anticipación, la cesación de sus actividades y se sujetarán a las normas y procedimientos establecidos en los Reglamentos que se dicten para el efecto.

#### Capítulo IV

### DE LOS ORGANISMOS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS SERVICIOS ELECTRÓNICOS, Y DE REGULACIÓN Y CONTROL DE LAS ENTIDADES DE CERTIFICACIÓN ACREDITADAS

Art. 36.- Organismo de promoción y difusión.- Para efectos de esta Ley, el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones, "COMEXI", será el Organismo de promoción y difusión de los servicios Electrónicos, incluido el Comercio Electrónico, y el uso de las Firmas Electrónicas en la promoción de inversiones<sup>24</sup>y Comercio Exterior.

---

<sup>24</sup> Ley de Comercio Electrónica, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, Registro Oficial N° 557-S (Congreso Nacional del Ecuador 17 de Abril de 2002).

Art. 37.- Organismo de regulación, autorización y registro de las entidades de <sup>25</sup>Certificación acreditadas.- El Consejo Nacional de Telecomunicaciones “CONATEL”, o la entidad que haga sus veces, será el Organismo de autorización, registro y regulación de las entidades de Certificación de información acreditadas.

En su calidad de Organismo de autorización podrá además:

- a) Cancelar o suspender la autorización a las entidades de Certificación acreditadas, previo informe motivado de la Superintendencia de Telecomunicaciones;
- b) Revocar o suspender los Certificados de Firma Electrónica, cuando la entidad de Certificación acreditada los emita con inobservancia de las formalidades legales, previo informe motivado de la Superintendencia de Telecomunicaciones; y,
- c) Las demás atribuidas en la Ley y en los Reglamentos.

Art. 38.- Organismo de control de las entidades de Certificación de información acreditadas.- Para efectos de esta Ley, la Superintendencia de

---

<sup>25</sup> [www.arcotel.gob.ec/ex-conatel/](http://www.arcotel.gob.ec/ex-conatel/)

Telecomunicaciones, será el Organismo encargado del control de las entidades de Certificación de información acreditadas.

Art. 39.- Funciones del Organismo de control.- Para el ejercicio de las atribuciones establecidas en esta Ley, la Superintendencia de Telecomunicaciones tendrá las siguientes funciones:

- a) Velar por la observancia de las disposiciones Constitucionales y Legales sobre la promoción de la competencia y las prácticas Comerciales restrictivas, competencia desleal y Protección al Consumidor, en los mercados atendidos por las entidades de Certificación de información acreditadas;
- b) Ejercer el control de las entidades de Certificación de información acreditadas en el Territorio Nacional y velar por su eficiente funcionamiento;
- c) Realizar auditorías técnicas a las entidades de Certificación de información acreditadas;
- d) Requerir de las entidades de Certificación de información acreditadas, la información pertinente para el ejercicio de sus funciones;
- e) Imponer de conformidad con la Ley sanciones administrativas a las entidades de Certificación de información acreditadas, en caso de incumplimiento de las obligaciones derivadas de la prestación del servicio;

f) Emitir los informes motivados previstos en esta Ley;

<sup>26</sup>g) Disponer la suspensión de la prestación de servicios de Certificación para

<sup>27</sup>impedir el cometimiento de una infracción; y,

h) Las demás atribuidas en la Ley y en los Reglamentos.

Art. 40.- Infracciones Administrativas.- Para los efectos previstos en la presente ley, las infracciones administrativas se clasifican en leves y graves.

**Infracciones Leves:**

1. La demora en el cumplimiento de una instrucción o en la entrega de información requerida por el Organismo de control; y,

2. Cualquier otro incumplimiento de las obligaciones impuestas por esta Ley y sus Reglamentos a las entidades de Certificación acreditadas.

Estas infracciones serán sancionadas, de acuerdo a los literales a) y b) del artículo siguiente.

---

<sup>26</sup> Ley de comercio electrónico, firmas y mensajes de datos Ley 67 Registro Oficial Suplemento 557 de 17-abr-2002Última modificación: 13-oct-2011Estado: Vigente

<sup>27</sup> [www.arcotel.gob.ec/ex-conatel/](http://www.arcotel.gob.ec/ex-conatel/)

### **Infracciones Graves:**

1. Uso indebido del Certificado de Firma Electrónica por omisiones imputables a la entidad de Certificación de información acreditada;
2. Omitir comunicar al Organismo de control, de la existencia de actividades presuntamente ilícitas realizada por el destinatario del servicio;
3. Desacatar la petición del Organismo de control de suspender la prestación de servicios de Certificación para impedir el cometimiento de una infracción;
4. El incumplimiento de las resoluciones dictadas por los Organismos de Autorización Registro y Regulación, y de Control; y,
5. No permitir u obstruir la realización de auditorías técnicas por parte del Organismo de control.

Estas infracciones se sancionarán de acuerdo a lo previsto en los literales c) y d) del artículo siguiente.

Las sanciones impuestas al infractor, por las infracciones graves y leves, no le eximen del cumplimiento de sus obligaciones.

Si los infractores fueren empleados de instituciones del sector público, las sanciones podrán extenderse a la suspensión, remoción o cancelación del

cargo del infractor, en cuyo caso deberán observarse las normas previstas en la Ley.

Para la cuantía de las multas, así como para la gradación de las demás sanciones, se tomará en cuenta:

- a) La gravedad de las infracciones cometidas y su reincidencia;
- b) El daño causado o el beneficio reportado al infractor; y,
- c) La repercusión social de las infracciones.

Art. 41.- Sanciones.- La Superintendencia de Telecomunicaciones, impondrá de oficio o a petición de parte, según la naturaleza y gravedad de la infracción, a las entidades de Certificación de información acreditadas, a sus administradores y representantes Legales, o a terceros que presten sus servicios, las siguientes sanciones:

- a) Amonestación escrita;
- b) Multa de quinientos a tres mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica;
- c) Suspensión temporal de hasta dos años de la autorización de funcionamiento de la entidad infractora, y multa de mil a tres mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica; y,

d) Revocatoria definitiva de la autorización para operar como entidad de

<sup>28</sup>Certificación acreditada y multa de dos mil a seis mil dólares de los Estados

<sup>29</sup>Unidos de Norteamérica.

Art. 42.- Medidas cautelares.- En los procedimientos instaurados por infracciones graves, se podrá solicitar a los Órganos Judiciales competentes, la adopción de las medidas cautelares previstas en la Ley que se estimen necesarias, para asegurar la eficacia de la resolución que definitivamente se dicte.

Art. 43.- Procedimiento.- El procedimiento para sustanciar los procesos y establecer sanciones Administrativas, será el determinado en la Ley Especial de Telecomunicaciones.

Título III

DE LOS SERVICIOS ELECTRÓNICOS, LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA Y TELEMÁTICA, LOS DERECHOS DE LOS USUARIOS, E INSTRUMENTOS PÚBLICOS.

Capítulo I

---

<sup>28</sup> <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/>

<sup>29</sup> Ley de comercio electrónico, firmas y mensajes de datos Ley 67 Registro Oficial Suplemento 557 de 17-abr-2002Última modificación: 13-oct-2011Estado: Vigente

## DE LOS SERVICIOS ELECTRÓNICOS

Art. 44.- Cumplimiento de formalidades.- Cualquier actividad, transacción mercantil, financiera o de servicios, que se realice con Mensajes de datos, a través de redes Electrónicas, se someterá a los requisitos y solemnidades establecidos en la Ley que las rija, en todo lo que fuere aplicable, y tendrá el mismo valor y los mismos efectos Jurídicos que los señalados en dicha Ley.

## Capítulo II

### DE LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA Y TELEMÁTICA.

Art. 45.- Validez de los Contratos Electrónicos.- Los Contratos podrán ser instrumentados mediante Mensajes de datos. No se negará validez o fuerza obligatoria a un Contrato por la sola razón de haberse utilizado en su formación uno o más Mensajes de datos.

Art. 46.- Perfeccionamiento y aceptación de los Contratos Electrónicos.- El perfeccionamiento de los Contratos Electrónicos se someterá a los requisitos y solemnidades previstos en las Leyes y se tendrá como lugar de perfeccionamiento el que acordaren las partes.

La recepción, confirmación de recepción, o apertura del Mensaje de datos, no implica aceptación del Contrato Electrónico, salvo acuerdo de las partes.



Art. 47.- Jurisdicción.- En caso de controversias las partes se someterán a la jurisdicción estipulada en el Contrato; a falta de ésta, se sujetarán a las Normas previstas por el Código de Procedimiento Civil Ecuatoriano y esta Ley, siempre que no se trate de un Contrato sometido a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en cuyo caso se determinará como domicilio el del consumidor o usuario.

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

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

### Capítulo III

## DE LOS DERECHOS DE LOS USUARIOS O CONSUMIDORES DE SERVICIOS ELECTRÓNICOS

Art. 48.- Consentimiento para aceptar Mensajes de datos.- Previamente a que el consumidor o usuario exprese su consentimiento para aceptar Registros

Electrónicos o Mensajes de datos, debe ser informado clara, precisa y satisfactoriamente, sobre los equipos y programas que requiere para acceder a dichos Registros o Mensajes.

El usuario o consumidor, al otorgar o confirmar Electrónicamente su consentimiento, debe demostrar razonablemente que puede acceder a la información objeto de su consentimiento.

Si con posterioridad al consentimiento del consumidor o usuario existen cambios de cualquier tipo, incluidos cambios en equipos, programas o procedimientos, necesarios para mantener o acceder a Registros o Mensajes Electrónicos, de forma que exista el riesgo de que el Consumidor o usuario no sea capaz de acceder o retener un Registro Electrónico o Mensaje de datos sobre los que hubiera otorgado su consentimiento, se le deberá proporcionar de forma clara, precisa y satisfactoria la información necesaria para realizar estos cambios, y se le informará sobre su Derecho a retirar el consentimiento previamente otorgado sin la imposición de ninguna condición, costo alguno o consecuencias. En el caso de que estas modificaciones afecten los Derechos del Consumidor o usuario, se le deberán proporcionar los medios necesarios para evitarle perjuicios, hasta la terminación del contrato o acuerdo que motivó su consentimiento previo.

Art. 49.- Consentimiento para el uso de medios Electrónicos.- De requerirse que la información relativa a un servicio Electrónico, incluido el Comercio Electrónico, deba constar por escrito, el uso de medios Electrónicos para proporcionar o permitir el acceso a esa información, será válido si:

a) El consumidor ha consentido expresamente en tal uso y no ha objetado tal consentimiento; y,

b) El consumidor en forma previa a su consentimiento ha sido informado, a satisfacción, de forma clara y precisa, sobre:

1. Su Derecho u opción de recibir la información en papel o por medios no Electrónicos;

2. Su Derecho a objetar su consentimiento en lo posterior y las consecuencias de cualquier tipo al hacerlo, incluidas la terminación Contractual o el pago de cualquier tarifa por dicha acción;

3. Los procedimientos a seguir por parte del consumidor para retirar su consentimiento y para actualizar la información proporcionada; y,

4. Los procedimientos para que, posteriormente al consentimiento, el consumidor pueda obtener una copia impresa en papel de los Registros Electrónicos y el costo de esta copia, en caso de existir.

Art. 50.- Información al consumidor.- En la prestación de servicios Electrónicos en el Ecuador, el consumidor deberá estar suficientemente informado de sus Derechos y obligaciones, de conformidad con lo previsto en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y su Reglamento.

Cuando se tratare de bienes o servicios a ser adquiridos, usados o empleados por medios Electrónicos, el oferente deberá informar sobre todos los requisitos, condiciones y restricciones para que el consumidor pueda adquirir y hacer uso de los bienes o servicios promocionados.

La publicidad, promoción e información de servicios Electrónicos, por redes Electrónicas de información, incluida la Internet, se realizará de conformidad con la Ley, y su incumplimiento será sancionado de acuerdo al ordenamiento Jurídico vigente en el Ecuador.

En la publicidad y promoción por redes Electrónicas de información, incluida la Internet, se asegurará que el consumidor pueda acceder a toda la información disponible sobre un bien o servicio sin restricciones, en las mismas condiciones y con las facilidades disponibles para la promoción del bien o servicio de que se trate.

En el envío periódico de Mensajes de datos con información de cualquier tipo, en forma individual o a través de listas de correo, directamente o mediante

cadena de Mensajes, el Emisor de los mismos deberá proporcionar medios expeditos para que el destinatario, en cualquier tiempo, pueda confirmar su suscripción o solicitar su exclusión de las listas, cadenas de mensajes o bases de datos, en las cuales se halle inscrito y que ocasionen el envío de los Mensajes de datos referidos.

La solicitud de exclusión es vinculante para el Emisor desde el momento de la recepción de la misma. La persistencia en el envío de Mensajes periódicos no deseados de cualquier tipo, se sancionará de acuerdo a lo dispuesto en la presente Ley.

El usuario de redes Electrónicas, podrá optar o no por la recepción de Mensajes de datos que, en forma periódica, sean enviados con la finalidad de informar sobre productos o servicios de cualquier tipo.

#### Capítulo IV

#### DE LOS INSTRUMENTOS PÚBLICOS

Art. 51.- Instrumentos públicos Electrónicos.- Se reconoce la validez Jurídica de los Mensajes de datos otorgados, conferidos, autorizados o expedidos por y ante autoridad competente y Firmados Electrónicamente.

Dichos instrumentos públicos electrónicos deberán observar los requisitos, formalidades y solemnidades exigidos por la ley y demás normas aplicables.

