



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA**  
**CARRERA DE DERECHO**

**TÍTULO**

**“REFORMA JURÍDICA A LA LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR EN CUANTO A LA FALTA DE SANCIONES POR PUBLICIDAD ENGAÑOSA”.**

**TESIS PREVIA A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
ABOGADA.**

**AUTORA:** Pamela Lizbeth Rosero Mena

**DIRECTOR:** Dr. Mg. Augusto Astudillo Ontaneda

**LOJA – ECUADOR**

**2017**

## CERTIFICACIÓN

Dr. Mg. Augusto Astudillo Ontaneda

DIRECTOR DE LA CARRERA DE DERECHO, UNIDAD DE EDUCACIÓN A  
DISTANCIA, DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación de tesis titulado  
“REFORMA JURÍDICA A LA LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL  
CONSUMIDOR EN CUANTO A LA FALTA DE SANCIONES POR  
PUBLICIDAD ENGAÑOSA”. De autoría de la postulante Pamela Lizbeth  
Rosero Mena, misma que cumple con todos los requisitos de fondo y forma,  
ajustándose de esta manera a las normas estatutarias y reglamentarias de la  
Universidad Nacional de Loja, por lo tanto autorizo su presentación, disertación  
y defensa.

Loja, Julio de 2017



Dr. Mg. Augusto Astudillo Ontaneda  
Director de tesis

## AUTORÍA

Yo, **PAMELA LIZBETH ROSERO MENA**, con declaro ser autora del presente trabajo de tesis, y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y 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.

**Autora:** PAMELA LIZBETH ROSERO MENA

**Firma**



**Cédula:** 1105716201

**Fecha:** Loja, 06 julio de 2017

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

Yo, PAMELA LIZBETH ROSERO MENA, declaro ser autor del presente trabajo de tesis titulada: **“REFORMA JURÍDICA A LA LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR EN CUANTO A LA FALTA DE SANCIONES POR PUBLICIDAD ENGAÑOSA”**. como requisitos para obtener el grado de Abogada; 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 texto 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 06 días del mes de julio del dos mil diez y siete, firma la autora.

FIRMA:  .....

**AUTORA: PAMELA LIZBETH ROSERO MENA**

**CEDULA: 1105716201**

**DIRECCIÓN: Panamá 13-108 y Venezuela – Loja**

**CORREO ELECTRÓNICO: pame\_liz20@hotmail.es**

**TELÉFONO: 2560661 0989023677**

**DIRECTOR DE TESIS: Dr. Mg. Augusto Astudillo Ontaneda**

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**TRIBUNAL DE GRADO: Dr. Mgs. Marcelo Armando Costa Cevallos**

**Dr. Mgs. Felipe Solano Gutiérrez**

**Dr. Mgs. Darwin Romeo Quiroz Castro**

## **DEDICATORIA**

Este modesto trabajo de tesis lo dedico de manera especial a DIOS, razón de mi vida, por quien vivo y a quien le debo todo, a mis padres, hermanos, familia y al amor de mi vida por el enorme cariño, por estar siempre a mi lado colaborando en todos los momentos de mi vida.

**La Autora**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios Todo poderoso por darme la suficiente inteligencia y perseverancia que me ha permitido perfeccionar con éxito uno más de mis objetivos planteados dentro de mi vida profesional. A mis padres y familia quienes me han sabido apoyar incondicionalmente para culminar mi carrera.

Al Dr. Mg. Augusto Astudillo Ontaneda Por su acertada dirección y su incansable paciencia durante todo el desarrollo de la presente tesis.

A la Universidad Nacional de Loja, institución que me ha permitido a una educación superior con los más altos niveles de enseñanza.

**La Autora**

## **TABLA DE CONTENIDO**

### **1.- TÍTULO**

### **2.- RESUMEN**

#### 2.1.- ABSTRACT

### **3.- INTRODUCCIÓN**

### **4.- REVISIÓN DE LITERATURA**

#### **4.1.- MARCO CONCEPTUAL**

DEFENSORÍA

CONSUMIDOR

SERVICIO

DERECHO DEL CONSUMIDOR

CALIDAD

PRODUCTO

#### **4.2.- MARCO DOCTRINARIO**

Regulación de precios y tarifas

Sistema de control de calidad incipiente y muy poco implementado

Los procedimientos

Sería conveniente establecer distintos tipos

Definición

Tipos de Publicidad Engañosa

#### **4.3.- MARCO JURÍDICO**

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

LEY DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

LEY DEL SISTEMA ECUATORIANO DE CALIDAD

CÓDIGO DE COMERCIO

#### **4.4.- LEGISLACION COMPARADA**

Ley de protección al consumidor en Perú

Ley de protección al consumidor en Argentina

#### **5.- MATERIALES Y MÉTODOS**

MATERIALES UTILIZADOS

MÉTODOS

PROCEDIMIENTOS Y TÉCNICAS

#### **6.- RESULTADOS**

RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LA ENCUESTAS

RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LA ENTREVISTAS

ESTUDIO DE CASO

## **7.- DISCUSIÓN**

VERIFICACIÓN DE OBJETIVOS

CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

FUNDAMENTACIÓN JURÍDICA PARA LA PROPUESTA DE SOLUCIÓN

## **8.- CONCLUSIONES**

## **9.- RECOMENDACIONES**

9.1.- Propuesta de Reforma Jurídica

## **10.- BIBLIOGRAFÍA**

## **11.- ANEXOS**

**PROYECTO DE TESIS**

**ÍNDICE**

## **1. TÍTULO**

“REFORMA JURÍDICA A LA LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR EN CUANTO A LA FALTA DE SANCIONES POR PUBLICIDAD ENGAÑOSA”.

## **2. RESUMEN**

El desarrollo del presente trabajo de investigación ha sido realizado en vista de la necesidad de encontrar una solución a los problemas que acontecen en torno a los aspectos sociales, económicos, laborales, que implica la Defensa del Consumidor en cuanto a la falta de sanciones por Publicidad Engañosa que existe por varias empresas de venta, tratando este tema desde nuestro interés, diremos que todos estos factores se dan por el incumplimiento de lo pactado en los contratos de concesión y las ventas por internet y medios de televisión, materia de nuestro estudio. Tratando de determinar los puntos clave para esclarecer la problemática. A través de diversos medios de información he conocido la realidad de la publicidad engañosa y la Ley Orgánica del Consumidor, a diferente escala, ya sea electrónica, consumo masivo, línea blanca; ya que es muy común ver por la televisión, leer en la prensa o escuchar en la radio la infinidad de productos ofertados sin medida ni escrúpulo, ya que en realidad en nuestro país no existe un control sobre esta explosión de propaganda.

Es por ello, que es necesario, minimizar los procedimientos realizados en estas instituciones, de forma que se puedan de forma ágil e inmediata resarcir los derechos de los Consumidores y Usuarios, determinando más facultades de juzgamiento.

## **2.1. ABSTRACT**

The development of this research has been made in view of the need to find a solution to the problems that occur around the social, economic, labor issues, involving the Consumer Protection regarding the lack of penalties for Advertising misleading there for several marketers, dealing with this issue since our interest, we will say that all these factors are given for breach of the agreement on concession contracts and sales online and television media, subject of our study. Trying to determine the key points to clarify the issue. Through various media I have known the reality of misleading advertising and organic consumer law, on a different scale, whether electronic, consumer goods, appliances; as it is very common to see on television, read in newspapers or heard on the radio the myriad of products offered without measure or scruple, since in reality in our country there is no control over this explosion of propaganda.

That is why, it is necessary to minimize the procedures performed in these institutions so that they can in a flexible and immediate redress the rights of consumers and users, determining more powers of judgment.

### 3. INTRODUCCIÓN

Esta investigación que ha sido concebida para realizar un estudio legal acerca de la institución jurídica de Reformar a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en cuanto a la Falta de Sanciones por Publicidad Engañosa, para su desarrollo se procedió primeramente a partir de un proyecto, mismo que fue aprobado por el docente tutor, para su ejecución.

Ya que un aspecto que preocupa es que los ciudadanos no conozcan la ley Orgánica de Defensa del Consumidor, pues no existe espacios en los medios de comunicación en donde se socialice el contenido de la misma; además, en los planes y programas de estudio impartido por el Ministerio de Educación no existe absolutamente nada relacionado con la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, como un deber del Estado y expresado en el mismo cuerpo legal en su **Art. 89.- Planes de Estudio.-** El Ministerio de Educación y Cultura incluirá, como eje transversal, dentro del pensum de asignaturas ya existentes, un componente relacionado a la educación del consumidor; con tal finalidad ejecutará programas de capacitación docente e incluirá mensajes acerca de los derechos del consumidor en los textos y otros medios pedagógicos.

La educación del consumidor privilegiará las siguientes áreas:

1. El conocimiento de los derechos y obligaciones;

2. Promover la capacidad para elegir con mayor libertad y eficacia entre los bienes y servicios que ofrece el mercado;
3. Planificar y satisfacer mejor sus necesidades; y,
4. Evitar riesgos derivados de un uso inadecuado de bienes y servicios.

Recordemos que los derechos del consumidor son, de hecho, parte de los derechos humanos los cuales también están sujetos a la Defensoría Del Pueblo. Se basan en el entendimiento por parte de los ciudadanos, los gobiernos y las empresas de que el cliente o consumidor debe y tiene que ser protegido tanto por el Estado, como por las empresas.

Con una primera sección de indagación y análisis crítico, que inicia con la Revisión de Literatura, donde se realizó el acopio teórico, que tiene relación con el problema investigado; esto fue posible por la bibliografía consultada de libros, diccionarios jurídicos, Constitución del Ecuador, Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, Leyes, compendios de legislación ecuatoriana, etc., de igual manera la utilización de la red de Internet.

En la revisión de literatura se desarrolló el marco conceptual con temas como: definición de Defensoría, consumidor, servicio, publicidad, engaño, publicidad engañosa, publicidad abusiva, anunciante, usuario, oferta, proveedor, calidad y producto.

En el marco doctrinario realizo una reseña sobre la Regulación de precios y tarifas, Sistema de control de calidad incipiente y muy poco implementado, procedimientos, definiciones, tipos de publicidad engañosa y finalidades de la publicidad engañosa.

En la parte jurídica, se hace un análisis de los aspectos pertinentes de los mandatos constitucionales; de la Ley del Consumidor, Ley de Sistema Ecuatoriano de Calidad, y el Código de Comercio relacionado con la problemática investigada. Se analizó legislación comparada en cuanto a la Ley de protección al consumidor en Perú, tanto como en Argentina.

La aplicación de las encuestas me permitió extraer la información empírica, misma que se la presenta en cuadros estadísticos, para conocer el comportamiento de las variables. Finalmente se llega a las conclusiones y recomendaciones, para cerrar este trabajo con una propuesta de solución al problema identificado en el sector público y sus consecuencias en la afectación en las personas al momento de adquirir el producto diferente al que es visto por propagandas en diferentes medios de comunicación, internet, carteles publicitarios y otros.

## **4. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **MARCO CONCEPTUAL**

#### **DEFENSORÍA**

La Defensoría cuyo titular es el Defensor del Pueblo, es una institución que fue incluida en el aparataje institucional del Estado ecuatoriano mediante la disposición del artículo 96 de la Constitución Política del Ecuador que rigió desde agosto de 1998.

Actualmente, se encuentra institucionalizada mediante la disposición del artículo 214 de la nueva Constitución de la República del Ecuador (en vigencia desde octubre de 2008), que señala: " la Defensoría del Pueblo será un órgano de derecho público con jurisdicción nacional, personalidad jurídica y autonomía administrativa y financiera. Su estructura será desconcentrada y tendrá delegados en cada provincia y en el exterior<sup>1</sup>".

Es una la Institución Nacional de Derechos Humanos que protege y promueve los derechos de las personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos que habitan en el país; de ecuatorianas y ecuatorianos en el exterior y de los derechos de la naturaleza, para propiciar la vida digna y el buen vivir.

---

<sup>1</sup> [www.defensoriadelpueblo.com.gov](http://www.defensoriadelpueblo.com.gov)

## **CONSUMIDOR**

El Diccionario de la Lengua de la Real Academia Española acerca del consumidor, nos dice: “El vocablo consumidor deriva del latín consumere, que significa consumir. Luego, consumidor es aquel que consume. Y consumo es el gasto de aquellas cosas que con el uso se extinguen o destruyen”<sup>2</sup>.

Consumidor y consumo no poseen conceptos iguales ya que consumidor es la persona que al comprar algo lo disfruta, extingue, lo utiliza, mientras que consumo es lo que paga por ello, la persona que recurre a un servicio está contribuyendo a la economía del expendedor a esto se refiere el consumo.

Guillermo Cabanellas en su Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual nos dice: “Consumidor es Genéricamente, cualquiera que consume, en las distintas acepciones verbales de consumir. En lo económico, tanto como adquirente, en oposición al productor, industrial o comerciante, aun cuando no asimile o gaste materialmente. En lo alimenticio, el que ingiere. Derrochador.”<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Diccionario de la Lengua, Editorial Real Academia Española, 19na ed, Madrid,1976, pg. 349-350

<sup>3</sup> CABANELLAS de Torres Guillermo, Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual, Editorial Heliasta. II Tomo , 25 Edición, Buenos Aires- Argentina, Pag.35

Consumidor es la persona que consume lo que el mercado actual le presente y lo adquiere para satisfacer sus necesidades por esto es necesario que los bienes o servicios que adquiera sean acordes a sus requerimientos.

La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor art.2 en la parte pertinente nos dice “Consumidor es toda persona natural o jurídica que como destinatario final, adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente ley, mencione al consumidor, dicha denominación incluirá usuario.”<sup>4</sup>

La persona que consume bienes o servicios para su uso personal se lo denomina consumidor este utiliza bienes y servicios para usarlos y disfrutarlos de tal manera que no solo el obtiene beneficios sino también el proveedor lo cual ocasiona que esta relación genere desarrollo en la economía del país.

## **SERVICIO**

### **Definición de servicio**

Tiene “origen en el término latino *servitium*, la palabra servicio define a la acción y efecto de servir (estar sujeto a alguien por cualquier motivo haciendo lo que él quiere o dispone).”<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, Editorial Corporación de Estudios y Publicaciones, Quito, 2011, Pag 2

<sup>5</sup> <http://definicion.de/servicio/20/11/09>

Servicio se refiere a la prestación humana aquella que satisface alguna necesidad social y que no consiste en la producción de bienes materiales para brindar un servicio, estos servicios que le otorga puede hacerlo una persona o una organización y su personal destinados a cuidar intereses o satisfacer necesidades del público o de alguna entidad oficial o privada.

En el campo de la economía y del marketing, un servicio es “el conjunto de actividades realizadas por una empresa para responder a las necesidades del cliente.”<sup>6</sup>

Servicio son las diligencias que se realiza a favor de alguna persona para satisfacer sus necesidades, en las empresas el servicio es su objetivo y por ende este debe ser el mejor posible.

De esta forma, el servicio podría definirse como un bien no material. Por lo tanto, los proveedores de servicios no suelen manejar grandes materias primas y cuentan con pocas restricciones físicas. Por el otro lado, su principal valor es la experiencia. Cabe destacar que los proveedores de servicios forman lo que se conoce como el sector terciario de la industria.

**Publicidad.-** La comunicación comercial o propaganda que el proveedor dirige al consumidor por cualquier medio idóneo, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio. Para el efecto la información deberá

---

<sup>6</sup> <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger1/gescalses.htm/20/11/09>

respetar los valores de identidad nacional y los principios fundamentales sobre seguridad personal y colectiva.”<sup>7</sup>

**Engaño.-** “Falta la verdad en lo que se dice o se hace, con ánimo de perjudicar a otro; y así mismo, con intención de defenderse de un mal o pena, aun cuando legalmente procedan. Estafa, error, equivocación”.

El engaño se produce cuando al anunciar un producto, este al momento de consumirlo, surte lo contrario al anunciado. Es así que al engañar a los consumidores se produce un error conociendo las causas que puede producir. Sin embargo el engaño se lo asocia con distintas concepciones en el sentido que se lo acople. Por ello hago referencia a la publicidad engañosa como una voluntad falsa que perjudica los intereses de las personas.

**Publicidad engañosa.-** Toda modalidad de información o comunicación de carácter comercial, cuyo contenido sea total o parcialmente contrario a las condiciones reales o de adquisición de los bienes y servicios ofrecidos o que utilice textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente, e incluso por omisión de datos esenciales del producto, induzca a engaño, error o confusión al consumidor.”<sup>8</sup>

**Publicidad Abusiva.-** Toda modalidad de información o comunicación comercial, capaz de incitar a la violencia, explotar el miedo, aprovechar la falta

---

<sup>7</sup> Corporaciones de Estudios y Publicaciones, Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, Art.2 pp 2.

<sup>8</sup> Corporaciones de Estudios y Publicaciones, Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, Art.2 pp 3.

de madurez de los niños y adolescentes, alterar la paz y el orden público o inducir al consumidor a comportarse en forma perjudicial o peligrosa para la salud y seguridad personal y colectiva.<sup>9</sup>

**Anunciante.-** Aquel proveedor de bienes o de servicios que ha encargado la difusión pública de un mensaje publicitario o de cualquier tipo de información referida a sus productos o servicios.<sup>10</sup>

## **DERECHO DEL CONSUMIDOR.**

El destacado doctrinario Juan M. Farina: señala “ El derecho del consumidor es el conjunto orgánico de normas capaces de constituir una rama del derecho que tiene por objeto la tutela de quienes contratan para la adquisición de bienes y servicios destinados, en principios, a la necesidades personales.

Especial atención merece esta definición, que desafía la construcción de este conjunto orgánico de normas en una nueva rama, ya que tiene como objetivo principal la protección del consumidor propiciando la defensa de todas las personas que adquieren bienes y servicios con el fin de disfrutarlos lo que da lugar a que se consagre como el Derecho del Consumidor.

---

<sup>9</sup> Corporaciones de Estudios y Publicaciones, Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, Art.2 pp 3.

<sup>10</sup> Corporaciones de Estudios y Publicaciones, Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, Art.2 pp 2

**Usuario.-** El diccionario de la Real Académica Española (RAE) define el concepto de usuario con simpleza y precisión:

“Un usuario es quien usa ordinariamente algo. El término, que procede del latín *usuarius*, hace mención a la persona que utiliza algún tipo de objeto o que es destinaria de un servicio, ya sea privado o público”.

La noción de usuario es muy popular en el ámbito de la informática, en este sentido, un usuario puede ser tanto una persona como una computadora o un software, ya que el concepto está vinculado al acceso a ciertos recursos o dispositivos.<sup>11</sup>

Se conoce como usuario final, la persona a la que va destinada un producto cuando este ya ha superado las diversas etapas de desarrollo, se trata por lo tanto del sujeto que tiene una interacción directa con el producto.

**Oferta.-** Práctica comercial consistente en el ofrecimiento de bienes o servicios que efectúa el proveedor al consumidor.”<sup>12</sup>

**Proveedor.-** Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución, alquiler o comercialización de bienes, así como prestación de servicios a consumidores, por lo que se cobre precio o tarifa. Esta definición

---

<sup>11</sup> diccionario de la Real Académica Española (RAE) 19na ed, Madrid, 1976,

<sup>12</sup> Corporaciones de Estudios y Publicaciones, Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, Art.2 pp 2.

incluye a quienes adquieran bienes o servicios para integrarlos a procesos de producción o transformación, así como a quienes presten servicios públicos por delegación o concesión.”<sup>13</sup>

Queda claro saber que proveedor es aquel que se encarga de llegar a cada uno de nosotros mediante la publicidad generada por el marketing, la misma que se puede ver mediante los medios y por lo cual se adquiere un bien o servicio. Siendo el factor fundamental para que los usuarios y/o consumidores lleguemos a él.

## **CALIDAD**

La Calidad es herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie.

La palabra calidad tiene múltiples significados. Es un conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas. La calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades. Por tanto, debe definirse en el contexto que

---

<sup>13</sup> Corporaciones de Estudios y Publicaciones, Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, Art.2 pp 2.

se esté considerando, por ejemplo, la calidad del servicio postal, del servicio dental, del producto, de vida, etc.

El vocablo *calidad* “se usa como adjetivo en el lenguaje diario; sin embargo, es un sustantivo: se dice existe "buena" o "mala" Calidad. Por sí sola, la calidad es la descripción de algún producto o servicio no infiriendo nada bueno o malo, la calidad no es un valor. Sin embargo, muchas veces se confunde con la palabra SATISFACCIÓN que produce el producto o el servicio al ser consumido.”

La calidad se suele definir como el cumplimiento de los requisitos, ya sea que estos sean explícitos o implícitos, para la satisfacción de un cliente.

Diferentes clientes pueden tener diferentes conjuntos y niveles de requisitos respecto de una misma categoría de productos o servicios. Es por ello que la definición de requisitos, debe realizarse para un cliente o conjunto de clientes en particular. Y para ello, antes de definir los requisitos de un producto, debe necesariamente definirse al cliente para el cual va destinado.

La calidad se define también como el conjunto de las características de un producto o servicio que cumplen con las expectativas del cliente para el cual fueron diseñados, satisfaciendo sus necesidades y expectativas. La calidad también involucra que la productividad, la rentabilidad y la aceptación en el mercado sean proporcionales al nivel de satisfacción del cliente.

La Real Academia de la Lengua Española nos dice que calidad es: “Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permiten apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie”<sup>14</sup>

## **PRODUCTO**

Según Guillermo Cabanellas producto es “Toda cosa producida, creada o fabricada. Beneficio que se obtiene al vender algo. Rédito o renta. Ingresos.

