

ASAMBLEA NACIONAL  
REPÚBLICA DEL ECUADOR

Memorando Nro. AN-PYAP-2025-0120-M

Quito, D.M., 02 de diciembre de 2025

**PARA:** Sr. Mtr. Niels Anthonez Olsen Peet  
**Presidente de la Asamblea Nacional**

**ASUNTO:** Presentación del Proyecto de Ley Orgánica para la Protección de los Derechos de Consumidores y Usuarios en el Comercio Digital

De mi consideración:

Luego de expresarle un cordial saludo, en mi calidad de Asambleísta por la Provincia de Santa Elena, al amparo de lo determinado en la Constitución en su artículo 134 numeral 1, en concordancia con los artículos 54 y 55 de la Ley Orgánica de la Función Legislativa, presento el "PROYECTO DE LEY ORGÁNICA PARA LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS EN EL COMERCIO DIGITAL", para lo cual adjunto las respectivas firmas de las y los asambleístas que respaldan esta propuesta legislativa; así como, la ficha de verificación al Plan Nacional de Desarrollo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, por lo que solicito de la manera más respetuosa se dé el trámite correspondiente.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

  
Lcda. Arisdely Paola Parrales Yagual  
**ASAMBLEÍSTA**



No. de trámite:

**475024**

Fecha recepción: **2025-12-03 11:57**

No. de referencia:

**AN-PYAP-2025-0120-M**

Fecha documento: **2025-12-02**

Remitente:

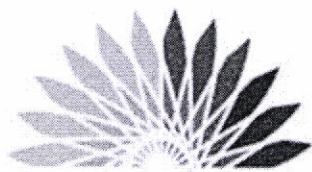
**Arisdely Paola Parrales Yagual**  
arisdely.parrales@asambleanacional.gob.ec

Revise el estado de su documento  
con el usuario **0925722787** en:  
<http://dts.asambleanacional.gob.ec>

*Memorando: 1 Página*  
*Anexos: 24 Páginas*



ASAMBLEA NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR



**“PROYECTO DE LEY ORGÁNICA  
PARA LA PROTECCIÓN DE LOS  
DERECHOS DE CONSUMIDORES  
Y USUARIOS EN EL COMERCIO  
DIGITAL”**

**Proponente:**

**ARISDELY PAOLA PARRALES YAGUAL**

**Quito, 03 de diciembre de 2025**

# PROYECTO DE LEY ORGÁNICA PARA LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS EN EL COMERCIO DIGITAL

## EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

En el contexto de la transformación digital que vive el Ecuador, el comercio electrónico ha experimentado un crecimiento exponencial, consolidándose como un pilar fundamental de la economía. Según el Estudio de Ecommerce 2024, Ecuador se proyecta que el mercado digital alcance los \$5,000 millones para 2025<sup>1</sup>. Así también se reveló que en 2024 se registraron 465 millones de transacciones digitales, de las cuales 81,1 millones correspondieron a comercio electrónico, evidenciando un crecimiento de 6,1 millones respecto a 2023.

Este auge, impulsado por la conectividad, la bancarización y la adopción de tecnologías móviles, ha generado nuevas oportunidades, pero también desafíos significativos para la protección de los derechos de los consumidores en un entorno digital dinámico y globalizado.

La Constitución de la República del Ecuador, en sus artículos 52, 53, 54, 55 y 66, numeral 25, consagra los derechos de los consumidores a bienes y servicios de calidad, información veraz y protección contra prácticas abusivas. Asimismo, el artículo 75 garantiza el acceso gratuito a la justicia, y el artículo 215 asigna a la Defensoría del Pueblo la tutela de estos derechos. Sin embargo, la normativa actual, principalmente la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor aprobada en el año 2000, no aborda de manera integral las particularidades del comercio digital, como la protección de datos personales, la seguridad de las transacciones, la publicidad engañosa en línea o la necesidad de mecanismos ágiles de reparación.

La presente propuesta de Ley Orgánica para la Protección de los Derechos de Consumidores y Usuarios en el Comercio Digital responde a la realidad ecuatoriana, caracterizada por una creciente digitalización, pero también por brechas de acceso, vulnerabilidades en la protección de datos y limitaciones en la resolución de conflictos en el ámbito digital. Este proyecto busca actualizar el marco normativo, alineándolo con los estándares internacionales, como las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor (2015) y la Agenda Digital para América Latina y el Caribe (eLAC2024), promoviendo la confianza digital y el buen vivir.

Según una investigación realizada por la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico y la Universidad Espíritu Santo señalan que, el ECOMMERCE en nuestro país creció más del 206% entre 2018 y 2023 alcanzando 2.844 millones USD \$, con una tasa de crecimiento promedio anual alineada con las tendencias regionales globales.

En 2021, se registraron 47,5 millones de transacciones, el año pasado la cifra llegó a 81,1 millones. En dólares este crecimiento significó que el monto de transacciones pasó de US\$ 2.578 millones a US\$ 4.618 millones en el mismo período de tiempo, según el

---

<sup>1</sup> <https://www.primicias.ec/economia/comercio-electronico-ecuador-2024-tecnologia-entretenimiento-salud-88632/>

reporte Estudio de Transacciones No Presenciales en Ecuador elaborado por la Universidad Espíritu Santo y la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico.<sup>2</sup>

Sin embargo, este crecimiento ha traído algunos inconvenientes como la falta de regulación específica, dado que, la normativa actual no contempla las particularidades del comercio digital, como la responsabilidad de plataformas intermediarias o la trazabilidad de transacciones.

En los últimos 10 años, 2021, 2024 y 2023 fueron los años con más denuncias por estafas digitales que se registraron en Ecuador. Estas denuncias tuvieron su pico más alto en 2021, con 5 237; en 2024, existieron 3 698; y, en 2023, 3 449. En lo que va de 2025, ya existen 1 549 denuncias por estafas digitales.<sup>3</sup>

Hubo 3.913 denuncias de delitos informáticos realizadas por los clientes del sistema financiero en 2024, según la Fiscalía. Esto equivale a unos 326 casos al mes en promedio.

Las cifras muestran un aumento del 7% frente a 2023, cuando 3.644 personas reportaron haber sido víctimas de este tipo de delitos o 303 casos al mes en promedio.<sup>4</sup> Por otro lado, en el año 2023, la Defensoría del Pueblo atendió 2.306 usuarios por reclamos en el consumo de productos y servicios.<sup>5</sup>

En otro sentido, según Stratista América es la segunda región con mayor penetración del internet en el mundo llegando al 87% del año 2024. Así también, Ecuador lidera el crecimiento digital en la región y, a pesar de mantener la quinta posición en penetración del internet, registra el mayor incremento interanual de usuarios ( 4%) y su participación en redes sociales ( 6%).

En la misma línea, según datos de The Mobile Economy 2024, Ecuador tiene una cobertura del 78% en 4G, superando el promedio de la región en 12 puntos ofreciendo una base sólida para el comercio electrónico y acceso digital. La adopción del 5G será clave para cerrar brechas digitales y habilitar tecnologías avanzadas principalmente en comercio electrónico.

De la misma forma, según datos emitidos por el Instituto Nacional del Estadísticas y Censos al año 2024, el 33% de los hogares en Ecuador cuenta con al menos un dispositivo como computadora, laptop o Tablet, áreas urbanas ( 41%) y en áreas rurales ( 19%). Aunque, el 62% de los hogares tienen conexión a internet, la cobertura en áreas urbanas es el 70 % y en rurales el 44%.

