



Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Sede Ibarra

ESCUELA DE JURISPRUDENCIA

INFORME FINAL DEL PROYECTO

TEMA:

“EL EJERCICIO DE LA ACCIÓN DE LOS CONSUMIDORES FRENTE A LA PUBLICIDAD ENGAÑOSA: ESTUDIO DE LA NORMATIVA Y AGENTES DE CONTROL EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ABOGADO

LÍNEA/S DE INVESTIGACIÓN:

13. Derecho, Participación, Gobernanza, Regímenes Políticos e Institucionalidad

AUTOR: ZHIJON NAPOLEÓN ZHONG PASTAS

ASESOR: Dr. JAIME EDUARDO ALVEAR FLORES

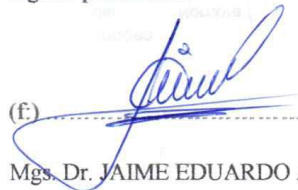
IBARRA, marzo 2021

Ibarra, 01 de marzo de 2021

Mgs. Dr. JAIME EDUARDO ALVEAR FLORES
ASESOR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final de investigación, que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Jurisprudencia, de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(f) 

Mgs. Dr. JAIME EDUARDO ALVEAR FLORES

C.C.: 100152792-6

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI):



(f):

Mgs. ALVEAR FLORES JAIME EDUARDO

C.C.: 100152792-6



(f):

Mgs. AGUIRRE HERNANDEZ GABRIELA PATRICIA

C.C.: 100291096-4



(f):

Mgs. ASPRINO SALAS MARILENA COROMOTO

C.C.: 175806949-4

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo, ZHIJON NAPOLEÓN ZHONG PASTAS, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilidades de sus obras o prestaciones, a título gratuito u oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, 16 de marzo de 2021



f):

ZHIJON NAPOLEÓN ZHONG PASTAS

C.C.:1003842307

AUTORÍA

Yo, ZHIJON NAPOLEÓN ZHONG PASTAS, portador de la cédula de ciudadanía N° 1003842307, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad del autor, y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.



f):

ZHIJON NAPOLEÓN ZHONG PASTAS

C.C.:1003842307

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo: ZHIJON NAPOLEÓN ZHONG PASTAS, con CC: 1003842307, autor del trabajo de grado intitulado: “EL EJERCICIO DE LA ACCIÓN DE LOS CONSUMIDORES FRENTE A LA PUBLICIDAD ENGAÑOSA: ESTUDIO DE LA NORMATIVA Y AGENTES DE CONTROL EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR”, previo a la obtención del título profesional de Abogado, en la Escuela de Jurisprudencia.

- 1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede- Ibarra, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
- 2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra a difundir a través del Repositorio Digital de la PUCEI el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de la Universidad.

Ibarra, 16 de marzo de 2021



ZHIJON NAPOLEÓN ZHONG PASTAS

C.C. 1003842307

DEDICATORIA

A mi padre Fui Quang Zhong.

A mi madre Gloria Elisa Pastas.

A mi hija Alice Ainhoa.

AGRADECIMIENTO

A mis padres, por ser mi apoyo incondicional, mi ejemplo de lucha y perseverancia.

ÍNDICE

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE.....	x
ABSTRACT.....	xi
1. INTRODUCCIÓN	1
2. ESTADO DEL ARTE.....	11
3. MATERIALES Y MÉTODOS	30
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	32
4.1 Entrevistas.....	32
4.1.1 Entrevista a Jueces de la Unidad Judicial Penal de Ibarra	32
4.1.2 Entrevista al Defensor del Pueblo.....	38
4.1.3 Entrevista a los fiscales	39
4.1.4 Entrevista a los abogados en ejercicio.....	41
5. CONCLUSIONES	50
6. RECOMENDACIONES.....	52
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	54

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

La publicidad engañosa constituye uno de los mecanismos más utilizados para vulnerar los derechos de las personas consumidoras y usuarias, por esta razón el iniciar una investigación sobre el ejercicio de la acción de los derechos de las personas consumidoras frente a esta conducta ilícita por parte de los proveedores, es indispensable para proporcionar información jurídica a la sociedad ecuatoriana que, muchas veces está en desconocimiento; por ello, el objetivo general es conocer y determinar cuáles son las normas, procedimientos y mecanismos institucionales que garantizan los derechos de los consumidores y usuarios frente a la publicidad engañosa, en la ciudad de Ibarra, Imbabura, en el período enero–diciembre de 2018. Partiendo del método normativista y lógico analítico facilitó la estructuración y análisis de la legislación vigente en Ecuador sobre los derechos del consumidor y permitió observar el problema que ocasiona a los consumidores y usuarios la publicidad engañosa en el cantón Ibarra, determinando la normativa competente para lograr ejercer las acciones correspondientes, con un enfoque cualitativo y profundidad explicativa. Es evidente que en Ecuador se protegen y garantizan los derechos de los consumidores en base a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, a la Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo, del Código Orgánico Integral Penal y de la Constitución de 2008 y existen en cada Delegación Provincial de la Defensoría del Pueblo los agentes de control y fiscalización; no obstante, la sociedad en general no tiene cultura de reclamo frente a esta conducta, entre otras cosas, por desconocimiento de las acciones que debe seguir para reclamar la violación de sus derechos en calidad de consumidores y usuarios.