#### Título IV

### DE LA PRUEBA Y NOTIFICACIONES ELECTRÓNICAS

#### Capítulo I

### DE LA PRUEBA

Art. 52.- Medios de prueba.- Los Mensajes de datos, Firmas Electrónicas, documentos Electrónicos y los Certificados Electrónicos Nacionales o Extranjeros, emitidos de conformidad con esta Ley, cualquiera sea su procedencia o generación, serán considerados medios de prueba. Para su valoración y efectos Legales se observará lo dispuesto en el Código de Procedimiento Civil.

Art. 53.- Presunción.- Cuando se presentare como prueba una Firma Electrónica Certificada por una entidad de Certificación de información acreditada, se presumirá que ésta reúne los requisitos determinados en la Ley, y que por consiguiente, los datos de la Firma Electrónica no han sido alterados desde su emisión y que la Firma Electrónica pertenece al signatario.

Art. 54.- Práctica de la prueba.- La prueba se practicará de conformidad con lo previsto en el Código de Procedimiento Civil y observando las Normas siguientes:

a) Al presentar un Mensaje de datos dentro de un proceso Judicial en los Juzgados o Tribunales del país, se deberá adjuntar el soporte informático y la transcripción en papel del documento Electrónico, así como los elementos necesarios para su lectura y verificación, cuando sean requeridos;

b) En el caso de impugnación del Certificado o de la Firma Electrónica por cualesquiera de las partes, el Juez o Tribunal, a petición de parte, ordenará a la entidad de certificación de información correspondiente, remitir a ese despacho los Certificados de Firma Electrónica y documentos en los que se basó la solicitud del Firmante, debidamente Certificados;

c) El facsímile, será admitido como medio de prueba, siempre y cuando haya sido enviado y recibido como Mensaje de datos, mantenga su integridad, se conserve y cumpla con las exigencias contempladas en esta Ley.

En caso de que alguna de las partes niegue la validez de un Mensaje de datos, deberá probar, conforme a la Ley, que éste adolece de uno o varios vicios que lo invalidan, o que el procedimiento de seguridad, incluyendo los datos de

creación y los medios utilizados para verificar la Firma, no puedan ser reconocidos técnicamente como seguros.

Cualquier duda sobre la validez podrá ser objeto de comprobación técnica.

Art. 55.- Valoración de la prueba.- La prueba será valorada bajo los principios determinados en la Ley y tomando en cuenta la seguridad y fiabilidad de los medios con los cuales se la envió, recibió, verificó, almacenó o comprobó si fuese el caso, sin perjuicio de que dicha valoración se efectuó con el empleo de otros métodos que aconsejen la técnica y la tecnología. En todo caso la valoración de la prueba se someterá al libre criterio Judicial, según las circunstancias en que hayan sido producidos.

Para la valoración de las pruebas, el Juez o Árbitro competente que conozca el caso deberá designar los peritos que considere necesarios para el análisis y estudio técnico y tecnológico de las pruebas presentadas.

Art. 56.- Notificaciones Electrónicas.- Todo el que fuere parte de un procedimiento Judicial, designará el lugar en que ha de ser notificado, que no puede ser otro que el Casillero Judicial y/o el Domicilio Judicial Electrónico en un correo Electrónico, de un Abogado Legalmente inscrito, en cualquiera de los Colegios de Abogados del Ecuador.



<sup>30</sup>Las notificaciones a los representantes de las personas Jurídicas del sector público y a los funcionarios del Ministerio Público que deben intervenir en los Juicios, se harán en las oficinas que estos tuvieren o en el Domicilio Judicial Electrónico en un correo electrónico que señalaren para el efecto.

Mantener un nivel alto de competitividad en el comercio electrónico en el mundo Globalizado, ya que es indispensable el desarrollo económico de un país como nuestro Ecuador, los gobiernos de turno tienen en sus manos, esta gran tarea de mejorar las actividades como es el comercio electrónico, garantizando a vuestros ciudadanos con una Reformando la Ley del Comercio Electrónico Firmas y Mensajes de datos en nuestro país.

---

<sup>30</sup> Ley de comercio electrónico, firmas y mensajes de datos Ley 67 Registro Oficial Suplemento 557 de 17-abr-2002Última modificación: 13-oct-2011Estado: Vigente

## LEGISLACIÓN COMPARADA

**Constitución Política Federal del Estado Argentino.-** Art. 14.- Todos los habitantes de la nación gozaran de los siguientes derechos, conformes a las leyes y reglamentos, 1.- trabajar ejercer toda industria lícita, navegar comercializar publicar ideas, por la prensa, sobre el comercio y estabilidad en el trabajo.

Art. 17 Los consumidores y usuarios de bienes, industrias y servicios tienen la protección del estado Argentino siempre y cuando exista una comunicación información adecuada y veras; a la libertad de lección y combinaciones de trato, equitativo y digno.

La legislación establecerá procedimientos, eficaces para la prevención y solución de conflictos y los marcos regulatorios de los servicios públicos de competencia nacional, previendo la necesaria participación de los usuarios y de las provincias interesadas en los organismos de control.

Una de las características más importantes que debe tenerse en cuenta al abordar la problemática del comercio electrónico es su “horizontalidad”. Esto significa que el comercio electrónico es un tema que con diferentes matices y grados de participación está presente en distintos ámbitos de discusión de políticas económicas y comerciales. No obstante ello, en ningún caso constituye el tema central o sustancial, con lo cual se genera una suerte de dispersión y descoordinación en su tratamiento que en la mayoría de los casos redundan en definiciones y conceptualizaciones poco claras sobre lo que

constituye el comercio electrónico en sí, así como de las implicancias que su desarrollo tiene para el comercio tradicional.

Paralelamente, y asociado a lo antes expuesto, no debe perderse de vista la correlación que existe entre el desarrollo de nuevas tecnologías y el crecimiento del comercio exterior que se conjugan en una especie de círculo virtuoso. Efectivamente, el desarrollo de las tecnologías de comunicación (hardware y software) y el de Internet como herramienta comercial se alimentan e impulsan mutuamente.

### **Ley de Comercio Electrónico firmas y mensajes de datos, Legislación Nacional – Argentina. Ley 25.506**

**ARTÍCULO 2º**— Firma Digital. Se entiende por<sup>31</sup> firma digital al resultado de aplicar a <sup>32</sup>un documento digital un procedimiento matemático que requiere información de exclusivo conocimiento del firmante, <sup>33</sup>encontrándose ésta bajo su absoluto control. La firma digital debe ser susceptible de verificación por terceras partes, tal que dicha verificación simultáneamente permita identificar al firmante y detectar cualquier alteración del documento digital posterior a su firma.

---

<sup>31</sup> Información Legislativa, Ministerio de Economía y Producción de Argentina  
<http://infoleg.mecon.gov.ar> BIDART CAMPOS, Germán J. (2007. 5 Tomos). *Tratado Elemental de Derecho Constitucional Argentino*. Buenos Aires: Ediar. ISBN 950-574-079-4

<sup>32</sup> [https://es.wikipedia.org/wiki/Constituci3n\\_de\\_la\\_Naci3n\\_Argentina](https://es.wikipedia.org/wiki/Constituci3n_de_la_Naci3n_Argentina)

<sup>33</sup> LOPRESTI, Roberto P. (1998 2ª Edición corregida y aumentada). *Constituci3n Argentina Comentada*. Buenos Aires: Unila

Los procedimientos de firma y verificación a ser utilizados para tales fines serán los determinados por la Autoridad de Aplicación en consonancia con estándares tecnológicos internacionales vigentes.

**ARTÍCULO 3º** — Del requerimiento de firma. Cuando la ley requiera una firma manuscrita, esa exigencia también queda satisfecha por una firma digital. Este principio es aplicable a los casos en que la ley establece la obligación de firmar o prescribe consecuencias para su ausencia.

**ARTÍCULO 5º** — Firma electrónica. Se entiende por firma electrónica al conjunto de datos electrónicos integrados, ligados o asociados de manera lógica a otros datos electrónicos, utilizado por el signatario como su medio de identificación, que carezca de alguno de los requisitos legales para ser considerada firma digital. En caso de ser desconocida la firma electrónica corresponde a quien la invoca acreditar su validez.

**ARTÍCULO 6º** — Documento digital. Se entiende por documento digital a la representación digital de actos o hechos, con independencia del soporte utilizado para su fijación, almacenamiento o archivo. Un documento digital también satisface el requerimiento de escritura.

**ARTÍCULO 7º** — Presunción de autoría. Se presume, salvo prueba en contrario, que toda firma digital pertenece al titular del certificado digital que permite la verificación de dicha firma.

**ARTÍCULO 8º** — Presunción de integridad. Si el resultado de un procedimiento de verificación de una firma digital aplicado a un documento digital es

verdadero, se presume, salvo prueba en contrario, que este documento digital no ha sido modificado desde el momento de su firma.

**ARTÍCULO 9º** — Validez. Una firma digital es válida si cumple con los siguientes requisitos:

- a. Haber sido creada durante el período de vigencia del certificado digital válido del firmante;
- b. Ser debidamente verificada por la referencia a los datos de verificación de firma digital indicados en dicho certificado según el procedimiento de verificación correspondiente;
- c. Que dicho certificado haya sido emitido o reconocido, según el artículo 16 de la presente, por un certificador licenciado.

**ARTICULO 18.** — Certificados por profesión. Las entidades que controlan la matrícula, en relación a la prestación de servicios profesionales, podrán emitir certificados digitales en lo referido a esta función, con igual validez y alcance jurídico que las firmas efectuadas en forma manuscrita. A ese efecto deberán cumplir los requisitos para ser certificador licenciado.

**ARTICULO 19.** — Funciones. El certificador licenciado tiene las siguientes funciones:

- a. Recibir una solicitud de emisión de certificado digital, firmada digitalmente con los correspondientes datos de verificación de firma digital del solicitante;

- b. Emitir certificados digitales de acuerdo a lo establecido en sus políticas de certificación, y a las condiciones que la autoridad de aplicación indique en la reglamentación de la presente ley;
- c. Identificar inequívocamente los certificados digitales emitidos;
- d. Mantener copia de todos los certificados digitales emitidos, consignando su fecha de emisión y de vencimiento si correspondiere, y de sus correspondientes solicitudes de emisión;
- e. Revocar los certificados digitales por él emitidos en los siguientes casos, entre otros que serán determinados por la reglamentación:
  - 1. A solicitud del titular del certificado digital.
  - 2. Si determinara que un certificado digital fue emitido en base a una información falsa, que en el momento de la emisión hubiera sido objeto de verificación.
  - 3. Si determinara que los procedimientos <sup>34</sup>de emisión y/o verificación han dejado de ser seguros.
  - 4. Por condiciones especiales definidas en su política de certificación.
  - 5. Por resolución judicial o de la autoridad de aplicación.

**ARTICULO 48.** — Implementación. El Estado nacional, dentro de las jurisdicciones y entidades comprendidas en el artículo 8º de la Ley 24.156, promoverá el uso masivo de la firma digital de tal forma que posibilite el trámite de los expedientes por vías simultáneas, búsquedas automáticas de la

---

<sup>34</sup> LOPRESTI, Roberto P. (1998 2ª Edición corregida y aumentada). *Constitución Argentina Comentada*. Buenos Aires: Unila

información y seguimiento y control por parte del interesado, propendiendo a la progresiva despapelización.

- f. En un plazo máximo de 5 (cinco) años contados a partir de la entrada en vigencia de la presente ley, se aplicará la tecnología de firma digital a la totalidad de las leyes, decretos, decisiones administrativas, resoluciones y sentencias emanados de las jurisdicciones y entidades comprendidas en el artículo 8º de la Ley 24.156.

#### **Países de la región andina sus resultados.**

- a. Seguidamente, realizamos una investigación para determinar cuál era la legislación vigente en los Países
- b. Miembros de la Comunidad Andina sobre esta materia. La investigación arrojó los siguientes resultados:
- c. - **Bolivia** había emprendido una reestructuración de todo su ordenamiento jurídico a fin de adaptar sus
- d. disposiciones legales a las necesidades de las nuevas tecnologías de la Información y Comunicación;
- e. - **Colombia, Perú y Venezuela** adoptaron nuevas legislaciones sobre comercio electrónico, sobre firmas
- f. y certificados digitales y sobre mensajes de datos y firmas digitales, respectivamente;
- g. - **Ecuador** está en proceso de aprobar un proyecto de Ley de Comercio Electrónico que fue

- h. aprobado por el Congreso de este país en febrero de 2002, vetado por el Presidente de la República.
- i. en marzo y finalmente acogido y publicado como Ley de Comercio Electrónico en Abril.
- j. A pesar de que **Colombia** tomó como base los lineamientos de la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico de
- k. la UNCITRAL<sup>4</sup> para adoptar sus propios textos legales, y de que **Ecuador y Venezuela** siguieron los mismos
- l. de cerca, deben realizarse esfuerzos para evitar cualquier contradicción entre la legislación nacional de los
- m. referidos Países Miembros de la Comunidad Andina. Y en particular, porque **Perú y Bolivia** no se basaron en
- n. absoluto en el contenido de la Ley Modelo.

Como ya se ha señalado anteriormente, Estados Unidos es el país líder en conexiones a la red, lo que a su vez se traduce en un mayor número de transacciones a través de Internet. Es claro que Estados Unidos posee ciertas ventajas que favorecen el crecimiento del comercio electrónico: una moneda común, un mercado homogéneo y un sofisticado sistema logístico surgido como respuesta a la dimensión geográfica del país. A todo ello hay que unirnos costos muy bajos de acceso a las telecomunicaciones. Además, hay que tener en cuenta que el rápido crecimiento en el número de empresas que se dedican al comercio electrónico en EE-UU está en gran parte basado en la flexibilidad que el mercado y las autoridades americanas poseen a la hora de empezar un nuevo negocio. Así, mientras que en Estados Unidos la media son unos 10



días y un gasto de aproximadamente 500 dólares en trámites legales, en la UE la media para levantar una nueva empresa son unas 11 semanas y unos 1600 dólares.