El 72% de las personas en Ecuador usan internet, cuyo uso principal es la comunicación ( 89%), acceso a redes sociales y la búsqueda de información con fines educativos y laborales, es importante destacar que, solo el 7,6% de la población entre 15 a 49 años no usa internet, computadoras ni teléfonos inteligentes.

---

<sup>2</sup> <https://www.forbes.com.ec/money/el-e-commerce-mueve-us-4618-millones-ecuador-n66838>

<sup>3</sup> <https://www.elcomercio.com/actualidad/seguridad/mayoria-denuncias-estafas-digitales-concentra-dos-ciudades-ecuador/>

<sup>4</sup> <https://www.primicias.ec/economia/tarjetas-credito-delitos-informaticos-estafas-cuentas-bancos-98471/>

<sup>5</sup> <https://www.expreso.ec/actualidad/proteccion-consumidor-sujetan-sitios-expendio-207256.html>

En ese marco, la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales (2021) representó un hito en la regulación del tratamiento de datos, pero su implementación en el comercio digital enfrenta retos. Desde septiembre de 2024 a marzo de 2025 la Superintendencia de Control de Datos Personales ha receptado **65 denuncias** y también la superintendencia ha actuado de oficio, con nueve requerimientos de información.<sup>6</sup> La falta de protocolos de seguridad robustos, como encriptación avanzada o autenticación multifactor, y la recolección excesiva de datos personales sin consentimiento informado son prácticas comunes que vulneran los derechos de los consumidores.

En la misma línea, el acceso a la justicia y resolución de conflictos para los usuarios y consumidores digitales enfrentan barreras para presentar reclamos como procesos largos, falta de canales accesibles y costos asociados. Los grupos vulnerables, como personas con discapacidad, comunidades indígenas y adultos mayores, enfrentan mayores dificultades debido a la falta de interfaces accesibles y atención personalizada.

Un hito importante, según el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (MINTEL) entre 2012 y 2014, el analfabetismo digital en el país se redujo del 21,4% al 14,4%<sup>7</sup>, gracias a iniciativas como los Infocentros Comunitarios y los Puntos Digitales Gratuitos, donde se capacitó a miles de personas en el uso de tecnologías de la información y comunicación (TIC), incluyendo temas de ciberseguridad. En el último año MINTEL ha impulsado programas específicos de concienciación sobre ciberseguridad, como la campaña "Ciberagentes" en 2024, enfocada en niños, niñas y adolescentes para promover un uso seguro y responsable de internet.<sup>8</sup>, sin embargo, no existen programas permanentes en escuelas o colegios sobre consumo responsable en el ámbito digital, lo que perpetúa prácticas insostenibles y desinformadas.

En este orden de ideas y necesidades, esta ley introduce disposiciones específicas para regular estas realidades, garantizando la seguridad, transparencia y equidad en las relaciones de consumo digital, con el propósito de establecer obligaciones claras para proveedores y plataformas, como la verificación de identidad, la moderación de contenido y la implementación de sistemas seguros, esta Ley busca reducir los riesgos de fraude y aumentar la participación de los consumidores en el mercado digital, protección reforzada para grupos vulnerables, simplificación de trámites, educación para el consumo responsable con base en Directrices de la ONU, los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos y las recomendaciones de la OCDE, asegurando que Ecuador se posicione como un referente en la protección de consumidores digitales en la región.

---

<sup>6</sup> <https://www.lahora.com.ec/archivo/Proteccion-de-privacidad-en-Ecuador-en-que-casos-la-ciudadania-puede-negarse-a-que-usen-sus-datos-personales-20250327-0038.html>

<sup>7</sup> <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/analfabetismo-digital-se-redujo-en-ecuador-en-10-puntos-desde-2012/>

<sup>8</sup> <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/el-mintel-impulsa-la-ciberseguridad-en-ninos-ninas-y-adolescentes/>

## PLENO DE LA ASAMBLEA NACIONAL

### CONSIDERANDO

Que la Constitución de la República del Ecuador, en su artículo 1, establece que el Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico;

Que el artículo 3, numeral 1, de la Constitución señala como deber primordial del Estado garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales;

Que los artículos 52, 53, 54, 55 y 66, numeral 25, de la Constitución reconocen los derechos de las personas usuarias y consumidoras a disponer de bienes y servicios de calidad, recibir información veraz, no engañosa, y a ser protegidas contra prácticas abusivas, estableciendo responsabilidades a los proveedores por deficiencias en la calidad o publicidad engañosa;

Que el artículo 75 de la Constitución garantiza el derecho al acceso gratuito a la justicia y a la tutela efectiva, imparcial, expedita de los derechos e intereses, sin que nadie quede en indefensión;

Que el artículo 85 de la Constitución establece que las políticas públicas y la prestación de servicios deben orientarse al buen vivir, garantizar los derechos reconocidos y formularse con base en la solidaridad, la equidad y la participación ciudadana;

Que el artículo 215 de la Constitución asigna a la Defensoría del Pueblo la protección y tutela de los derechos de los habitantes del Ecuador, incluyendo acciones para remediar violaciones derivadas de servicios públicos o privados;

Que el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, en su artículo 141, reconoce la utilización de datos personales o no Personales en contenidos protegidos o no por propiedad intelectual.

Que la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales, establece principios, derechos y obligaciones para garantizar la protección de datos personales;

Que las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor (Resolución 39/248, 1985, revisada en 2015) instan a los Estados a adoptar medidas para proteger a los consumidores en el comercio electrónico, promoviendo la transparencia, seguridad y acceso a mecanismos de reparación;

Que el comercio digital ha transformado las relaciones de consumo, incrementando la necesidad de proteger datos personales, simplificar procesos de reclamo, garantizar canales accesibles de atención y fomentar la educación para un consumo responsable;

Que la Agenda Digital para América Latina y el Caribe (eLAC2024) y los estándares de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) recomiendan fortalecer la confianza digital mediante regulaciones que protejan a los consumidores en entornos digitales;

En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente:

## **LEY ORGÁNICA PARA LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS EN EL COMERCIO DIGITAL**

### **TÍTULO I**

#### **DISPOSICIONES GENERALES**

Artículo 1. Objeto. - Esta ley tiene por objeto garantizar la protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias en el comercio digital, promoviendo relaciones equitativas, transparentes y seguras con los proveedores de bienes y servicios, asegurando la protección estricta de datos personales, la simplificación de acciones de reclamo, el establecimiento de canales accesibles de atención, la educación para un consumo responsable y el respeto a los derechos constitucionales y convencionales.

Artículo 2. Ámbito.- Las disposiciones de esta ley son de orden público, interés social y observancia obligatoria en todas las relaciones de consumo digital en el territorio nacional, aplicándose a proveedores públicos y privados que oferten bienes o servicios a través de plataformas digitales, aplicaciones, sitios web u otros medios electrónicos. Se aplicarán supletoriamente las disposiciones de la Ley Orgánica de Regulación contra la Competencia Desleal, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales.