PALABRAS CLAVE: Consumidor, usuario, publicidad engañosa, agentes de control, Defensoría del Pueblo.

ABSTRACT

Misleading advertising is one of the most widely used mechanisms to violate the rights of consumers and users, for this reason to initiate an investigation on the exercise of the action of the rights of consumers against this illicit conduct by consumers. providers, it is essential to provide legal information to the Ecuadorian society, which is often unknown; Therefore, the general objective is to know and determine what are the norms, procedures and institutional mechanisms that guarantee the rights of consumers and users against misleading advertising, in the city of Ibarra, Imbabura, in the period January-December 2018 Starting from the normative and analytical logical method, it facilitated the structuring and analysis of the current legislation in Ecuador on consumer rights and allowed to observe the problem that misleading advertising causes to consumers and users in the canton of Ibarra, determining the competent regulations to achieve exercise the corresponding actions, with a qualitative approach and explanatory depth. It is evident that in Ecuador the rights of consumers are protected and guaranteed based on the Organic Law for the Defense of the Consumer, the Organic Law of the Ombudsman's Office, the Comprehensive Organic Penal Code and the 2008 Constitution and exist in each Provincial Delegation of the Ombudsman's Office the control and inspection agents; However, society in general does not have a culture of complaint against this behavior, among other things, due to ignorance of the actions that must be followed to demand the violation of their rights as consumers and users.

KEY WORDS: Consumer, user, misleading advertising, control agents, Ombudsman's Office.

1. INTRODUCCIÓN

El ejercicio de la acción de los consumidores frente a la publicidad engañosa ha ido tomando cada vez más importancia debido a la situación de las personas consumidoras en el Ecuador, dada la evolución constante de las costumbres de la población, sobre todo después del auge de los medios de comunicación y redes sociales, que en este contexto tecnológico han convertido a gran parte de la sociedad en meros consumidores; lo que ha traído como consecuencia inminente el desarrollado de un conjunto de conflictos y controversias jurídicas, en cuanto a la calidad de los bienes y servicios ofrecidos y recibidos. Además de esta realidad, los consumidores ecuatorianos se caracterizan por tener escasos conocimientos sobre el tema y son inducidos, por medio de engaños, a realizar compras o a adquirir servicios que no están de conformidad con lo que les ofrecieron o no cubren las necesidades para las cuales obtuvieron el producto, lo que constituiría a todas luces del Derecho, publicidad engañosa, que trae como consecuencia la violación de derechos constitucionales de los consumidores.

Es un problema jurídico que afecta a los diferentes estratos sociales ecuatorianos, implicados en forma casi obligada por el consumismo y el neoliberalismo a la oferta y a la demanda del mercado, el cual ofrece sus productos, muchas veces, bajo la publicidad engañosa y abusiva, lo que acarrear en los consumidores y usuarios las adquisiciones no queridas o no deseadas, caracterizadas por la onerosidad de los productos que trae como consecuencia desembolsos económicos difíciles de recuperar, alterando su vida normal en el entorno familiar, social y psicológico. Sin la esperanza que el aparato estatal pueda contribuir de, manera inmediata, con la solución de esta problemática social y reparar los daños ocasionados, lo que hace inminente la necesaria aplicación de la normativa constitucional y leyes que regulan esta actividad para lograr la efectiva protección de los Derechos y garantías de los consumidores y usuarios, frente a un mercado cada vez más agresivo que, valiéndose de medios publicitarios engañosos, sin principios éticos, ni principios de veracidad publicitaria, ofertan sus productos, aparentemente asequibles a cualquier consumidor; pero que, al final afecta considerablemente la economía de los consumidores y usuarios ecuatorianos.