La legislación argentina existe también

La legislación argentina existe también la limitación de donar en vida hasta el cuarto grado de consanguinidad y su cónyuge o conviviente con algunas excepciones, lo que supone que las legislaciones analizadas en su mayoría cuidan mucho el objetivo de la donación que se haga de forma altruista, voluntaria, sin que de por medio existan un contrato o dinero de por medio por un órgano o componente anatómico.

Sobre la Legislación comparada de países, como son, Argentina, nuestro país, debería establecer como requisito indispensable para el desarrollo de las <sup>35</sup>actividades de Comercio Electrónico la <sup>36</sup>inscripción de sitio WEB, al proveedor en un Registro Administrado por la Administración Tributaria, así como mantener Registros en la Superintendencia de Telecomunicaciones y Superintendencia de Compañías de acuerdo al objeto de cada empresa.

Ajustar en lo posible el criterio de establecimiento permanente para efectos de determinación del sujeto pasivo en materia del Comercio Electrónico, especialmente enfocándonos a la ubicación física del sitio WEB, que para el efecto deberá estar inscripto en el país donde genera su actividad, para tal

---

<sup>35</sup> LOPRESTI, Roberto P. (1998 2ª Edición corregida y aumentada). *Constitución Argentina Comentada*. Buenos Aires: Unila

<sup>36</sup> Posición de *Consumers Internacional*, citado por LORENZETTI, Ricardo Luis, en "Comercio Electrónico", pág. 226 Ed. Abeledo Perrot

efecto se debería propugnar en los foros Internacionales este tipo de iniciativas a fin de lograr consensos Regionales.

## **5. MATERIALES Y METODOS.**

Para la realización de la presente Tesis, me he servido de los distintos materiales, métodos, procedimientos y técnicas que la investigación científica proporciona, que permiten descubrir, sistematizar, enseñar y ampliar nuevos conocimientos.

### **Materiales utilizados**

- Impresión
- Copias Xerox
- Internet
- Papel bon a-4
- Imprevistos
- Memoria extraíble
- Trasportes
- Bibliografía
- Esferográficos
- Computadora
- Varios

### **Métodos**

El desarrollo de la presente tesis, está encaminado a realizar una investigación descriptiva y bibliográfica.

La investigación descriptiva, me permitirá descubrir detalladamente y explicar el problema, objetivos y fenómenos sociales, a través de un estudio minucioso, con el propósito de determinar las características del problema social que me ocupa en la presente investigación.

Por su parte la investigación bibliográfica consistirá en la búsqueda de información en bibliotecas, internet, revistas, periódicos, libros de Derecho, doctrina, jurisprudencias, en las cuales estarán ya incluidas las técnicas de utilización de fichas bibliográficas y nemotécnicas. Pues la información empírica se obtendrá de la observación directa, de la codificación de otras Leyes conexas y en especial de las del sistema Jurídico Ecuatoriano y comparado.

La práctica de la investigación científica presupone el concurso de una serie de métodos, técnicas y procedimientos, que permitan el abordaje adecuado de la problemática de investigación y el desarrollo sistemático del conocimiento, que consientan la comprobación de la hipótesis propuesta, así como la verificación de los objetivos planteados.

La investigación que me he propuesto realizar está diseñada de acuerdo a la naturaleza del problema, por consiguiente trataré de unificar prudencialmente los diferentes métodos entre los cuales enuncio los siguientes: Inductivo, Deductivo, Descriptivo, Histórico y Comparativo, los mismos que me valdrán

para desarrollar la presente Tesis y llegar a la verificación de la hipótesis planteada, a fin de obtener nuevos conocimientos.

**a) Método Inductivo.-**

En mi trabajo de investigación, partiré del conocimiento general de la Constitución de la República del Ecuador, de la Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos, para luego desglosar los conceptos particulares sobre la necesidad de reformar la misma Ley, para garantizar, los Derechos al Consumidor en el Ecuador.

**b) Método Deductivo.-**

Concedor de las particularidades de mi trabajo investigativo dentro del campo del Comercio Electrónico, Firmas, Mensajes de datos y Derechos al Consumidor en el Ecuador. Específicamente en cuanto se refiere a la necesidad de reformar, misma Ley, y garantizar al consumidor.

**c) Método Descriptivo.-**

En la investigación que voy a realizar, aplicaré el método descriptivo, en el momento que analice los diferentes aspectos particulares para medir y realizar conceptos, definiciones y contenidos en el Marco Teórico.

**d) Método Histórico.**

Utilizaré este método cuando recurra a las fuentes que dieron origen al Estado en general, y específicamente al Comercio Electrónico y Consumidor en el Ecuador.

#### **e) Método Comparativo.-**

Como su término lo dice, para poder desarrollar mi trabajo investigativo, estudiaré otras Legislaciones referentes al Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de datos, con lo cual estableceré comparaciones y diferencias que me servirán de base para fundamentar mi propuesta de reforma y el estudio doctrinario existente.

Por la naturaleza de la presente investigación, ésta en lo principal se acoge al método científico, pues como se puede observar, se parte del planteamiento de una hipótesis, dos sub-hipótesis, de un objetivo general y tres específicos, en torno a los cuales se desarrollará toda una base teórica, así como el estudio de campo, que permitan los elementos de juicio necesarios para su contrastación y verificación.

Como métodos auxiliares<sup>37</sup> se utilizarán a la deducción, la inducción, la síntesis y el método descriptivo, según sea necesario en el desglose de las diferentes categorías jurídicas que concurren en este estudio. Además para el tratamiento de los datos obtenidos en el campo de investigación, han sido de singular importancia los métodos analítico y sintético. Para ilustrar de mejor forma los resultados de la investigación de campo, se presentarán a través de tablas porcentuales, de análisis comparativos y de gráficos y cuadros estadísticos.

#### **Procedimientos y técnicas.**

En lo que respecta a la fase de investigación, el campo de acción a seguirse, estará determinado específicamente a la búsqueda de los problemas y

---

<sup>37</sup> Ley de Comercio Electrónica, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, Registro Oficial N° 557-S (Congreso Nacional del Ecuador 17 de Abril de 2002).

soluciones en cuanto tiene que ver a la necesidad de reformar la Ley de Comercio Electrónico, que garantice el Derecho al consumidor, para ello, como técnicas de investigación, utilizaré las siguientes:

**a). Técnica de la Observación.-** Que permitió obtener información correcta del objeto a investigar, la lectura científica, análisis de contenidos que permitieron la información necesaria para la estructura de la investigación.

**b). Técnica del Diálogo.-** A través del cual, pude lograr interrelacionarme con los abogados y profesionales en libre ejercicio de su profesión.

**c). Técnica de la Entrevista.-** A la cual se la desarrolló de una manera directa con cinco Profesionales en Derecho, para obtener información sobre aspectos de la importancia del Comercio Electrónico en nuestro Ecuador.

**d). Técnica de la Encuesta.-** Con ella se diseñó el formulario de preguntas, que luego se aplicó a treinta Profesionales del Derecho, así como a comerciantes informales del Cantón Zumba Provincia de Zamora Chinchipe, mismas que me proporcionaron información precisa de la problemática como objeto de estudio.

## **6. RESULTADOS**

### **Resultados de la aplicación de la encuesta**

La investigación de campo, en el presente trabajo y desarrollo de la tesis, como un método de la realidad, en el que se establecen los criterios y afirmaciones de quienes han de colaborar con la encuesta y entrevista planteadas, me servirá de base fundamental para llegar a establecer la comprobación de objetivos e hipótesis, llegar a sustentar jurídicamente, como doctrinariamente arribar a la formulación de la propuesta de reforma Legal.

Con la finalidad de tener un acercamiento real con el problema de investigación y comprobar la hipótesis y cumplir con los objetivos del proyecto de tesis, procedí a la realización de un trabajo investigativo de campo a través de la aplicación de la técnica de la encuesta, mismo que aplique a Abogados en libre ejercicio profesional del Cantón Zumba Provincia de Zamora Chinchipe, en un número de treinta encuestados, y para el efecto he formulado un formato de cinco preguntas, en base al problema, los objetivos y la hipótesis constantes en el proyecto de Tesis, el mismo que se presenta en la sección de anexos.

Los resultados obtenidos en la aplicación de esta técnica son los siguientes.



**PRIMERA PREGUNTA.**

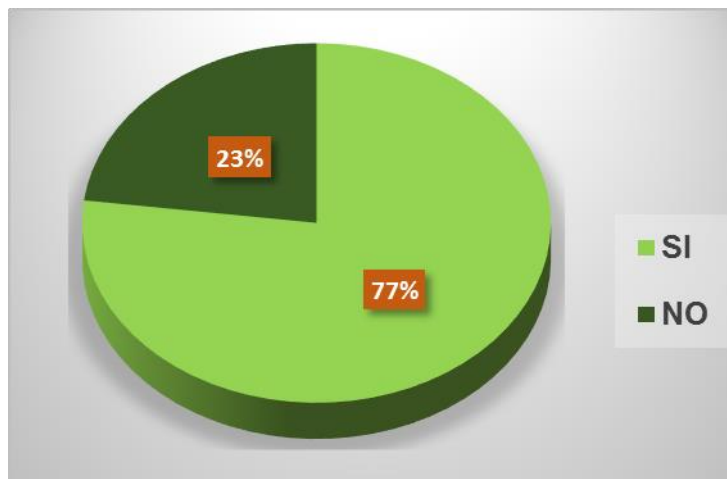
**Marque con una (x) lo que considere pertinente. ¿Cree Usted que el Contrato Electrónico será de gran Importancia en el Ecuador?**

**CUADRO N° 1**

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	23	77%
NO	7	23 %
TOTAL	30	100 %

FUENTE: Abogados en Libre Ejercicio  
Investigador: El, autor

**GRÁFICO N° 1**



## **INTERPRETACIÓN**

Sobre la primera interrogante, de un universo de treinta encuestados, veinte y tres que equivale el 77% están de acuerdo que el Contrato Electrónico es importante en el Ecuador. En cambio siete que corresponde el 23% manifestaron que no están de acuerdo con el Contrato Electrónico pero si es importante en el Ecuador.

## **ANÁLISIS**

El Contrato en nuestro Ordenamiento Jurídico se rige por el principio de la autonomía es, el acuerdo de voluntades para crear o transferir Derechos y Obligaciones a través de medios Electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología. Por tanto, la figura de Contrato Electrónico como medio para la formalización de acuerdos entre partes en la Economía digital, se refiere al Mensaje de datos que se envía por medios Electrónicos y que implica su formalización y aceptación por medios Electrónicamente fiables, tales como la Firma Electrónica, Certificado Digital y Firma Electrónica cazada, en el Art. 1453.- del Código Civil nos dice que las Obligaciones nacen, ya del concurso real de las voluntades de dos o más personas, como en los Contratos o convenciones; ya de un hecho voluntario de la persona que se obliga, como en la aceptación de una herencia o legado o en todos los Cuasicontratos; ya a consecuencia de un hecho que ha inferido Injuria o daño a otra persona, como en los Delitos y Cuasidelitos; ya por disposición de la Ley, como entre los padres y los hijos de familia.

## SEGUNDA PREGUNTA:

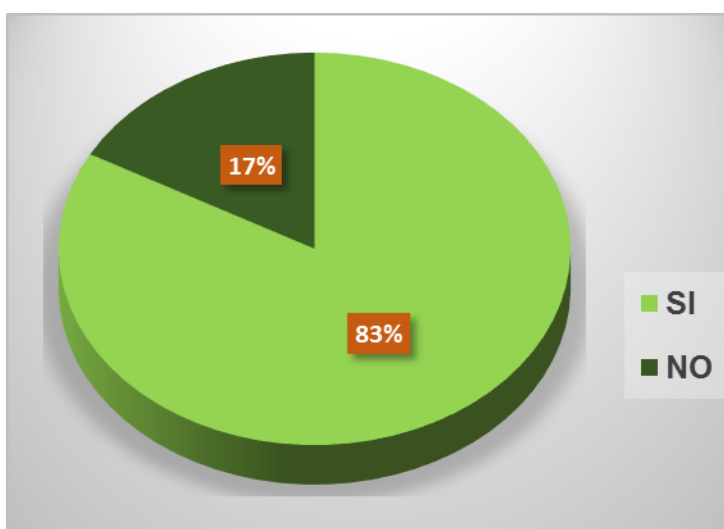
Marque con una (x) lo que considere pertinente ¿Considera Usted pertinente que las Normas de Protección al Consumidor garantizan al ciudadano su condición de Sujeto de Derecho y que las mismas, no puedan ser derogadas por otras Leyes?

CUADRO N° 2

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	25	83 %
NO	5	17 %
TOTAL	30	100 %

FUENTE: Abogados en Libre Ejercicio  
Investigador: El autor.