Artículo 3. Finalidad.- Garantizar el ejercicio pleno de los derechos de las personas consumidoras y usuarias en el comercio digital, promoviendo la confianza digital, la seguridad de las transacciones, la protección de datos personales, el acceso a mecanismos efectivos de reparación y la educación para un consumo responsable.

Artículo 4. Enfoques.

La aplicación de esta Ley se regirá por los siguientes enfoques:

- a) Derechos humanos: Prioriza el respeto y la realización plena de los derechos fundamentales en el comercio digital.
- b) Protección de datos: Garantiza la confidencialidad, integridad y disponibilidad de los datos personales, conforme a la normativa vigente.
- c) Inclusión digital: Promueve el acceso equitativo a plataformas digitales, considerando las necesidades de grupos vulnerables.
- d) Sostenibilidad: Fomenta prácticas de consumo digital responsables con el medio ambiente.
- e) Accesibilidad: Asegura que las plataformas digitales sean accesibles para personas con discapacidad y otros grupos prioritarios.

Artículo 5. Principios.

Además de los principios constitucionales y los establecidos en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, esta Ley se rige por:

- a) **Transparencia digital:** Obliga a los proveedores a proporcionar información clara, veraz y accesible en plataformas digitales.
- b) **Consentimiento informado:** Garantiza que el tratamiento de datos personales y la aceptación de contratos se realicen con autorización expresa y previa.
- c) **Celeridad en la reparación:** Establece procedimientos abreviados y simplificados para resolver reclamos.
- d) **Protección reforzada:** Prioriza la tutela de consumidores hipervulnerables (niños, niñas, adolescentes, adultos mayores, personas con discapacidad, analfabetos digitales).
- e) **Responsabilidad solidaria:** Impone responsabilidad compartida entre proveedores, plataformas digitales y terceros involucrados en la cadena de comercio digital.
- f) **Pro-consumidor:** En caso de duda, la interpretación será favorable al consumidor.
- g) **Confianza digital:** Promueve la seguridad en las transacciones y la protección contra prácticas abusivas o fraudulentas.
- h) **Prevención del daño digital:** Los proveedores y plataformas digitales adoptarán medidas proactivas para identificar y mitigar riesgos que puedan vulnerar los derechos de los consumidores, incluyendo fraudes, manipulación algorítmica o interfaces engañosas.
- i) **Protección por diseño y por defecto:** Los sistemas y plataformas digitales deberán diseñarse con configuraciones predeterminadas que prioricen la privacidad, la seguridad y la transparencia, minimizando la exposición de los consumidores a riesgos digitales.

#### Artículo 6. Definiciones.

Para efectos de esta Ley, se entenderá por:

**Comercio digital:** Toda actividad de oferta, promoción, venta o prestación de bienes o servicios realizada a través de medios electrónicos, incluyendo plataformas digitales, aplicaciones móviles, sitios web y redes sociales.

**Consumidor digital:** Persona natural o jurídica que adquiere bienes o servicios en plataformas digitales para uso final, personal o familiar, dicha denominación incluirá al usuario digital.

**Proveedor digital:** Persona natural o jurídica, pública o privada, que oferta bienes o servicios en plataformas digitales, incluyendo marketplaces, aplicaciones o sitios web propios.

**Plataforma digital:** Intermediario tecnológico que facilita la interacción entre consumidores y proveedores en el comercio digital.

**Datos personales sensibles:** Información relativa a la salud, creencias, orientación sexual, datos biométricos u otros que puedan generar discriminación, conforme a la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales.

**Reclamo digital:** Solicitud presentada por un consumidor a través de canales electrónicos o presenciales para resolver una vulneración de sus derechos.

Consumo responsable: Prácticas de consumo que consideran el impacto social, ambiental y económico de las decisiones de compra en el entorno digital.

Vulnerabilidad contextual: Situación en la que un consumidor digital enfrenta desventajas transitorias o permanentes debido a factores como la complejidad tecnológica, la falta de alfabetización digital, la asimetría de información o el diseño manipulador de plataformas digitales, que limitan su capacidad de tomar decisiones informadas.

## **TÍTULO II**

### **DERECHOS Y OBLIGACIONES EN EL COMERCIO DIGITAL**

#### **CAPÍTULO I**

#### **DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES DIGITALES**

Artículo 7. Sujetos.- Son sujetos de esta Ley:

- a) Consumidores digitales: Toda persona natural o jurídica que adquiera bienes o servicios en plataformas digitales para uso final.
- b) Proveedores digitales: Incluyen productores, distribuidores, importadores, comercializadores y prestadores de servicios que operen en plataformas digitales.
- c) Plataformas digitales: Intermediarios que facilitan transacciones digitales, responsables solidariamente por garantizar el cumplimiento de esta Ley.

Artículo 8. Derechos fundamentales.- Además de los derechos establecidos en la Constitución, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y los instrumentos internacionales, los consumidores digitales tendrán los siguientes derechos:

- a) Protección estricta de datos personales, incluyendo el derecho a conocer, actualizar, rectificar y suprimir sus datos, así como a revocar el consentimiento para su tratamiento.
- b) Recibir información clara, veraz y completa sobre los bienes o servicios, precios, condiciones de entrega, garantías y riesgos, en idioma español y formato accesible.
- c) Seguridad en las transacciones digitales, incluyendo el uso de plataformas certificadas y sistemas de pago seguros.
- d) Reparación integral por daños causados por productos defectuosos, servicios deficientes o vulneraciones de datos personales.
- e) Presentar reclamos simplificados a través de canales digitales y presenciales, con resolución en plazos breves.
- f) Educación digital, incluyendo programas que promuevan el consumo responsable y la protección contra fraudes en línea.
- g) Retracto en compras digitales, pudiendo desistir de la transacción dentro de los 10 días hábiles posteriores a la recepción del bien o contratación del servicio, sin penalidades, si el bien o servicio no fue correspondiente al ofertado.

- h) No discriminación en el acceso a plataformas digitales, precios o condiciones de servicio.
- i) Portabilidad de datos, permitiendo transferir sus datos personales a otros proveedores de manera segura.
- j) Atención prioritaria para personas vulnerables con interfaces accesibles y asistencia personalizada.

## **CAPÍTULO II**

### **OBLIGACIONES DE LOS PROVEEDORES Y PLATAFORMAS DIGITALES**

Artículo 9. Obligaciones generales.- Los proveedores y plataformas digitales deberán:

- a) Proteger los datos personales conforme a la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales, utilizando medidas técnicas y organizativas adecuadas para evitar accesos no autorizados, pérdidas o filtraciones.
- b) Garantizar la transparencia, publicando información completa sobre productos, servicios, precios finales (incluyendo impuestos y costos de envío), condiciones de contratación y políticas de devolución.
- c) Implementar sistemas seguros, utilizando certificados digitales, protocolos de encriptación (mínimo TLS 1.3) y autenticación multifactor para transacciones.
- d) Facilitar el retracto, procesando devoluciones y reembolsos sin costos adicionales para el consumidor dentro de los plazos establecidos.
- e) Mantener canales de atención accesibles (digitales o presenciales) para recibir y resolver reclamos en máximo de 15 días hábiles.
- f) Informar sobre riesgos digitales, incluyendo advertencias sobre posibles fraudes, phishing o malware asociados a sus plataformas.
- g) Cumplir con estándares de accesibilidad, asegurando que las plataformas sean utilizables por personas con discapacidad y otros grupos prioritarios.
- h) Conservar registros de transacciones y datos personales por un mínimo de 5 años.
- i) Cumplir con los estándares de accesibilidad digital establecidos en las Directrices de Accesibilidad para el Contenido Web (WCAG 2.1), asegurando que las plataformas sean utilizables por personas con discapacidad visual, auditiva, motriz o cognitiva, y que incluyan opciones multilingües para garantizar la inclusión cultural.
- j) Implementar un botón de cancelación visible y accesible en la plataforma digital para ejercer el derecho de retracto o desactivación de servicios, sin pasos innecesarios ni barreras técnicas, conforme a los estándares de simplicidad establecidos en el reglamento de esta Ley.