En lo industrial, lo obtenido transformando o trabajando la materia prima.”<sup>15</sup>

Jurídicamente, el producto se distingue de los frutos en carecer de periodicidad es decir que no guarda período determinado o por significar una alteración de la sustancia primera o natural

Producto.- “Proviene del latín *productus*. m. Cosa producida. 2. Caudal que se obtiene de algo que se vende, o el que ello reditúa.”<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> Ob. Cit. Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, Tomo II, Pag.568

<sup>15</sup> Enciclopedia jurídica Omeba, Editorial Bibliografía Argentina, Tomo XXIII, Buenos Aires- Argentina, pág. 445

<sup>16</sup> <http://www.wikipedia//deficinion.de/producto/fede/>

## **4.2 MARCO DOCTRINARIO**

### **Regulación de precios y tarifas**

El Estado es el gran proveedor de los servicios de agua, luz, telefonía fija y saneamiento, por lo tanto fija las tarifas.

La gasolina, ocasionalmente está subsidiada dependiendo del precio del petróleo y tiene un techo. El gas está subsidiado como ya se señaló más arriba, en un 1000% (varía por precios internacionales) y tiene precio fijo. El precio de las medicinas lo fija un comité bipartito industria-estado.

La educación particular requiere de la autorización del Ministerio de Educación para modificar sus precios.

La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en el Capítulo VIII, de Control de la Especulación, en el artículo 54, “otorga al Presidente de la República la facultad de temporalmente regular los precios de bienes y servicios frente a una situación económica que cause una escalada injustificada de precios.

A través del Internet se recepta el 10% de las quejas dirigidas a la Tribuna.”<sup>17</sup>

### **Sistema de control de calidad incipiente y muy poco implementado**

La Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad señala que la vigilancia y control del Estado a través del Consejo Nacional de la Calidad, “se limita al

---

<sup>17</sup> Corporaciones de Estudios y Publicaciones, Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, Capítulo VIII Art54 pp 14.

cumplimiento de los requisitos exigidos en los reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad, por parte de los fabricantes y de quienes importen y comercialicen productos o servicios sujetos a tales reglamentos” (artículo 57).<sup>18</sup>

### **Los procedimientos**

De actuación de la Defensoría del Pueblo deben responder a determinados principios que rigen la protección no jurisdiccional de los derechos humanos, entre los que se destacan la discrecionalidad, inmediatez, velocidad, eficiencia, gratuidad y flexibilidad de la actuación defensora, la mayoría de los cuales han sido reconocidos expresamente en el ordenamiento jurídico nacional.

La actuación de la Defensoría se caracteriza por no ser burócrata, sancionadora ni coercitiva, sino más bien por buscar una acción rápida, cautelaría, protectora, orientadora, recomendativa y de señalamiento de responsabilidad”.<sup>19</sup>

De tal forma que, se cumpla en la realidad con éstos principios dado que, no se lo hace, pues este organismo solo sirve de intermediario para llegar a

---

<sup>18</sup> La Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, Vigilancia y control del Estado, Art. 57.

<sup>19</sup> COMISIÓN ANDINA DE JURISTAS; Programa Nacional de reforma a la Administración de Justicia; 2009

buscar la justicia, pues muchos de los casos, se vuelve en un conjunto de trámites engorrosos que llevan mucho tiempo, lo que se contrapone con el principio constitucional de agilidad e inmediatez.

### **Sería conveniente establecer distintos tipos**

“De procedimientos de actuación en relación a las diversas funciones que desarrolla la Defensoría del Pueblo y la mayor o menor urgencia de su intervención. Así por ejemplo, podría contarse con un procedimiento para la tramitación de quejas y actuaciones de oficio, uno de observación preventiva para el análisis de situaciones determinadas y otro destinado a la interposición de procesos constitucionales”<sup>20</sup>

Es decir que, se debería determinar en la ley de Defensoría al Pueblo, distintos tipos de procedimientos que respondan a la complejidad de investigación y de queja que se ha presentado, de tal manera que no será el mismo el de investigación de transgresión de Derechos Humanos como el de vulneración de Derechos al Consumidor.

“Cabe señalar en este párrafo lo interesante que resulta haber incluido en la legislación de Ecuador sobre la Defensoría del Pueblo un procedimiento de actuación urgente frente a determinados casos que ameritan una actuación

---

<sup>20</sup> Informes a la Junta Directiva de la Tribuna Ecuatoriana de Consumidores y Usuarios, años 1999-2006

especial. En este sentido, la ley que desarrolla sus funciones y competencias señala que en los casos de quejas sobre hechos que afecten la vida, la salud, la integridad física, moral o psicológica de las personas, el Defensor, de encontrarlas fundadas, preverá sin demora alguna los recursos y acciones que impidan las situaciones de daños y peligros graves, sin que las autoridades competentes requeridas puedan negarse a su conocimiento y resolución”<sup>21</sup>

“La Disposición Transitoria primera señala que en tanto comiencen a funcionar los Juzgados de Contravenciones, conocerán las infracciones a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor los Intendentes y Subintendentes y Comisarios Nacionales, los cuales son jueces de policía pertenecientes al Ministerio de Gobierno y que desde la promulgación de la Ley en el 2000, han venido juzgando las infracciones, pues hasta el momento no se han instalado los Juzgados de Contravenciones. Esto ha significado una muy pobre aplicación de la Ley, en deterioro de los intereses de los consumidores y en cuanto a la determinación del sujeto a ser protegido (se aceptan casos entre proveedores, en contra de la definición que hace la Ley respecto de consumidor final)”.<sup>22</sup>

Es decir, que no solo la Defensoría del Pueblo debe esperar que los Jueces de contravenciones, sean quienes juzguen y ejecuten las acciones, sino que

---

<sup>21</sup> JARAMILLO, Luis; Derechos del Consumidor ante la Defensoría del Pueblo; 2003

<sup>22</sup> [http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf)

la ley debe ampliar sus atribuciones, para que en caso de defensa al consumidor sea quien resuelva y sancione a los contraventores.

Estas debilidades tienen que ver, entre otras, con la forma como se aplica la Ley por parte de las autoridades encargadas (intendentes y comisarios) y por la falta de implementación de los juzgados de contravenciones, lo que impide el acceso adecuado de los consumidores a la justicia y limita las posibilidades de que se les repare e indemnice cuando sea pertinente. Las intendencias y comisarías al depender del Ministerio de Gobierno, están sujetas a la inestabilidad propia de las fluctuaciones de la política y su naturaleza no permite la consolidación institucional.

A esto se suma una débil estructura de los entes de control que por razones técnicas, de voluntad política o de influencias externas, no cumplen con el papel que la normativa les asigna, con lo cual no contribuyen a superar, como es su obligación.

La publicidad se constituye como uno de los medios principales por los cuales las empresas presentan sus servicios y productos a potenciales clientes para efectos del consumo. Al ser la publicidad uno de estos medios utilizados por las empresas, surgen los problemas. Estos problemas inician cuando la publicidad se convierte en engañosa, que se presenta cuando los productos que se quieren vender no mencionan sus verdaderas cualidades ni su calidad

real, esto afecta la competencia frente a otros competidores y destruye la confianza de los consumidores.

Adicionalmente la norma presume desleal la utilización o difusión de indicaciones o aseveraciones incorrectas o falsas, la omisión de las verdades o cualquier tipo de práctica que, por las circunstancias en que tenga lugar, sea susceptible de inducir a error a las personas a las que se dirige o alcanza sobre la actividad, las prestaciones mercantiles o el establecimiento ajeno, así como sobre la naturaleza, el modo de fabricación, las características, la aptitud en el empleo o la cantidad de los productos.

## **Definición**

Según expertos en la materia:

- O'Guinn, Allen y Semenik, autores del libro "Publicidad", definen a la publicidad de la siguiente manera: La publicidad es un esfuerzo pagado, transmitido por medios masivos de información con objeto de persuadir.<sup>23</sup>

Es considerada como una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas

---

<sup>23</sup> Publicidad /por Thomas C. O'Guinn; Chris T. Allen y Richard J. Semenik 659.1 OGU1

individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo.

- Para Stanton, Walker y Etzel, autores del libro “Fundamentos de Marketing”, la publicidad es una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos. Los puntos de venta más habituales para los anuncios son los medios de transmisión por televisión y radio y los impresos (diarios y revistas). Sin embargo, hay muchos otros medios publicitarios, desde los espectaculares a las playeras impresas y, en fechas recientes, el internet.<sup>24</sup>
- El marketing de relaciones es el conjunto de esfuerzos que se realizan para crear relaciones mutuamente satisfactorias y a largo plazo con los mercados clave (consumidores, proveedores y distribuidores), con la finalidad de conseguir y mantener procesos de intercambio con ellos a largo plazo, además de lograr su preferencia hacia la empresa y/o sus productos y servicios.
- Los esfuerzos que se realizan en el marketing de relaciones, consisten básicamente en: 1) Conocer mejor al consumidor, público objetivo o grupo de interés, para poder satisfacer de forma óptima sus deseos y/o

---

<sup>24</sup> Stanton, William J. . Etzel, Michael J. . Walker, Bruce J. - Libro / 658.8 / S736f 2000. Páginas: 102. Edición: 11a. Editorial: McGraw-Hill/Interamericana

necesidades; y 2) prometer y entregar productos y servicios de alta calidad a precios justos. <sup>25</sup>

- Cabe señalar, que la práctica del marketing de relaciones busca estrechar los lazos económicos, técnicos y comerciales entre la empresa y su mercado clave (consumidores, proveedores y distribuidores) porque acrecienta la confianza, el conocimiento y el interés mutuo, lo que puede permitir la generación de nuevos negocios conjuntos. <sup>26</sup>
- Finalmente, es necesario mencionar que según Kotler, Cámara, Grande y Cruz, el último producto del marketing de relaciones consiste en construir una red de colaboración entre las distintas empresas que configuran la cadena de valor. Una red de marketing se compone de una empresa y sus stakeholders (consumidores, trabajadores, proveedores, distribuidores, minoristas, agencias publicitarias, académicos y otros) con los que ha construido unas relaciones de colaboración mutuamente beneficiosas. <sup>27</sup>

La publicidad es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificado (empresa lucrativa,

---

<sup>25</sup> Dirección de Marketing, Edición de Milenio, de Kotler Philip, Cámara Dionicio, Grande Ildfonso y Cruz Ignacio, Prentice Hall, 2000, Pág. 32.

<sup>26</sup> Diccionario de Marketing, Cultural S.A., Edición 1999, Pág. 198.

<sup>27</sup> Dirección de Marketing, Edición de Milenio, de Kotler Philip, Cámara Dionicio, Grande Ildfonso y Cruz Ignacio, Prentice Hall, 2000, Pág. 32.

organización no gubernamental, institución del estado o persona individual) para informar, persuadir recordar a un grupo objetivo acerca de los productos, servicios, ideas u otros que promueve, con la finalidad de atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, seguidores u otros.

### **Tipos de Publicidad Engañosa**

Según las Autoras Rosa Méndez y Esther Villalta, la publicidad engañosa puede ser determinada de tres maneras:

- **Publicidad ilícita:** La publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente en lo que se refiere a la infancia, la juventud y la mujer; y la infrinja los dispuesto en la normativa que regule la publicidad de determinados productos, bienes, actividades o servicios.<sup>28</sup>
- **Publicidad desleal:** La que por su contenido, forma de presentación o difusión provoca el descredito, denigración o menosprecio directo o indirecto de una persona, empresa o de sus productos, servicios o actividades; así como la que induce a confusión con las empresas, actividades, productos, nombres, marcas u otros signos distintivos de

---

<sup>28</sup> ROSA M. MENDEZ; A. ESTHER VILALTA, S.A. BOSCH, 2003 CASTELLANO 93 págs. ISBN: 2910009166882 libros de Derecho procesal. Procedimiento civil

los competidores, así como la que haga uso injustificativo de la denominación, siglas, marcas o distintivo de otras empresas o instituciones y , en general, la que sea contraria a las normas de corrección y buenos usos mercantiles; y la publicidad comparativa cuando no se apoye en características esenciales, afines y objetivamente demostrables de los productos con otros no similares o desconocidos, o de limitada participación en el mercado.<sup>29</sup>

- **Publicidad Subliminal:** La que mediante técnicas de producción de estímulos de intensidades fronterizas con los umbrales de los sentidos o análogas, pueda actuar sobre el público destinatario sin ser conscientemente percibida.<sup>30</sup>

Estamos claros que la publicidad engañosa puede ser vista de distintas maneras y que tiene los modos suficientes de llegar a uno para engañar, sin medir consecuencias y con los objetivos de hacer dinero, además de difundir la propaganda repetitiva, como si los consumidores solo sirven de objeto para llenar sus bolsillos sin importar los intereses personales y por ende familiares

---

<sup>29</sup> ROSA M. MENDEZ; A. ESTHER VILALTA, S.A. BOSCH, 2003 CASTELLANO 93 págs. ISBN: 2910009166882 libros de Derecho procesal. Procedimiento civil

<sup>30</sup> ROSA M. MENDEZ; A. ESTHER VILALTA, S.A. BOSCH, 2003 CASTELLANO 93 págs. ISBN: 2910009166882 libros de Derecho procesal. Procedimiento civil

ya que afectan en el sentido más sensible a cada persona que es parte de este engaño.

### **Finalidades de la Publicidad Engañosa**

Según el Diccionario de Marketing de Cultural S.A, define a:

La publicidad engañosa como un concepto muy amplio que puede abarcar desde la omisión de los aspectos negativos del producto hasta el engaño, más o menos sutil, en cuanto a sus beneficios y características, pasando por los diversos (trucos) empleados para presentar más atractivamente unos precios que realmente son más elevados (por ejemplo, anunciar los precios sin IVA, en el caso de bienes de consumo).<sup>31</sup>

Aquí se la está definiendo a la publicidad como un anuncio, destinado al ofrecimiento o venta de un servicio o producto en el que se aplican técnicas de persuasión masivas mediante engaños, estos son empleados de distintas maneras con el propósito que ese sea consumido. Así lo manifiesta en el ejemplo de los precios sin IVA que es la forma más clara de imaginar algo barato, pero que al momento de adquirirlo no es el precio real, sino que no posee las características similares a las que se manifestaban en los anuncios publicitarios.

---

<sup>31</sup> Diccionario de Marketing, Cultural S.A., Edición 1999, Pág. 198.

### **4.3 MARCO JURÍDICO**

#### **CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR**

**El Art. 11 numeral 9**, manifiesta:

El más alto deber del Estado consiste en respetar y hacer respetar los derechos garantizados en la Constitución.<sup>32</sup>

Queda claro entonces, que el Estado Ecuatoriano asume como su más alto compromiso, al respetar y hacer respetar los derechos humanos consagrados en la Constitución que como es obvio son todos aquellos derechos reconocidos como elementales, inalienables e irrenunciables, inherentes por naturaleza al ser humano por su calidad de tal, y compromiso tácito, y en la gran mayoría de los casos formal, de todos los estados civilizados del mundo. Pues como explicamos con anterioridad, la gran mayoría de países del orbe se comprometen a los diferentes espacios y organizaciones internacionales al más estricto respecto a los derechos humanos de las personas, y entre ellos especialmente el derecho a la seguridad, a la integridad física y psicológica, y dentro de ellos correctamente al máximo respecto a sus derechos en el consumo de los productos que requiere para la satisfacción de sus

---

<sup>32</sup> Constitución de la República del Ecuador, Editorial Corporación de Estudios y Publicaciones, 2011, Quito, Art. 11 numeral 9

necesidades. Esto indiscutiblemente entre otros preciados derechos como es la vida, la libertad, la educación, la salud, la libre expresión, etc.

Es así que el **ART. 52 de la Constitución de la República del Ecuador** dice:

Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionando por caso fortuito o fuerza mayor.

33

Es decir, el derecho a disponer de bienes y servicios, públicos y privados, de óptima calidad; a elegirlos con libertad, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características, es un derecho común a todos los habitantes del Ecuador.

---

<sup>33</sup> Constitución de la República del Ecuador, Editorial Corporación de Estudios y Publicaciones, 2011, Quito, Art. 52

## LEY DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

“Desde el 10 de julio del 2000, Ecuador cuenta con la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y su Reglamento, La Constitución de la República del Ecuador aprobada el año 2008, también considera los derechos de los consumidores.

En relación a los Servicios Públicos la Constitución de la República del Ecuador en el artículo 314, dice que la dotación de servicios públicos es responsabilidad del Estado, quien garantizará que los servicios respondan a los principios de obligatoriedad, generalidad, uniformidad, eficiencia, responsabilidad, universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad y calidad. Con tarifas equitativas”<sup>34</sup>.

## LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

- **ART.2.-**Este artículo define algunos términos de utilizados continuamente a la ley de Defensa del Consumidor, estos son:

**Anunciante.-** Aquel proveedor de bienes o de servicios.

**Consumidor.-**Toda persona natural o jurídico que como destinatario final, adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios.

**Oferta.-** Práctica comercial consistente en el ofrecimiento de bienes o servicios.

---

<sup>34</sup> SISTEMA DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR ECUADOR; Estado de situación de los consumidores en

**Proveedor.-** Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución, alquiler o comercialización de bienes, así como prestación de servicios a consumidores, por lo que se cobre precio o tarifa.

**Publicidad.-** La comunicación comercial o propaganda que el proveedor dirige al consumidor por cualquier medio idóneo.

**Publicidad Engañosa.-** Toda modalidad de información o comunicación de carácter comercial, cuyo contenido sea total o parcialmente contrario a las condiciones reales o de adquisición reales o de adquisición de los bienes y servicios ofrecidos.<sup>35</sup>

El derecho del consumidor es entonces un parte muy importante del derecho social pues pretende proteger de manera preferente a todos los abusos o conductas antijurídicas a toda la población que le acabe la denominación de usuarios o consumidor.

Así mismo, este cuerpo legal, se orienta a armonizar las relaciones entre proveedores y consumidores en un marco de equidad, velando por el efectivo ejercicio de los derechos de las partes en concordancia con los derechos que reconoce la Constitución de la República del Ecuador a los consumidores, así

---

<sup>35</sup> Ley de Orgánica de Defensa del Consumidor, Editorial Corporación de Estudios y Publicaciones, Quito, 2011, PRINCIPIOS GENERALES Art. 2

como en procura del pleno ejercicio de todas las facultades legales que contempla el marco jurídico para las partes.

## **DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES**

- **ART.4.-** Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:
  - 1.- Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
  - 2.- Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad con libertad;
  - 3.- Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
  - 4.- Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar;
  - 5.- Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios,

especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;

6.- Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;

7.- Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;

8.- Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;

9.- Derecho a recibir el auspicio del estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor;

10.- Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención, sanción y oportuna reparación de los mismos;

11.- Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,

12.- Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que

se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.<sup>36</sup>

El señalamiento de los derechos del consumidor se orienta al cumplimiento de los principales bienes jurídicos que se reconocen en la Constitución de la República del Ecuador, como por ejemplo, el derecho a la protección a la vida, a la salud, a la integridad personal, a la seguridad jurídica, a la disposición de bienes y servicios de óptima calidad, tanto en el ámbito público como en el privado, disfrutar de una calidad de vida con acceso de los principales servicios básicos, educación, salud, agua potable, luz eléctrica, alcantarillado, etc.

Los derechos del consumidor en cuanto al derecho de reparación e indemnización por daños y perjuicios por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios, así como el derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención, sanción y oportuna reparación de los mismos, son los que fundamentalmente nos interesan para este estudio, pues es preciso identificar el agrado de efectividad de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en el tutelaje de los derechos de los consumidores, cuestión que aún no se cristaliza.

- **ART.5.-** Son obligaciones de los consumidores:

---

<sup>36</sup> Ley de Orgánica de Defensa del Consumidor, Editorial Corporación de Estudios y Publicaciones, Quito, 2011, DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES Art. 4

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;
2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en este sentido;
3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y ,
4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.<sup>37</sup>

Es de vital importancia que los consumidores tomen en cuenta que al momento de consumir un bien o servicio, prevalezca sobre uno la responsabilidad de consumir los productos sin causar daño alguno, sea este a bien personal o integral. Garantizando así buena salud y las condiciones de vida respetando los derechos del consumidor.

## **REGULACIÓN DE LA PUBLICIDAD Y SU CONTENIDO**

**Art. 6.-** Publicidad Prohibida.- Quedan prohibidas todas las formas de publicidad engañosa o abusiva, o que induzcan a error en la elección del bien o servicio que puedan afectar los intereses y derechos del consumidor.<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> Ley de Orgánica de Defensa del Consumidor, Editorial Corporación de Estudios y Publicaciones, Quito, 2011, DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES Art. 5

<sup>38</sup> Ley de Orgánica de Defensa del Consumidor, Editorial Corporación de Estudios y Publicaciones, Quito, 2011, REGULACION DE LA PUBLICIDAD Y SU CONTENIDO Art.6

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

1. País de origen, comercial o de otra índole del bien ofrecido o sobre el lugar de prestación del servicio pactado o la tecnología empleada;
2. Los beneficios y consecuencias del uso del bien o de la contratación del servicio, así como el precio, tarifa, forma de pago, financiamiento y costos del crédito;
3. Las características básicas del bien o servicio ofrecidos, tales como componentes, ingredientes, dimensión, cantidad, calidad, utilidad, durabilidad, garantías, contraindicaciones, eficiencia, idoneidad del bien o servicio para los fines que se pretende satisfacer y otras;
4. Los reconocimientos, aprobaciones o distinciones oficiales o privadas, nacionales o extranjeras tales como medallas, premios, trofeos o diplomas.<sup>39</sup>

## **INFRACCIONES Y SANCIONES**

**Art. 70.-** Sanción General.- Las infracciones a lo dispuesto en esta ley, siempre que no tengan una sanción específica, serán sancionadas con multa de cien a

---

<sup>39</sup> Ley de Orgánica de Defensa del Consumidor, Editorial Corporación de Estudios y Publicaciones, Quito, 2011, REGULACION DE LA PUBLICIDAD Y SU CONTENIDO Art.7

mil dólares de los Estados Unidos de América o su equivalente en moneda de curso legal, y si es del caso, el comiso de los bienes, o la suspensión del derecho a ejercer actividades en el campo de la prestación del servicio o publicidad, sin perjuicio de las demás sanciones a las que hubiere lugar. El pago de las sanciones pecuniarias no libera al proveedor de cumplir con las obligaciones que le impone la ley.