GRÁFICO N° 2



## **INTERPRETACIÓN**

En cuanto a la segunda interrogante, veinticinco encuestados que equivale el 83% indicaron que es pertinente que las Normas de Protección al Consumidor garanticen al ciudadano su condición de Sujeto de Derecho y que las mismas, no puedan ser Derogadas por otras Leyes. En cambio cinco personas que viene a constituir el 17% señalaron que es pertinente que las Normas de Protección al Consumidor no garanticen al ciudadano su condición de Sujeto de Derecho y que las mismas, no puedan ser Derogadas por otras Leyes

## **ANÁLISIS**

En orden a lo expuesto debemos decir que las disposiciones más importantes de la Ley de Defensa del Consumidor son las referidas a la información del Consumidor (arts. 4,- 5,- y 6,- ), A las condiciones de la Oferta y la Venta – más en particular, el Art. 7 de la Ley del Consumidor que hace referencia a las infracciones publicitarias.- quedando prohibidas todas las formas de publicidad engañosas o abusivas, o que induzcan a error en la lección del bien o servicio que puedan afectar a los intereses y Derechos del Consumidor, como también podemos hacer referencia al Art 8 de la misma Ley, que se refiere a la Controversias Derivadas de la publicidad.- En las controversias que pudieren surgir como consecuencia del incumplimiento de lo dispuesto en los artículos precedentes, el anunciante deberá justificar adecuadamente la causa de dicho incumplimiento.- el proveedor, en la publicidad de sus productos o servicios,

mantendrá en su poder, para información de los legítimos interesados, los datos técnicos, facticos y científico que dieron sustento al Mensaje. Nos hace referencia el Art. 37 de la Ley del Consumidor, ineficaces en la Contratación.

### TERCERA PREGUNTA:

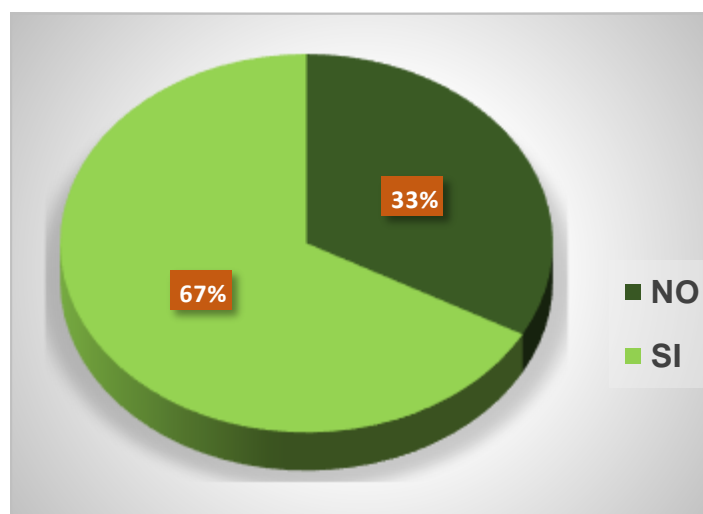
**Marque con una (x) lo que considere pertinente** ¿Considera adecuado que la información al Consumidor en el Comercio Electrónico se corporiza principalmente a través de la publicidad?

**CUADRO N° 3**

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NO	10	33%
SI	20	67 %
TOTAL	30	100 %

FUENTE: Abogados en Libre Ejercicio  
Investigador: El autor.

**GRÁFICO N° 3**



## **INTERPRETACIÓN.**

En esta representación se observa que, veinte encuestados que equivale el 67% es adecuado que la información al Consumidor en el Comercio Electrónico se corporiza principalmente a través de la publicidad. En cambio los diez encuestados que corresponde el 33% opinan no adecuado que la información al Consumidor en el Comercio Electrónico se corporiza principalmente a través de la publicidad

## **ANÁLISIS.**

Relacionado con el tema, la Ley de Defensa del Consumidor en el art. 8,- hace referencia a los *Efectos de la publicidad*, diciendo textualmente que “Las precisiones formuladas en la publicidad o en anuncios, prospectos, circulares u otros medios de difusión obligan al oferente y se tienen por incluidas en el Contrato con el Consumidor.

## **CUARTA PREGUNTA:**

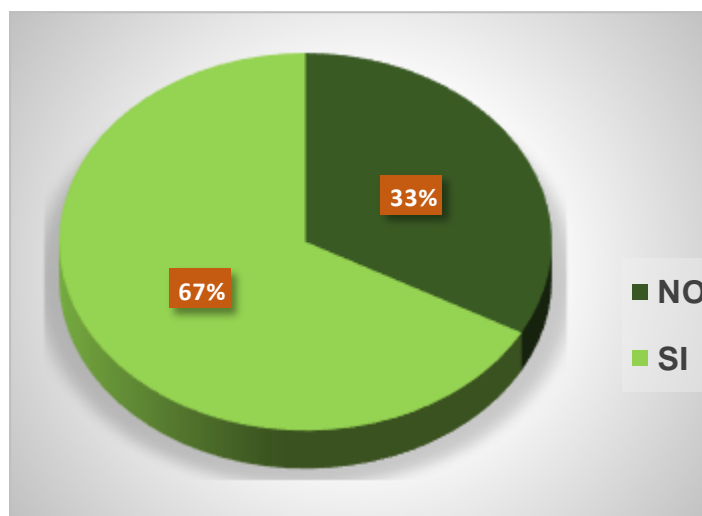
**Marque con una (x) lo que considere pertinente** ¿Estima Usted que una de las formas que tiene un individuo de preservar su Intimidad en el Comercio Tradicional, es comprar los bienes o servicios que desee con dinero en efectivo?

**CUADRO N° 4**

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No	10	33%
Si	20	67 %
TOTAL	30	100 %

FUENTE: Abogados en Libre Ejercicio  
Investigador: El autor

**GRÁFICO N° 4**



### **INTERPRETACIÓN**

En cuanto a esta interrogante veinte personas que corresponde el 67% dice que una de las formas que tiene un individuo de preservar su Intimidad en el Comercio Tradicional, es comprar los bienes o servicios que desee con dinero en efectivo. Pero diez encuestados que equivale el 33% señalaron que no hay manera de preservar la Intimidad dentro del campo Electrónico.

### **ANÁLISIS**

Sin embargo, en las compras a través de Internet, normalmente debemos suministrar nuestros datos personales (nombre, dirección, etc.) junto con un

número de tarjeta de crédito. Y es aquí cuando pueden utilizar nuestra información para realizar otro tipo de actividades que van en contra de la integridad moral y económica de la persona. En el Art. 9 La protección de datos, y recopilación y uso de datos personales responderá a Derechos de privacidad, intimidad y confidencialidad garantizada por la Constitución Política de la República y esta Ley, solo el titular podrá dar la autorización.

**QUINTA PREGUNTA:**

**Marque con una (x) lo que considere pertinente** ¿Cree Usted que dentro del Derecho a la Intimidad es importante señalar la elaboración, transferencia o utilización de bases de datos, obtenidas directa o indirectamente del uso o transmisión de Mensajes de datos, se requerirá el consentimiento expreso del titular de éstos, quien podrá seleccionar la información a compartirse con terceros?

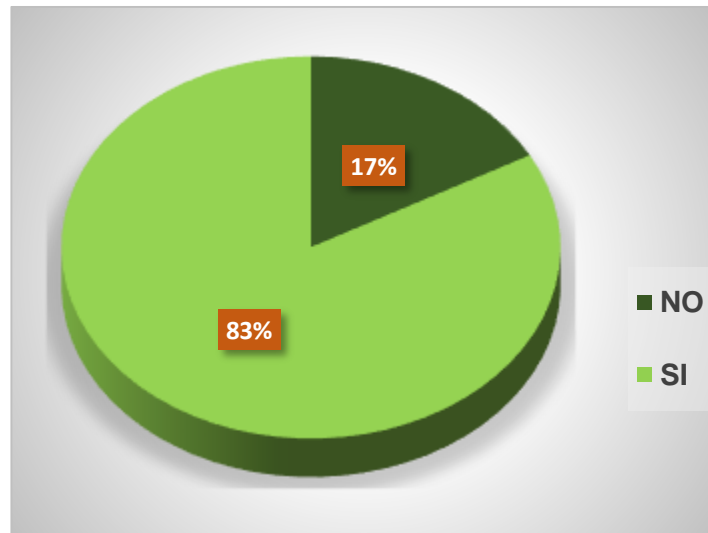
**CUADRO N° 5**

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NO	5	17 %
SI	25	83 %
TOTAL	30	100 %

FUENTE: Abogados en Libre Ejercicio  
Investigador: El autor



GRÁFICO N° 5



**INTERPRETACIÓN:**

En lo relacionado a la quinta interrogante cinco encuestados que equivale el 17% indicaron que no es importante el Derecho a la Intimidad y un universo de veinticinco que equivale a 67% consideran que es importante señalar la elaboración, transferencia o utilización de bases de datos, obtenidas directa o indirectamente del uso o transmisión de Mensajes de datos.

Se requerirá el consentimiento expreso del titular de éstos, quien podrá seleccionar la información a compartirse con terceros.

**ANÁLISIS:**

El Derecho a la Intimidad, regulado en una nueva forma a través de esta Ley, forma parte también (en el caso de los usuarios de la información) de un Derecho más general que es el Derecho de los Consumidores regulado en el Capítulo III del Art. 48 al 50.

## **6.2 Resultados de la aplicación de la entrevista**

La técnica de la entrevista se aplicó a 5 profesionales en derecho, como son abogados en libre ejercicio y profesionales.

### **PRIMERA PREGUNTA**

Cree Usted que el Contrato Electrónico será de gran Importancia en el Ecuador.

- Los entrevistados en su totalidad consideran que es justo y urgente que el contrato electrónico en nuestro país se le dé la atención del caso ya que es un medio tecnológico para realizar diferentes pedidos vía electrónica.

### **SEGUNDA PREGUNTA.**

Considera Usted pertinente que las Normas de Protección al Consumidor garantizan al ciudadano su condición de Sujeto de Derecho y que las mismas, no puedan ser derogadas por otras Leyes?

- Los entrevistados en su totalidad consideran que es justo que se realice una reforma de ley a la protección del consumidor y que las mismas no puedan ser derogadas por otras leyes.

### **TERCERA PREGUNTA.**

Considera adecuado que la información al Consumidor en el Comercio Electrónico se corporiza principalmente a través de la publicidad?

- De los entrevistados dan su criterio que es muy importante la información al consumidor, a través del comercio electrónico ya que es un medio importante y de gran beneficio para los consumidores en nuestro país.

#### **CUARTA PREGUNTA.**

Estima Usted que una de las formas que tiene un individuo de preservar su Intimidad en el Comercio Tradicional, es comprar los bienes o servicios que desee con dinero en efectivo.

- De los entrevistados dan su criterio que no hay manera de conservar la intimidad, y por lo general muchos desean seguir comprando o pagando su impuestos con dinero en efectivo, pero es importante la comercio electrónico.

#### **QUINTA PREGUNTA.**

Cree Usted que dentro del Derecho a la Intimidad es importante señalar la elaboración, transferencia o utilización de bases de datos, obtenidas directa o indirectamente del uso o transmisión de Mensajes de datos, se requerirá el consentimiento expreso del titular de éstos, quien podrá seleccionar la información a compartirse con terceros.

- De los entrevistados mencionan que es importante señalar la elaboración, transferencia o utilización de bases de datos, obtenidas directa o indirectamente del uso o transmisión de Mensajes de datos, se requerirá el consentimiento expreso del titular de éstos, quien podrá seleccionar la información a compartirse con terceros.

## **7. DISCUSIÓN**

### **Objetivo General.**

Realizar un Estudio Jurídico Doctrinario, y crítico referente a; la Importancia de Reformar la Ley del Comercio Electrónico, Firmas, Mensajes de Datos y Derechos al Consumidor el Ecuador.

### **Objetivos Específicos.**

- Estudiar el beneficio de la aplicación del Comercio Electrónico en las Actividades diarias.
- Establecer en qué aspectos de la aplicación del Comercio Electrónico, se Violan los Derechos del Consumidor.
- Presentar una propuesta de Reforma a la Ley de Comercio Electrónico, con la finalidad de garantizar el uso seguro del Comercio Electrónico en beneficio al consumidor en el Ecuador.

### **Verificación de Objetivo.**

Para poder desarrollar el presente subcapítulo, me permito indicar que he culminado con entera satisfacción mi investigación, tanto doctrinaria, como jurídica y empírica, por lo que debo indicar que he podido verificar positivamente los objetivos que me planteé al inicio de la presente investigación de tesis.

## **Constatación de la hipótesis**

Debido a las condiciones de subdesarrollo y retraso social de las cuales el Ecuador ha sido víctima durante varios siglos, el auge del Comercio Electrónico no ha alcanzado el mismo nivel si se lo compara con índices en otros países del Continente, lo cual, a determinado que apenas desde hace un poco más de una Década recién comiencen a establecerse las circunstancias y el estado de la infraestructura adecuadas para garantizar la utilización y aprovechamiento, tanto Público como Privado de los beneficios que confiere la actividad mercantil en análisis.

### **- Falta de Legislación.**

La carencia de una Legislación específica que verse sobre las regulaciones que requiere el Comercio Electrónico para su desarrollo adecuado y la obligación estatal de tutelar los Derechos de las partes que intervienen en el proceso de Comercio, constituye uno de los principales problemas que se mantienen hasta el día de hoy, pues, a pesar de que se cuenta con una normativa denominada Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, nada contiene esta sobre el ámbito de carácter comercial que puedan garantizar un efectivo aprovechamiento de las directrices que sustentan esta actividad.

Otra de las implicaciones críticas que se derivan de una Legislación incompleta con respecto al tema de la Contratación Electrónica y el Comercio en esta área, hace referencia a los bajos niveles de competitividad que se registran en el

Ecuador con relación a otros países de la Región y del Mundo en General, ya que el intercambio Comercial bajo este tipo de modalidad celebrado por ejemplo entre países del Continente Europeo garantiza una fluidez no solo de productos sino también de tecnologías y mecanismos de relación interestatal e intersocial, lo cual hace factible calificar al Comercio Electrónico como una herramienta de amplia connotación e injerencia para el mejoramiento de las condiciones Comerciales del Ecuador.