Artículo 10. Requisitos mínimos de contratos electrónicos- Los proveedores en comercio electrónico deberán:

- a) Informar su identidad (nombre, RUC o RIMPE, dirección, contacto).
- b) Detallar características de productos o servicios (tamaño, peso, material, precio, origen).

- c) Especificar validez de la oferta y disponibilidad.
- d) Indicar escala de imágenes publicitarias.
- e) Informar medios de pago, plazos de entrega, derecho de retracto y procedimientos.
- f) Publicar precio total, incluyendo impuestos y gastos de envío.
- g) Mantener condiciones generales accesibles para consulta, impresión y descarga.
- h) Presentar un resumen del pedido antes de finalizar la transacción, permitiendo correcciones o cancelación.
- i) Garantizar aceptación expresa y verificable del consumidor.
- j) Enviar acuse de recibo el día siguiente al pedido, con detalles de entrega y pago.
- k) Prohibir cláusulas que presuman la voluntad del consumidor por su silencio.
- l) Conservar registros de transacciones en soporte duradero por 5 años.
- m) Implementar mecanismos de seguridad para proteger datos y transacciones.
- n) Informar sobre membrecías o certificaciones, con medios para verificarlas.
- o) Disponer de mecanismos para radicar peticiones, quejas o reclamos, con constancia de recepción.
- p) Entregar pedidos en un máximo de 30 días, con reembolso total si no se cumple o no hay disponibilidad.
- q) Incluir un enlace visible a la página de la autoridad de protección al consumidor.

Artículo 11. Prohibición de cargos no solicitados. Queda prohibida la oferta de bienes o servicios no solicitados que generen cargos automáticos, obligando al consumidor a manifestarse en contra. Los bienes enviados sin solicitud se considerarán gratuitos.

Artículo 12. Obligaciones específicas de las plataformas digitales.- Las plataformas digitales deberán:

- a) Verificar la identidad y legalidad de los proveedores que operan en su ecosistema, asegurando que cumplan con las normativas vigentes.
- b) Publicar políticas claras sobre el manejo de datos, resolución de conflictos y responsabilidades compartidas con los proveedores.
- c) Implementar mecanismos de moderación para detectar y eliminar publicidad engañosa, productos ilícitos o prácticas abusivas.
- d) Garantizar la trazabilidad de las transacciones, permitiendo a los consumidores rastrear el estado de sus compras y reclamos en tiempo real.
- e) Responsabilizarse solidariamente por daños causados por proveedores que operen en su plataforma, salvo que demuestren diligencia debida.

Artículo 13. Trazabilidad y auditabilidad algorítmica.- Las plataformas digitales que utilicen sistemas automatizados de decisión (como algoritmos de recomendación, personalización o precios dinámicos) deberán:

- a) Garantizar la trazabilidad de las decisiones automatizadas, manteniendo registros accesibles para auditorías por parte de las autoridades competentes.
- b) Proporcionar explicaciones claras y comprensibles al consumidor sobre los criterios utilizados por los algoritmos que afecten sus decisiones de compra.

c) Someterse a auditorías anuales por parte de la Superintendencia de Competencia Económica o la Autoridad de Protección de Datos Personales para verificar el cumplimiento de este artículo.

Artículo 14. Obligaciones de los consumidores digitales. Los consumidores digitales deberán:

- a) Proveer información veraz y actualizada para las transacciones.
- b) Utilizar las plataformas digitales de manera responsable, evitando prácticas que comprometan la seguridad de otros usuarios.
- c) Informarse sobre las condiciones de los bienes o servicios antes de realizar una compra.
- d) Reportar cualquier vulneración de sus derechos a través de los canales establecidos.

### **CAPÍTULO III**

#### **PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES EN EL COMERCIO DIGITAL**

Artículo 15. Principios de protección de datos. -El tratamiento de datos personales en el comercio digital se regirá por los principios establecidos en la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales, incluyendo:

- a) Finalidad específica: Los datos solo podrán recolectarse para fines legítimos y explícitos relacionados con la transacción.
- b) Minimización: Solo se recolectarán los datos estrictamente necesarios.
- c) Consentimiento: El tratamiento requiere autorización previa, libre e informada del consumidor.
- d) Seguridad: Los proveedores y plataformas deben implementar medidas técnicas y organizativas para proteger los datos.
- e) Transparencia: Los consumidores deben ser informados sobre quién trata sus datos, cómo y para qué.

Artículo 16. Derechos. - Los consumidores digitales tienen derecho a:

- a) Acceso: Conocer qué datos suyos son tratados y cómo.
- b) Rectificación: Corregir datos inexactos o incompletos.
- c) Cancelación: Solicitar la supresión de datos cuando no sean necesarios o se haya revocado el consentimiento.
- d) Oposición: Negarse al tratamiento de sus datos para fines específicos, como marketing.

Artículo 17. Seguridad de los datos. -Los proveedores y plataformas digitales deberán:

- a) Utilizar protocolos de encriptación (mínimo TLS 1.3) para la transmisión de datos.

- b) Realizar auditorías periódicas de seguridad y reportar cualquier incidente de datos a la Autoridad de Protección de Datos Personales dentro de las 72 horas del suceso.
- c) Implementar sistemas de autenticación multifactor para transacciones de alto riesgo.
- d) Informar a los consumidores sobre cualquier brecha de seguridad que afecte sus datos, incluyendo las medidas adoptadas para mitigarla, en un plazo máximo de 48 horas.

Artículo 18. Prohibiciones en el tratamiento de datos.- Se prohíbe:

- a) Recolectar datos personales sensibles sin consentimiento explícito.
- b) Compartir o vender datos personales a terceros sin autorización del consumidor.
- c) Utilizar datos para fines distintos a los autorizados.
- d) Emplear técnicas de perfilamiento automatizado que generen discriminación o decisiones arbitrarias.

### **TÍTULO III**

#### **EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO RESPONSABLE**

Artículo 19. Programas de educación. - El Estado, a través del Ministerio de Educación, la Defensoría del Pueblo, la Superintendencia de Competencia Económica y el Ministerio de Telecomunicaciones, en coordinación con proveedores, plataformas digitales y organizaciones de la sociedad civil, implementará programas permanentes de educación digital crítica. Estos incluirán:

- a) Capacitación sobre derechos y deberes en el comercio digital, con énfasis en la identificación de prácticas abusivas como dark patterns o publicidad engañosa.
- b) Alfabetización digital para prevenir fraudes, proteger datos personales y promover el uso crítico de plataformas digitales.
- c) Promoción de prácticas de consumo sostenible, con enfoque en el impacto ambiental y social.
- d) Formación específica para niños, niñas, adolescentes y grupos vulnerables sobre el uso seguro y responsable de internet.