Nota: El artículo 17 del Código Orgánico Integral Penal dispone: "Se considerarán exclusivamente como infracciones penales las tipificadas en este Código. Las acciones u omisiones punibles, las penas o procedimientos penales previstos en otras normas jurídicas no tendrán validez jurídica alguna, salvo en materia de niñez y adolescencia."<sup>40</sup>

**Art. 71.-** Indemnización, Reparación, Reposición y Devolución.- Los consumidores tendrán derecho, además de la indemnización por daños y perjuicios ocasionados, a la reparación gratuita del bien y, cuando no sea posible, a su reposición o a la devolución de la cantidad pagada, en un plazo no superior a treinta días, en los siguientes casos:

1. Cuando en el producto que se hubiere adquirido con determinada garantía y, dentro del plazo de ella, se pusiere de manifiesto la deficiencia o características del bien garantizado, siempre que se hubiere destinado al uso

---

<sup>40</sup> Ley de Orgánica de Defensa del Consumidor, Editorial Corporación de Estudios y Publicaciones, Quito, 2011, REGULACION DE LA PUBLICIDAD Y SU CONTENIDO Art.7

o consumo normal de acuerdo a la naturaleza de dicho bien. Este derecho se ejercerá siempre y cuando el proveedor haya incumplido con la garantía;

2. Cuando cualquier producto, por sus deficiencias de fabricación, elaboración, estructura, calidad o condiciones sanitarias, en su caso, no sea apto para el uso al cual está destinado; y,

3. Cuando considerados los límites de tolerancia permitidos, el contenido neto de un producto resulte inferior al que debiera ser o la cantidad sea menor a la indicada en el envase o empaque.

Sin perjuicio de las acciones civiles, penales o administrativas a que hubiere lugar, el proveedor que incurriere en uno de los casos contemplados en este artículo, e incumpliere su obligación una vez fenecido el plazo establecido, será sancionado con una multa equivalente al valor del bien o servicio, que en ningún caso será inferior a ciento veinte dólares de los Estados Unidos de América o su equivalente en moneda de curso legal, sin que ello se extinga su obligación de reparar o reponer el bien, o en su caso restituir lo pagado.<sup>41</sup>

**Art. 72.-** El proveedor cuya publicidad sea considerada engañosa o abusiva, según lo dispuesto en el Art. 7 de esta Ley, será sancionado con una multa de mil a cuatro mil dólares de los Estados Unidos de América o su equivalente en

---

<sup>41</sup> Ley de Orgánica de Defensa del Consumidor, Editorial Corporación de Estudios y Publicaciones, Quito, 2011, INFRACCIONES Y SANCIONES Art.71

moneda de curso legal. Cuando un mensaje publicitario sea engañoso o abusivo, la autoridad competente dispondrá la suspensión de la difusión publicitaria, y además ordenará la difusión de la rectificación de su contenido, a costa del anunciante, por los mismos medios, espacios y horarios. La difusión de la rectificación no será menor al treinta por ciento (30%) de la difusión del mensaje sancionado.<sup>42</sup>

**Art. 75.- Servicios Defectuosos.-** Cuando los servicios prestados sean manifiestamente defectuosos, ineficaces, causen daño o no se ajusten a lo expresamente acordado, los consumidores tendrán derecho, además de la correspondiente indemnización por daños y perjuicios, a que le sea restituido el valor cancelado. Además, el proveedor de tales servicios, será sancionado con una multa de cincuenta a quinientos dólares de los Estados Unidos de América o su equivalente en moneda de curso legal, sin perjuicio de las demás acciones a que hubiere lugar. <sup>43</sup>

La situación de los consumidores en el Ecuador guarda relación con la transición de la economía hacia un modelo de libre mercado. En este nuevo entorno, la posición de los consumidores ecuatorianos, en su calidad de actores fundamentales del mercado, pudo haber jugado desde un inicio un

---

<sup>42</sup> Ley de Orgánica de Defensa del Consumidor, Editorial Corporación de Estudios y Publicaciones, Quito, 2011, INFRACCIONES Y SANCIONES Art.72

<sup>43</sup> Ley de Orgánica de Defensa del Consumidor, Editorial Corporación de Estudios y Publicaciones, Quito, 2011, INFRACCIONES Y SANCIONES Art.73

papel preponderante en el mejoramiento de las condiciones de vida de todos los ciudadanos y la dinamización de la economía. Sin embargo, el rol del sector no fue asumido espontáneamente ni por el Estado y los proveedores, así como tampoco por los propios consumidores, ya que hacía falta que la sociedad en su conjunto incorpore la visión de la demanda en el consumo de bienes y servicios.

### **LEY DEL SISTEMA ECUATORIANO DE CALIDAD**

La Ley del Sistema Ecuatoriano de Calidad en su Art.2 dice “Se establecen como principios del sistema ecuatoriano de la calidad:

1. Equidad o trato nacional.- Igualdad de condiciones para la transacción de bienes y servicios producidos en el país e importados.
2. Equivalencia.- Posibilidad de reconocimiento de reglamentos técnicos de otros países, de conformidad con prácticas y procedimientos internacionales, siempre y cuando sean convenientes para el país.
3. Participación.- Garantizar la participación de todos los sectores en el desarrollo y promoción de la calidad.
4. Excelencia.- Obligación de las autoridades gubernamentales para propiciar estándares de calidad, eficiencia técnica, eficacia, productividad y responsabilidad social.

5. Información.- Responsabilidad de las entidades que conforman el sistema ecuatoriano de la calidad en la difusión permanente de sus actividades.”<sup>44</sup>

El Sistema ecuatoriano de calidad se encuentra regido por algunos principios los cuales son muy importantes para entender de una manera mejor lo que se refiere a la calidad para lo cual nos dice que para que exista un acuerdos comerciales en la oferta y la demanda de bienes y servicios estos deben ser realizados con igualdad de condiciones sean nacionales o extranjeros.

### **CÓDIGO DE COMERCIO**

El Código de Comercio en el Art 169 dice” La venta mercantil de cosa ajena es válida, y obliga al vendedor a adquirirla y entregarla al comprador, so pena de resarcimiento de daños y perjuicios.”<sup>45</sup>

El vendedor o también llamado expendedor es la persona que responde por el bien o servicio que da a la colectividad la cual si no es la adecuada para el consumidor este puede reclamar las acciones correspondientes, por lo que se puede dejar en claro que el responsable en caso de expender productos es el vendedor y minoritariamente el vendedor porque este supone que el bien o servicio es bueno.

---

<sup>44</sup> Ley del Sistema Ecuatoriano de Calidad, Editorial Corporación de Estudios y Publicaciones, Quito, 2011, Art.2

<sup>45</sup> Código de Comercio, Editorial Corporación de Estudios y Publicaciones, Quito, 2011, art 169.

## **4.4 LEGISLACIÓN COMPARADA**

### **Ley de protección al consumidor en Perú**

#### **PRINCIPALES LEYES BÁSICAS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR**

A continuación se revisan brevemente las principales leyes relacionadas con la protección al consumidor en Perú.

#### **Ley contra Productos Dañinos y Peligrosos**

La protección a la salud y seguridad del consumidor se materializa a través de las normas de información y las que sancionan la colocación de productos dañinos, peligrosos o que conllevan un riesgo injustificado o no advertido. En relación con la información, se establece la obligatoriedad de: 1) informar de los riesgos de los productos o servicios y el modo correcto de su uso, y 2) colocar rótulos o etiquetas con información relevante acerca de la naturaleza, características, contenido neto, componentes, condiciones de uso y referencias del proveedor. En el caso de alimentos y bebidas existen disposiciones especiales, que señalan que el rotulado debe contener, además, la declaración de los ingredientes, los aditivos, el número de registro sanitario, la fecha de vencimiento, el código o clave de lote y, si el producto lo requiere, las condiciones especiales de conservación. Al respecto, en la última modificación de la Ley de Protección al Consumidor, DL 1045 de 2008, se

establece la obligación de informar sobre los valores nutricionales de acuerdo con el Codex Alimentarius, en caso de que el alimento lo requiera.

Respecto a los productos dañinos o peligrosos, el proveedor está obligado a adoptar las medidas necesarias para eliminar o reducir el riesgo o peligro, a través de medidas, tales como notificar a las autoridades competentes, retirar los productos o servicios, disponer su sustitución o reparación, e informar a los consumidores oportunamente con las advertencias del caso.

Las principales normas que en ambos ámbitos se han promulgado son:

- Ley núm. 28405 de Rotulado de Productos Industriales Manufacturados.
- Ley núm. 28376 que Prohíbe y Sanciona la Fabricación, Importación, Distribución y Comercialización de Juguetes y Útiles de Escritorio Tóxicos o Peligrosos; reglamentada el 15 de septiembre de 2007. Se modificó el reglamento el 12 de octubre de 2007.
- Artículo 16 del DL 716, Ley de Protección al Consumidor donde se establece que la información de los rótulos debe estar en castellano.
- DS 007–1998–SA que reglamenta sobre Vigilancia y Control de Alimentos y Bebidas en concordancia con la Ley núm. 26842, Ley General de Salud.

- DS núm. 015–2008–SA que reglamenta la Ley núm. 28705, Ley General para la Prevención y Control de los Riesgos del Consumo del Tabaco.
- Ley núm. 28681 que regula la comercialización, el consumo y la publicidad de bebidas alcohólicas a efectos de advertir y minimizar los daños a la salud, la desintegración de la familia y los riesgos para terceros. Reglamento aprobado el 11 de julio de 2009.

### **Ley de Protección al Consumidor**

La Ley de Protección al Consumidor DL 716, publicada en 1991 ha sufrido varias modificaciones, siendo la última la promulgación del DL 1045 antes mencionado. Una de las reformas más importantes fue sin embargo la Ley 27311 de 2000 que reguló, entre otros aspectos, los métodos comerciales coercitivos, reforzó los mecanismos alternativos de solución de conflictos y otorgó la facultad de imponer medidas correctivas al Indecopi.

### ***Objetivos de la Ley***

Garantizar el respeto y el ejercicio de los derechos del consumidor. Su aplicación cubre a personas naturales o jurídicas, de derecho público o privado, dedicadas a la producción o comercialización de bienes o servicios en el territorio nacional.

## **Derechos**

- Derecho a la protección de la salud y la seguridad física.
- Derecho a la información relevante para adquirir y efectuar un uso adecuado.
- Derecho a elegir o acceder a la variedad de productos y servicios.
- Derecho a la protección de sus intereses económicos, mediante el trato equitativo y justo en toda transacción comercial, y protección contra métodos comerciales coercitivos o que impliquen información equivocada.
- Derecho a no ser discriminados en locales abiertos al público.
- Derecho a la reparación de daños y perjuicios en la adquisición de bienes.
- Derecho a ser escuchado en defensa del derecho como consumidor.
- Derecho a efectuar pagos anticipados en toda operación de crédito con la consiguiente liquidación de intereses al día de pago.

A su vez, señala de manera enunciativa, no limitativa, el derecho a la protección prohibiendo lo siguiente: *a)* el condicionamiento de la venta de un bien o la prestación de un servicio a la adquisición de otro, salvo limitadas excepciones; *b)* obligar al consumidor a asumir prestaciones que no haya pactado o a efectuar pagos por bienes o servicios que no hayan sido

requeridos previamente; c) modificar, sin el consentimiento expreso de los consumidores, las condiciones y términos en los que adquirió un producto o contrató un servicio; d) completar los títulos valores emitidos incompletos por el consumidor, de manera distinta a la que fuera expresamente acordada al momento de su suscripción; e) establecer limitaciones injustificadas o no razonables al derecho de poner fin a un contrato, y f) ofrecer bienes o servicios a través de visitas, llamadas telefónicas o métodos análogos de manera impertinente.

### **Sanciones**

La eficacia de la Ley de Protección al Consumidor requiere mecanismos que permitan asegurar el cumplimiento de lo establecido. Al respecto, la imposición de sanciones constituye un factor determinante, no sólo por su naturaleza punitiva, sino por el efecto disuasivo en el proveedor. Para cumplir dicho fin, la jurisprudencia ha establecido dos criterios además de los consignados en la norma y son: 1) el monto de la sanción debe ser mayor que el beneficio obtenido por la conducta infractora y 2) el monto está sujeto a la probabilidad de detección de la infracción, a menor probabilidad de detección, mayor es la multa a imponer.

En la última modificación de la ley se amplía el ámbito de responsabilidad a las personas que ejerzan la dirección, administración o representación del

proveedor en cuanto participen con dolo o culpa inexcusable en el planeamiento, la realización o la ejecución de la infracción administrativa. En ese sentido, la norma contempla que además de la sanción se podrá imponer una multa de hasta cuatro (4) UIT a cada uno de sus representantes o personas que integran los órganos de dirección o administración según se determine su responsabilidad.

Las infracciones pueden ser *a)* leves, con una amonestación o multa de hasta veinte (20) UIT; *b)* graves, con una multa de hasta cien (100) UIT; *c)* muy graves, con una multa de hasta trescientas (300) UIT.

Entre los criterios para la graduación de la sanción se encuentran: la gravedad de la falta, la magnitud de la empresa, el grado de afectación a la vida, salud, integridad o patrimonio de los consumidores, el daño resultante de la infracción, los beneficios obtenidos por el proveedor, la conducta del infractor en el procedimiento y los efectos que se pudiesen ocasionar en el mercado. La reincidencia es un agravante, por lo tanto, la sanción no podrá ser menor que la precedente. Las multas o sanciones son recursos propios del Indecopi.

### **Resarcimiento económico y reparación**

La ley establece como medida correctiva el derecho a 1) la reparación, 2) la reposición o 3) la devolución, el consumidor debe elegir cualquiera de las tres.

La norma actual señala que en caso de devolución del monto pagado, este será el valor del producto o servicio al momento de efectuar la devolución, sin embargo en caso de una reducción del valor se restituirá el monto originalmente abonado. En ambos supuestos, el consumidor tendrá derecho a solicitar el pago de los intereses legales o convencionales. Se establece también que el tiempo que tomen las reparaciones del bien al amparo de la garantía suspende el cómputo del plazo de la garantía, hasta que el bien sea entregado nuevamente al consumidor. En el supuesto de que el proveedor efectúe la reposición del bien, deberá renovarse el plazo de la garantía.

Por otro lado, la CPC carece de competencia para disponer un resarcimiento económico por el daño que sufren los consumidores como consecuencia de las infracciones a la Ley de Protección al Consumidor, precisándose que las indemnizaciones de carácter civil, como son el daño emergente, lucro cesante, daño moral y daño a la persona, son de competencia del Poder Judicial, a la cual los consumidores pueden siempre acudir si lo creen conveniente.

### **Instancias de resolución de conflictos**

Existen diversas plataformas para la resolución de conflictos. Las primeras son aquellas en que el consumidor resuelve sus problemas en forma directa con los proveedores o con instancias que los propios proveedores institucionalizan: las llamadas defensorías del cliente. El Servicio de Atención al Ciudadano

(SAC) y la atención al turista (I-Perú) son servicios gratuitos del Estado que ofrecen la conciliación y la mediación, previa a la decisión de denuncia acerca de la infracción. La Comisión de Protección al Consumidor recibe y resuelve las denuncias en primera instancia y la Sala de Defensa de la Competencia en segunda y última instancia administrativa. El Poder Judicial es la última instancia en el ámbito jurisdiccional a nivel de la Sala Contenciosa Administrativa y la Sala de Corte Suprema de la República.

### **Ley de protección al consumidor en Argentina**

Relación de consumo: el contrato de consumo y su interpretación La regulación relativa a los contratos de consumo comienza en el artículo 1092 del Código Civil y Comercial argentino con la definición de relación de consumo, entendiendo por tal el vínculo jurídico entre un proveedor y un consumidor. Este mismo precepto recoge la definición de consumidor como “persona humana o jurídica que adquiere o utiliza, en forma gratuita u onerosa, bienes o servicios como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar y social” También se considerará consumidor a quien, sin ser parte de una relación de consumo como consecuencia o en ocasión de ella, adquiere o utiliza bienes o servicios como destinatario final.

La necesidad de que el consumidor sea el destinatario final de los bienes o servicios adquiridos permite excluir del concepto a aquellas personas que

actúan en el ámbito profesional; empresarios, fabricantes o proveedores que adquieren bienes para su transformación en otros o su posterior venta a terceros, pero que no los utilizarán en beneficio propio.

Para obtener la definición de proveedor es necesario acudir al concepto de contrato de consumo previsto en el artículo 1093, según el cual “contrato de consumo es el celebrado entre un consumidor o usuario final con una persona humana o jurídica que actúe profesional u ocasionalmente o con una empresa productora de bienes o prestadora de servicios, pública o privada, que tenga por objeto la adquisición, uso o goce de los bienes o servicios por parte de los consumidores o usuarios, para su uso privado, familiar o social. ”En cuanto a la interpretación del contrato de consumo, los artículos 1094 y 1095 de la norma argentina se decantan por la aplicación del principio de protección del consumidor y el de acceso al consumo sustentable. El contrato se interpretará en el sentido más favorable para el consumidor y, cuando existan dudas sobre los alcances de su obligación, se adoptará la que sea menos gravosa.

### **Formación del consentimiento**

El capítulo 2 del Título III del Código Civil y Comercial argentino se ocupa de lo relacionado con la formación del consentimiento del consumidor, en especial, en lo que atañe al uso de prácticas abusivas y a la información y publicidad.

Estos preceptos, según el alcance determinado por el artículo 1096, serán aplicables a todas las personas expuestas a las prácticas comerciales, determinables o no, sean consumidores o sujetos equiparados (personas que sin ser parte de una relación de consumo adquieren bienes o servicios como destinatario final, art. 1092).

La dignidad de la persona es objeto de especial protección en este capítulo, al prever el artículo 1097 la necesidad de que los proveedores garanticen condiciones de atención y trato digno a los consumidores y usuarios. Los proveedores deben abstenerse de desplegar conductas que coloquen a los consumidores en situaciones vergonzantes, vejatorias o intimidatorias.

El artículo 1098 protege la igualdad de la persona, obligando a los proveedores a dar un trato equitativo y no discriminatorio, sin que puedan establecer diferencias basadas en pautas contrarias a la garantía constitucional de igualdad, en especial, la de la nacionalidad de los consumidores.

En el artículo 1099 se garantiza la libertad de contratar mediante la prohibición de prácticas que limiten la libertad de contratar del consumidor, en especial, las que subordinan la provisión de productos o servicios a la adquisición simultánea de otros, u otras prácticas que persigan el mismo objetivo.

En cuanto a la información y publicidad dirigida al consumidor, el artículo 1100 obliga al proveedor a suministrar información en forma cierta y detallada al

consumidor, respecto de todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que provee, las condiciones de su comercialización y toda circunstancia relevante para el contrato. Esta información será siempre gratuita para el consumidor, y proporcionada con la claridad necesaria que permita su comprensión.

El artículo 1101 prevé varios supuestos en los que la publicidad estará prohibida:-Cuando contenga indicaciones falsas o de tal naturaleza que induzcan o puedan inducir a error al consumidor, o cuando recaigan sobre elementos esenciales del producto o servicio;

-Cuando efectúe comparaciones de bienes o servicios de naturaleza tal que conduzcan a error al consumidor;

-Cuando sea abusiva, discriminatoria o induzca al consumidor a comportarse de forma perjudicial o peligrosa para su salud o seguridad.

En definitiva, siempre que pueda afectar negativamente a la prestación del consentimiento del consumidor por inducirle a error o a comportarse de forma perjudicial o peligrosa para sí mismo.

La publicidad se considerará incorporada al contrato celebrado con el consumidor, tal y como lo prevé el artículo 1103. Respecto de las acciones de que disponen los consumidores afectados por publicidad contraria a lo previsto en estas normas, el artículo 1102 contempla la legitimación para solicitar al

juez la cesación de la publicidad ilícita; la publicación, a cargo del demandado, de anuncios ratificatorios y, en su caso, de la sentencia condenatoria.

### **Cláusulas abusivas**

El capítulo 4 del Título III objeto de examen está dedicado íntegramente a la regulación de las cláusulas abusivas en los contratos de consumo, a los que serán de aplicación lo dispuesto por las leyes especiales y los artículos 985 a 988, existan o no cláusulas generales predispuestas por una de las partes.

El artículo 1117 recurre a la remisión a otros preceptos del Código que serán de aplicación también a los contratos de consumo.

En particular, el art. 985 requiere que las cláusulas generales predispuestas sean comprensibles y autosuficientes, que la redacción se aclara, completa y fácilmente legible; teniendo por no convenidas aquellas cláusulas que efectúan un reenvío a textos o documentos que no se facilitan previa o simultáneamente a la conclusión del contrato.

En cuanto a las cláusulas particulares, el artículo 986 las define como “aquellas que, negociadas individualmente, amplían, limitan, suprimen o interpretan una cláusula general.

En caso de incompatibilidad entre cláusulas generales y particulares, prevalecen estas últimas. ”Las cláusulas ambiguas predispuestas por una de

las partes se interpretan en sentido contrario a la parte predisponente, es decir, en el sentido más favorable para el consumidor que es el que se ve obligado a adherirse a las cláusulas predispuestas.