### **Fundamentación Jurídica para la propuesta de reforma.**

El Comercio Electrónico es un tema desconocido en el Ecuador. A pesar de que últimamente hemos descubierto las grandes ventajas del correo Electrónico, la navegación en el Internet –con toda la información que podemos encontrar al alcance de la mano- así como la oferta de productos y servicios a través de portales o páginas en la red (marketing virtual). Sin embargo, ésta es apenas la primera fase de un círculo que sólo estará completo cuando, además de acceder virtualmente a todas las tiendas del mundo, adquiramos artículos de todo tipo, variedad y uso, eventualmente paguemos nuestros Impuestos y cuentas de Teléfono y Luz en la red, por ejemplo. Se puede definir al Comercio Electrónico como “cualquier forma de transacción comercial en la que las partes interactúan Electrónicamente en lugar de por intercambio o contacto físico Directo”. La anterior es una definición tal vez excesivamente amplia: el Comercio Electrónico basado en Internet abarca todo tipo de acceso a información Comercial, intercambio de medios digitales de bienes y servicios,

suministro en línea de contenidos digitales, transferencias Electrónicas de fondos, Comercio Electrónico de valores, contratación pública, mercadotecnia, servicios posventa directos al Consumidor, Certificación de identidades y transacciones, civet- tribunales y formas de resolución de conflictos. En general, todo lo relacionado a Internet, con implicaciones económicas y comerciales. Al contrario de lo que muchos piensan, el Comercio Electrónico no es un sueño futurista.

Todo lo Contrario: tiene ya su acogida con un amplio espectro de consumidores que crece día a día como una ola gigante, imparable en todo el mundo. Sin perjuicio de que Estados Unidos, Japón y Europa están a la cabeza, el Comercio Electrónico es un fenómeno que ha ido globalizándose y seguirá haciéndolo sin límites. Según el Wall Street, el total del Comercio Electrónico en Latinoamérica asciende a US\$ 1.060 millones de dólares, y pese a que más de la mitad de los internautas son argentinos, brasileños, los más entusiastas frente al Comercio Electrónico parecen ser los Panameños, Ecuatorianos y Venezolanos. Un 58%, 55% y 53%, respectivamente, considera a la red muy útil para las compras. Algunas investigaciones a nivel local han arrojado cifras de alrededor de 50.000 usuarios del Internet en el Ecuador. Hay que aclarar que se trata de una cifra irreal, toda vez que dentro de los inscritos generalmente se cuentan personas Jurídicas que engloban cientos y hasta miles de usuarios del Internet, bajo una sola inscripción. Lo importante es mencionar que siempre las perspectivas y estadísticas sobre usuarios de Internet van en aumento, si bien las cifras pueden no ser exactas, lo cierto es



que siempre hay una progresión ascendente. En la misma línea, la International Data Corporation (IDC) pronostica que los Internautas de la Región (América Latina) pasarán de 7.3 millones en 1999 a 19 millones en el 2003. Si bien es cierto que este número implica solamente el 3.7% de la población, los expertos indican que se trata del segmento con mayor poder de adquisición, que tiene acceso a tarjetas de crédito y que vive en zonas donde la distribución y entrega de productos no es difícil. Si a esto sumamos que están desapareciendo, cada vez más, los obstáculos materiales del Comercio Electrónico en América Latina, las Telecomunicaciones están mejorando y los costos del Internet y del teléfono están bajando gradualmente, la conclusión final es que muy pronto el Comercio Electrónico será parte de la vida de todos nosotros, independientemente del lugar del Mundo en el que nos encontremos.

## 8. CONCLUSIONES

Luego de haber realizado un estudio jurídico doctrinario analítico; y una vez obtenidos los resultados del trabajo de campo, he llegado a las siguientes conclusiones.

- El desarrollo de la presente Investigación ha permitido configurar un esquema de conclusiones apegadas a la realidad que en la actualidad vive la sociedad Ecuatoriana frente al fomento acelerado del Comercio Electrónico y el vertiginoso avance de la tecnología.
- Se ha empleado para practicar el mismo, de donde, se desprende la estructuración de directrices que buscan determinar si el Consumidor como tal, encuentra tutelados o protegidos sus Derechos y garantías Constitucionales frente a esta nueva corriente comercial.
- Es posible, plantear las siguientes circunstancias como las conclusiones más relevantes en la ejecución del presente estudio: El Comercio Electrónico constituye un importante mecanismo para la difusión y expansión del mercado Ecuatoriano a nivel Mundial independientemente de la naturaleza de sus actividades.
- El Comercio Electrónico a diferencia del Comercio tradicional fluye las 24 horas de los 365 días de todo el año, al ser global, la economía de todos los países nunca para, y prácticamente se convierten en una sola estructura mercantil con ámbito general en todo el Planeta.

- El Comercio Electrónico en el Ecuador tiene tendencia a crecer aceleradamente, lo que va a ayudar a una contratación más rápida y eficaz entre ausentes sin importar la distancia.
- La Ley 67 del Registro Oficial Suplemento 557 del 17 de abril, del 2002, Última modificación, 13 de octubre del 2011 Estado vigente, no cuenta con las debidas garantías en cuanto se refiere a la Protección de los Consumidores y/o usuarios que sufren algún tipo de estafa en el uso de medios Electrónicos.
- La mayoría de los ecuatorianos no se encuentran preparados para realizar Transacciones Electrónicas ya que sienten desconfianza debido a la ausencia física del proveedor y de perder su inversión por incumplimiento de quien ofrece sus productos o servicios.
- El impacto del Comercio Electrónico en el Ecuador ha traído como consecuencia inseguridad Jurídica por lo cual ha disminuido su desarrollo económico.
- El consumidor tiene toda la voluntad de ingresar a realizar diferentes actividades Comerciales, pero dudan por no estar bien claras la Ley Jurídica del Comercio Electrónico y posibles perjuicios.
- Hasta que no exista una Normativa Jurídica completa en lo que respecta a Contratación Electrónica, estos Contratos deben adaptarse a la teoría general de los Contratos que rigen el Código Civil del país.

## 9. RECOMENDACIONES

Las conclusiones expuestas del trabajo que se ha realizado para la elaboración de la investigación se ha llegado a dar seguimiento de estos vacíos Jurídicos y en si lo que nos interesa como Estudiantes de Derecho, para beneficiar a los ciudadanos de nuestro país; se da las siguientes recomendaciones.

- Que el Estado Ecuatoriano nos garantice, la utilización del Comercio Electrónico, Mensajes de Datos y Derechos al consumidor, como está establecido en nuestra Constitución.
- Que el Estado debe promover e incentivar la promoción de Convenios Internacionales por lo menos con los principales socios económicos del Mundo, en donde el país encuentre oportunidades de mercado beneficiosos tanto para la compra como para la venta de bienes y servicios.
- Que se analice también, que existen Figuras a nivel Mundial que no se encuentran definidos en la Ley del Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas, Mensaje de Datos, y derechos al consumidor, tales como las ventas a Distancia, el Derecho de desistimiento, el uso fraudulento de tarjetas de crédito y el plazo para la entrega de compras a través del internet, entre otros.
- Ala presidente de la Asamblea Nacional, ponga a consideración de los Legisladores para que se apruebe la Reforma de Ley del Comercio

Electrónico, Mensajes de datos y derechos al consumidor, analizando el Art. 29 de esta misma Ley.

- Al Fiscal general de la Nación, que se manifieste sobre este pedido de Reforma de Ley en coordinación con la presidenta de la Asamblea Nacional, para que a continuación del Art. 48 de la Ley de Comercio Electrónico se incluya los artículos innumerados, en beneficio de los consumidores de nuestro país.
- Se pone este tema importante para los intereses de la sociedad Ecuatoriana y del Estado en general, diseñar una propuesta de Reforma a la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes y Derechos al Consumidor ante la Asamblea Nacional, sobre todo, poniendo especial énfasis en el cuidado y protección de los Derechos de los Consumidores que en la actualidad constituyen un verdadero problema para efectos de fomentar el Comercio Electrónico.
- El Comercio Electrónico es muy beneficioso para la Economía del país, es importante que el Estado coordine con la Sociedad, el diseño, desarrollo y ejecución de campañas tendientes a difundir los beneficios del uso del internet como herramienta para llevar a cabo Transacciones Comerciales.
- Que los Municipios Descentralizados de cada uno de los diferentes Cantones y Provincias de nuestro país, actualicen los sistemas informáticos para realizar los diferentes pagos de impuestos, de agua, luz eléctrica, líneas telefónicas, para que los usuarios realicen los pagos de sus impuestos vía electrónica.

## 9.1 PROPUESTA DE REFORMA JURIDICA



**REPUBLICA DEL ECUADOR**  
**ASAMBLEA NACIONAL**  
**CONSIDERANDO.**

Que todas las personas en forma individual o colectiva tienen derecho: a) El acceso universal a la tecnología de información y comunicación.

b) El derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características, c) La Ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de los consumidores: y las sanciones por vulneraciones de estos derechos, d) La reparación e indemnización por deficiencia, o mala calidad de bienes y servicios.

Todas las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La Ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa del consumidor: Y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios y por

la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor.

En una de las atribuciones que le confiere en Art. 120 numeral 6 de la Constitución de la Republica del Ecuador expide lo siguiente:

Reformar a la Ley del Comercio Electrónico, Firmas, Mensajes de datos y

Derechos al Consumidor en el Ecuador.

**Art....-** Los Derechos del Consumidor Primarán en la relación contractual que tenga lugar como resultado en la comunicación y de relaciones Comerciales Electrónicas.

**Art....-** Las personas con discapacidad deben tener el respaldo del Estado en caso de una Comercialización Fraudulenta y engañosa del Comercio Electrónico ya sea Nacional o Internacional, y serán sancionados de acuerdo al Art. 235, del COIP. Y una sanción económica de (4) cuatro salarios mínimos vitales del trabajador.

**Art...-** Créase el registro de Proveedores para el Comercio Electrónico Privado en el Ecuador con la finalidad de garantizar la fiabilidad de los datos y propuestas presentadas en Línea. El funcionamiento de este Registro será regulado de acuerdo al Art. 13 del Reglamento de la Ley de Defensa del Consumidor, y Leyes vigentes.

**Art.....-**Todas las Empresas Nacionales e Internacionales que Ingresen a prestar servicio en el sistema de Comercio Electrónico deberán actualizar toda la

información personal, y de su empresa misma se remita a la Superintendencia de Telecomunicaciones, Organismo que será Responsable para dicho permiso y control.

**Art.....-** las empresas, proveedores nacionales e internacionales que no cumplan con estas reglas serán sancionadas de acuerdo al Art. 233 del COIP, y una sanción económica de 5 salarios mínimos vitales del trabajador.

La presente reforma entrara en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial dado en el Distrito Metropolitano de Quito a los....días del mes de....del año 2016.

f.....  
PRESIDENTA

f.....  
SECRETARIO GENERAL.



## 10.BIBLIOGRAFIA

- Ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos (ley no. 2002-67)
- Encuesta realizada por el estudio D'Alessio/Irol/Harris publicada por el diario Clarín el 24 de junio de 2001 y en [www.clarin.com](http://www.clarin.com)
- SARRA, Andrea Viviana "Comercio Electrónico y Derecho", pág. 279 Ed. Astrea
- Información Legislativa, Ministerio de Economía y Producción de Argentina  
<http://infoleg.mecon.gov.ar> BIDART CAMPOS, Germán J. (2007. 5 Tomos). *Tratado Elemental de Derecho Constitucional Argentino*. Buenos Aires: Ediar. ISBN 950-574-079-4.
- <https://es.scribd.com/doc/.../Codigo-de-Procedimiento-Civil-Codificado-y-Actualizado>
- LUZ CLARA, Bibiana "Manual de Derecho Informático", pág. 132 Ed. Jurídica Nova Tesis
- LORENZETTI, Ricardo Luis, "Comercio Electrónico y Defensa del Consumidor" publicado en <http://www.latinlex.com/ar/contenidos/doctrinas/doctrina41.htm>
- Encuesta cit.
- ALLENDE, Lisandro A, art. titulado "Comercio Electrónico. Aspectos generales normativos y contractuales". Rev. El Derecho N° 10291 del 10/7/2001, págs. 1/5
- COLÁNGELO, María Noel y ALVAREZ, Carlos Emiliano "Contrato Electrónico. El contrato electrónico en Argentina", artículo publicado en Doctrina de "La Ley", pág. 10/12.
- JIJENA LEIVA, Renato Javier "Comercio electrónico y derecho. La problemática jurídica del comercio electrónico". El comercio electrónico o

vías redes telemáticas, artículo publicado en REDI (Revista Informática de Derecho informático).

- Posición de *Consumers Internacional*, citado por LORENZETTI, Ricardo Luis, en “Comercio Electrónico”, pág. 226 Ed. Abeledo Perrot
- VAZQUEZ FERREIRA, Roberto A. y PEYRANO, Marcos L. “Análisis de la ley 24240 de Defensa del Consumidor”. Cód. Civil 3B arts. 1117/1189. Obligaciones. Contratos Bueres, Highton pág. 240. Ed. Hammurabi

## **11. ANEXOS**

### **1. TEMA**

“IMPORTANCIA DE REFORMAR LA LEY DEL COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS Y MENSAJES DE DATOS Y DERECHOS AL CONSUMIDOR EN EL ECUADOR”

### **2. PROBLEMÁTICA**

Con el desarrollo y la expansión de la Web, que en Ecuador se tradujo en un apresurado crecimiento de usuarios (de 70.000 a 2.000.000 desde junio de 1997 a junio de 2001), aparecen en paralelo nuevas formas de contratación a través de los medios electrónicos.