Artículo 20. Obligaciones de los proveedores.- Los proveedores y plataformas digitales deberán:

- a) Publicar guías educativas en sus plataformas sobre el uso seguro de sus servicios.
- b) Difundir campañas de sensibilización sobre consumo responsable y protección de datos.
- c) Colaborar con las autoridades en la implementación de programas educativos.

Artículo 21. Inclusión digital.- Los programas de educación priorizarán a grupos vulnerables, incluyendo comunidades rurales, personas con discapacidad y adultos mayores, para reducir la brecha digital.

## **TÍTULO IV**

### **SECTORES ESPECÍFICOS EN EL COMERCIO DIGITAL**

#### **CAPÍTULO I**

##### **SEGUROS Y SERVICIOS DE ASISTENCIA**

Artículo 22. Reclamos en contratos de seguros.- Los reclamos administrativos relacionados con contratos de adhesión suscritos con compañías de seguros que oferten cobertura de seguros generales, personales o de asistencia médica en plataformas digitales se someterán al Libro III del Código Orgánico Monetario y Financiero ( Ley General de Seguros) y esta Ley cuando impliquen una relación de consumo digital.

Artículo 23. Contenido de los contratos de seguros.- Los contratos de adhesión de servicios de seguros ofertados en plataformas digitales, además de cumplir con la normativa citada, deberán especificar, con el objeto de promover simplicidad y transparencia:

- a) Condiciones particulares y generales, detallando contingencias cubiertas, exclusiones y circunstancias que influyan en el riesgo asegurado o su agravamiento, entregando una copia digital de la póliza al consumidor.
- b) Desglose pormenorizado de cargos, comisiones, costos y tarifas, incluyendo aquellos asociados a otros productos contratados simultáneamente, y exenciones por promociones.
- c) Causales de terminación anticipada por el proveedor, plazo razonable para su efectividad y medio de comunicación al consumidor.
- d) Duración del contrato, su carácter indefinido o renovable automáticamente, causales de terminación anticipada por el consumidor, plazos de aviso previo y costos asociados.
- e) Existencia de un servicio de atención al cliente, con requisitos y procedimientos detallados en un anexo accesible en la plataforma.
- f) Derecho del consumidor a exigir las condiciones originales si la aseguradora modifica unilateralmente la póliza, pudiendo dar de baja el seguro sin respetar plazos de preaviso si la compañía no acepta.

Artículo 24. Prohibición de ventas atadas.

Las compañías de seguros que operen en plataformas digitales no podrán:

- a) Imponer o condicionar la contratación de productos o servicios adicionales, especiales o conexos.

- b) Ofrecer productos no disponibles por separado, cuando otros proveedores los ofrezcan individualmente, o hacerlo en condiciones arbitrariamente discriminatorias.
- c) Aumentar precios, tasas de interés, cargos, comisiones, costos o tarifas de un producto de seguro por la terminación de otro, salvo causas imputables al consumidor.

## **CAPÍTULO II**

### **DE LAS VENTAS NO TRADICIONALES O A DISTANCIA**

Artículo 25.- Contratos fuera de establecimientos comerciales.- Los contratos celebrados fuera de los establecimientos comerciales del proveedor, incluyendo los realizados en el domicilio o lugar de trabajo del consumidor, vía pública, o mediante convocatorias con fines distintos a la contratación (como premios u obsequios), se regirán por esta ley cuando se realicen a través de plataformas digitales o medios electrónicos.

Artículo 26. Contratos a distancia.- Los contratos celebrados a distancia, utilizando exclusivamente medios electrónicos (correo, telecomunicaciones, redes sociales, aplicaciones), se considerarán válidos si cumplen con los requisitos de esta ley, sin necesidad de firma física, siempre que el consentimiento sea expreso y verificable.

Artículo 27. Requisitos para medios electrónicos.- Los proveedores que utilicen medios electrónicos para celebrar contratos deberán:

- a) Informar al consumidor sobre el uso correcto del medio elegido, riesgos asociados y quién los asume.
- b) Garantizar que las ofertas electrónicas tengan vigencia durante el período indicado o mientras permanezcan accesibles.
- c) Confirmar electrónicamente y sin demora la aceptación del contrato.

Artículo 28. Lugar de cumplimiento.- En contratos a distancia o con medios electrónicos, el lugar de cumplimiento será aquel donde el consumidor recibió o debió recibir la prestación, determinando la jurisdicción aplicable. Las cláusulas de prórroga de jurisdicción se considerarán no escritas.

Artículo 29. Venta domiciliaria y por correspondencia.- La venta domiciliaria o por correspondencia, realizada a través de medios digitales, deberá instrumentarse en formato electrónico, especificando las condiciones del contrato. No aplica a bienes perecederos pagados al contado.

Artículo 30. Derecho de revocación.- El consumidor podrá revocar la aceptación de contratos a distancia o no tradicionales dentro de los 10 días hábiles desde la entrega del bien o celebración del contrato, sin responsabilidad, mediante un botón de cancelación visible en la plataforma digital o una comunicación electrónica al proveedor, que deberá procesarse en un plazo máximo de 48 horas. El proveedor informará por escrito este derecho en todo documento presentado al consumidor, asumiendo los gastos de devolución.

Artículo 31. Derecho de devolución.- El consumidor podrá devolver bienes o servicios adquiridos a distancia, no tradicionales o por medios electrónicos dentro de los 3 días

hábiles desde la entrega o prestación, si no cumplen con las especificaciones técnicas descritas en la oferta mediante comunicación electrónica al proveedor.

### **CAPÍTULO III**

#### **DE LOS SERVICIOS DE ASISTENCIA**

Artículo 32. Obligaciones de los proveedores de servicios de asistencia.- Los proveedores de servicios de asistencia en plataformas digitales deberán:

- a) Brindar apoyo tecnológico, logístico y operacional para soluciones eficientes.
- b) Disponer de coordinadores de servicios 24/7, 365 días al año.
- c) Implementar plataformas tecnológicas que asignen atención de manera oportuna
- d) Ofrecer aplicaciones móviles que permitan solicitar servicios con un clic, desde cualquier lugar.
- e) Reducir el tiempo de contacto de grúas a un máximo de 20 minutos, con cobertura nacional.
- f) Garantizar estándares de calidad en la operación para resolver requerimientos.

Artículo 33. Contratos de adhesión de servicios de asistencia.-Los contratos de adhesión de servicios de asistencia en plataformas digitales deberán incluir:

- a) Condiciones generales y particulares, contingencias cubiertas, exclusiones y riesgos, con copia digital del contrato.
- b) Desglose de cargos, comisiones, costos y tarifas, incluyendo exenciones promocionales.
- c) Causales de terminación anticipada por el proveedor, plazos y medios de comunicación.
- d) Duración del contrato, causales de terminación por el consumidor y costos asociados.
- e) Detalles del servicio de atención al cliente, con procedimientos accesibles.
- f) Derecho a mantener condiciones originales si el proveedor modifica unilateralmente el contrato, con opción de baja sin preaviso.

Artículo 34. Desactivación del servicio.- El consumidor podrá desactivar el servicio de asistencia en cualquier momento, utilizando el mismo medio de activación, sin requisitos ni recargos adicionales. El proveedor confirmará la baja electrónicamente dentro de las 24 horas. En caso de incumplimiento, se podrá requerir apoyo de la Defensoría del Pueblo.