El artículo 988 se dedica a las cláusulas abusivas, que se tendrán por no escritas en los siguientes casos:

- Cláusulas que desnaturalizan las obligaciones del predisponente;
- Las que importan renuncia o restricción a los derechos del adherente, o amplían derechos del predisponente que resultan de normas supletorias;
- Las que por su contenido, redacción o presentación, no son razonablemente previsibles. Sin embargo, por lo que respecta al control de incorporación, el artículo 1118 recoge una previsión concreta para los contratos de consumo, pudiendo las cláusulas incorporadas a este tipo de contratos ser declaradas abusivas aun cuando sean negociadas individualmente o aprobadas expresamente por el consumidor.

”Existe una situación jurídica abusiva, en el sentido del artículo 1120, cuando el mismo resultado se alcanza a través de la predisposición de una pluralidad de actos jurídicos conexos. Existen una serie de límites a la declaración de abusividad, no pudiendo ser declaradas abusivas las cláusulas relativas a la relación entre el precio y el bien o el servicio procurado, o las que reflejan

disposiciones vigentes en tratados internacionales o en normas legales imperativas.

Como broche final a la regulación de los contratos de consumo, el Código argentino recoge en su artículo 1122 el control judicial de las cláusulas abusivas, que se rige por las siguientes reglas:

-La aprobación administrativa de los contratos o de sus cláusulas no obsta al control;

-Las cláusulas abusivas se tienen por no convenidas;

-Si el juez declara la nulidad parcial del contrato, simultáneamente lo debe integrar, si no puede subsistir sin comprometer su finalidad;

-Cuando se prueba una situación jurídica abusiva derivada de contratos conexos, el juez debe aplicar lo dispuesto en el artículo 1075.

## **5. MATERIALES Y MÉTODOS.**

### **Materiales.**

Dentro de la actual investigación de tesis utilicé los siguientes materiales:

Dentro del material de oficina, para la composición del informe final se empleó: papel, esferográficos, computador, memoria extraíble, etc.

Dentro de las fuentes de encuesta empleada están Códigos y Leyes así como la Constitución de la República y Legislación Comparada de otros Países relacionados con el tema, Diccionarios jurídicos como el de Guillermo Cabanellas y Revistas Judiciales.

### **Métodos**

Para el desarrollo de la presente investigación jurídica utilice los siguientes métodos:

❖ **Método Científico:** El mismo que se desarrolla en las siguientes etapas:

**-Observación:** Es la indagación de todos los aspectos de la problemática, lo cual me ayudó principalmente en lo que fue el acopio de información teórica y empírica.

**-Análisis:** el cual lo utilicé en el estudio detallado e íntegro de toda la información recopilada en la fase de observación; lo que me permitió desarrollar los contenidos principales del informe final de la tesis.

**-Síntesis:** Consiste en la condensación de los principales conocimientos aprendidos durante el proceso. Lo cual se materializó en las conclusiones, recomendaciones y propuesta de reforma jurídica.

**-Comparativo:** Es un método que permite equiparar dos objetos de estudio de similar naturaleza, el cual lo utilice en la comparación de las legislaciones extranjeras respecto de la de nuestro país.

Dentro de las técnicas utilizadas para la investigación de campo se encuentran la Encuesta y Entrevista, aplicadas en un número de 30 y 5 personas respectivamente, entre los que están funcionarios judiciales, empleados públicos, abogados en libre ejercicio y docentes de Derecho.

❖ **Inductivo:** El cual me permitió establecer el nexo común de la problemática investigada en la presente Tesis de Grado. Este método me permitió identificar la situación real del Derecho y sus múltiples falencias lo cual enfoco en mi trabajo de tesis con diferentes conceptos y comentarios jurídicos

❖ **Deductivo:** El cual me sirvió para deducir los puntos más sobresalientes de la investigación literaria, que en forma conjunta

con los resultados de la investigación de campo me permitirá establecer las conclusiones, recomendaciones y propuesta de reforma jurídica.

- ❖ **Descriptivo:** El cual me permite enfocar al lector de una manera clara y precisa los conocimientos doctrinarios, jurídicos y críticos de la presente investigación para lograr una mejor comprensión y socialización de la temática, y lo cual se ve reflejado en la investigación de campo que se presenta con los respectivos gráficos estadísticos, interpretación y comentario del autor.

### **Procedimientos y técnicas**

Realizando una investigación de campo, la misma que fue abordada por medio treinta encuestas a abogados en libre ejercicio profesional, y a consumidores en general. Lo que nos permitirá observar de buena fuente y en la práctica los conocimientos empleados, en lo que tiene que ver con la protección al consumidor, como una política de Estado, para beneficio de todos los ciudadanos del país.

Luego de la tabulación, análisis e interpretación de los datos, obtenidos de la investigación empírica, procedí a representarlos gráficamente.

Finalmente desarrolle un análisis crítico y reflexivo sobre la problemática y presentamos las conclusiones, recomendaciones y propuesta.

## 6. RESULTADOS:

### RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS

1.- ¿Considera usted que se debe dar facultades a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor para sancionar las infracciones cometidas en contra de los derechos de los consumidores?

CUADRO N° 1

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	29	97%
No	1	3%
Total	30	100%

FUENTE.: Abogados en libre ejercicio Profesional  
AUTORA: Pamela Lizbeth Rosero Mena



### INTERPRETACIÓN.

De las treinta personas encuestadas 29 que corresponde al 97% manifestaron que sí, mientras que una persona que corresponde al 3% manifestó que no,

es decir que si es necesario darle facultades a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor para que juzgue este tipo de contravenciones.

### **ANÁLISIS.**

La mayoría de las personas encuestadas se pronunciaron en forma positiva indicando que se le debe otorgar facultades a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor a fin de que pueda sancionar a quienes vulneran los derechos del consumidor, y que no se debe dejar en la indefensión a los consumidores. Según los resultados dados por los encuestados nos podemos dar cuenta claramente en la coincidencia plena que debe tener en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en relación a las facultades sancionadoras.

**2.- ¿En el ejercicio profesional, han tenido casos jurídicos que hayan sido sancionados por la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor?**

**CUADRO N° 2**

<b>variable</b>	<b>frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
<b>Si</b>	8	27%
<b>No</b>	22	73%
<b>Total</b>	30	100%

FUENTE.: Abogados en libre ejercicio Profesional  
AUTORA: Pamela Lizbeth Rosero Mena



### **INTERPRETACIÓN.**

De las treinta personas encuestadas 8 que corresponde al 27% manifestaron que sí, mientras que 22 que corresponde al 73% contestaron que no, es decir que no han tenido casos legales que se haya juzgado por la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

### **ANÁLISIS**

De esta manera, se puede observar que la mayoría de los encuestados confirman su conocimiento sobre a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, puesto que han tenido dentro de su ejercicio profesional procesos judiciales con referencia a este cuerpo legal.

Y es que, de forma diaria los casos de violación a las normas de ésta ley, se observan que en su mayoría son reincidentes, puesto que las sanciones son mínimas y fáciles de cumplir.

3.- ¿Usted considera necesario que se deba dar mayor rapidez en este tipo de casos tal como lo estipula la Constitución?

**CUADRO N° 3**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	25	83%
No	5	17%
<b>Total</b>	30	100%

FUENTE.: Abogados en libre ejercicio Profesional  
AUTORA: Pamela Lizbeth Rosero Mena



### **INTERPRETACIÓN**

De las treinta personas encuestadas 25 que corresponde al 83% manifestaron que sí, mientras que 5 que corresponde al 17% contestaron que no, es decir que si es necesaria la prisa pues existen medios existentes para hacer cumplir en forma rápida la vulneración de este derecho del consumidor.

## ANÁLISIS

La mayoría de los encuestados concuerdan en que se debe dar más rapidez a este asunto en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, de conformidad como lo determina la Constitución de la República

Con ello se da a conocer que los encuestados tienen pleno conocimiento sobre la norma legal antes mencionada para resolver este tipo de infracciones, y así poder salvaguardar y proteger los derechos de los consumidores.

**4.- ¿Cree usted que para este tipo de infracciones a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor las sanciones deben ser más rigurosas?**

**CUADRO N° 4**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	60%
No	12	40%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

FUENTE.: Abogados en libre ejercicio Profesional  
AUTORA: Pamela Lizbeth Rosero Mena



## **INTERPRETACIÓN.**

De las treinta personas encuestadas 18 que corresponde al 60% manifestaron que sí, mientras que 12 que corresponde al 40% se pronunciaron en el sentido de que no, es decir que si estaba de acuerdo que las sanciones en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor sean más fuertes para quienes transgredan la ley.

## **ANÁLISIS.**

La mayoría de las personas encuestadas se pronunciaron en forma positiva mencionando que es necesario que exista disposiciones en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor de forma drástica para quienes actúen al margen de esta ley, por lo que manifiestan que es necesario revisar dicha ley, para que se proceda a realizar las correcciones necesarias a fin de evitar que personas inescrupulosas afecten a la ciudadanía. Consecuentemente, la totalidad de los encuestados coinciden que las actuales sanciones que se aplican para las personas infractoras son débiles, por lo que es necesaria una reforma para poder sancionar de una forma más drástica.

5.- ¿Usted cree que es necesario que se reforme La Ley Orgánica De Defensa del Consumidor determinando que sancionen a quienes vulneran los derechos de los consumidores?

**CUADRO N° 5**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	28	93%
No	2	7%
Total	30	100%

FUENTE.: Abogados en libre ejercicio Profesional  
AUTORA: Pamela Lizbeth Rosero Mena



### INTERPRETACIÓN

De las treinta personas encuestadas 28 que corresponde al 93% manifestaron que sí, es necesaria una reforma a la mencionada Ley, mientras que 2 que corresponde al 7% contestaron que no, es decir que si hace falta una reforma.

## **ANÁLISIS.**

La mayoría de los encuestados concuerdan en que es necesario y urgente una reforma a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, incorporando disposiciones que garanticen el cumplimiento de los derechos constitucionales y legales de los consumidores, manifiestan la mayoría de encuestados que se debe otorgar más facultades para que dicha ley pueda juzgar a quienes transgredan los derechos de las personas.

## **RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LAS ENTREVISTAS**

Se aplicó cinco entrevistas a un grupo de profesionales funcionarios de la institución pública Defensoría del Pueblo de la ciudad de Loja, especializados en el área de derecho del consumidor, por su experiencia laboral y de estudios realizados en lo referente a los derechos del consumidor y el debido control de calidad de bienes, determinada en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, para obtener criterios valederos y pertinentes a mi tema.

El cuestionario se realizó bajo las siguientes preguntas:

### **1. ¿Conoce los derechos del consumidor?**

#### **Respuestas:**

Los entrevistados en su totalidad, comentan conocer los derechos del consumidor, ya que en el ejercicio de su profesión deben y tienen conocimiento

de los mismos, como es el de obtener información fidedigna de los proveedores de productos, en cuanto a su composición, fecha de caducidad, etc. y como el de obtener productos y servicios de calidad al precio justo.

### **Interpretación**

Dentro de los resultados de la primera pregunta, el 100% de los profesionales entrevistados opinan en unión de criterio que tienen conocimiento de la Ley de Defensa del Consumidor y como tal a los derechos de los consumidores, ya que en la cotidianidad de sus labores con frecuencia los tienen presentes.

## **2. ¿Conoce las facultades de la Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo?**

Los entrevistados en su totalidad, conocen las facultades de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, de ahí que han representado y seguido procesos en los despachos de las dependencias de este organismo gubernamental.

Es decir, que por el hecho de ser profesional del derecho, se tiene y debe tener conocimiento de las leyes y códigos actuales, de ahí el conocimiento de las facultades de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

Es decir, los indagados tienen conocimientos de las facultades de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, puesto que constantemente realizan trámite en esta dependencia y deben tener presente las mismas.

**3. ¿Considera que las quejas presentadas por los consumidores ante la Defensoría del Pueblo deben ser resueltas, sancionadas y ejecutadas por éste organismo?**

Respuestas:

De acuerdo a la tercera interrogante, la totalidad de los examinados comentan en su totalidad, que es preciso determinar facultades accesorias solamente para los trámites de quejas de los derechos del consumidor, por cuanto la Defensoría del Pueblo debe investigar, resolver, sancionar y hacer ejecutar las sanciones aplicadas, de tal manera que se proteja los derechos de los consumidores.

Se puede mencionar que, de acuerdo a las respuestas arrojadas en la entrevista, se debe ampliar las facultades de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en cuanto a los trámites de las quejas por vulneración de derechos del consumidor, ya que este organismo debe realizar de forma ágil y eficiente, la investigación, la resolución, la sanción y luego hacer ejecutar dicha sanción, de forma que no sea un intermediario de justicia sino un ejecutor de justicia.

**4. ¿Considera que la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, es insuficiente en la protección a los derechos del consumidor?**

Respuestas:

Los entrevistados en su totalidad supieron mencionar que, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor es insuficiente en el resguardo de los derechos de

los consumidores, por cuanto presenta un trámite arduo, engorroso para la sanción a quienes violente los derechos del consumidor, por cuanto se debe realizar reformas a la misma.

**5 ¿Cree que la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor debe reformarse, para mayor protección de los derechos de los consumidores?**

De acuerdo a ésta pregunta el criterio de los entrevistados, en un 100% que se debe reformar estas leyes, en lo referente al resguardo total a los derechos al consumidor, por cuanto en la actualidad atenta contra los derechos y el cumplimiento de principios constitucionales.

Por último, los entrevistados de forma clara manifiestan que se debe realizar una adecuada reforma legal a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en pos de respetar y hacer respetar los derechos de los consumidores. Por lo tanto es necesaria de forma urgente y eficiente la reforma a este cuerpo legal, por cuanto se están violentando los derechos al consumidor.

## **ESTUDIO DE CASOS**

**Defensoría  
Del Pueblo**

### **FORMULARIO DE PETICIÓN**

Lugar: Oficina Loja

Fecha: 09/08/15 1:50 PM

Código: CASO-DPE-1101-110101-212-2015-000466

Señor/a:

Defensor/a del Pueblo del Ecuador

### **DATOS DEL PETICIONARIO**

Peticionario: XXX

Cedula: XXX

Teléfono: XXX

E-mail: XXX

Dirección: XXX

Ciudad: Loja

### **DATOS CONTRA QUIEN SE PRESENTA**

**Me dirijo a usted con el fin de exponer:**

COMPRO UN PASAJE ÁEREO CON DESTINO A CUBA Y AL LLEGAR A GUAYAQUIL LE COMUNICAN QUE NO PUEDE HACER ESCALA EN BOGOTA PORQUE NO TIENE VISA.

**Petición concreta:**

SOLICITA A ESTA COORDINACIÓN QUE SE LE AYUDE CON EL TRAMITE DE DEVOLUCIÓN DEL DINERO PUESTO YA QUE NO LE SIRVIO DICHO TIQUE.

**Derechos vulnerados:**

DERECHOS DE LIBERTAD Derecho a acceder a bienes y servicios privados de calidad.

## **COORDINACIÓN GENERAL DEFENSORIAL ZONAL 7**

### **GESTIÓN OFICIOSA**

Fecha: Loja, 03 de Septiembre de 2015

Nombre del servidor@ que va a realizar la gestión: XXX

Nombre de la persona que recibirá la cuestión: XXX

Lugar donde se va a realizar la gestión: XXX

Motivo de la gestión oficiosa: Problemas por la venta de pasaje

Resultados:

Acuerdos: Se está conversando con la Señor/@ XXX para llegar a un acuerdo sobre el problema producido entre XXX y la agencia XXX representado por XXX encargado de la agencia. No llegaron a un acuerdo. Entregándose una copia del contrato de pasaje.

A más de este formulario, luego de realizada la gestión oficiosa, se presentará el INFORME FINAL ingreso al Sistema SIGED.-

### **INFORME DE GESTION OFICIOSA**

CASO-DPE-CGDZ7-1101-110101-212-2015-000466-JRR

DEFENSORÍA DEL PUEBLO DE ECUADOR.- COORDINACIÓN GENERAL DEFENSORIAL ZONAL 7.- Loja 10 de septiembre de 2015, a las 10:00

#### **I. Referencia:**

La Señor@ XXX, presenta un reclamo a esta Coordinación General Defensorial Zonal 7, manifestando lo siguiente, que en los primeros días del mes de julio en las oficinas de XXX situados en las calles XXX compro un boleto aéreo hacia la república de Cuba, con escala en la ciudad de Bogotá Republica de Colombia y posteriormente hacia la Habana, pero más resulta que al abordar el avión en el aeropuerto de la ciudad de Guayaquil, le indican que el vuelo va con escala a Bogotá Colombia tienen que cambiarse a Aerolíneas Copa, que va hacia Cuba y que tiene que tener visado para su registro por ese país, comprando nuevo pasaje por ese temor de visado, en un aproximado de mil trescientos dólares, una vez llegada a Loja pide a la Agencia de Viajes XXX el reembolso de ese dinero gastado en dicha compra por la mala información dada por la compra del boleto.

Por lo que acudo a esta Coordinación para que se me haga justicia por este problema que me causa un grave daño económico.

Fundamentada en el artículo 13 de la Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo y 16 del Reglamento de Trámite de Quejas, Recursos Constitucionales y Demandas de Inconstitucionalidad de Competencia del Defensor del Pueblo, relacionados con el artículo 2.1 de la Resolución Nro. 58-DPE-CGAJ-2015 de admisibilidad, a fin de verificar la observancia de los derechos reconocidos en la Constitución ecuatoriana como son derechos previstos en el artículo 66.25 que textualmente dice: “El derecho a dirigir quejas y peticiones en forma individuales y colectivas a las autoridades y a recibir atención o respuestas motivadas...” y artículo 08 de la Resolución Nro. 0058-DPE-CGAJ-2015 de admisibilidad que da la Defensoría del Pueblo la potestad para realizar Gestiones Oficiosas, por lo que se procede con la mencionada gestión.

## **II. Gestión oficiosa realizada:**

Mediante conservatorio que mantuvimos con la XXX encargada de la agencia de viajes XXX en la ciudad de Loja, me supo manifestar que efectivamente la Señor@ XXX de nacionalidad XXX hizo la compra del pasaje Guayaquil – Bogotá – Cuba, no precisamente, ella sino el novio indicando que ella salía del viaje, porque la agencia le explica todo, como donde tenía que estar, más temprano con tiempo en el aeropuerto que ella no lo estuvo, y más bien sin consultar a nadie compra una visa y pasaje de nuevo para viajar eran las 3 de la mañana cuando toda oficina estaba cerrada, hace compra de un nuevo boleto y viaja para después reclamar que se le devuelva el pasaje cuando ya se le vendió para ello adjunta una copia de la venta, esas razones son las que manifiesta la XXX. La versión de la peticionaria es otro por lo que no se llega a ningún acuerdo, disponiendo:

## **III. Disposiciones**

1. Cambiar la estrategia utilizada y abrir un sumario de consumidores.
2. Se designa como responsable del trámite a ser abierto a la Abg. XXX.

## **3. Notifíquese y Cúmplase:**

COORDINADORA GENERAL DEFENSORIAL ZONAL 7.

## **SEÑOR/A COORDINADORA GENERAL DEFENSORIAL ZONAL 7 DE LA DEFENSORIA DEL PUEBLO DE LOJA**

Yo, XXX, con cédula de ciudadanía Nro. XXX, nacionalidad XXX, casada, ocupación estilista, domiciliando en la calle XXX de esta ciudad de Loja, a usted expongo y solicito:

El 20 de junio del año en curso, me acerque y contrate los Servicios de la Agencia de Viajes XXX – Loja, dos pasajes con destino Cuba – Habana, con el siguiente itinerario Quito – Bogotá – Habana de ida y de regreso con la misma ruta, por lo cual se canceló los valores de \$ 1339.40.

Ocurre que en la referida agencia de viajes no se nos dio información adecuada y precisa respecto algunos detalles como el peso que podía llevar de equipaje era de 23/23 y 8 de equipaje de mano a pesar de que el pasaje se indica 32 kilos en total por los dos pasajeros y en varias ocasiones le insistí respecto al peso de equipaje y siempre me insistió en lo mismo, cuando yo llego a el aeropuerto a eso de las 12.00 a chequearme lo primero es que me sobraba como 20 kilos de equipaje por lo que me toco sacar de esos kilos y dejar una maleta al taxista que me trasporto a el aeropuerto. Seguidamente en el chequeo la persona que me atiende me indica que no puedo viajar porque el boleto estaba mal emitido por lo que no tenía sacada la visa del País donde se iba a realizar la escala (Bogotá- Colombia) y que la agencia emisora de los países debió cobrarme adicionalmente un valor aproximado de \$ 80 dólares por cada uno de la visa de paso, la opción que me dieron para poder realizar el viaje fue cambiar el pasaje y hacer trasbordo en Panamá, por lo que tuve que pagar la diferencia del pasaje, penalización por haber sacado el pasaje a través de una agencia y no directamente con la aerolínea y además por el servicio prestado asciendo a un valor \$ 140, dinero que llevaba para mi viaje a Cuba y tuve que llamar amistades del Ecuador para que me depositaran dinero para mi permanencia de un mes en mi País de Origen por un valor aproximado de 1200 dólares cabe mencionar que Cuba por cada transacción de 100 dólares se descuenta 28 dólares por el impuesto del banco y transacciones.

Por todo lo ocurrido lo referido en líneas anteriores me acerque hasta la Agencia de Viajes XXX a conversar con la Srta. Que me atendió y me dio mal la información Sra. XXX, me reconozca los valores perdidos, tomado una actitud prepotente y molesta, luego concurrí por segunda ocasión con un funcionario de la Defensoría del Pueblo y de igual la indicada señora señala e insiste que el problema de equipaje es un tema de palabras y que en el boleto está el valor a transportar y con respecto a la visa de viaje son responsabilidades del pasajero pero esa información es respecto a la visa del País donde se va ingresa o regresar a Ecuador más no especifica de la visa

del País donde se va hacer la escala, precisamente yo me acercó a la Agencia para que me informen los detalles del viaje yo no tengo para que conocer las leyes de otro País.