El comercio electrónico es un concepto amplio que involucra cualquier transacción comercial efectuada por medios electrónicos, es decir que incluiría medios tales como el fax, el télex, el teléfono, e Internet, en el presente trabajo limitaremos su alcance considerando al comercio electrónico como la parte del comercio que se desarrolla a través de redes es por ello que Luz Clara define al comercio electrónico como *“cualquier forma de transacción o intercambio de información comercial, basada en la transmisión de datos sobre redes de comunicación como Internet”*, abarca por tanto todas las formas en que puede desarrollarse el comercio, es decir entre Estados, entre éstos y empresas y particulares, entre empresas( *Business to Business*), entre empresas y

consumidores (*Business to Consumir*), entre consumidores (*Consumer to Consumer*) y entre éstos y las empresas (*Consumer to Business*). En definitiva al referirnos al comercio electrónico estamos aludiendo al que se desarrolla en el entorno de *redes abiertas*, comprendiendo dos modalidades: a) El comercio electrónico *directo*, que se lleva a cabo íntegramente por vía electrónica, consistiendo en la entrega en línea de bienes intangibles; abarcando el proceso que va desde el pedido hasta el pago y b) el comercio electrónico *indirecto*, que se realiza mediante pedidos de bienes y servicios tanto materiales como intangibles a través de las redes, pero que requieren un proceso de entrega a través de los canales normales de distribución física.

El comercio electrónico se está expandiendo por diferentes causas, por ejemplo, mediante los incentivos económicos que se traducen en una reducción de costos administrativos e impositivos; el acortamiento del proceso de distribución e intermediación, la posibilidad de operar durante las 24 horas del día; sin límites fronterizos; el aumento de la celeridad en las transacciones; y la inexistencia de regulación legal internacional y nacional.

Lorenzetti, señala que el comercio a través de Internet presenta numerosos *problemas* propios de la organización de un mercado: la disminución de costos y la organización de una estructura que facilite tanto la búsqueda de productos como la de los consumidores; la seguridad en las transacciones, sobre todo en los medios de pago y garantizar la entrega de los productos, y en otra categoría de conflictos vinculados con las particularidades del medio electrónico se refiere a la existencia de un espacio y un tiempo con significado normativo, la privacidad, la documentación de las transacciones y la firma digital.

Aunque el comercio electrónico todavía no ha logrado imponerse en Argentina, Internet sirve a los usuarios como lugar de consulta antes de hacer sus compras en los locales tradicionales, las estadísticas demuestran que la gente que usa Internet desde hace tiempo es la más confiada a la hora de comprar y el 72% de esos usuarios tiene alguna cuenta bancaria y controla sus movimientos desde la red.

Sin perjuicio de lo expuesto, se está revelando una necesidad en la ciencia del derecho de hallar las formas y maneras de optimizar las oportunidades que presenta la tecnología, de cara a los medios tradicionales como la del documento en soporte de papel o la firma manuscrita.

Hoy existe la tecnología suficiente para realizar todo tipo de transacciones por medios electrónicos, por lo que correspondería preguntarse si nuestro sistema jurídico se encuentra capacitado para responder a las nuevas exigencias generadas por la tecnología de la información.

### **3.- JUSTIFICACIÓN.**

La investigación jurídica de la problemática se inscribe, académicamente, dentro del Área del Derecho Social, principalmente en el campo del Derecho de Comercio, por tanto, se justifica académicamente en cuanto cumpla la exigencia del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, que regula la pertinencia del estudio investigativo jurídico con aspectos inherente a las materia de Derecho Positivo.

(Justificación socio-jurídica)

En lo social se propone que hay la necesidad de estudiar la importancia del comercio electrónico y los derechos del consumidor creando más dependencias que permitan una atención oportuna y eficiente en los procesos laborales, por situaciones de derecho irrenunciables del trabajador.

Esta problemática tiene importancia y trascendencia social y jurídica, porque al Estado a través de sus diferentes Instituciones que le representan le corresponde adoptar medidas para provocar cambios en la conducta social, tendientes a lograr la instauración y aceptación de la conciencia colectiva de las bases de comportamientos favorables, a nivel nacional e internacional.

Con la aplicación de métodos, procedimientos y técnicas será factible realizar la investigación socio-jurídica de la problemática propuesta, en tanto existen las fuentes de investigación bibliográfica, documental y de campo que aporten a su análisis y discusión; pues, se cuenta con el apoyo logístico necesario y con la orientación metodológica indispensable para el estudio causal explicativo crítico y analítico de estudiar la importancia del comercio electrónico y los derechos del consumidor

## **4.- OBJETIVOS.**

### **4.1. General.**

- Analizar la importancia de la utilización del comercio electrónico y derechos del consumidor, reformando la ley del comercio electrónico y firmas, mensajes de datos en el Ecuador.

### **4.2. Específicos.**

- Estudiar el beneficio de la aplicación del comercio electrónico en las Actividades diarias.
- Establecer en qué aspectos de la aplicación del comercio electrónico, se viola los derechos del consumidor.
- Presentar una propuesta de reforma a la ley de comercio electrónico, con la finalidad de garantizar el uso seguro del comercio electrónico.

## **5.- CONSTATAción DE LA HIPÓTESIS**

Debido a las condiciones de subdesarrollo y retraso social de las cuales el Ecuador ha sido víctima durante varios siglos, el auge del comercio electrónico no ha alcanzado el mismo nivel si se lo compara con índices en otros países del continente, lo cual, a determinado que apenas desde hace un poco más de una década recién comienzan a establecerse las circunstancias y el estado de la infraestructura adecuadas para garantizar la utilización y aprovechamiento

Tanto público como privado de los beneficios que confiere la actividad mercantil en análisis.

## **6. MARCO TEÓRICO.**

### **1. MODALIDADES DE CONTRATACION ELECTRONICA Y LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR.**

En materia de contratación electrónica, respecto de los derechos del consumidor, se presentan varias fases que comprenden, el consentimiento, la publicidad, las cláusulas abusivas, la protección de los datos, responsabilidad etc.

El tema de la protección del consumidor en entornos digitales es estratégico para el desarrollo sostenido de la sociedad de la información. Su expansión se cimienta sobre la base de una creciente actividad mercantil y el eje central de cualquier transacción comercial es la *confianza*. Se debe tratar de asegurar (tanto a consumidores como a empresas) que los servicios de redes sean seguros, confiables y verificables, que exista un adecuado control sobre la recolección y utilización de los datos personales de los consumidores y que se verifiquen mecanismos apropiados de compensación por el daño.



Siguiendo a Lorenzetti, podemos decir que las modalidades de la contratación electrónica se dan de dos maneras: 1) Con el proveedor de acceso a Internet y 2) con el proveedor de los bienes y servicios a través de la red.-

En el primer supuesto el consumidor celebra un contrato con el proveedor de acceso a Internet quien, por un canon mensual, le asigna una dirección (dominio registrado) y que es individualizado a través de algún signo o palabras suministradas por el usuario, teniendo derecho al correo electrónico recibiendo y enviando información, que adquiere carácter de exclusividad mediante una clave. Asimismo tiene acceso a una página llamada de presentación donde suministra información en forma pública y sin restricciones, recibiendo también comunicaciones electrónicas.

El segundo supuesto, una vez asignado el acceso a Internet el usuario ingresa al mismo libremente, visitando distintos sitios, recabando información pero también puede *contratar*, adquiriendo distintos bienes como libros, discos, artículos del hogar, medicamentos, computadoras, servicios como el turismo, seguros, bancarios etc., por lo que se configura el llamado contrato electrónico.

## 2.- EL CONTRATO ELECTRÓNICO.

El contrato en nuestro ordenamiento jurídico se rige por el principio de la autonomía de la voluntad (arts. 1137, 1197 y conchs. del Código Civil). La voluntad humana sigue siendo la base de todo acuerdo. Lo que se modifica con el avance tecnológico son los medios por los que se manifiestan las ofertas y sus aceptaciones. La problemática surge en vista al grado de seguridad que brindan dichos recursos y la aceptación jurídica de los mismos ante el supuesto de un incumplimiento contractual.

Según Renato Javier Jijena Leiva, quien es citado por Colángelo y Álvarez, el *contrato electrónico es el intercambio telemático de información entre personas que da lugar a una relación comercial, consistente en la entrega en línea de bienes intangibles o en un pedido electrónico de bienes tangibles.* Lo que podemos decir que el contrato a través de Internet sin elementos extra nacionales, se considera perfeccionado con el intercambio entre la oferta y la aceptación, sin cambios o modificaciones de la misma. La voluntad de las partes de contratar va a ser exteriorizada a través de la computadora y las telecomunicaciones utilizándose en forma combinada.

Por lo tanto la contratación electrónica por medios digitales, es la que se lleva a cabo desde la formación del consentimiento hasta la ejecución del contrato,

mediante dispositivos de enlace electrónico que se comunican interactivamente por canales de red basados en el procesamiento y transmisión de datos digitalizados, con el fin de crear, modificar, transferir, conservar o aniquilar derechos.

### **3.- LA TUTELA DE LOS CONSUMIDORES**

Previo a referirnos al tema en acápite debemos resaltar que las normas de protección al consumidor constituyen la base mínima, que garanticen al ciudadano su condición de sujeto de derecho y que las mismas, no puedan ser derogadas por otras leyes; así lo han entendido la mayoría de las legislaciones y propuestas regulatorias como por ejemplo la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico de Uncitral del año 1996 que dice que “La presente ley no deroga ninguna norma jurídica destinada a la protección del consumidor”; o la Directiva 2000/31 de la Unión Europea donde dispone que “no perjudica el nivel de protección de los consumidores establecido por otras directivas (considerando 11); también en el ámbito del Mercosur, el proyecto brasileño de la AOB dispone en su art. 13 que se aplican al comercio electrónico las normas de defensa y protección del consumidor. Por último el proyecto argentino sobre regulación del comercio electrónico establece en el art. 40, que “las normas generales y especiales de defensa del consumidor, lealtad comercial y defensa

de la competencia son de aplicación plena a los actos jurídicos celebrados por medio de documentos digitales”. Ello es así porque al fijar que los consumidores tienen derecho, “como mínimo” al mismo nivel de protección que tienen en otras áreas, se establece un control por resultado y no por procesos; es decir no basta con dictar normas declarativas, sino que hay que verificar su aplicación.

En orden a lo expuesto debemos decir que las disposiciones más importantes de la ley 24.240 de Defensa del Consumidor son las referidas a la información del consumidor (arts. 4°, 5° y 6°), a las condiciones de la oferta y la venta – más en particular, los arts. 7° y 8°- y a los términos abusivos y cláusulas ineficaces en la contratación (art. 37).

### **3.1 Información - publicidad**

La información al consumidor en el comercio electrónico se corporiza principalmente a través de la *publicidad*. Esta puede ser enviada por el correo electrónico, o simplemente puede aparecer sin haberla buscado, cuando el usuario se encuentra navegando por una página de Internet. También el consumidor puede ingresar voluntariamente a la página Web de un determinado proveedor.-

Es frecuente la publicidad engañosa que aparece en los buscadores utilizando palabras claves sirviendo para elaborar estadísticas. Se diseña la página Web de acuerdo a las palabras más usadas por los usuarios en los sitios de búsqueda, de modo que cada vez que el usuario escriba esa palabra aparezca la página, aunque no tenga una relación directa con la palabra. Se usan palabras vinculadas al sexo, a las marcas de productos y empresas más requeridas. Esta técnica se llama “metatag” y constituye una publicidad engañosa frente al consumidor y un aprovechamiento indebido en el caso de la utilización de marcas.

Tanto en EE.UU como en los países europeos, en el caso de la publicidad enviada por e-mail, sin consentimiento del usuario, se está tratando de limitar su expansión, con la aplicación de fuertes multas.

Relacionado con el tema, la Ley de Defensa del Consumidor en su art. 8. Hace referencia a los *Efectos de la publicidad*, diciendo textualmente que “Las precisiones formuladas en la publicidad o en anuncios, prospectos, circulares u otros medios de difusión obligan al oferente y se tienen por incluidas en el contrato con el consumidor. En los casos en que las ofertas de bienes y servicios se realicen mediante el sistema de compras telefónicas, por catálogos o por correos, publicados por cualquier medio de comunicación, deberá figurar

el nombre, domicilio y N° de CUIT del oferente”. Este artículo se relaciona con el 19. De la ley al decir que “Quienes presten servicios de cualquier naturaleza están obligados a respetar los plazos, condiciones y demás circunstancias conforme a los cuales han sido ofrecidos, publicitados o convenidos”. O sea que todo lo que se publicite en cuanto a las características y beneficios del producto son parte integrante de la oferta.

El derecho a la información ha sido calificado como un sub-principio del ordenamiento jurídico, convirtiéndose en una nota característica del objeto de los contratos. En éste sentido, se señala que el objeto de los contratos, a la par de posible, lícito, determinado etc., debe también ser *informable*.

En cuanto al *contenido* de la información, ha de ser cierta y objetiva, veraz, eficaz, detallada y suficiente, y recaer sobre las cosas y servicios ofrecidos.