Artículo 35. Servicios de asistencia por concesionarias. - Las empresas concesionarias de vías en Ecuador deberán ofrecer servicios de asistencia oportunos y eficientes dentro y, de ser necesario, fuera de los límites de la concesión, para precautar la integridad personal y patrimonial del consumidor.

### **CAPÍTULO IV**

#### **DE LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES**

Artículo 36. Obligaciones de los operadores.-Las empresas de telefonía celular, fija, internet, televisión por cable, satelital y plataformas de servicios digitales deberán prestar servicios eficientes, de calidad, oportunos, continuos y a precios justos, utilizando plataformas digitales seguras y accesibles.

Artículo 37. Derechos de los usuarios.-Los usuarios de servicios de telecomunicaciones y plataformas digitales tendrán derecho a:

- a) Rechazar cláusulas de permanencia.
- b) Utilizar mecanismos alternativos de solución de conflictos.
- c) Terminar el contrato en cualquier momento sin recargos, facturándose solo lo consumido. En caso de dispositivos electrónicos, el usuario podrá devolverlos o pagar el saldo pendiente.
- d) Recibir compensación mensual por deficiencias en la calidad del servicio, informada por múltiples canales.
- e) Contar con una vigencia mínima de 60 días para recargas en modo prepago, acumulables si se recarga antes del vencimiento.

Artículo 38. Contratos postpago.- Los contratos postpago no excederán una hoja y garantizarán la portabilidad numérica sin costo, completada en un máximo de 48 horas.

Artículo 39. Atención de quejas.- Los operadores deberán responder quejas presentadas a través de líneas gratuitas, oficinas virtuales, páginas web, redes sociales u oficinas físicas en un plazo máximo de 24 horas.

Artículo 40. Solución de conflictos.- Las peticiones, escritas o verbales, se resolverán en un máximo de 7 días hábiles. Vencido este plazo, se presumirá que el usuario tiene razón.

Artículo 41. Modificaciones de condiciones.- Los operadores no podrán modificar las condiciones del servicio sin el consentimiento expreso del usuario, quien podrá negarse a los cambios.

Artículo 42. Pagos al finalizar el contrato.- Al terminar el contrato, se facturará el saldo pendiente con el interés legal vigente, sin recargos adicionales. Las deudas prescribirán en 24 meses, y no se podrán cobrar saldos de meses intermedios no facturados.

## **CAPÍTULO V**

### **DEL TRANSPORTE TERRESTRE**

Artículo 43. Venta de boletos.- La venta de boletos de transporte terrestre interprovincial o internacional en plataformas digitales serán reguladas por la Agencia Nacional de Tránsito en sitios web oficiales de las compañías, garantizando seguridad en las transacciones.

Artículo 44. Compensación por incumplimientos.-Las empresas de transporte terrestre serán responsables de cubrir los costos por no completar el trayecto contratado, reembolsando al consumidor o proporcionando transporte alternativo.

Artículo 45. Información al pasajero.- Las empresas deberán publicar en sus plataformas digitales y terminales información clara sobre horarios, líneas, tarifas y modificaciones, con al menos 7 días de aviso.

Artículo 46. Derechos de los pasajeros.- Los pasajeros tendrán derecho a:

- a) Ser admitidos si hay plazas disponibles, pagan el servicio y cumplen normas de convivencia.
- b) Conocer la información de la unidad (placa, cooperativa, datos del conductor).
- c) Estar cubiertos por una póliza de seguro obligatorio.
- d) Recibir facilidades si tienen movilidad reducida, incluyendo acceso con sillas de ruedas.

## **CAPÍTULO VI**

### **DEL TRANSPORTE AÉREO**

Artículo 47. Derecho de información.- Las aerolíneas, agencias y operadores que oferten boletos en plataformas digitales deberán informar:

- a) Detalles de vuelos (directos, conexiones, códigos compartidos).
- b) Tipos de tarifas disponibles, restricciones y condiciones de reembolso.
- c) Valor del boleto, desglosado en valor neto, impuestos y cargos.
- d) Aeropuertos de origen y destino.
- e) Condiciones de transporte (reservas, cancelaciones, equipaje, restricciones).
- f) Datos de contacto veraces para notificaciones de cambios, con responsabilidad de intermediarios por errores.

Artículo 48. Notificaciones previas.- Los cambios en vuelos o itinerarios se notificarán electrónicamente con al menos 4 horas de antelación. En caso de denegación de embarque, cancelación o retraso, se proporcionará información escrita sobre derechos de compensación.

Artículo 49. Información durante el vuelo.- Las aerolíneas informarán en plataformas digitales y durante el vuelo sobre procedimientos de seguridad, demoras, cancelaciones o desvíos, sin entorpecer las labores de la tripulación.

Artículo 50. Equipaje.- Los pasajeros tendrán derecho al traslado eficiente y cuidadoso de su equipaje, conforme a las condiciones contratadas.

Artículo 51. Compensación por equipaje. En caso de:

- a) Deterioro: Reemplazo por una maleta de iguales características más el 25% de su valor.
- b) Retraso: Compensación equivalente a un Salario Básico Unificado (SBU).
- c) Pérdida: Compensación de tres SBU.

Artículo 52. Compensación por causas imputables al transportista. En casos de retrasos, cancelaciones, sobreventas o desvíos imputables a la aerolínea:

- a) Retrasos: Más de 2 horas y menos de 4: Refrigerio y comunicación gratuita (3 minutos). Más de 4 horas y menos de 6: Alimentos según la hora. Más de 6 horas: Alojamiento, transporte y 25% del valor del viaje si se pernocta; 50% si no se pernocta; o 100% si no se proporciona alojamiento.
- b) Cancelaciones: Transporte alternativo el mismo día o reembolso total sin penalidad, más asistencia y compensaciones por demoras previas.
- c) Sobreventas: Transporte en el siguiente vuelo disponible, compensación del 25% del valor del viaje y asistencia según el tiempo de espera.
- d) Desvíos: Cubrir gastos de transporte al aeropuerto original o lugar convenido.

Artículo 53. Atención a personas con discapacidad. Las aerolíneas darán prioridad y facilidades de embarque a personas con discapacidad, sus acompañantes o perros certificados, y menores no acompañados, con atención prioritaria en casos de interrupciones.

Artículo 54. Deberes de los pasajeros. Los pasajeros deberán:

- a) Notificar desistimientos con 72 horas de antelación, con reembolsos sujetos a condiciones de tarifa (máximo 10% de penalidad).
- b) Proporcionar información veraz.
- c) Presentarse oportunamente al chequeo.
- d) Acatar instrucciones de la tripulación.
- e) Abstenerse de conductas que comprometan la seguridad o el orden.

## **TÍTULO V**

### **MECANISMOS DE RECLAMO Y REPARACIÓN**

#### **CAPÍTULO I**

##### **CANALES DE RECLAMO**

Artículo 55. Canales de atención.

- a) Los proveedores y plataformas digitales deberán implementar:
- b) Un canal digital accesible 24/7 (chat, correo electrónico, formulario en línea) para recibir reclamos.
- c) Una línea telefónica gratuita con horario extendido (mínimo de 8:00 a 20:00, lunes a viernes).
- d) En caso de empresas multinacionales deberán contar con al menos una oficina presencial en alguna de las principales ciudades del país, con personal capacitado para atender reclamos.
- e) Interfaces accesibles para personas con discapacidad, incluyendo opciones de voz y texto ampliado.