Por lo que acudimos a usted señora Coordinadora de la Defensoría del Pueblo con la finalidad de se haga vales mis derechos a disponer de bienes y servicios de óptima calidad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

A la Agencia de Viajes XXX – Loja, se lo notificara en las calles XXX.

Dígnese atenderme.

## **PROVIDENCIA DE ADMISIBILIDAD**

### **SUMARIO DE CONSUMIDORES**

**Nro. 01**

**CASO-DPE-CGDZ7-1101-110101-212-2015-000466-APTO**

**DEFENSORIA DEL PUEBLO DE ECUADOR.- COORDINACIÓN DEFENSORIAL ZONAL 7.-** Loja, 16 de septiembre de 2015, a las 10h00.-

#### **1. REFERENCIA:**

La señora XXX, presenta un reclamo a esta coordinación General Defensorial Zonal 7, manifestando lo siguiente, que el 20 de junio de 2015, compro en la Agencia de Viajes XXX, dos boletos aéreos con destino Habana – Cuba de ida y de regreso con escala en la ciudad de Bogotá – Colombia y posteriormente hacia la habana, pero más resulta que al abandonar el avión en el aeropuerto de la ciudad de Guayaquil, tuvo muchas complicaciones por la falta de información o mala información ofrecida por la empresa prestadora del servicio donde adquiere los pasajes aéreos.

#### **2. Objeto. Admisibilidad.-**

al haber realizado gestión oficiosa en el presente caso y al no haber existido acuerdo entre las partes y visto el contenido de la petición, se desprende que los hechos relatados en la misma, se puede estar vulnerando derechos garantizados por la Constitución de la República del Ecuador relacionados a las personas usuarias y consumidoras, tales como el Art. 52 que dice: “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”, con lo estipulado en el Art. 4 núm. 4. De la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor “derecho a la información adecuada, veraz, clara oportuna y completa sobre los bienes y servicio en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y de más aspectos relevantes a los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar” en este caso específico y como se determina del escrito de quejas se determina su inconformidad por el servicio prestado y la mala información que le dieron al contratar el servicio ya que esto implicó y afectó la economía de la compareciente al tener que incurrir y pagar valores adicionales para el cambio de escala, por lo que determina el Art. 17 y ídem “Es obligatorio de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes y servicios ofrecidos, de tal modo que este pueda realizar una elección adecuada y razonable” con estos antecedentes, se dispone:

### 3. DISPOSICIONES:

1. Admitir la petición presentada por la señora XXX, para darle el trámite señalado en el Art 24 de la Resolución 058- DPE-CGAJ de las Reglas para la admisibilidad y trámites de casos de competencia de la defensora del Pueblo del Ecuador.
2. Notificar al Representante Legal o Gerente de la Agencia de Viajes XXX-Loja; haciéndole conocer el inicio del siguiente trámite Defensoral y el contenido de la petición. Concediéndole el plazo de 8 días para que conteste la misma, requerimiento que se lo hace conforme lo determina el Art. 21 de la Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo.
3. De conformidad señalado en el Art. 25 de la Resolución Nro. 058 del 29 de mayo de 2015, se señala el día miércoles 23 de septiembre de 2015 a las 11h00 para que se lleve a cabo la audiencia pública misma que se realizara en las oficinas de esta Coordinación General Defensora Zonal 7 ubicadas en las calles XXX.
4. Se designa como responsable del trámite a la Abg. XXX, a quien se le faculta realizar acciones que sean necesarias.

## **ACTA DE COMPARECENCIA A AUDIENCIA PÚBLICA**

### **TRAMITE DEFENSORIAL Nro. C-2015-1101000**

En la ciudad de Loja, en 23 de septiembre de 2015, a las 11h00, se lleva a cabo la audiencia pública convocada para este día, dentro del trámite defensorial Nro. C-2015-110100466, presidida por XXX, Coordinadora General Defensorial Zona 7 de la defensoría del Pueblo.

Señora Coordinadora Defensorial del Pueblo Zonal 7

Abg. XXX, en mi calidad de Gerente de la empresa XXX en esta improcedente denuncia presentado por la señora XXX y que se sustancia en su despacho, Usted de la manera más comedida manifiesto.

Posteriores notificaciones la recibiré en la Casilla Judicial Nro. 1399 o al correo electrónico XXX.

Autorizo al Dr. XXX, Abg. para que a mi nombre y representación firme y presente todo escrito en defensa de mis intereses en el presente caso, hasta su total culminación.

#### **EN LO PRINCIPAL:**

Ante la impertinente he improcedente denuncia presenta por XXX, expongo lo siguiente:

4. La denuncia presentada por la señora XXX, se encuentra revestida de absoluta mala fe y carece de fundamentos tanto de hecho como de derecho, ya que como es normal en nuestras Agencias de Viajes, al usuario se le entrega toda la información concerniente a los vuelos y escalas que se realizan, además el usuario (como en este caso) esta consiente de los documentos que deben portar para su viaje.

5. como lo demostraremos en el momento procesal oportuno, nuestra agencia se ha caracterizado por brindar siempre la información necesaria y oportunidad a nuestros usuarios, muchas personas de nacionalidad XXX y jamás hemos detenido un problema de índole, entregamos la información necesaria, estamos prestos comparecer en el momento procesal oportuno con personas que ratificaran nuestro buen servicio la señora denunciante incluso cotizo precios para asegurar mejor su viaje y estuvo consiente de todo lo que debía tener para su viaje, jamás por parte de nuestro personal sea emitida nunca palabras discriminatorias ni palabra ofensivas, todo lo manifestado por la denunciante se encuentra alejado de la realidad.

6. Insisto señora Coordinadora, por parte del personal se le entrego a la cliente todo la información necesaria, la misma que le permite realizar su traslado sin inconvenientes, sin embargo la responsabilidad absoluta de lo que suceda posteriormente si no se acata lo establecido en el documento y sobre todo las indicaciones dadas, esto ya constituye absoluta responsabilidad del usuario, lamentamos mucho que la señora haya pasado por lo que ella asegura pero nuestra responsabilidad es entregar la información necesaria y en este caso se le entrego toda la información que requería para su viaje.

Por lo manifestado prolongo las siguientes excepciones:

5. Negativa simple y llana de los fundamentos de hecho y de derecho de la denuncia planteada.
6. Improcedencia de la acción planteada.
7. Carencia de verdad en lo manifestado por la falsa denunciante.
8. No me allano a las pretensiones equivocadas de la denunciante.

Fimo conjuntamente con mi Abogado defensor-

Señor Abogado

XXX

Ciudad.-

De mi consideración:

Pongo en su conocimiento que la Junta General Extraordinaria y Universal de Socios de la compañía XXX, en sesión celebrada el día de hoy tuvo a bien elegirlo Gerente de la empresa, gestión que la desempeñara por el periodo estatutario de DOS AÑOS, a cuyo efecto el presente servirá de instrumento suficiente para legitimar su personería y ostentar la representación legal, judicial y extra judicial de la compañía, de manera individual a partir de la fecha de inscripción de este nombramiento en el registro competente. Ud., reemplazara a la señora XXX.

Los deberes y atribuciones que le corresponden asumir constan señalados en el Art. Décimo Cuarto del Estatuto de la compañía contenido en la escritura de constitución de la compañía XXX, otorga mediante escritura pública celebrada ante el Notario Tercero del Cantón XXX el 6 de diciembre de 1993 inscrita en el Registro Mercantil XXX el 8 de febrero de 1994.

Mediante escritura pública otorgada en la ciudad de XXX el 22 de noviembre del 2002 ante el Notario Publica Cuarto de XXX se realizó el cambio de domicilio de la ciudad de XXX a la de XXX, Reforma del Estatuto Social y apertura de la Sucursal en la ciudad de XXX de la compañía XXX, escritura que fue inscrita en el Registro Mercantil del Cantón Guayaquil el 29 de mayo de 2003 muy atentamente Ing. XXX

SECRETARIA AD-HOC DE LA JUNTA

Acepto la designación del Gerente que antecede.- Guayaquil, 28 de agosto de 2014.

## **ACTA DE AUDIENCIA**

### **EXPEDIENTE DE INVESTIGACIÓN DEFENSORIAL NRO. 466-2015**

**FECHA:** 23 de septiembre de 2015, a las 10h00.

**LUGAR:** Despacho de la Coordinación General Defensorial Zonal 7

**PARTICIPANTES:** Ante la Dra. XXX, Coordinadora General Defensorial Zonal 7, comparece por una parte la Sra. XXX (accionante); y, el Dr. XXX, en representación del Abg. XXX Gerente de la Empresa XXX, a objeto de cumplir con la diligencia de audiencia pública señalada para este día y hora.

**DESARROLLO DE LA AUDIENCIA:** La Coordinadora General Defensorial Zonal 7, inicia indicando la diligencia dentro del trámite defensorial Nro., 466-2015, interpuesto por la señora XXX contra la Agencia de Viajes XXX, en primera instancia explicándoles que se trata de un trámite de sumario de consumidores, amparados en la Ley Orgánica de Densa del Consumidor que no da a la Defensoría del Pueblo la facultad de iniciar un primer trámite el mismo que busca tratar de llegar a un arreglo o acuerdo para poder establecer lo que sucedió. Aspiro que en esta instancia se pueda llegar a un acuerdo y que no se judicialicen el presente caso, agradezco la comparecencia a este llamado y se da inicio concediendo la palabra a la peticionaria quien manifiesta: muchas gracias mi nombre es XXX soy XXX yo acudí a la agencia en aras de que me informaran y comprar un pasaje a Cuba yo hace tres años no he viajado habido muchos cambios, leyes que no conozco por eso acudí a una agencia buscando que me orientaran me vendieron un pasaje con escala en Colombia – Bogotá en una primera instancia no tuve intenciones de llegar a esto porque en primer lugar fui a conversar con la señora porque pienso que un error humano lo tienen cualquiera siempre tuve la intención de llegar a un arreglo con ella quien me trato muy mal no me quedo otra opción ante la negativa de iniciar este proceso cuando yo compre el pasaje me indica mal el peso que yo podía llevar, por su mala información, la llamo para conversar con

ella, toda la respuesta fue que debo haber entendido mal, además cuando llegue a las 3 de la mañana al chequeo a el aeropuerto me dicen que no puedo viajar porque la agencia no tramito su visa de tránsito para Colombia, me dijeron lo que se puede hacer es pagar la diferencia de pasaje para que pueda ir por Panamá mas la multa esto fue 1493 dólares de ahí logre viajar a Cuba. La empresa accionada a través de su representante manifiesta: En primer lugar quiero que comprenda mi calidad de abogado contratado por la Agencia XXX la Sra. XXX es la persona que se encarga de hacer los trámites, de vender los boletos de dar la información, el representante legal es el Sr. XXX al conversar con ellos me han manifestado que la señora XXX fue quien dio la información yo le hablo en calidad de abogado ella manifestó que la señora XXX que ella le entrego toda la información que le manifestó a usted sobre la visa de transito que usted debía hacerla en Bogotá porque eso acostumbran hacerlo normalmente en las palabras textuales de ella que no es la primera vez que un cliente de XXX hace este tipo de viaje y que ellos no han tenido ningún tipo de inconvenientes, en segundo lugar debía haber salido de Quito y usted lo ha hecho desde Guayaquil, estamos aquí para llegar a una conciliación, lamentablemente el trámite normal debemos continuarlo yo no estoy facultado para llegar a un acuerdo en este momento lamento mucho esta situación no hay ninguna propuesta ellos niegan totalmente incluso tengo un escrito firmado por el gerente donde niega simple y llanamente todos los fundamentos de la denuncia. En este parte manifiesta la Coordinadora creo que no es la actitud yo quisiera que les transmita usted como abogado que el trato que se le debe dar al usuario es preferencial y debe ser de calidad, ya que la ley les exige ofrecer servicios de calidad y entregar la información adecuada, consulta si entonces no se puede llegar en este momento a un acuerdo ante la negatividad se indica que se da por concluida la Audiencia y se pronunciara en lo que corresponda. Con lo que termina la presente diligencia firmando para la constancia de lo adecuado la Coordinadora General Defensorial y la Responsable del presente tramite.

## **PROVIDENCIA DE SEGUIMIENTO**

### **DE SUMARIO DE CONSUMIDORES**

**Nro. 02**

**CASO-DPE-CGDZ7-1101-110101-212-2015-000466-APTO**

**DEFENSORIA DEL PUEBLO DEL ECUADOR.-COORDINACIÓN GENERAL  
DEFENSORIAL ZONAL 7.- Loja, 22 de octubre de 2015, a las 09h30.-**

## **I. REFERENCIA:**

La señora XXX, presenta un reclamo a esta Coordinación General Defensorial Zonal 7, manifestando lo siguiente, que el 20 de junio de 2015, compro en la Agencia de Viajes XXX Loja, dos boletos aéreos con destino la Habana – Cuba de ida y de retorno con escala en la ciudad de Bogotá – Colombia y posteriormente hacia la Habana, pero más resulta que al abordar el avión en el aeropuerto de la ciudad de Guayaquil, tuvo muchas complicaciones por la falta de información ofrecida por la empresa prestadora del servicio donde adquiere los pasajes aéreos.

## **II. OBJETO.**

Agréguese al expediente el escrito presentado por el accionado Abg. XXX, en calidad de Gerente de la Empresa XXX, y sus cuatro hojas adjuntas, a fin de continuidad con la presente acción se dispone:

### **3. DISPOSICIÓN.**

1. Correr traslado con el contenido del mismo a la accionante XXX para su conocimiento y fines legales consiguientes.
2. Con el Acta del Desarrollo de la audiencia pública que se adjunta, córrase traslado a las partes.
3. Téngase en cuenta el casillero judicial Nro. 1399 y la representación del Dr. XXX, en el presente caso hasta su culminación.
4. Notifíquese y cúmplase.-

## **COORDINADORA GENERAL DEFENSORIAL ZONAL 7**

### **INFORME MOTIVADO Nro. 02-DPE-CGDZ7-2015**

#### **Expediente Nro. DPE-CGDZ7-1101-110101-2015-00466-APTO**

**DEFENSORIA DEL PUEBLO DEL ECUADOR.- COORDINACIÓN GENERAL DEFENSORIAL ZONAL 7.- Loja 28 de octubre de 2015, a las 09h50.-**

### **I.- ANTECEDENTES Y HECHOS**

El 03 de septiembre de 2015, XXX, comparece a esta Coordinación a fin de poner en conocimiento que adquirió dos pasajes aéreos con destino a Cuba de ida y de retorno lo cual causa graves inconvenientes por la mala información que le brindó la funcionaria de la Agencia de Viajes XXX. Con el objeto de

tratar y buscar una solución inmediata y eficaz al presente reclamo se realizó una gestión oficiosa y se trasladó al Dr. XXX con la peticionaria hasta la Agencia y se reúne con la Ing. XXX, Encargada de la Agencia de Viajes XXX en la ciudad de Loja, sin arribar a ninguna solución conforme lo señala su informe de gestión oficio de fecha 10 de septiembre de 2015, por ello el 8 de septiembre del año en curso la Señora XXX, presenta su petición en contra de XXX señalando en lo principal que la mencionada agencia de viajes el 20 de junio del año en curso, le vendió dos pasajes con destino Cuba – Habana, con el siguiente itinerario Quito – Bogotá y Habana de ida y de regreso con la misma ruta para lo cual canceló el valor de \$1339.40. Y que la agencia no le dio información adecuada y precisa respecto a algunos detalles como el peso que podrían llevar de equipaje que en varias ocasiones insistió respecto al peso del equipaje y siempre le insistió en lo mismo lo cual le causó inconvenientes al llegar al chequeo le sobraba como 20 kilos de equipaje por lo que le tocó dejar. Seguidamente en el chequeo la persona que le atiende le indica que no puede viajar porque el boleto estaba mal emitido por lo que no tenía sacada la visa del País donde se iba a realizar escala (Bogotá – Colombia) y que la agencia emisora de los pasajes debió cobrarle racionalmente un valor de \$80 dólares por cada uno de la visa de paso, la opción que le dieron para poder realizar el viaje fue cambiar el pasaje y hacer trasbordo en Panamá, por lo que tuvo que pagar la diferencia del pasaje, penalización por haber sacado el pasaje a través de una agencia y no directamente con la aerolínea y además por el servicio prestando ascendiendo a un valor de \$1400 dólares, dinero que llevaba para su viaje a Cuba y tuvo que llamar a amistades del Ecuador para que le depositaran y para su permanencia en Cuba por un mes, razón por la cual solicita la intervención de la Defensoría del Pueblo.

## **II. DILIGENCIAS DEFENSORIALES REALIZADAS Y DOCUMENTACIÓN APORTADAS POR LAS PARTES.**

1. Se realiza gestión oficiosa sin llegar a solucionar el inconveniente conforme obra del informe de gestión oficio de fecha 10 de septiembre de 2015 y que obra del proceso a fojas 4 del proceso.

2. Mediante providencia Nro. 01 de fecha 16 de septiembre de 2015 se admite a trámite la petición presentada por XXX, y se cambia la estrategia puesto que en esta gestión oficiosa no se obtuvo ninguna solución, a fin de darle el trámite correspondiente conforme lo determina el Art. 25 de la Resolución Nro. 058 del 29 de mayo de 2015, por cuanto el análisis de la misma se desprende que estos guardan relación con la afectación al derecho al consumidor, una inobservancia a recibir bienes y servicios de óptima calidad, a un trato transparente y equitativo a no ser víctimas de publicidad engañosa, se dicta una

providencia inicias, requiriendo a la parte accionada contesten los fundamentos de la petición presentada adjunte documentación respectiva y se convoca a audiencia (fojas 6vlta).

2. consta a foja 8 el acta de comparecencia a Audiencia Publica señalada por esta Coordinación de fecha 23 de septiembre de 2015, a las 11h00, a la que concurren las partes, con la posibilidad de llegar a un acuerdo el Abg. De la agencia se compromete a consultar al representante de la agencia la posibilidad de llegar a un acuerdo, sin tener respuesta favorable.

3. a foja 9 consta escrito por parte del Abg. XXX, Gerente de la Empresa XXX, autorizando al Dr. XXX, que lo represente y firme escrito en defensa de sus intereses hasta la culminación del presente tramite, quien señala en lo principal “La denuncia presentada por la señora XXX, se encuentra revestida de absoluta mala fe y carece de fundamentos tantos de hecho como de derechos, ya que como es normal en nuestras agencias de viajes al usuario se le entrega la información concerniente a los vuelos y escalas que realizan , a demas el usuario (como en este caso) esta consiente de los documentos que deben portar para su viaje”.

### III. ANÁLISIS DE DERECHOS

Es de considerar que la petición se encuentra fundamentada en lo que señala el Art. 52 de la Constitución de la República del Ecuador, Art. 4 núm. 4 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor; y, Art. 17 del mismo cuerpo legal. Siendo competencia de la Defensoría del Pueblo el de verificar la plena vigencia de los derechos fundamentales, al amparo de lo dispuesto por el Art. 215 de la Constitución de la Republica en concordancia con lo establecido en el Art. 17 y 19 de la Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo, se acepta al trámite la petición en relación a la presunta afectación al derecho al consumidor, a recibir información clara, precisa, oportuna y veraz de los bienes o servicios que se ofertan de igual forma el Art. 2 del mismo cuerpo legal establece que: “**Publicidad Engañosa.-** Toda modalidad de información o comunicación de carácter comercial, cuyo contenido sea total o parcialmente contrario a las condiciones reales o de adquisición de los bienes y servicios ofrecidos o que utilice textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirecta e incluso por omisión de datos esenciales del producto induzca a engaño, error o confusión al consumidor”.

Es de señalar que la Constitución de la República del Ecuador en sus Artículos 52 y 66.25. establece que todas las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios públicos y privados de óptima calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como **a recibir una información clara, veraz, precisa, completa, oportuna y no engañosa** sobre su contenido y

características; señalan además, que la ley establecerá mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de los consumidores, las sanciones por la vulneración de estos derechos, y la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios (lo sombreado me parece),

En base a las normas constitucionales y legales y el contenido de los derechos antes mencionados, para resolver, se toman en cuenta las siguientes consideraciones:

## **VI. CONSIDERACIONES**

EL Art. 52 de la Constitución de la Republica señala que: “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 (...)”

El Art. 81 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor señala que: “Es facultad de la Defensoría del Pueblo, conocer y pronunciarse motivadamente sobre los reclamos y las quejas, que presente cualquier consumidor, Nacional o Extranjero, que resida o que este de paso en el país y que considere que ha sido directa o indirectamente afectado por la violación o inobservancia de los derechos fundamentales del consumidor, establecidos en la Constitución Política de la Republica, los tratados o convenios internacionales de los cuales forman parte nuestro país, la presente ley, así como las demás leyes conexas. (...)” El Art.4 numeral 4 de la Ley Orgánica del Defensa del Consumidor: “Derecho a la información adecuada veraz clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentarse;”

Del contenido de la petición presentada por XXX, se advierte que el asunto controvertido radica en considerar que existe una presunta afectación a sus derechos como consumidor a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a recibir información adecuada, veraz, clara y oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado.

Con los antecedentes expuestos, habiéndose dado cumplimiento con las normas establecidas en el Art. 25 de la Resolución Nro. 058-DPE-CGAJ-2015 dictada por el Señor Defensor del Pueblo el 29 de mayo de 2015 y de conformidad con los Art. 81, 82 83 y 84 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, esta Coordinación General Defensorial Zonal 7, concluye.