Respecto al momento y al medio por el cual se brinda la información, cabe decir, que la obligación a la que aludimos comienza en la etapa *precontractual*, incluso antes, a través de la oferta pública del bien o servicio. Por ello en las campañas publicitarias es preciso tener muy en cuenta éste deber de informar y sus características.

Al respecto nos parece adecuado lo establecido por el art. 42 del proyecto argentino sobre comercio electrónico que propone que “previamente a la

emisión del consentimiento, el consumidor o usuario deberá disponer de la siguiente información detallada: el derecho a realizar la transacción por otros medios y las condiciones para obtener, si lo solicita, una copia en papel de la documentación; el derecho a revocar el consentimiento, incluyendo información sobre las condiciones y procedimientos, eventuales costos y consecuencias de tal revocación; el alcance del consentimiento a prestar; la obligación del oferente de mantener debidamente actualizada la información necesaria para que el consumidor o usuario establezca contacto; los requerimientos técnicos necesarios para acceder y conservar la documentación; la obligación del oferente de proveer anticipadamente información sobre cualquier variación relativa a los requerimientos técnicos necesarios para acceder y conservar la información; el derecho del consumidor a revocar el consentimiento sin costo por causas de variaciones en los estándares técnicos de procesamiento de la información”.

### **3.2 Condiciones de la Oferta y de la Venta.**

Durante mucho tiempo se discutió en la doctrina respecto a la fuerza vinculante de las ofertas dirigidas al público. Con la sanción de la ley de Defensa del Consumidor, especialmente su art. 7. Aclara definitivamente todas esas discusiones ya que dispone expresamente que *la oferta dirigida al público*

*en general (consumidores potenciales indeterminados) obliga a quien la emite.*

De ésta manera, cuando se entra en el campo de la aplicación de la ley 24.240, el artículo citado modifica sustancialmente al art. 1148 del Código Civil que establece que la oferta debe realizarse a persona determinada. Asimismo dicho artículo deroga en forma tácita el art. 454 del Cód. De Comercio que dispone que “Las ofertas indeterminadas, contenidas en un prospecto o en una circular, no obligan al que las ha hecho”. Esta norma, con la sanción de la ley 24.240, no rige cuando se trata de contratos de consumo.

Debido a que los ofertantes en Internet no saben ni pueden saber el número de usuarios que responderán a sus ofrecimientos comerciales, se configuraría la propuesta de ofertas a personas indeterminadas que obligan al ofertante ante la eventual aceptación por parte del comprador. Por lo que inferimos que la aceptación de las ofertas virtuales debe regularse por el momento de acuerdo a las normativas emergentes de la Ley de Defensa del Consumidor, según la cual en caso de duda, se estará siempre a la interpretación más favorable para el consumidor (art. 3.)

El art. 7. Se relaciona con el art. 8. Ya mencionado en el punto anterior, pero destacando con referencia a éste último que *los efectos de la publicidad*, a que se refiere, quiere decir que no prohíbe la publicidad engañosa, sino lo que hace la norma es tornar exigible lo prometido en dicha oferta engañosa.



Reiteramos que la publicidad de bienes y servicios forma parte del contrato, y por ende, el consumidor cuenta con una acción contractual para exigir el cumplimiento.

### **3.3 La aceptación de la oferta**

Fernando Gago señala que, la exteriorización de la voluntad a través de Internet se produce como señales electromagnéticas representadas por una cadena de decodificaciones y conversiones en lenguaje legible, siendo de gran importancia entonces, determinar el momento de perfeccionamiento de dicha voluntad negociar.

Así el contrato puede perfeccionarse en el momento de la recepción de los pulsos electromagnéticos o por el contrario en el momento en que el destinatario puede percibir sensorialmente la declaración o en otro momento.

El instante de perfeccionamiento del contrato va a depender de la herramienta de comunicación que empleen las partes por Internet, como así también si lo consideramos un *contrato entre presentes o entre ausentes*.-

En países donde se ha desarrollado activamente Internet como Canadá y EE.UU existen organismos, la Gendarmerie Royal de Canadá y la Federal Trade Commission de Estados Unidos, que han implementado un mecanismo

de protección al consumidor, mediante la creación de un sitio Web en donde se informa al público sobre las distintas maniobras y operatorias ilícitas predominantes en la red. Todas estas formas de realizar actividades comerciales a través de medios digitales, se logra mediante la utilización de tecnología segura, legislación tributaria adecuada, normas contractuales claras y educación sobre las nuevas tecnologías digitales.

Y es aquí donde debemos dilucidar el ámbito de aplicación de las normas protectorias. La Ley española (Real Decreto 1906/99), que comenzó a regir el 1-3-2000, se aplica a los contratos a distancia, con o sin presencia física simultánea de los contratantes, realizados por vía telefónica, electrónica o telemática, que contengan condiciones generales de contratación...” (Art. 1) y excluya los contratos administrativos, los de trabajo, lo de constitución de sociedades, los que regulan las relaciones familiares y sucesorios (art. 2), lo cual es admisible.-

Para Colángelo y Álvarez hay tres posturas respecto de si el contrato electrónico es entre ausentes o entre presentes.

1) Están aquellos para los que siempre que se hable de contratación electrónica se trata de un *contrato entre ausentes*, debido a que los sujetos contratantes se encuentran en distintos lugares, siguiendo la teoría de la

emisión plasmada por nuestro codificador en el art. 1154 del Código Civil en el cual el ofrecimiento y la aceptación se realizan en momentos diferentes. El artículo citado reza que *la aceptación hace sólo perfecto al contrato desde que ella se hubiese mandado al proponente*. En éste supuesto (entre ausentes) la comunicación inmediata falla, de ahí que la aceptación deba *mandarse*

2) Otra postura, *diferencia el medio que se utilice*, diciendo que, en el caso de lo que es contratación por Internet, la oferta se realiza en un instante y al sujeto que está navegando solo le queda comprarlo o no, no tiene otra opción, una vez que se retiró de la página y si vuelve no está más, caducó la oferta, y en virtud de la inmediatez en que se produce la aceptación a la recepción por parte del oferente de la aceptación entiende que es entre presentes. Diferente es la oferta por e-mail, en donde tiene todas las características de cualquier oferta escrita, en la cual el sujeto hace un ofrecimiento a persona indeterminada y le queda siempre la posibilidad de contratar o no, Pero para la aceptación ya se necesita de mayor cantidad de tiempo.

3) Y la tercera es aquella que desconoce que sea un contrato entre ausentes y lo remite a un *contrato entre presentes*, porque dice que es un medio similar al teléfono.

Por otra parte debemos referirnos a la *forma* de los contratos, cuando éstos se realizan entre *presentes y/o entre ausentes* expresando los artículos 1180 y 1181 del Código Civil, que las formas de los contratos entre *presentes* serán juzgadas por las leyes y usos en que se han concluido. En cambio, en el supuesto de contratos entre *ausentes* hay que distinguir, si fueren hechos por instrumento particular firmado por una de las partes, entonces la forma será juzgada por las leyes del lugar indicado en la fecha del instrumento. Si fueren hechos por instrumentos particulares firmados en varios lugares, o por medio de agentes, o por correspondencia epistolar, su forma será juzgada por las leyes que sean más favorables a la validez del contrato.

Debemos resaltar lo expresado por el art. 1182 del Código Civil que se refiere a las formas de los contratos remitiéndose a lo dispuesto en cuanto a la forma de los actos jurídicos, por lo que el presente artículo tiene concordancia con los arts. 973 a 978 del Código Civil.

La forma comprende la manera o modo por el cual el sujeto manifiesta su voluntad con relación a un objeto, cuando tiene por fin inmediato establecer relaciones jurídicas en un tiempo determinado.

La verdad es que por forma de los actos jurídicos debemos entender todos los medios de declaración de la voluntad por las cuales ésta se exterioriza (art. 913

Cód. Civil), ya adoptada libremente por el autor o los autores de esa manifestación de voluntad (art. 974 Cód. Civil), ya impuesta por la ley o convenida por las partes (Art. 975 Cód. Civil) a los fines de probar el acto jurídico o excepcionalmente, como requisito esencial de éste último en cuanto a su existencia y validez (arts. 975 a 978 Cód. Civil).

Según el art. 1155 del Código Civil *la aceptación efectuada entre ausentes puede retractarse antes de que llegue al oferente*. Pero en los contratos electrónicos ello es imposible atento la velocidad de la información. Cuando el contrato se considera celebrado, se pasa de la etapa de la gestación a la de cumplimiento, no caben arrepentimientos ni desistimientos válidos. Sólo puede aludirse al cumplimiento o incumplimiento. Acudir entonces a una “retractación” configura una inexactitud, un error jurídico, correspondiendo satisfacer los daños emergentes y el lucro cesante; todo lo que el contratante frustrado hubiera obtenido si su expectativa legítima a las prestaciones debidas se hubiera visto satisfecha.

Por lo expuesto la legislación nacional tiende a favorecer la libertad de formas para la celebración de los contratos.

En materia de contratos electrónicos, obliga al dictado de normas relativas al valor probatorio, la admisibilidad en juicio del documento electrónico. Y en éste

aspecto, la adecuada regulación de los fenómenos tecnológicos traería como consecuencia la mentada *seguridad jurídica* que hace a la vigencia del estado de derecho que el hombre requiere para su evolución. Gago expresa que una solución a ello sería el dictado de una ley en la cual se admiten como nuevos instrumentos “particulares”, documentos escritos y no firmados (por ejemplo telex, telecopia, correo electrónico, etc.) y los registros visuales y/o auditivos de cosas o hechos y los registros de pensamientos o información, cualquiera fuera el medio empleado (modifica el art. 978 del C.Civil y deroga el art. 1012)

### 3.4 **Términos abusivos y cláusulas ineficaces en la contratación.**

Al utilizarse cláusulas generales en los contratos on line, algunos autores califican a los mismos como celebrados por *adhesión a condiciones generales de contratación*.

Las condiciones generales y su aceptación constituyen un documento electrónico. Estas condiciones se presentan de tal modo que fuerzan de manera inevitable al usuario a comprobar que las tuvo que leer antes de aceptar, encontrándose abonado con la certificación notarial del *contenido* de las condiciones. En ésta línea la Corte del Estado de California, Estados Unidos, consideró que el usuario queda vinculado por las condiciones

generales al pulsar el botón que dice “aceptar” luego de haber tenido oportunidad de leerlas.

Constituyendo la Ley de Defensa del Consumidor una ley de orden público, ésta no le es oponible, cuando se quiere legitimar las cláusulas abusivas. Es muy importante resaltar la definición de cláusula abusiva dada por el decreto reglamentario 1798/94 de la Ley de Defensa del Consumidor, al establecer que *se consideran términos o cláusulas abusivas las que afecten inequitativamente al consumidor o usuario en el cotejo entre los derechos y obligaciones de ambas partes.*

Una de las cuestiones que plantean éstas modernas formas de contratación, en los que el negocio jurídico ya no es obra de la discusión y posterior acuerdo de voluntades, sino que viene impuesto por la parte más fuerte en la relación, es el de las *limitaciones*, que se les debe imponer para resguardar la buena fe comercial.

En materia de contratación electrónica se han considerado cláusulas abusivas las que prorrogan la jurisdicción, las que invierten la carga probatoria, la que limita los derechos del consumidor etc.

#### 4.- **MODALIDADES DE PAGO**

Las formas de pago pueden ser:

- por Cajeros electrónicos, que es una cuenta de donde se pueden debitar los pagos.

- por Dinero electrónico, se paga por medios electrónicos y la cuenta puede estar asociada a un Banco en forma on-line (vía modem o red) u off-line depositado en una cuenta de la cual se puede ir gastando.

- Por Cheques electrónicos a través de Internet y por Tarjetas de crédito.

Es importante la seguridad en los sistemas de pago, es la forma de garantizar fiabilidad y confiabilidad en un sistema electrónico de compras.

Los usuarios temen dar su número de tarjeta de crédito, y en algunos casos su dirección y teléfono. Hoy la encriptación de los datos está cambiando la percepción de la gente.

#### 5.- **PROTECCION DE LA PRIVACIDAD DE LOS USUARIOS.**

Sin duda, una de las formas que tiene un individuo de preservar su intimidad en el comercio tradicional, es comprar los bienes o servicios que desee con dinero en efectivo. Esta forma de pago, evita que el vendedor necesite, en modo alguno, conocer la identidad del comprador. Sin embargo, en las compras a través de Internet, normalmente debemos suministrar nuestros datos



personales (nombre, dirección, etc.) junto con un número de tarjeta de crédito. Al suministrar esta información estamos expuestos a que se vincule nuestra identidad con el tipo de bienes o servicios que adquirimos. Esta información puede ser alquilada o vendida por el proveedor a otras compañías que se dediquen, por ejemplo, a la publicidad directa. Sin embargo, existen sistemas que permiten realizar compras a través de Internet o de cualquier otra red de comunicaciones de forma anónima, tal y como funciona el dinero de papel en el pago al contado. Tales sistemas se engloban bajo el nombre de "dinero o monedero electrónico" (digital cash/ electronic wallet).

La página debe informar claramente al visitante que tipo de datos registra. Debe incluirse el nombre del proveedor, la fecha y la hora de acceso, la utilización de cookies (ficheros de datos que se generan a través de las instrucciones que los servidores web envían a los programas navegadores y que se guardan en un directorio específico de la computadora del usuario; es un instrumento para obtener hábitos de consumo, frecuencia de visita de una sección determinada etc.); las características esenciales del bien o del servicio, incluidos todos los impuestos; los gastos de entrega en su caso; las modalidades de pago; la forma de entrega o ejecución, la existencia de un derecho de arrepentimiento, el costo de la comunicación a distancia cuando se

calcula sobre una base de tarifa básica; el plazo de validez de una oferta o del precio.