Artículo 56. Procedimiento de reclamo. .- Los reclamos podrán presentarse por cualquier canal, sin costo para el consumidor.

El proveedor o plataforma deberá asignar un número de seguimiento y responder en un plazo máximo de 15 días hábiles. Si el reclamo no es resuelto, el consumidor podrá acudir a la Superintendencia de Competencia Económica. Los procedimientos serán gratuitos, breves y no requerirán asistencia legal obligatoria.

Artículo 57. Registro de reclamos.- Los proveedores y plataformas deberán mantener un registro digital de reclamos, accesible para las autoridades de control, que incluya:

- a) Identificación del consumidor.
- b) Descripción del reclamo.
- c) Fecha de presentación y resolución.
- d) Medidas adoptadas.

Artículo 58. Responsabilidad solidaria.- Proveedores, plataformas digitales y terceros involucrados en la cadena de comercio digital serán responsables solidariamente por los daños causados, salvo que demuestren caso fortuito, fuerza mayor o culpa exclusiva del consumidor.

Artículo 59. Acciones colectivas.- Los consumidores podrán presentar reclamos colectivos a través de asociaciones de consumidores o la Defensoría del Pueblo cuando se afecten derechos personales o colectivos. La notificación de la resolución será pública, beneficiando a consumidores en similares condiciones que justifiquen su afectación.

Artículo 60.- Competencia en sanción y reparación.- La Superintendencia de Competencia Económica será la institución responsable de conocer los reclamos, sancionar y velar por el cumplimiento de las medidas de reparación de conformidad con el procedimiento administrativo sancionador para infracciones administrativas derivadas de conductas desleales, dispuesto en la Ley Orgánica de Regulación contra la Competencia Desleal.

## **CAPÍTULO II**

### **REPARACIÓN INTEGRAL**

Artículo 61. Formas de reparación.

Los consumidores tendrán derecho a:

- a) Restitución: Devolución del producto o reembolso del valor pagado.
- b) Compensación: Indemnización por daños materiales o inmateriales según el bien o servicio.
- c) Satisfacción: Disculpas públicas o medidas de no repetición.
- d) Rehabilitación: Corrección de perjuicios causados, como la restauración de datos personales comprometidos.

Artículo 62. – Daños y perjuicios.- Las juezas y jueces de lo Civil y Mercantil serán los competentes para conocer la acción de resarcimiento de los daños y perjuicios ocasionados por las infracciones a las y los consumidores del comercio digital.

Art. 63.- Prescripción.- El derecho de las personas a presentar los reclamos ante la Superintendencia de Competencia Económica o de iniciar las acciones jurisdiccionales ante el juez de lo civil ocasionados por las infracciones a las y los usuarios y consumidores del comercio digital, prescribe en el plazo de dos (2) años contados desde el día en que se produjo el acto constitutivo de la infracción. En el caso de infracciones continuadas, la prescripción correrá desde el que día en que hayan cesado.

Artículo 64.- El procedimiento administrativo sancionador para para infracciones a las y los consumidores del comercio digital será el mismo para actos de competencia desleal agravada, determinado en la Ley Orgánica de Competencia Desleal.

Artículo 65.- Compromiso de cese.- Previo a la resolución emitida por el órgano correspondiente de la Superintendencia de Competencia Económica el proveedor o plataforma digital presuntos responsables podrán ofrecer un compromiso de cese inmediato o gradual de los hechos investigados, o subsanar, de ser el caso, los daños, perjuicios o efectos que hayan producido, que produzcan o que puedan producir a las personas usuarias o consumidoras por el cometimiento de sus actos , de conformidad con esta Ley.

La presentación de este compromiso no implica la aceptación de hechos o responsabilidad. La propuesta de compromiso será aprobada, modificada o rechazada hasta en el término de cuarenta y cinco (45) días hábiles, contados a partir de la fecha de presentación de la propuesta. La solicitud de compromiso de cese se tramitará en expediente aparte, siendo accesorio del expediente principal.

El procedimiento, suspensión, evaluación, resolución y su contenido será el mismo establecido por la superintendencia de Competencia Económica en la Ley Orgánica de Competencia Desleal.

## **TÍTULO VI**

### **RÉGIMEN SANCIONATORIO**

Artículo 66. Infracciones. Constituyen infracciones:

1. Vulnerar los derechos de los consumidores digitales establecidos en esta Ley.
2. Tratar datos personales sin consentimiento o en contravención de la normativa.
3. Publicar información engañosa o publicidad ilícita en plataformas digitales.
4. No resolver reclamos en los plazos establecidos.
5. Incumplir con las medidas de seguridad digital exigidas.
6. Incumplir disposiciones específicas de sectores regulados (seguros, telecomunicaciones, transporte, entre otros)
7. Dark patterns: Diseños de interfaz que manipulen o dificulten la toma de decisiones informadas del consumidor, como botones engañosos, temporizadores falsos o procesos de cancelación complejos.
8. Personalización opaca: Uso de algoritmos para personalizar precios, productos o servicios sin informar al consumidor sobre los criterios utilizados.

9. Manipulación visual: Uso de elementos gráficos o textuales que induzcan a error o confusión en la percepción del consumidor.
10. Cancelación oscura: Obstaculización intencional del proceso de desactivación o cancelación de servicios o suscripciones.

Artículo 67. Sanciones. Las infracciones serán sancionadas por la Superintendencia de Competencia Económica, que actuará como autoridad principal en materia de comercio digital, salvo en casos relacionados con la protección de datos personales, donde la Autoridad de Protección de Datos Personales tendrá competencia exclusiva. La Defensoría del Pueblo ejercerá acciones defensoriales para garantizar la tutela de derechos, pudiendo derivar casos a las autoridades competentes cuando corresponda. Las sanciones se aplicarán conforme a lo siguiente:

1. Multas de hasta el 5% de los ingresos anuales del proveedor o plataforma, o de \$100 a \$5,000 para personas no obligadas a llevar contabilidad, según la gravedad y se aplicarán las sanciones respetando el principio de proporcionalidad, según lo determinado en el reglamento que se emita para la presente ley.
2. Suspensión temporal de la plataforma digital hasta corregir las vulneraciones.
3. Prohibición de operar en el mercado ecuatoriano en casos graves o reincidentes.
4. Indemnizaciones a los consumidores afectados.
5. Clausura temporal o definitiva del establecimiento en casos extremos.

Artículo 68. Criterios de sanción. Se considerarán:

- a) Alcance y duración de la infracción.
- b) Riesgo para la salud o seguridad del consumidor.
- c) Daño patrimonial o inmaterial causado.
- d) Beneficios obtenidos por el infractor.
- e) Conducta durante el procedimiento.
- f) Circunstancias atenuantes (colaboración, reparación previa) o agravantes (reincidencia, obstrucción).

Artículo 69. Reincidencia.

La reincidencia dentro de los 5 años duplicará la multa y podrá implicar clausura temporal o definitiva, suspensión de actividades o decomiso de bienes.

Artículo 70. Publicidad de sanciones.