## **V. CONCLUSIONES**

1. Conforme a lo establecido en el Art. 81 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, la Defensoría del Pueblo está facultada para conocer y pronunciarse sobre los reclamos y las quejas que presenten los consumidores/as, por lo tanto, es competente para emitir el presente informe motivado sobre la queja interpuesta por XXX en contra de la Agencia de Viajes XXX, mismo que sería muy apreciado por el Juez/a de acuerdo a su sana crítica, según lo señalado en el inciso segundo del Art. 83 de la Ley ibídem; y, además leyes conexas que garantizan a los grupos de atención prioritaria, como se reconoce a los consumidores en nuestra Constitución de la República del Ecuador

## **VI. PREMIO DEL PROCESO**

De conformidad con lo establecido en el Art. 83 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, se solicita al señor/a JUEZ/A DE CONTRAVENCIONES que se sirva iniciar el respectivo proceso investigativo, tomando en consideración los hechos que se han mencionado en el presente informe motivado. A quien se le remitirá copias debidamente certificadas del proceso.

Cumplido las notificaciones respectivas, se dispone archivo definido del presente trámite de consumidores.

Notifíquese, remítase y archívese

## **COORDINADORA GENERAL DEFENSORIAL ZONAL 7**

### **JUEZ DE CONTRAVENCIONES DEL CANTÓN LOJA**

Ciudad.-

De mis consideraciones

En la acción Defensorial N° 466-2015 instaurada en esta Coordinación General Defensorial Zonal 7, con petición escrita de la Sra. XXX en contra de XXX se ha dictado el INFORME MOTIVADO correspondiente. Conforme al Art. 83 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor remito copia certificada del referido expediente encareciéndole se sirva iniciar el respectivo proceso investigativo.

Atentamente,

**COORDINADOR GENERAL DEFENSORIAL ZONAL 7 SUBROGANTE DE LA DEFENSORÍA DEL PUEBLO.**

	<b>FORMULARIO DE PETICIÓN</b>	CÓDIGO : CASO-DPE-1101-110101 212- 2015 000466
	LUGAR: OFICINA LOJA FECHA: 9/8/15 1:50 PM	SERVIDOR/A QUE GESTIONA: JAIJZMAN RODRIGUEZ

Señor/a:  
Defensor/a del Pueblo del Ecuador.

DATOS DEL PETICIONARIO	
Peticionario: annio polaéz quintana	Cédula: 0151281433
Teléfono: 0984758028	E-mail:
Dirección: BARRIO SAN JOSE Y CARLOS ROMAN	Ciudad: LOJA
DATOS CONTRA QUIEN SE PRESENTA LA	
Me dirijo a usted con el fin de exponer lo COMPRO UN PASAJE AÉREO CON DESTINO A CUBA Y AL LLEGAR A GUAYAQUIL LE COMUNICAN QUE NO PUEDE HACER ESCALA EN BOGOTÁ PORQUE NO TIENE VISA	
Petición concreta: SOLICITA A ESTA COORDINACIÓN QUE SE LE AYUDE CON EL TRAMITE DE DEVOLUCIÓN DEL DINERO PUESTO QUE NO LE SIRVIÓ DICHO TIQUE	
Derechos vulnerados: DERECHOS DE LIBERTAD Derecho a acceder a bienes y servicios privados de calidad	

Firma del peticionario

Instrucción: Superior	Grupo étnico: MESTIZO
Estado civil: CASADO	Sexo: FEMENINO
Nacionalidad: Cuba	

Por favor llenar para estadísticas de la institución



COORDINACION GENERAL DEFENSORIAL ZONAL 7  
GESTION OFICIOSA

Fecha: 03 de Sep. de 2015.

Nombre del Servidor@ que va a realizar la gestión: D. Luisma Rodríguez Sánchez

Nombre de la persona que recibirá la gestión: Jra. Sandra Espinosa 'Giganta' DT. Encargada

Lugar donde se va a realizar la gestión: Agencia de Viajes "Delgado Travel"

Motivo de la Gestión Oficiosa: Reclamos y la venta de pasaje

Hora de Salida: ..... Hora de Retorno: .....

Resultado: Se está acordando con la Srta. Giganta pde...  
 Acuerdos: Delgado Travel para hacer un acuerdo sobre el pasaje...  
de la Srta. Sandra Espinosa en la Agencia Del...  
Agencia de Viajes "Delgado Travel" es la Srta. Sandra Espinosa...  
encargada de la Agencia y es la Srta. Sandra Espinosa...  
encargada de la venta de pasaje.

[Firma]  
FIRMA

[Firma]  
FIRMA

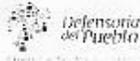
.....  
FIRMA

015128143-3  
A más de este formulario, luego de realizada la Gestión Oficiosa, se presentará el INFORM FINAL ingreso al Sistema SIGED.-

[Firma]  
Firma del Servidor@

.....  
Vto. Bueno Jefe Inmediato

4- Cecilia



INFORME DE GESTION OFICIOSA

CASO DPE-CGDZT-1101 110101-212-2015 000466-JRR

DEFENSORÍA DEL PUEBLO DE ECUADOR.- COORDINACIÓN GENERAL DEFENSORIAL ZONAL 7.- Loja, 10 de septiembre de 2015, a las 10:00.

I. Referencia:

La señora Annie Peláez Quintana, presenta un reclamo a esta Coordinación General Defensorial Zonal 7, manifestando lo siguiente, que en los primeros días del mes julio en las oficinas de Delgado Travel Loja situadas en las calles Bernardo Valdivieso 08-30 entre 10 de agosto y Rocafuerte compró un boleto aéreo hacia la república de Cuba, con escala en la ciudad de Bogotá República de Colombia y posteriormente hacia la Habana, pero más resulta que al abordar el avión en el aeropuerto de la ciudad de Guayaquil, le indicaron que el vuelo va con escala en Bogotá Colombia tiene que cambiarse a Aerolíneas Copu, que va hacia Cuba y que tiene que tener visado para su registro por ese país, comprando nuevo pasaje por ese temor de visado, en un aproximado de mil trescientos dólares, y una vez llegada a Loja pide a la Agencia de Viajes Delgado Travel el reembolso de ese dinero gastado en dicha compra por la mala información dada, por la compra de el boleto.

Por lo que acudo ha esta Coordinación para que se me haga justicia por este problema que me causa un grave daño económico.

Fundamentada en el artículo 13 de la Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo y 16 del Reglamento de Trámite de Quejas, Recursos Constitucionales y Demandas de Inconstitucionalidad de Competencia del Defensor del Pueblo, relacionados con el artículo 2.1 de la Resolución Nro. 58-DPE-CGAJ-2015 de admisibilidad, a fin de verificar la observancia de los derechos reconocidos en la Constitución ecuatoriana como son derechos previstos en el artículo 66.25 que textualmente dice: "El derecho a dirigir quejas y peticiones en forma individuales y colectivas a las autoridades y a recibir atención o respuestas motivadas..." y artículo 08 de la Resolución Nro. 0058-DPE-CGAJ-2015 de Admisibilidad que da a la Defensoría del Pueblo la potestad para realizar Gestiones Oficiosas, por lo que se procede con la mencionada gestión.

II. Gestión oficiosa realizada.-

Mediante conservatorio que mantuvimos con la Ing. Sandra Esperza en cargada de la Agencia de viajes Delgado Travel en la ciudad de Loja, me supo manifestar que efectivamente la señora señora Annie Peláez Quintana de nacionalidad Cubana hizo la compra del pasaje Guayaquil -Bogota- Cuba, no precisamente, ella sino el novio, indicando que ella sabía del viaje, por que la agencia les explica todo, como donde tenía que estar, más temprano con tiempo en el aeropuerto que ella no lo estuvo, y más bien sin consultar a nadie compra una visa y pasaje de nuevo para viajar eran las tres de la mañana cuando toda oficina estaba cerrada, hace compra de un nuevo boleto y viaja para después reclamar que se le devuelva el pasaje cuando ya se le vendió para ello adjunta una copia de la venta, esas razones son las que manifiesta la Ing. Esperza. La versión de la peticionaria es otro por lo que no se llega a ningún acuerdo, disponiendo:

III. Disposiciones:

1. Cambiar la estrategia utilizada y abrir un sumario de consumidores.
2. Se designa como responsable del trámite a ser abierto a la Abg. Adriana Torres Ochoa

3. **Notifíquese y cúmplase:**

Dra. Paola Lazzarini Stagnaro

COORDINADORA GENERAL DEFENSORIAL ZONAL 7.

Notificaciones:

dra Esperza en las oficinas de Delgado Travel calles Bernardo Valdivieso y 10 de Agosto y Rocafuerte.

e Peláez Quintana, en la Secretaria de la Coordinación General Defensorial Zonal 7

TEL: 139914177309

o Sa Cnuo /

**SEÑOR COORDINADORA GENERAL DEFENSORIAL ZONAL 7 DE LA DEFENSORÍA DEL PUEBLO DE LOJA**

Yo, ANNIE PELAEZ QUINTANA, con cédula de ciudadanía N° 0151281433, nacionalidad Cubana, casada, ocupación estilista, domiciliado en la Calle Macará entre Lourdes y Mercadillo de esta ciudad de Loja, a usted expongo y solicito:

El 20 de junio del año en curso, me acerque y contrate los Servicios de la Agencia de Viajes Delgado Travel - Loja, dos pasajes con destino Cuba - Havana, con el siguiente itinerario Quito-Bogota- Havana de ida y de regreso con la misma ruta, por lo cual se canceló los valores de \$1339.40.

Ocurre que en la referida agencia de viajes no se nos dió información adecuada y precisa respecto algunos detalles como el peso que podía llevar de equipaje era de 23/23 y 8 de equipaje de mano a pesar de que en el pasaje se indica 32 kilos en total por los dos pasajeros y en varias ocasiones le insistí respecto al peso de equipaje y siempre me insistió en lo mismo, cuando yo llego a la aeropuerto a eso de las 12:00 a prechequiarlo lo primero es que me sobraba como 20 kilos de equipaje por lo que me toco sacar esos kilos y dejar una maleta al taxista que me transportó a la aeropuerto. Seguidamente en el prechequeo la persona que me atiende me indica que no puedo viajar porque el boleto estaba mal emitido por lo que no tenía sacada la visa del País donde se iba realizar la escala (Bogogota- Colombia) y que la agencia emisora de los pasajes debió cobrarme adicionalmente un valor aproximado de \$ 80 dólares por cada uno de la visa de paso, la opción que me dieron para poder realizar el viaje fue cambiar el pasaje y hacer trasbordo en Panamá, por lo que tuve que pagar la diferencia del pasaje, penalización por haber sacado el pasaje a través de una agencia y no directamente con la aerolínea y además por el servicio prestado asciendo a un valor \$1400, dinero que lleva para mi viaje a Cuba y tuve que llamar amistades del Ecuador para que me depositarán dinero para mi permanencia de un mes en mi País de origen por un valor aproximado de 1200 dólares cabe mencionar que en Cuba por cada transacción de 100 dólares se descuenta 28 dólares por el impuesto del banco y transacción.

Por todo lo ocurrido lo referido en líneas anterior me acerque hasta la Agencia de Viajes Delgado Travel a conversar con la Sita. que me atendido y me dio mal la información Sra. Sandra Esparza, se me reconozca los valores perdidos, tomado una actitud prepotente y molesta, luego concurí por segunda ocasión con un funcionario de la Defensoría del Pueblo y de igual la indicada señora señala e insiste que el problema de equipaje es un tema de palabras y que en el boleto esta el valor a trasportar y con respecto a la visa de viaje son responsabilidades del pasajero pero esa informe es respecto a la visa del País donde se va ingresa o regresar a Ecuador más no especifica de la visa del País donde se va hacer la escala, precisamente yo me acercó a la Agencia para que me informen los detalles del viaje yo no tengo para que conocer las leyes de otro País.

Por lo que acudimos a usted señora Coordinadora de la Defensoría del Pueblo con la finalidad de se haga valer mis derechos a disponer de bienes y servicios de óptima calidad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

A la Agencia de Viajes Delgado Travel - Loja, se lo notificara en las calles Bernardo Valdivieso entre 10 de agosto y Rocafuerte, junto al Servicio de Rentas Internas.

Recibo notificaciones al correo electrónico [anniepelaez64@yahoo.es](mailto:anniepelaez64@yahoo.es)

Dígnese atenderme.

Defensoría del Pueblo ECUADOR  
RECIBIDO  
FECHA: 08 SEP 2011 HORA: 10h:23  
FIRMA: [Handwritten signature]

6 de Septiembre



PROVIDENCIA DE ADMISIBILIDAD

SUMARIO DE CONSUMIDORES

No. 01

CASO DPE-CCDZ7-1101-110101-212-2015 000466-AP'IO

DEFENSORIA DEL PUEBLO DEL ECUADOR.- COORDINACIÓN GENERAL DEFENSORIAL ZONAL 7.- Loja, 16 de septiembre de 2015, a las 10h00.-

1. REFERENCIA:

La señora Annie Peláez Quintana, presenta un reclamo a esta Coordinación General Defensorial Zonal 7, manifestando lo siguiente, que el 20 de junio de 2015, compró en la Agencia de Viajes Delgado Travel Loja, dos boleto aéreo con destino Havana - Cuba de ida y de retorno con escala en la ciudad de Bogotá - Colombia y posteriormente hacia la Habana, pero mas resulta que al abordar el avión en el aeropuerto de la ciudad de Guayaquil, tuvo muchas complicaciones por la falta de información o mala información ofrecida por la empresa prestadora del servicio donde adquiere los pasajes aéreos.

2. OBJETO. ADMISIBILIDAD.-

Al haber realizado gestión oficiosa en el presente caso y al no haber existido acuerdo entre las partes y visto el contenido de la petición, se desprende que los hechos relatados en la misma, se puede estar vulnerando derechos garantizados por la Constitución de la República del Ecuador relacionados a las personas usuarias y consumidoras, tales como el Art. 52 que dice: "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", mismo que guarda armonio con lo estipulado en el Art. 4 num. 4. de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y que dice "Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar" en este caso específico y como se determina del escrito de queja se determina su inconformidad por el servicio prestado y la mala información que le dieron al contratar el servicio ya que esto implicó y afectó la economía de la compareciente al tener que incurrir y pagar valores adicionales para el cambio de escala, por lo que determina el Art. 17 ibidem " Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes y servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable" Con estos antecedentes, se dispone:

3. DISPOSICIONES:

1. Admitir la petición presentada por la señora Annie Peláez Quintana, para darle el trámite señalado en el Art. 24 de la Resolución 058- DPT-CGAJde las Reglas para la Admisibilidad y Trámite de Casos de Competencia de la Defensoría del Pueblo del Ecuador.
2. Notificar al Representante Legal o Gerente de la Agencia de Viajes Delgado Travel - Loja ; haciéndole conocer el inicio del presente trámite defensorial y el contenido de la petición. Concediéndole el plazo de 8 días para que conteste la misma, requerimiento que se lo hace conforme lo determina el Art. 21 de la Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo.
3. De conformidad a lo señalado en el Art. 25 de la Resolución N° 058 del 20 de mayo de 2015, se señala el día miércoles 23 de septiembre del 2015 a las 11h00 para que se lleve a cabo la audiencia pública misma que se realizará en las oficinas de esta Coordinación General Defensorial Zonal 7 ubicadas en las calles Emiliano Ortega 01-75 y Juan de Salinas esquina planta baja.
4. Se designa como responsable del trámite a la Abg. Adriana Torres Ochoa, a quien se le faculta realizar acciones que sean necesarias.
5. Tómese en cuenta el correo electrónico [anniepelaez@yahoo.es](mailto:anniepelaez@yahoo.es) o número telefónico señalado por el

16.09.15  
RUC: 10904417800

**ACTA DE AUDIENCIA  
EXPEDIENTE DE INVESTIGACIÓN DEFENSORIAL NRO. 466-2015**

**FECHA:** 23 de septiembre de 2015, a las 10H00.

**LUGAR:** Despacho de la Coordinación General Defensorial Zonal 7

**PARTICIPANTES:** Ante la Dra. Paula Lazzarini, Coordinadora General Defensorial Zonal 7, comparece por una parte el Sra. Annie Peláez (accionante); y, el Dr. Edison García Celfi, en representación del Ab. Vicente Mendoza Alvarado, Gerente de la Empresa Delgado Travel, a objeto de cumplir con la diligencia de audiencia pública señalada para este día y hora.

**DESARROLLO DE LA AUDIENCIA:** La Coordinadora General Defensorial Zonal 7, inicia indicando vamos a empezar la diligencia dentro del trámite defensorial N° 466-2015, interpuesto por la señora Annie Peláez Quiñana contra la Agencia de Viajes Delgado Travel, en primera instancia explicándoles que se trata de un trámite de sumario de consumidores, amparados en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor que nos da a la Defensoría del Pueblo la facultad de iniciar un primer trámite el mismo que busca tratar de llegar a un arreglo o acuerdo para poder establecer lo que sucedió como se puede reparar o establecer un acuerdo si no se llegará en esta audiencia al mencionado acuerdo mi responsabilidad como Coordinadora de la Defensoría del Pueblo es emitir un informe motivado y remitir al Juez de Contravenciones, quien es la única autoridad judicial que puede ordenar y disponer, espero que en esta instancia se pueda llegar a un acuerdo y que no se judicialice el presente caso, agradezco la comparecencia a este llamado y se da inicio concediendo la palabra a la peticionaria quien manifiesta: Muchas gracias mi nombre es Annie Peláez sny Cubana yo acudí a la Agencia en aras de que me informarán y comprar un pasaje a Cuba yo hace tres años no he viajado habido muchos cambios, leyes que no conozco por eso acudí a una agencia buscando que me orientaran me vendieron un pasaje con escala en Colombia- Bogotá en una primera instancia no tuve intenciones de llegar a esto porque en primer lugar fui a conversar con la señora por que pienso que un error humano lo tiene cualquiera siempre tuve la intención de llegar a un arreglo con ella quien me trato muy mal no me quedo otra opción ante la negativa de iniciar este proceso cuando yo compré el pasaje me indica mal el peso que yo podía llevar, cuando llegué al aeropuerto me sobraron 20 kilos por su mala información, la llamé para conversar con ella, toda la respuesta fue que debo haber entendido mal, de ninguna manera eso no es problema mío y se sale de mis manos fue todo lo que me contestó, además cuando llegué a las 3 de la mañana al prechequeo a la aeropuerto me dicen que no puedo viajar porque la agencia no tramitó su visa de tránsito para Colombia, si la dejamos viajar cuando usted llegue a Colombia no le van a dejar abordar el avión, me dijeron lo que se puede hacer es pagar la diferencia de pasaje para que pueda ir por Panamá más la multa esto fue 1493 dólares de ahí logre viajar a Cuba, cuando regresé y yo fui a verla a conversar con ella de esto fue me indicó yo no tengo la culpa de esto fue todo lo que me contesto, en Cuba tuve que solicitar dinero prestado, me fue muy mal porque no pude disfrutar de mi viaje lo que tenía planificado debiendo un montón de cosas estoy indignada. La empresa accionada a través de su representante manifiesta: En primer lugar quiero que comprenda mi calidad de abogado contratado por la Agencia de Viajes Delgado Travel la Sra. Sandra Esparza es la persona que se encarga de hacer los trámites, de vender los boletos de dar la información, el representante legal es el señor Vicente Mendoza Alvarado al conversar con ellos me han manifestado que la Sra. Sandra Esparza fue quien dio la información yo le hablo en calidad de abogado ella me manifiesta que ella le entregó toda la información que le manifestó a usted sobre la visa de tránsito que usted debía hacerla en Bogotá porque eso acostumbra hacerlo normalmente en las palabras textuales de ella que no es la primera vez que un cliente de Cuba hace este tipo de viaje y que ellos no han tenido ningún tipo de inconvenientes, en segundo lugar que usted debía haber salido de Quito y usted lo ha hecho desde Guayaquil, estamos aquí para llegar a una conciliación, lamentablemente el trámite normal debemos continuarlo yo no estoy facultado para llegar a un acuerdo en este momento lamento mucho esta situación no hay ninguna propuesta ellos niegan totalmente incluso tengo un escrito firmado por el gerente donde niega simple y llanamente todos los fundamentos de la denuncia. En este parte manifiesta la Coordinadora creo que no es la actitud yo quisiera que les transmita usted como abogado que el trato que se le debe dar al

16 de Diciembre



PROVIDENCIA DE SEGUIMIENTO  
DE SUMARIO DE CONSUMIDORES

No. 02

CASO-DPE-06127-1101-110101-212 2015-000466-APTO

DEFENSORIA DEL PUEBLO DEL ECUADOR.- COORDINACIÓN GENERAL DEFENSORIAL ZONAL 7.- Ioja, 22 de octubre de 2015, a las 09h30 -

I. REFERENCIA:

La señora Annie Peláez Quintana, presenta un reclamo a esta Coordinación General Defensorial Zonal 7, manifestando lo siguiente, que el 20 de junio de 2015, compró en la Agencia de Viajes Delgado Travel Loja, dos boleto aéreo con destino Havana - Cuba de ida y de retorno con escala en la ciudad de Bogota - Colombia y posteriormente hacia la Habana, pero mas resulta que al abordar el avión en el aeropuerto de la ciudad de Guayaquil, tuvo muchas complicaciones por la falta de de información o mala información ofrecida por la empresa prestadora del servicio donde adquiere los pasajes aéreos.

II. OBJETO.

Agréguese al expediente el escrito presentado por el accionante Ab. Vicente Mendoza Alvarado, en calidad de Gerente de la Empresa Delgado Travel, y sus cuatro fojas adjuntas, a fin de continuidad con la presente acción se dispone:

3. DISPOSICIÓN.

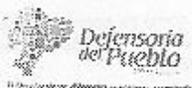
1. Correr traslado con el contenido del mismo a la accionante Annie Pelaez para su conocimiento y fines legales consiguientes.
2. Con el Acta del Desarrollo de la audiencia pública que se adjunta, córrase traslado a las partes.
3. Téngase en cuenta el casillero judicial No. 1309 y la representación el Dr. Edison García Celi, en el presente caso hasta su culminación.
4. Notifíquese y cúmplase.-

Dra. Paola Lezama Cárdenas

COORDINADORA GENERAL DEFENSORIAL ZONAL 7

-Annie Peláez Quintana - correo electrónico [anniequintero64@yahoo.es](mailto:anniequintero64@yahoo.es)

-Ab. Vicente Mendoza Alvarado - casillero judicial No. 1309 del Dr. Edison García Celi



INFORME MOTIVADO No. 02-DPE-CGDZ7-2015

Expediente No. DPE-CGDZ7-1101-110101-2015-00466-APTO

DEFENSORIA DEL PUEBLO DEL ECUADOR.- COORDINACIÓN GENERAL DEFENSORIAL ZONAL 7.- Loja, 28 de octubre de 2015, a las 09H50.