## **6.- LA ENTREGA DEL PRODUCTO**

Otros de los aspectos a dilucidar cuando se realizan las transacciones a través de Internet, es el que se refiere a la entrega del producto comprado. Si las partes contratantes se domicilian dentro de nuestro país rige el art. 1409 y concordantes del Código Civil en cuanto a la forma de entrega, lugar, domicilio de pago y demás aspectos de la transacción.

El problema se presenta cuando se contrata con algún proveedor que se encuentra en otro país. Y es aquí cuando debemos referirnos a los llamados *contratos internacionales*; debiendo determinar las circunstancias que hacen que un contrato sea internacional.

No existe una definición de los contratos internacionales en los códigos ni en los instrumentos extranjeros. En Francia, el criterio que identifica un contrato internacional se ha basado históricamente en consideraciones económicas o si afecta los intereses de un comercio internacional. Según el Derecho internacional privado argentino, tanto interno como convencional, un contrato

es internacional, si está destinado a cumplirse en una jurisdicción distinta a la de su celebración; o si su celebración se vincula a varios sistemas jurídicos, en razón de que los domicilios o establecimientos del oferente y del aceptante se encuentran radicados en diferentes países. La Convención de las Naciones Unidas sobre los contratos de compraventa internacional de mercaderías de 1980, conocida como la Convención de Viena, y la Convención sobre ley aplicable a los contratos de compraventa internacional de mercaderías de 1986, llamada Convención de La Haya, no definen al contrato internacional, pero declaran que la Convención se aplicará a los contratos de compraventa de mercaderías entre partes que tengan sus *establecimientos comerciales en Estados diferentes*. Esta Convención que se refiere sólo a la compraventa, pero que puede ser aplicada para otro tipo de transacciones, determina que el vendedor es quien asume a su cargo el cumplimiento de la obligación, de entrega de la cosa y transferencia de la propiedad; pero si no se estableció un lugar determinado de entrega el vendedor se desobliga de poner la mercadería a disposición del comprador. Y puede disponer la entrega en el lugar donde el vendedor tenga su establecimiento en el momento de la celebración.

Cuando se aplica la Ley de Defensa del Consumidor, más precisamente el art. 34, que es una norma de orden público, cobra importancia la misma en la

compraventa electrónica; señalando Colángelo y Alvarez que, necesariamente a la compraventa por medios electrónicos, se le debe considerar una compraventa a distancia en cuanto a la posibilidad del rechazo de la compra. Para que pueda ser posible tal circunstancia se deben cumplir dos requisitos: 1. La necesidad de producir la devolución dentro de los cinco días corridos a partir de que se entregó la cosa o se celebre el contrato; y 2. devolverlo en idénticas condiciones, corriendo el comprador con los gastos de devolución

Esta facultad no puede ser dispensada ni renunciada. El vendedor debe informar por escrito al consumidor de esta facultad de revocación en todo el documento que, con motivo de venta le sea presentado al consumidor. Tal información debe ser incluida en forma clara y notoria; el consumidor debe poner la cosa a disposición del vendedor y los gastos de devolución corren por su cuenta.

Scorza citado por Lorenzetti señala que ésta regla genérica puede dar lugar a inconvenientes cuando se trata de bienes bajo forma digital, porque el consumidor puede ingresar en un sitio y luego de usar las informaciones allí expuestas, puede copiar todo el contenido y, finalmente ejercitar su derecho de receso.

Por ello la ley italiana prevé que, no se aplica cuando se trata de: a) la provisión de servicios cuya ejecución ya esté iniciada con acuerdo del consumidor; b) la provisión de bienes o servicios ligados a la fluctuación del mercado financiero; c) bienes personalizados, o hechos a medida del consumidor; d) software abierto para el consumidor o productos audiovisuales; e) periódicos o revistas; f) lotería. Al respecto, coincidimos con **Lorenzetti** cuando dice que en ausencia de norma expresa, el derecho de receso es antifuncional en los casos de venta de bienes bajo forma digital, a un punto tal que impediría su suministro. Por ésta razón, su utilización, en éstos casos puede ser calificada de abusiva.

## **7. RESPONSABILIDAD JURIDICA POR LAS OPERACIONES EN LINEA.**

Las cuestiones referidas a la responsabilidad tiene dos aristas: a) el de los intermediarios que transmiten o almacenan información y b) el de las partes en la relación contractual.

El primero alude a la responsabilidad aplicable a los prestadores de servicios del comercio electrónico, y a los intermediarios que transmiten o almacenan

información, generalmente provenientes de terceros, por ejemplo los las autoridades certificadoras. El problema se suscita para determinar en qué medida pueden ser considerados responsables por los contenidos ilícitos, o nocivos en la web. Pueden acordar cláusulas que definan la distribución de la carga indemnizatoria por los daños que se causen a terceros, la que tiene valor entre las partes pero es inoponible a los terceros. Existe una tesis en que el proveedor de acceso (prestadores de los servicios *hosting- servicios de alojamiento de sitios web-*) es considerado como un mero intermediario y equiparable al titular de una tarjeta de crédito o de una línea telefónica que proveen, pero no responden por los hechos de quienes los utilizan. Dichos servicios se asimilarían a una “locación” donde se concede el uso y goce de un sitio virtual por el pago de un precio sin asumir ninguna responsabilidad frente a los terceros, ésta es la posición predominante en Estados Unidos. Contrariamente a lo expuesto, hay quienes opinan que el proveedor no sólo suministra el uso y goce, sino que es el organizador y creador de un sitio, con derechos de autor, infiriéndose que jurídicamente no es un sujeto pasivo sino activo y por lo tanto con responsabilidad, pero corriéndose el peligro que éstos se nieguen a prestar sus servicios en determinados países donde la legislación es muy estricta, lo que aparejaría una prohibición del acceso a la información, derivando en una gran inseguridad jurídica.

Distinta sería la solución si el proveedor de Internet hubiera tenido oportunidad de valorar la ilegalidad del contenido de la información o su dañosidad hacia terceros, lo que tornaría responsable su conducta.

El segundo aspecto se refiere a la relación contractual que se establece entre comprador y vendedor de los bienes y servicios comercializados por Internet.

En éste supuesto juegan un papel fundamental las normativas relacionadas con la actividad comercial en la red; incluyendo las normas sobre protección del consumidor y legislaciones específicas de contratación a través de la red, con

La inclusión de las disposiciones referidas a los instrumentos digitales, firma digital, controles estatales adecuados que posibiliten el cumplimiento de las mismas.

## **6.- METODOLOGÍA.**

En la fase de ejecución de la investigación procederemos, al análisis y la síntesis, apegándonos al método inductivo donde estudiaremos los aspectos particulares para llegar a un análisis general; y, el método deductivo que nos permitirá analizar aspectos generales para llegar a conclusiones particulares.

La observación bibliográfica, documental, empírica nos permitirá conocer el desempeño de la audiencia única en el proceso oral laboral.

Para obtener la Investigación de campo aplicaremos 25 encuestas aplicadas a ciudadanos naturales. Para la contratación de los objetivos; General vincularemos la teoría con la práctica, los objetivos específicos mediante el acopio extraído de las fuentes bibliográficas existentes, la información recogida de las fuentes empíricas de información, tanto los objetivos

Específicos como la hipótesis la verificaremos con la investigación de Campo particulares para llegar a un análisis general; y, el método deductivo que nos permitirá analizar aspectos generales para llegar a conclusiones particulares.

La observación bibliográfica, documental, empírica nos permitirá conocer el

Para obtener la Investigación de campo aplicaremos 25 encuestas aplicadas a ciudadanos naturales. Para la contratación de los objetivos; General vincularemos la teoría con la práctica, los objetivos específicos mediante el acopio extraído de las fuentes bibliográficas existentes, la información recogida de las fuentes empíricas de información, tanto los objetivos

Específicos como la hipótesis la verificaremos con la investigación de campo.



## 7. CRONOGRAMA.

Tiempo en meses y semanas	2016-2017																			
	ABRIL				Mayo				Junio				Julio				Agosto			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Actividades																				
1.- Fase de comprensión del objeto de transformación			x	x																
2.- Elaboración y presentación del proyecto de investigación.				X	x	x														
3.- Recolección de la investigación bibliográfica						X	X	X	X	X	x									
4.- Aplicación de encuestas y entrevistas.													X	X	X					
5.- Estudio de casos.															X	X	X			
6.- Sistematización y elaboración de la propuesta.																	x	X		
7.- Exposición final de la Investigación.																			X	X

## 8. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO.

<b>Nro.</b>	<b>MATERIALES</b>	<b>COSTO</b>
1	Resma de papel bond a 4	7.00
2	Copias e impresiones	30.00
3	Libros Doctrinario Jurídicos	30.00
4	Transporte	40.00
5	Imprevistos	40.00
6	Bibliografía	20.00
7	Internet	40.00
	<b>TOTAL</b>	<b>207.00</b>

## 9. BIBLIOGRAFÍA.

- LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS ELECTRÓNICAS Y MENSAJES DE DATOS  
(Ley No. 2002-67)
- Encuesta realizada por el estudio D'Alessio/Irol/Harris publicada por el diario Clarín el 24 de junio de 2001 y en [www.clarin.com](http://www.clarin.com)
- SARRA, Andrea Viviana "Comercio Electrónico y Derecho", pág. 279 Ed. Astrea
- LUZ CLARA, Bibiana "Manual de Derecho Informático", pág. 132 Ed. Jurídica Nova Tesis
- LORENZETTI, Ricardo Luis, "Comercio Electrónico y Defensa del Consumidor" publicado en <http://www.latinlex.com/ar/contenidos/doctrinas/doctrina41.htm>  
Encuesta cit.
- ALLENDE, Lisandro A, art. titulado "Comercio Electrónico. Aspectos generales normativos y contractuales". Rev. El Derecho N° 10291 del 10/7/2001, págs. 1/5
- COLÁNGELO, María Noel y ALVAREZ, Carlos Emiliano "Contrato Electrónico. El contrato electrónico en Argentina", artículo publicado en Doctrina de "La Ley", pág. 10/12.
- JIJENA LEIVA, Renato Javier "Comercio electrónico y derecho. La problemática jurídica del comercio electrónico". El comercio electrónico o vías redes telemáticas, artículo publicado en REDI (Revista Informática de Derecho informático).
- Posición de *Consumers Internacional*, citado por LORENZETTI, Ricardo Luis, en "Comercio Electrónico", pág. 226 Ed. Abeledo Perrot

- VAZQUEZ FERREIRA, Roberto A. y PEYRANO, Marcos L. “Análisis de la ley 24240 de Defensa del Consumidor”. Cód. Civil 3B arts. 1117/1189. Obligaciones. Contratos Bueres, Highton pág. 240. Ed. Hammurabi.



10. Anexos

## ENCUESTA

- UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
- MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA DE LA
- CARRERA DE DERECHO

-  
- **ENCUESTA DIRIGIDA A PROFESIONALES EN LIBRE EJERCICIO.**  
-

- Señor Abogado, sírvase responder las siguientes preguntas que a continuación se detalla relacionado con el tema “IMPORTANCIA DE REFORMAR LA LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS, MENSAJES DE DATOS Y DERECHOS AL CONSUMIDOR EN EL ECUADOR”, su colaboración nos será de mucha ayuda en el desarrollo de mi investigación de tesis previo a la obtención del título de abogado.

- - 1. ¿Cree usted que el contrato electrónico es importante dentro de la sociedad?  
-

- SI ( ) NO ( )

- ¿Por qué?.....  
- .....

·

- 2. ¿Considera usted pertinente que las normas de protección al consumidor garanticen al ciudadano su condición de sujeto de derecho y que las mismas, no puedan ser derogadas por otras leyes?  
-

- SI ( ) NO ( )

- ¿Por qué?.....  
- .....

·

- 3. ¿Considera adecuado que la información al consumidor en el comercio electrónico se corporiza principalmente a través de la publicidad?  
-

- SI ( ) NO ( )

- ¿Por qué?.....

- .....  
.

-  
- 4. ¿Estima usted que una de las formas que tiene un individuo de preservar su intimidad en el comercio tradicional, es comprar los bienes o servicios que desee con dinero en efectivo?

- SI ( ) NO ( )

- ¿Por qué?.....  
- .....

-  
.

- 5. ¿Cree usted que dentro del derecho a la intimidad es importante señalar la elaboración, transferencia o utilización de bases de datos, obtenidas directa o indirectamente del uso o transmisión de mensajes de datos, y se requerirá el consentimiento expreso del titular de éstos, quien podrá seleccionar la información a compartirse con terceros?

- SI ( ) NO ( )

- ¿Por qué?.....  
- .....

-  
.

- Gracias por su colaboración.

-  
-

## INDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	I
CERTIFICACION .....	II
AUTORÍA.....	III
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
TABLA DE CONTENIDOS .....	VI
TÍTULO.....	1
RESUMEN .....	2
ABSTRACT.....	3
INTRODUCCIÓN .....	4
REVISIÓN DE LITERATURA .....	9
MARCO CONCEPTUAL.....	9
MARCO DOCTRINARIO.....	30
MARCO JURIDICO .....	43
LEGISLACIÓN COMPARADA .....	82
MATERIALES Y METODOS.....	91
RESULTADOS.....	96
DISCUSIÓN .....	109

CONCLUSIONES.....	114
RECOMENDACIONES .....	116
PROPUESTA DE REFORMA JURIDICA .....	118
BIBLIOGRAFIA .....	121
ANEXOS .....	123
INDICE .....	160