Las sanciones firmes serán publicadas en medios de amplia difusión, incluyendo el nombre del infractor, la infracción y la cuantía.

## **PARTICIPACIÓN DE LA SOCIEDAD CIVIL**

Artículo 71. Organizaciones de consumidores. Los consumidores podrán constituir asociaciones, ligas o juntas (mínimo 10 personas) para promover y defender sus derechos, registradas ante la Defensoría del Pueblo.

Artículo 72. Responsabilidades.- Las organizaciones:

- a) Difunden la Ley.
- b) Promueven y defienden derechos.
- c) Representan a consumidores ante autoridades y proveedores.
- d) Realizan programas de educación y capacitación.
- e) Denuncian prácticas abusivas.
- f) Fomentan el consumo responsable

## **TÍTULO VII**

### **PROMOCIÓN Y EDUCACIÓN**

Artículo 73. Educación.- Las entidades estatales, proveedores y organizaciones de consumidores implementarán programas educativos sobre derechos y obligaciones en el comercio digital, utilizando medios digitales innovadores.

Artículo 74. Mallas curriculares. El Ministerio de Educación, Deporte y Cultura incorporará, en un plazo de 360 días, programas de educación financiera, digital y consumo responsable en las mallas curriculares de todos los niveles educativos, desde la educación inicial hasta la secundaria, promoviendo competencias para identificar riesgos digitales y ejercer derechos en el comercio digital.

Artículo 75. Difusión.- Las entidades estatales utilizarán medios de comunicación y plataformas digitales para difundir permanentemente los derechos establecidos en esta Ley.

### **DISPOSICIONES GENERALES**

Primera. En caso de duda, la interpretación favorecerá al consumidor.

Segunda. La Asamblea Nacional solicitará semestralmente informes a la Defensoría del Pueblo, Superintendencia de Competencia Económica y Superintendencia de Protección de Datos Personales, sobre el cumplimiento de esta Ley.

Tercero. La Superintendencia de Competencia Económica estandarizará formularios para denuncias y reclamos, conforme al reglamento.

Cuarta. - Coordinación normativa e institucional.- La aplicación de esta Ley se articulará con la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y demás normativa conexas. La Defensoría del Pueblo, la

Superintendencia de Competencia Económica y la Autoridad de Protección de Datos Personales establecerán un protocolo de coordinación interinstitucional dentro de los 90 días posteriores a la entrada en vigor de esta Ley, para evitar duplicidad de funciones y garantizar una tutela efectiva de los derechos de los consumidores digitales.

Quinta.- Dentro de los 90 días posteriores a la entrada en vigencia de esta Ley, la Superintendencia de Competencia Económica, la Autoridad de Protección de Datos Personales y la Defensoría del Pueblo elaborarán un protocolo para la derivación de casos de acuerdo a su competencia.

Sexta.- Los Gobiernos Autónomos Descentralizados de manera semestral realizarán campañas para socializar los derechos de las y los usuarios del comercio digital y dar a conocer sus infracciones para el control.

### **DISPOSICIONES REFORMATARIAS**

Primera.- Agréguese en el artículo 9 de la Ley Orgánica de Regulación contra la Competencia Desleal, lo siguiente:

- s. Conocer, sustanciar, investigar, tramitar, resolver, sancionar los reclamos de las y los usuarios y consumidores de las infracciones del comercio digital y velar por el cumplimiento de las medidas de reparación.

### **DISPOSICIONES TRANSITORIAS**

Primera.- El Ejecutivo emitirá el reglamento en 90 días desde la publicación.

Segunda.- El Ministerio de Educación, Deporte y Cultura ajustará las mallas curriculares en 360 días para incluir una materia optativa sobre consumo responsable en unidades educativas.

Tercera.- Los entes reguladores adecuarán la normativa secundaria en 180 días.

### **DISPOSICIONES FINALES**

Primera. Esta Ley entrará en vigor desde su publicación en el Registro Oficial.

**FICHA DE VERIFICACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS  
DE DESARROLLO SOSTENIBLE EN INICIATIVAS LEGISLATIVAS**

**Nombre del Proyecto de Ley y/o reforma:** PROYECTO DE LEY ORGÁNICA PARA LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS EN EL COMERCIO DIGITAL  
**Proponente de la iniciativa legislativa:** ARISDELY PAOLA PARRALES YAGUAL

**I. NECESIDAD DEL PROYECTO O INICIATIVA LEGISLATIVA**

1. **¿Responde este proyecto de Ley y/o reforma a una necesidad jurídica?**
  - Suplir la ausencia de regulación o normativa específica
2. **¿Responde este proyecto de Ley y/o reforma a una necesidad programática y/o derecho?**
  - Comunicación e información
3. **¿Qué normas legales vigentes se verían afectadas o deberían derogarse o reformarse con la aprobación de la norma propuesta?**
  - Ley Orgánica de Regulación contra la Competencia Desleal

**II. ALINEACIÓN PROGRAMÁTICA**

4. **¿El ámbito de la propuesta de Ley y/o reforma y sus principios están previstos dentro de los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo?**  
**¿A qué objetivo del PND se alinea más su contenido?**
  - Objetivo 7, Impulsar el desarrollo de infraestructuras sostenibles y resilientes; y de la conectividad física y digital, que brinde condiciones de crecimiento y desarrollo económico.
5. **¿La propuesta de Ley y/o reforma viabiliza, apoya o complementa de alguna manera los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Agenda 2030)?**  
**¿A qué objetivo del Agenda 2030 se alinea más su contenido?**
  - Objetivo 12, Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

**III. REPERCUSIONES ECONÓMICAS Y PRESUPUESTARIAS**

6. **¿La propuesta de Ley y/o reforma da lugar a alguna carga y/o impacto económico en:**
  - Ciudadanía en general

**IV. REPERCUSIONES SOCIALES**

7. **¿Qué población se vería beneficiada?**
  - Población nacional

**V. EFECTOS Y/O REPERCUSIONES POLÍTICAS**

8. **¿Qué función/es y/o entidad/es se encargarán de implementar la propuesta de Ley y/o reforma?**
  - Función de Transparencia y Control Social
  - DEFENSORÍA DEL PUEBLO
  - SUPERINTENDENCIA DE CONTROL DEL PODER DE MERCADO
9. **¿Es posible identificar posibles efectos secundarios negativos, conflictividad o consecuencias no deseadas de su propuesta?**  
NO

Firmas de respaldo al proyecto de ley denominado "Ley orgánica para la protección de los derechos de consumidores y usuarios en el comercio digital" propuesto por la Asambleísta Arisdely Paola Parrales Yagual.

Asambleísta	Cédula	Firma
Ricardo Patiño Avoca	0901693051	
Roque Ordóñez	4400546329	
Alejandro Varejas	0909443129	
BERTHA VELEZ	130794708-3	
Ana María Roffo	0921146502	

Firmas de respaldo al proyecto de ley denominado "Ley orgánica para la protección de los derechos de consumidores y usuarios en el comercio digital" propuesto por la Asambleísta Arisdely Paola Parrales Yagual.

Asambleísta	Cédula	Firma
Juan Pablo Molina	0919665489	
Ichiren Hitega Bonora	1721921359	
SILVIA PATRICIA HÚÑEZ RAMOS	0601974793	
Cristina Jacome Benitez	0950475111	
Hector Valladarez	1900317023	