I.- ANTECEDENTES Y HECHOS

El 03 de septiembre del 2015, ANNIE PELAEZ QUINTANA, comparece a esta Coordinación a fin de poner en conocimiento que adquirió dos pasajes aéreos con destino a Cuba de ida y retorno lo cual le causa graves inconvenientes por la mala información que le brindó la funcionaria de la Agencia de Viajes Delgado Travel. Con el objetivo de tratar y buscar una solución inmediata y eficaz al presente reclamo se realizó una gestión oficiosa y se trasladó el doctor Jadzman Rodríguez con la peticionaria hasta la Agencia y se reúne con la Ing. Sandra Esparza, Encargada de la Agencia de Viajes Delgado Travel en la ciudad de Loja, sin arribar a ninguna solución conforme lo señala en su informe de gestión oficio de fecha 10 de septiembre del 2015, por ello el 08 de septiembre del año en curso la señora ANNIE PELAEZ QUINTANA, presenta su petición en contra de DELCADO TRAVEL, señalando en lo principal que la mencionada agencia de viajes el 20 de junio del año en curso, le vendió dos pasajes con destino Cuba -Havana, con el siguiente itinerario Quito – Bogotá y Havana de ida y de regreso con la misma ruta para lo cual canceló el valor de \$1339.40. Y que la agencia no les dio información adecuada y precisa respecto algunos detalles como el peso que podían llevar de equipaje que en varias ocasiones insistió respecto al peso de equipaje y siempre le insistió en lo mismo lo cual le causo inconvenientes al llegar al prechqueo le sobraaba como 20 kilos de equipaje por lo que le toco dejar. Seguidamente en el prechqueo la persona que le atiende le indica que no puede viajar porque el boleto estaba mal emitido por lo que no tenia sacada la visa del Pais donde se iba realizar escuela (Bogota – Colombia) y que la agencia emisora de los pasajes debió cobrarle adicionalmente un valor de \$80 dólares por cada uno de la visa de paso, la opción que le dieron para poder realizar el viaje fue cambiar el pasaje y hacer trasbordo en Panamá, por lo que tuvo que pagar la diferencia del pasaje, penalización por haber sacado el pasaje a través de una agencia y no directamente con la aerolínea y además por el servicio prestando ascendiendo a un valor de \$1400 dólares, dinero que llevaba para su viaje a Cuba y tuvo que llamar a amistades del Ecuador para que le depositaran y para su permanencia en Cuba por un mes, razón por la cual solicita la intervención de la Defensoría del Pueblo.

II. DILIGENCIAS DEFENSORIALES REALIZADAS Y DOCUMENTACIÓN APORTADAS POR LAS PARTES

1. Se realiza gestión oficiosa sin llegar a solucionar el inconveniente conforme obra del informe de gestión oficio de fecha 10 de septiembre de 2015 y que obra del proceso a fojas 4 del proceso.
2. Mediante providencia N° 01 de fecha 16 de septiembre de 2015, se admite a trámite la petición presentada por ANNIE PELAEZ QUINTANA, y se cambia la estrategia puesto que en gestión oficiosa no se obtuvo ninguna solución, a fin de darle el trámite correspondiente conforme lo determina el Art. 25 d) de la Resolución N° 058 del 29 de mayo de 2015, por cuanto del análisis de la misma se desprende que estos guardan relación con la afectación al derecho al consumidor, una inobservancia a recibir bienes y servicios de óptima calidad, a un trato transparente y equitativo a no ser víctimas de publicidad engañosa, se dicta una providencia inicial, requiriendo a la parte accionada contesten los fundamentos de la petición presentada adjunte documentación respectiva y se convoca a audiencia. (fojas 6 y 6vta)
2. Consta a foja 8 el acta de comparecencia a Audiencia Pública señalada por esta Coordinación de fecha 23 de septiembre de 2015, a las 11H00, a la que concurren las partes, con la posibilidad de llegar a un acuerdo el abogado de la agencia se compromete consultar al representante a la Agencia la posibilidad de llegar a un acuerdo, sin tener respuesta favorable.
3. A foja 9 consta escrito por parte del Ab. Vicente Mendoza Alvarado, Gerente de la Empresa Delgado Travel, autorizando al Dr. Edison García Celi, que lo represente y firme escrito en defensa de sus interés hasta la culminación del presente trámite, quien señala en lo principal "La denuncia presentada por la señora Annie Peláez Quintana, se encuentra revestida

de absoluta mala fe y carece de fundamentos tanto de hecho como de derechos, ya que como es normal en nuestras agencias de viajes al usuario se le entrega la información concerniente a los vuelos y escalas que realizan, además el usuario (como en este caso) está consciente de los documentos que debe portar para su viaje.

### III. ANÁLISIS DE DERECHOS

Es de considerar que la petición se encuentra fundamentada en lo que señala el Art. 52 de la Constitución de la República del Ecuador, Art. 4 num 4 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, y, Art. 17 del mismo cuerpo legal. Siendo competencia de la Defensoría del Pueblo el de verificar la plena vigencia de los derechos fundamentales, al amparo de lo dispuesto por el Art. 215 de la Constitución de la República, en concordancia con lo establecido en el Art. 17 y 19 de la Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo, se acepta al trámite la petición en relación a la presunta afectación al derecho al consumidor, a recibir información clara, precisa, oportuna y veraz de los bienes o servicios que se ofertan. De igual forma el Art. 2 del mismo cuerpo legal establece que: "Publicidad Engañosa.- Toda modalidad de información o comunicación de carácter comercial, cuyo contenido sea total o parcialmente contrario a las condiciones reales o de adquisición de los bienes y servicios ofrecidos o que utilice textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones reales o indirectamente, e incluso por omisión de datos esenciales del producto, induzca a engaño, error o confusión al consumidor".

Es de señalar que la Constitución de la República del Ecuador en sus artículos 52 y 66.25, establece que todas las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios públicos y privados de óptima calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir una información, clara, veraz, precisa, completa, oportuna y no engañosa sobre su contenido y características; señalan además, que la ley establecerá mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de los consumidores, las sanciones por la vulneración de estos derechos, y la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios. (lo sombreado me pertenece).

En base a las normas constitucionales y legales y el contenido de los derechos antes mencionados, para resolver, se toman en cuenta las siguientes consideraciones:

### IV. CONSIDERACIONES:

El artículo 52 de la Constitución de la República señala que: "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 (...)"

El artículo 81 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor señala que: "Es facultad de la Defensoría del Pueblo, conocer y pronunciarse motivadamente sobre los reclamos y las quejas, que presente cualquier consumidor, nacional o extranjero, que resida o esté de paso en el país y que considere que ha sido directa o indirectamente afectado por la violación o inobservancia de los derechos fundamentales del consumidor, establecidos en la Constitución Política de la República, los tratados o convenios internacionales de los cuales forme parte nuestro país, la presente ley, así como las demás leyes conexas (...)"

El artículo 4 numeral 4 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor: "Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar."

Del contenido de la petición presentada por ANNIE PELÁEZ QUINTANA se advierte que el asunto controvertido radica en considerar que existe una presunta afectación a sus derechos como consumidor a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a recibir información adecuada, veraz, clara y oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado.

Con los antecedentes expuestos, habiéndose dado cumplimiento con las normas establecidas en el Art. 25 de la Resolución No. 058-DPE-CCAJ 2015 dictada por el señor Defensor del Pueblo el 29 de mayo de 2015 y de conformidad con los artículos 81, 82, 83 y 84 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, esta Coordinación General Defensorial Zonal 7, concluye:

### V. CONCLUSIONES

1. Conforme a lo establecido en el Art. 81 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, la Defensoría del Pueblo está facultada para conocer y pronunciarse sobre los reclamos y las quejas que presenten los consumidores/as, por lo tanto, es competente para emitir el presente informe motivado sobre la queja interpuesta por ANNIE PELÁEZ QUINTANA en contra de la Agencia de Viajes Delgado Travel Loja mismo que será apreciado por el Jueza de acuerdo a su sana crítica, según lo señalado en el inciso segundo del artículo 83 de la Ley ibídem, y, demás leyes conexas que garanticen a los grupos de atención prioritaria, como se reconoce a los consumidores en nuestra constitución de la República del Ecuador.

= 18 - Dirección

VI. REMISIÓN DEL PROCESO:

De conformidad con lo establecido en el Art. 83 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, se solicita al señor/a JUEZ/A DE CONTRAVENCIONES que se sirva iniciar el respectivo proceso investigativo, tomando en consideración los hechos que se ha mencionado en el presente informe motivado. A quien se le remitirá copias debidamente certificadas del proceso.

Cumplido las notificaciones respectivas, se dispone archivo definitivo del presente trámite de Consumidores.

Notifíquese, remítase y archívese.



Dra. Paola Jazzapini Stagnaro

COORDINADORA GENERAL DEFENSORIAL ZONAL 7

Notificaciones

- Annie Polúz Quintana- correo electrónico [anniepoluz@vañod.es](mailto:anniepoluz@vañod.es)
- Ab. Vicente Mendoza Alvarado, Gerente de la Empresa Delgado Travel - casillero judicial N° 1399

*[Handwritten signature]* 28-10-2015 -> 16.30 pm.

19 - Diecinueve



Of. Nro. 053-DPE-CGDZ7-2015  
Loja, 05 de noviembre de 2015

Señor  
**JUEZ DE CONTRAVENCIONES DEL CANTÓN LOJA**  
Ciudad. -

De mis consideraciones:

En la acción defensorial N° 466-2015 instaurada en esta Coordinación General Defensorial Zonal 7, con petición escrita de la Sra. Annie Pelaez Quintana en contra de Delgado Travel se ha dictado el **INFORME MOTIVADO** correspondiente. Conforme al Art. 83 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor remito copia certificada del referido expediente, encareciéndole se sirva iniciar el respectivo proceso investigativo.

Atentamente,

**Dr. Antonio Aguilar Chamba**  
**COORDINADOR GENERAL DEFENSORIAL ZONAL 7 SUBROGANTE**  
**DE LA DEFENSORIA DEL PUEBLO**

Apto



05-11-2015 / 14h55-

## **7. DISCUSIÓN**

### **Verificación de objetivos**

Para el estudio de la presente problemática me he planteado un Objetivo General y tres Específicos que a continuación los detallo, procediendo a la verificación de los mismos, en base a la doctrina y acopio empírico desarrollado durante la presente tesis:

#### **Objetivo General**

Me he planteado como objetivo general lo siguiente:

- ***Comprobar la falta jurídica de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en cuanto a las sanciones por publicidad engañosa.***

El Objetivo General ha sido verificado en el Marco Doctrinario, mismo que hemos podido verificarlo con un estudio bibliográfico sustentado y fundamentado con los criterios obtenidos en la investigación de campo, con lo que se establece que existe una falta jurídica de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en cuanto a las sanciones por publicidad engañosa.

#### **Objetivos Específicos**

Como estudio de la presente problemática me he planteado tres objetivos específicos los cuales son:

- ***Analizar las normas legales que amparan los derechos al consumidor en la legislación Ecuatoriana.***

Este Objetivo, se alcanzó mediante el Marco Jurídico, en donde se mencionan dichas facultades de este organismo y se hace alusión de las mismas tanto en las encuestas como en las entrevistas.

- ***Conocer las sanciones referentes a la ley orgánica del de defensa del consumidor por publicidad engañosa.***

De igual forma este objetivo se desarrolló mediante el Marco Jurídico, en donde se establece que se puede amparar el ciudadano, que se considera perjudicado, sin embargo, también se pudo establecer que existe una total desinformación, ya que el ciudadano común no sabe a quién tiene que dirigirse para plantear un reclamo.

- ***Plantear un proyecto de reforma jurídica en el ART 72 en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en cuanto a las sanciones por publicidad engañosa.***

Este objetivo lo cumplí con la ayuda del acopio teórico, y del acopio empírico de la presente investigación, por lo que con fundamentos claros y precisos realicé una propuesta jurídica enfocada en a la falta de sanciones por publicidad engañosa.

## **Contrastación de hipótesis**

### **Hipótesis**

- La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor presenta una insuficiencia jurídica en cuanto a las sanciones por publicidad engañosa, lo que trasgrede gravemente los derechos del consumidor.

### **Contrastación**

De conformidad con los resultados obtenidos en la tabulación de datos de las preguntas planteadas en la encuesta y entrevista y, que se plasmaron en el del análisis de la actual realidad social, mi hipótesis se cumple. Analizando la quinta pregunta de las encuestas encontramos que las respuestas afirman la hipótesis, pues, los encuestados sostienen, en su mayoría, que es necesario que sancionen a quienes vulneran los derechos de los consumidores. Así como también en la cuarta pregunta de la entrevista los entrevistados en su totalidad supieron mencionar que, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor es insuficiente en el resguardo de los derechos de los consumidores, por cuanto presenta un trámite arduo, engorroso para la sanción a quienes violente los derechos del consumidor, por cuanto se debe realizar reformas a la misma para que no se atente contra sus derechos a acceder a bienes y servicios de óptima calidad.

## **Fundamentación Jurídica para la propuesta de Reforma Legal**

La posición de los consumidores en el Ecuador es de desequilibrio respecto a la de los proveedores. La sociedad está organizada desde la perspectiva de la oferta de los proveedores, lo cual obstaculiza la aplicación de los derechos de los consumidores. La información sobre las características de los bienes y servicios es muy limitada por la propia naturaleza de la relación consumidores-proveedores. Mientras quien produce, distribuye o comercializa conoce cabalmente el bien o servicio, el comprador solamente puede acceder a este conocimiento a través de los datos que se le entrega.

La Constitución de la República del Ecuador aprobada en 2008, recoge en su articulado los derechos internacionales de los consumidores, establece en el Título II De los Derechos, Capítulo II, Derechos del Buen vivir, Sección Novena, De las personas Usuarias y consumidores **Art.52** que "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 de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor".

Como EGRESADO de la Carrera de Derecho de la Universidad Nacional de Loja, considero que como resultado de la investigación realizada, debe establecerse una posible solución para velar por que se cumpla y se haga cumplir las leyes vigentes en este caso específico a la Ley Orgánica de Defensa al Consumidor evitando el daño y perjuicio al consumidor.

La Asamblea Nacional para reformar una Ley como base jurídica aplicara lo establecido en el Artículo 120, Numeral 6 de la Constitución de la República podrá reformar la Ley Orgánica De Defensa Del Consumidor con la finalidad que se cumplan los derechos de todos los ciudadanos. Un aspecto que preocupa es que los ciudadanos no conozcan la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, pues no existe espacios en los medios de comunicación en donde se socialice el contenido de la misma; además, en los planes y programas de estudio impartido por el Ministerio de Educación no existe absolutamente nada relacionado con la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

La presente tesis aspira a incorporar mecanismos legales que permitan un adecuado control de calidad de los bienes y servicios en el Ecuador, así como también reformar y efectuar las infracciones y sanciones como el Art 72. De la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor que nos dice: “El proveedor cuya publicidad sea considerada engañosa o abusiva, según lo dispuesto en el Art. 7 de esta Ley, será sancionado con una multa de mil a cuatro mil dólares de los Estados Unidos de América o su equivalente en moneda de curso legal.

Cuando un mensaje publicitario se engañoso o abusivo, la autoridad competente dispondrá la suspensión de la difusión publicitaria, y además ordenará la difusión de la rectificación de su contenido, a costa del anunciante, por los mismos medios, espacios y horarios. La difusión de la rectificación no será menor al treinta por ciento (30%) de la difusión del mensaje sancionado”.

## 8. CONCLUSIONES

- El procedimiento establecido en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, para el juzgamiento de las infracciones, ha originado confusión entre los encargados de administrar justicia, de lo cual se aprovechan los proveedores y sus defensores para dilatar las decisiones que podrían beneficiar a los consumidores.
- Al no funcionar bien los mecanismos de protección a los consumidores existe el riesgo que no se cumplan sus derechos y no se ejerciten sus responsabilidades.
- Existe un marcado desinterés del consumidor por hacer valer sus derechos, y a esto se une también una completa desinformación por lo cual el ciudadano común no hace uso de esta ley ni de las herramientas que ella les proporciona.
- Se debe ampliar las facultades de la Defensoría del Pueblo, en cuanto a los trámites de las quejas por vulneración de derechos del consumidor, ya que este organismo debe realizar de forma ágil y eficiente, la investigación, la resolución, la sanción y luego hacer ejecutar dicha sanción, de forma que no sea un intermediario de justicia sino un ejecutor de justicia.

- Que es necesario y urgente realizar una reforma en relación con esta disposición legal a fin de garantizar una correcta aplicación de las infracciones y sanciones de este cuerpo legal. se debe realizar una adecuada reforma legal a la Ley de Defensa del Consumidor, en pos de respetar y hacer respetar los derechos de los consumidores. Por lo tanto es necesaria de forma urgente y eficiente la reforma a este cuerpo legal, por cuanto se están violentando los derechos al consumidor.

## 9. RECOMENDACIONES

- La Defensoría del Pueblo debe simplificar el procedimiento establecido en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor para el juzgamiento y sanción de las infracciones, facilitando así el acceso a la justicia por parte de los consumidores.
- A la Función Legislativa que el principal oficio de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor sea procurar el equilibrio entre comerciantes y consumidores, minimizando el impacto de la irregularidad de información existente entre las partes. Ello garantizara un mercado más sano, eficiente y seguro.
- A la Defensoría del Pueblo que haga los controles respectivos, de forma permanente y vigile la concordancia de las leyes con la realidad actual, a fin de aplicarlas con agilidad, eficiencia y justicia.
- Al Concejo de la Judicatura que se instalen los juzgados de contravenciones, designados por ley para conocer las infracciones de consumo.
- A la Asamblea Nacional, que proceda a realizar las reformas pertinentes a la Ley de Defensoría del Pueblo y la Ley de Defensa del consumidor, en cuanto a la ampliación de facultades del Defensor de Pueblo y el Trámite en la Ley de Defensa del Consumidor.

## **9.1 PROPUESTA DE REFORMA JURÍDICA**

### **LA ASAMBLEA NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR**

#### **CONSIDERANDO:**

Que es obligación del Estado el garantizar los derechos de los ciudadanos(as), y en este caso de los consumidores (as);

Que se requiere de tomar medidas para hacer más efectivas las diligencias de las autoridades;

Que desde la expedición de la constitución del Ecuador no se ha contemplado la tipificación de la ley del consumidor y la publicidad engañosa, como infracción que debe ser sancionada, pese a existir evidencias de la existencia de este delito y quiénes son sus directos protagonistas.

Que es indispensable reformar la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en cuanto a las infracciones y sanciones y a mejorar y agilizar el trámite de quejas ante la Defensoría del Pueblo;

Que de conformidad para reformar una Ley como base jurídica aplicara lo establecido en el Artículo 120, Numeral 6 de la Constitución de la República del Ecuador expide:

**LEY REFORMATORIA A LA LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL  
CONSUMIDOR:**

**Art. 72.-** agréguese el siguiente inciso: Serán sancionados con reclusión mayor ordinaria de tres a seis años las personas que no dieran a conocer la verdad de los productos mencionados por propagandas engañosas en medios de comunicación, pancartas, folletos, etc. Como de las personas cotizantes con indicación de sus respectivos montos aportados, al final de la publicidad dada.

Además Los Municipios y las demás autoridades competentes realizarán controles permanentes en lo referente a la producción, transformación, almacenamiento, transporte, distribución y uso de los bienes y servicios, así como su control, vigilancia e inspección.

La presente Reforma entrará en vigencia a partir de su promulgación y publicación en el Registro Oficial.

Dado en la sala de sesiones de la Honorable Asamblea Nacional del Distrito  
Metropolitano en la ciudad de Quito, a los veinte días del mes de Junio de  
2017.

PRESIDENTE

SECRETARIO(A)

## 10. BIBLIOGRAFÍA

- Constitución de la República del Ecuador, Editorial Corporación de Estudios y Publicaciones, 2011, Quito, Art. 52
- [www.defensoriadelpueblo.com.gov](http://www.defensoriadelpueblo.com.gov)
- CORPORACIÓN DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES; Ley de defensoría del Pueblo; 2011
- SISTEMA DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR ECUADOR; Estado de situación de los consumidores en Ecuador
- SISTEMA DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR ECUADOR; Estado de situación de los consumidores en Ecuador
- COMISIÓN ANDINA DE JURISTAS; Programa Nacional de reforma a la Administración de Justicia; 2009
- Informes a la Junta Directiva de la Tribuna Ecuatoriana de Consumidores y Usuarios, años 1999-2006
- JARAMILLO, Luis; Derechos del Consumidor ante la Defensoría del Pueblo; 2003
- Diccionario de la Lengua, Editorial Real Academia Española, 19na ed, Madrid, 1976, pg. 349-350
- CABANELLAS de Torres Guillermo, Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual, Editorial Heliasta. II Tomo, 25 Edición, Buenos Aires-Argentina, Pag.35

- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, Editorial Corporación de Estudios y Publicaciones, Quito, 2011, Pag2
- <http://definicion.de/servicio/20/11/09>
- <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger1/gescalers.htm/20/11/09>
- Corporaciones de Estudios y Publicaciones, Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, Art.2 pp 2.
- 21 Ob. Cit. Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, Tomo II, Pag.568
- Enciclopedia jurídica Omeba, Editorial Bibliografía Argentina, Tomo XXIII, Buenos Aires- Argentina, pág. 445
- <http://www.wikipedia//deficinion.de/producto/fede/>
- Corporaciones de Estudios y Publicaciones, Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, Capitulo VIII Art54 pp 14.
- La Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, Vigilancia y control del Estado, Art. 57.
- Publicidad /por Thomas C. O'Guinn; Chris T. Allen y Richard J. Semenik 659.1 OGU1
- Diccionario de la Real Académica Española (RAE) 19na ed, Madrid, 1976,

- Stanton, William J. . . Etzel, Michael J. . Walker, Bruce J. - Libro / 658.8 / S736f 2000. **Páginas:** 102. **Edición:** 11a. **Editorial:** McGraw-Hill/Interamericana.
- Dirección de Marketing, Edición de Milenio, de Kotler Philip, Cámara Dionicio, Grande Ildelfonso y Cruz Ignacio, Prentice Hall, 2000, Pág. 32.
- Diccionario de Marketing, Cultural S.A., Edición 1999, Pág. 198.
- La Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, Vigilancia y control del Estado, Art. 57
- ROSA M. MENDEZ; A. ESTHER VILALTA, S.A. BOSCH, 2003 CASTELLANO 93 págs. ISBN: 2910009166882 libros de Derecho procesal. Procedimiento civil
- Ley de Orgánica de Defensa del Consumidor, Editorial Corporación de Estudios y Publicaciones, Quito, 2011, INFRACCIONES Y SANCIONES Art.72
- Ley del Sistema Ecuatoriano de Calidad, Editorial Corporación de Estudios y Publicaciones, Quito, 2011, Art.2
- Código de Comercio, Editorial Corporación de Estudios y Publicaciones, Quito, 2011, art 169.

## **11. ANEXOS**

### **PROYECTO DE TESIS**

#### **1.- TEMA:**

**“REFORMA JURÍDICA A LA LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR EN CUANTO A LA FALTA DE SANCIONES POR PUBLICIDAD ENGAÑOSA”.**

#### **2.- PROBLEMÁTICA:**

En La Constitución de La Republica Del Ecuador en su **ART. 52** nos dice que:

**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 de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.**

Es por eso que en el Ecuador, es muy común ver por la televisión, leer en la prensa o escuchar en la radio la infinidad de productos ofrecidos sin medida ni escrúpulo, ya que en realidad en nuestro país no existe un control sobre esta detonación de propaganda. La radio, la televisión, los medios impresos, las paredes de las ciudades, los espacios publicitarios son los métodos o los medios que utilizan los comerciantes en este tiempo para ofrecer productos que no proporcionan en algunos casos los resultados con los que se los anuncia.

Son distintas las áreas en nuestra sociedad en las que los oferentes inundan la voluntad de las personas en adquirir un producto de acuerdo a su necesidad y por los resultados anunciados. Algunas de estas áreas son: la medicina, la cosmetología, la construcción, la vivienda, la alimentación, la educación, medios de transporte, entre otras.

Un aspecto que preocupa es que los ciudadanos no conozcan la ley Orgánica de Defensa del Consumidor, pues no existe espacios en los medios de comunicación en donde se socialice el contenido de la misma; además, en los planes y programas de estudio impartido por el Ministerio de Educación no existe absolutamente nada relacionado con **la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor**, como un deber del Estado y expresado en el mismo cuerpo legal en su **Art. 89** que nos dice sobre:

**Planes de Estudio.- El Ministerio de Educación y Cultura incluirá, como eje transversal, dentro del pensum de asignaturas ya existentes, un componente relacionado a la educación del consumidor; con tal finalidad ejecutará programas de capacitación docente e incluirá mensajes acerca de los derechos del consumidor en los textos y otros medios pedagógicos. La educación del consumidor privilegiará las siguientes áreas:**

- 1. El conocimiento de los derechos y obligaciones;**
- 2. Promover la capacidad para elegir con mayor libertad y eficacia entre los bienes y servicios que ofrece el mercado;**
- 3. Planificar y satisfacer mejor sus necesidades; y,**
- 4. Evitar riesgos derivados de un uso inadecuado de bienes y servicios.**

Recordemos que los derechos del consumidor son, de hecho, parte de los derechos humanos. Se basan en el entendimiento por parte de los ciudadanos, los gobiernos y las empresas de que el cliente o consumidor debe y tiene que ser protegido tanto por el Estado, como por las empresas.

En la actualidad solo existe una sanción pecuniaria con respecto a la publicidad engañosa en la ley de Defensa del Consumidor, en su **Art. 72.-**

**El proveedor cuya publicidad sea considerada engañosa o abusiva, según lo dispuesto en el Art. 7 de esta Ley, será sancionado con una multa de mil a cuatro mil dólares de los Estados Unidos de América o su equivalente en moneda de curso legal. Cuando un mensaje publicitario sea engañoso o abusivo, la autoridad competente dispondrá la suspensión de la difusión publicitaria, y además ordenará la difusión de la rectificación de su contenido, a costa del anunciante, por los mismos medios, espacios y horarios. La difusión de la rectificación no será menor al treinta por ciento (30%) de la difusión del mensaje sancionado.**

De tal modo que el engaño a una persona se lo tome en consideración como un estilo de estafa a la confianza de los ecuatorianos.

La publicidad engañosa se refiere a la acción publicitaria que induce al error en la selección de un bien o servicio que pueden afectar los intereses y derechos del consumidor, de acuerdo al país de origen del bien o servicio ofrecido; la tecnología empleada, los beneficios o consecuencias del uso o de la contratación del servicio; así como, la tarifa, forma de pago, financiamiento; las características básicas o servicios ofertados, tales como componentes, ingredientes, dimensión, cantidad, calidad, utilidad, durabilidad, garantías, contraindicaciones, eficiencia, idoneidad del bien o del servicio, los reconocimientos, aprobaciones o distinciones nacionales, oficiales o privadas, entre otros puntos.

### **3.-JUSTIFICACIÓN**

Partiendo de la matriz problemática definida en su tiempo, la presente investigación se enmarca dentro de La Constitución de La Republica Del Ecuador, en su Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Cumpliendo como requisito de trascendencia social, ya que nos compete a todos enterarnos de lo que contiene el Ordenamiento Jurídico vigente.

La Universidad nacional de Loja, tiene como objetivo principal y fundamental la formación de profesionales críticos y analíticos a través de la realización de la investigación, y vincular los conocimientos teóricos y prácticos con la realidad social. Por tanto, se justifica, en cuanto cumple la exigencia del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, que regula la pertinencia del estudio jurídico con aspectos inherentes a la materia de derecho positivo.

Con la realización de la presente investigación, se justifica este trabajo, porque se dispone del tiempo suficiente para la recolección de la información que se requiere para el desarrollo indicativo; existe abundante material bibliográfico, documental y empírico, en cuanto a libros, revistas, periódicos, libros estadísticos, leyes; y por último, se cuenta con los recursos materiales técnicos y económicos para la ejecución del presente trabajo de investigación.

La factibilidad de realizar la presente investigación es de carácter urgente y necesario, ya que preocupa que los ciudadanos no conozcan **la ley Orgánica de Defensa del Consumidor**, pues no existen espacios en los medios de comunicación en donde se socialice el contenido de la misma, como sería conocer sus derechos y obligaciones como consumidores destacados en los **artículos 4 y 5** que nos indican:

**Art. 4.- Derechos del Consumidor.-** Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;

2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de

elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor;

y,

10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención sanción y oportuna reparación de su lesión;

11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,

12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

**Art. 5.- Obligaciones del Consumidor.-** Son obligaciones de los consumidores:

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;

2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido;

3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y,

4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

## **4.- OBJETIVOS**

- **OBJETIVO GENERAL**

Comprobar la falta jurídica de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en cuanto a las sanciones por publicidad engañosa.

- **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Analizar las normas legales que amparan los derechos al consumidor en la legislación Ecuatoriana.
- Conocer las sanciones referentes a la ley orgánica del de defensa del consumidor por publicidad engañosa.
- Plantear un proyecto de reforma jurídica en el **ART 72** en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en cuanto a las sanciones por publicidad engañosa.

## **5.- HIPÓTESIS**

La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor presenta una insuficiencia jurídica en cuanto a las sanciones por publicidad engañosa, lo que trasgrede gravemente los derechos del consumidor.

## **6.- MARCO TEÓRICO**

La publicidad se constituye como uno de los medios principales por los cuales las empresas presentan sus servicios y productos a potenciales clientes para efectos del consumo. Al ser la publicidad uno de estos medios utilizados por las empresas, surgen los problemas. Estos problemas inician cuando la publicidad se convierte en engañosa, que se presenta cuando los productos que se quieren vender no mencionan sus verdaderas cualidades ni su calidad real, esto afecta la competencia frente a otros competidores y destruye la confianza de los consumidores.

Adicionalmente la norma presume desleal la utilización o difusión de indicaciones o aseveraciones incorrectas o falsas, la omisión de las verdades o cualquier tipo de práctica que, por las circunstancias en que tenga lugar, sea susceptible de inducir a error a las personas a las que se dirige o alcanza sobre la actividad, las prestaciones mercantiles o el establecimiento ajeno, así como sobre la naturaleza, el modo de fabricación, las características, la aptitud en el empleo o la cantidad de los productos.

Por eso, el derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad se traduce entonces en la garantía que ofrece el Estado a sus ciudadanos, en el sentido que se compromete a tomar las medidas necesarias para controlar la existencia en los mercados nacionales de bienes y servicios que respondan al

concepto de óptima calidad, es decir de cualidades y características superiores, o por lo menos cercanas a los índices de calidad que establece los órganos respectivos.

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

Como vemos la publicidad es una técnica de comunicación comercial que intenta fomentar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación. En términos generales puede agruparse según el tipo de soportes que utilice para llegar a su público objetivo.

La publicidad engañosa como un concepto muy amplio que puede abarcar desde la omisión de los aspectos negativos del producto hasta el engaño, más o menos sutil, en cuanto a sus beneficios y características, pasando por los diversos (trucos) empleados para presentar más atractivamente unos precios que realmente son más elevados (por ejemplo, anunciar los precios sin IVA, en el caso de bienes de consumo).

Aquí se la está definiendo a la publicidad como un anuncio, destinado al ofrecimiento o venta de un servicio o producto en el que se aplican técnicas de persuasión masivas mediante engaños, estos son empleados de distintas maneras con el propósito que ese sea consumido. Así lo manifiesta en el ejemplo de los precios sin IVA que es la forma más clara de imaginar algo barato, pero que al momento de adquirirlo no es el precio real, sino que no posee las características similares a las que se manifestaban en los anuncios publicitarios.

La Constitución de la República del Ecuador, como ente supremo de todas las leyes que rigen el marco jurídico ecuatoriano, estipula en su contenido una serie de derechos y garantías para todos los habitantes del territorio Nacional, entre ellos los derechos de los consumidores sujetos en la ley del consumidor, en la presente investigación me he referido específicamente a la cuestión remunerativa y más concretamente a la valoración a la ley orgánica de defensa del consumidor en cuanto a las por publicidad engañosa que ahora se da en muchas empresas ecuatorianas.

Por lo tanto el estudio y análisis de la Constitución será de vital importancia, y para la presente investigación tomaremos principios básicos como lo determinado en su **Art. 11, numeral 9**, que textualmente señala:

**“El más alto deber del Estado consiste en respetar y hacer respetar los Derechos garantizados en la constitución.”**

De la misma manera es importante la base legal estipulada en la **Ley Orgánica de Defensa del Consumidor**, en su **Art. 2** define algunos términos de utilizados continuamente en la ley de defensa del consumidor, estos son:

Anunciante.- Aquel proveedor de bienes o de servicios.

Consumidor.- Toda persona natural o jurídica que como destinatario final, adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios.

Oferta.- Practica comercial consistente en el ofrecimiento de viene o servicios.

Proveedor.- Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución, alquiler o comercialización de bienes, así como prestación de servicios a consumidores, por lo que se cobre precio o tarifa.

El derecho del consumidor es entonces una parte muy importante del derecho social pues pretende proteger de manera preferente de todos los abusos o conductas antijurídicas a toda la población que le cabe la denominación de usuarios o consumidor.

Así mismo, este cuerpo legal, se orienta a armonizar las relaciones entre proveedores y consumidores en un marco de equidad, velando por el efectivo

ejercicio de los derechos de las partes en concordancia con los derechos que reconoce la Constitución de la República del Ecuador a los consumidores, así como en procura del pleno ejercicio de todas las facultades legales que contempla el marco jurídico para las partes.

En forma general éste será el marco teórico que nos servirá de base para el desarrollo de la presente investigación y consideraremos de ser necesario uno o más contratos Colectivos que estipulen alguna ampliación a éste derecho.

## **7.- METODOLOGÍA.**

El trabajo de investigación se desarrolló a cabalidad con la utilización de determinados métodos y técnicas:

### **MÉTODOS**

- **Método Científico.-** Es un proceso destinado a explicar fenómenos, establecer relaciones entre los hechos y enunciar leyes que expliquen los fenómenos físicos del mundo y permitan obtener, con estos conocimientos, aplicaciones útiles al hombre. Se lo utilizara a lo largo del desarrollo de la investigación, en cuanto a la obtención de información científica y comprada, de importancia para la presente investigación.

- **Método Dialectico.-** Describe la historia de lo que nos rodea, de la sociedad y del pensamiento, a través de una concepción de lucha de contrarios y no puramente contemplativa, más bien de transformación. Se lo utilizara para una confrontación directa entre los datos científicos sobre la problemática y los datos empíricos.
- **Método Inductivo- Deductivo.-** Este método va de la particular a lo general. Se lo utilizara en el proceso de observación, para arribar en juicios, conceptos y premisas.
- **Método Estadístico.-** Este método permite representar la información obtenida en datos estadísticos de fácil entendimiento. Se lo utilizara para elaborar los resultados de la investigación, ya que para los cuadros o tablas estadísticas es básico, generando así los porcentajes y representaciones graficas de los resultados de la información de campo.
- **Método Descriptivo.-** Consiste en realizar una exposición narrativa, numérica y/o gráfica, lo más detallada y exhaustiva posible de la realidad que se investiga. Este método se utilizara para procesar y describir información recolectada y contrastar con la información empírica rescatada.
- **Método Analítico.-** Es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o

elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. Este método permitiera el análisis minucioso de la temática en general, conjuntamente con los datos empíricos obtenidos mediante la aplicación de las técnicas de investigación.

- **Método comparativo.-** Es un procedimiento de la comparación sistemática de casos de análisis que en su mayoría se aplica con fines de generalización empírica y de la verificación de hipótesis. Cuenta con una larga tradición en la metodología de las ciencias sociales; aunque también se encuentra en otras disciplinas.

## **TÉCNICAS**

- **Encuesta.-** Es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado. Esta técnica se aplicara a 30 profesionales del Derecho en forma de preguntas escritas, fue utilizada con la finalidad de obtener datos empíricos, de la población estudiada o investigada.
- **La entrevista.-** Es la recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirirse información

acerca de lo que se investiga. Se aplicara esta técnica a 3 profesionales  
conocedores de derecho.

- **Esquema Provisional de informe final.-**

### **INFORME FINAL DE TESIS.**

*“El informe de Tesis contendrá las siguientes partes:*

- a. *Título;*
- b. *Resumen en castellano y traducido al inglés;*
- c. *Introducción;*
- d. *Revisión de literatura;*
- e. *Materiales y métodos;*
- f. *Resultados;*
- g. *Discusión;*
- h. *Conclusiones;*
- i. *Recomendaciones;*
- j. *Bibliografía; y,*
- k. *Anexos.”<sup>46</sup>*

## 8.- Cronograma de Trabajo

DESCRIPCIÓN	ABRIL 2016				MAYO 2016				JUNIO 2016				JULIO 2016				AGOSTO 2016			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elaboración de la matriz problemática y selección del tema de investigación			X																	
Elaboración del esquema de la Investigación					X															
Recopilación de información y de testimonios									X											
Desarrollo de la Investigación									X											
Socialización de la Investigación																	X			

## 9.-Presupuesto y Financiamiento

CANTIDAD	DETALLE	COSTO
1	Libros jurídicos	\$20.00
1	Diccionarios Jurídicos	\$20.00
100	Papel Bond INEN A 4	\$5.00
3	SERVICIOS DE IMPRESIÓN: Textos, documentos guías.	\$15.00
20	Internet	\$7.00
	<b>RECURSOS PROPIOS</b>	
	TOTAL EN DOLARES	\$67.00

## 10.- BIBLIOGRAFÍA

- ARIAS, Gonzalo Expropiación- Código de Procedimiento Penal; Editorial Gab. 2003.
- ARISTOS Diccionario ilustrado de la Lengua Española. Edit. Ramón Sopena 2000
- CABANELLAS, Guillermo Diccionario Jurídico Elemental. 1996
- CODIGO CIVIL DEL ECUADOR, Corporación de estudios y publicaciones, Quito-Ecuador.
- Constitución de la República del Ecuador.
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. Corporación de Estudios y Publicaciones Leyes Conexas. 2007
- DICCIONARIO ENCICLOPEDICO CASTELL. España, 1996.
- DICCIONARIO ESPASA, Diccionario Jurídico Editorial Espasa Calpe, S.A.
- Internet, Derechos Del Consumidor.
- Sistema de Protección Del Consumidor Ecuador; Estado De Situación De Los Consumidores En Ecuador.
- Protección Del Consumidor Ecuador; Estado De Situación De Los Consumidores En El Ecuador.
- Comisión Andina De Juristas; Programa Nacional De Reforma a La Administración de Justicia 2009

- Flores, Gacharúa., Algunos Problemas Procesales De Protección Al Consumidor, Código D002974-11, Biblioteca Univ. Andina.
- REAL ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA “Diccionario De La Lengua Española, Vigésima Segunda Edición, Editorial Espasa-Calpe S.A., Madrid España, 2001.

**FORMULARIO DE ENCUESTA**

**FORMULARIO DE ENCUESTA**



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

**ENCUESTA A ABOGADOS EN LIBRE EJERCICIO PROFESIONAL, Y A  
CONSUMIDORES EN GENERAL.**

**Tema:** “REFORMA JURIDICA A LA LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL  
CONSUMIDOR EN CUANTO A LA FALTA DE SANCIONES POR  
PUBLICIDAD ENGAÑOSA”

**PREGUNTAS**

**1.- ¿Considera usted que se debe dar facultades a la Ley Orgánica de  
Defensa del Consumidor para sancionar las infracciones cometidas en  
contra de los derechos de los consumidores?**

**SI ( )**

**NO ( )**

**2.- ¿En el ejercicio profesional, han tenido casos jurídicos que hayan sido sancionados por la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor?**

**SI ( )**

**NO ( )**

**3.- ¿Usted considera necesario que se deba dar mayor rapidez en este tipo de casos tal como lo estipula la Constitución?**

**SI ( )**

**NO ( )**

**4.- ¿Cree usted que para este tipo de infracciones a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor las sanciones deben ser más rigurosas?**

**SI ( )**

**NO ( )**

**5.- ¿Usted cree que es necesario que se reforme La Ley Orgánica De Defensa del Consumidor determinando que sancionen a quienes vulneran los derechos de los consumidores?**

**SI ( )**

**NO ( )**

**FORMULARIO DE ENTREVISTA**

**FORMULARIO DE ENTREVISTA**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**

**CARRERA DE DERECHO**

**ENTREVISTA A PROFECIONALES FUNCIONARIOS DE LA INSTITUCIÓN  
PÚBLICA DEFENSORÍA DEL PUEBLO DE LA CIUDAD DE LOJA.**

**Tema:** “REFORMA JURIDICA A LA LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL  
CONSUMIDOR EN CUANTO A LA FALTA DE SANCIONES POR  
PUBLICIDAD ENGAÑOSA”

**PREGUNTAS**

**1. ¿Conoce los derechos del consumidor?**

**SI ( )**

**NO ( )**

**2. ¿Conoce las facultades de la Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo?**

**SI ( )**

**NO ( )**

**3. ¿Considera que las quejas presentadas por los consumidores ante la Defensoría del Pueblo deben ser resueltas, sancionadas y ejecutadas por éste organismo?**

**SI ( )**

**NO ( )**

**4. ¿Considera que la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, es insuficiente en la protección a los derechos del consumidor?**

**SI ( )**

**NO ( )**

**5. ¿Cree que la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor debe reformarse, para mayor protección de los derechos de los consumidores?**

**SI ( )**

**NO ( )**

## ÍNDICE

PORTADA.....	I
CERTIFICACIÓN.....	II
AUTORÍA.....	III
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
TABLA DE CONTENIDOS.....	VII
<b>1. TÍTULO.....</b>	<b>1</b>
<b>2. RESUMEN.....</b>	<b>2</b>
2.1 ABSTRACT.....	3
<b>3. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>4</b>
<b>4. REVISIÓN DE LITERATURA.....</b>	<b>7</b>
4.1 MARCO CONCEPTUAL.....	7
4.2 MARCO DOCTRINARIO.....	17
4.3 MARCO JURÍDICO.....	28
4.4 LEGISLACIÓN COMPARADA.....	42
<b>5. MATERIALES Y MÉTODOS.....</b>	<b>56</b>
<b>6. RESULTADOS.....</b>	<b>59</b>
<b>7. DISCUSIÓN:.....</b>	<b>96</b>
<b>8. CONCLUSIONES.....</b>	<b>102</b>

<b>9. RECOMENDACIONES</b> .....	<b>104</b>
9.1 PROPUESTA DE REFORMA JURÍDICA .....	105
<b>10. Bibliografía</b> .....	<b>108</b>
<b>11. ANEXOS</b> .....	<b>111</b>
<b>Proyecto de tesis</b> -----	<b>111</b>
ÍNDICE .....	136