Frente a esta constante, la Constitución de la República del Ecuador, vigente desde el 20 de octubre de 2008, dispone en su artículo 11, numeral 9, que el más alto deber del Estado consiste en respetar y hacer respetar los derechos garantizados en la Constitución. En la

sección novena del artículo 52, *ejusdem* para reforzar este respeto estatuye los derechos de las personas usuarias y consumidoras a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a recibir información precisa, veraz y no engañosa evitando *ipso iure* la vulneración de sus derechos, en los términos siguientes:

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. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

De la misma manera, se pronuncia la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (2011) en el Capítulo II, artículo 4, en concordancia con la Carta Magna, enuncia los derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución de 1998, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil:

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. (Subrayado propio) Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (2011)

Se observa que estos derechos fundamentales de los consumidores, se erigen como un estandarte para el mantenimiento de la armonía social en el Ecuador, entre los que destacan el de protección a la vida, salud y seguridad en el consumo, así como a la satisfacción de necesidades fundamentales y acceso a servicios básicos; a la libertad de elegir; a recibir servicios básicos de óptima calidad; a recibir información veraz, clara, oportuna y completa sobre el bien y servicio, así como las condiciones de adquisición, precio y calidad; a la protección de la publicidad engañosa o abusiva; a seguir las acciones legales y judiciales que correspondan; derecho a que las empresas o establecimientos mantengan un libro de reclamos. Asimismo, se implantan las obligaciones del consumidor, ya que se constituyen como una relación bilateral o sinalagmática, entre los cuales resaltan el propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios; preocuparse por no afectar el medio ambiente; e, informarse del uso de los bienes.

En lo relativo a publicidad, tema que ocupa el interés de la presente investigación, se prohíbe, de manera expresa, la engañosa o abusiva. *Es engañosa* la que no corresponda a las condiciones de adquisición y, en general, que induzca a error al consumidor; y, *es abusiva* la que incita a la violencia, explota el miedo o inmadurez de los niños y adolescentes también si induce a la alteración del orden público o invite al consumidor a comportarse de manera peligrosa para su salud o seguridad. Se prohíbe especialmente la publicidad que induzca a error sobre el país de origen del bien, los beneficios y consecuencias del uso del bien o contratación del servicio, carácter del bien, precio, tarifa, forma de pago o crédito (Cámara de Comercio de Quito, 2017). El contenido de esta Ley establece la definición de publicidad engañosa y los puntos a tomar en cuenta para reconocer y establecer la publicidad engañosa.

Artículo 2. *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 respetar los valores de identidad nacional y los principios fundamentales sobre seguridad personal y colectiva.

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. (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2011)

La Constitución ecuatoriana, además prevé en su articulado, el establecimiento de mecanismos de control de calidad, en los que se anuncia el ejercicio de la acción de los consumidores para lograr la reparación e indemnización correspondientes, la responsabilidad de los prestadores de bienes, servicios y los procedimientos de defensa del consumidor. Esta legislación, como legislación novedosa y moderna, cuenta con la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor como cuerpo legal que recoge lo señalado en la Constitución y en instrumentos internacionales suscritos por la República, rotula los mecanismos para la defensa y garantía de este grupo social, vulnerado constantemente en sus derechos.

Es de advertir, que de nada sirve una legislación, bien definida y detallada, en el campo del consumidor y usuario, si este compuesto grupo de personas, no está informado claramente de los derechos de que se encuentra asistido, por lo que el Estado ecuatoriano, en cumplimiento de un deber constitucional, debe propender a la culturización del ciudadano en este caso usuario y consumidor, como miembros débiles de la relación proveedor usuario y garantizar de esta manera el goce pleno de sus derechos. Razón ésta que ha motivado el inicio de esta investigación para enervar, en la medida de lo posible, esta desinformación por parte de la sociedad ecuatoriana y, particularmente, en la Provincia de Imbabura, que al ser una zona fronteriza debe estar muy atenta a estas prácticas engañosas y dolosas en el comercio internacional

Por otra parte, –como lo asevera la Cámara de Comercio de Quito, (2017)– se exige a los proveedores a suministrar información básica necesaria en la contratación: precio, peso y medidas, de acuerdo a la naturaleza del producto; montos adicionales por impuestos y otros recargos; precio unitario expresado en medidas, peso y/o volumen, si la naturaleza del bien lo permite. La información deberá expresarse en castellano, según lo prevé la Ley. En los productos durables, deberá hacerse constar la garantía y en qué consiste la misma. En

productos deficientes y usados deberá indicarse este particular. En productos alimenticios, sin perjuicio del cumplimiento de normas técnicas, deberá indicarse nombre del producto, marca, identificación del lote, razón social, contenido neto, registro sanitario, valor nutricional, fecha de expiración, ingredientes, precio al público, país de origen y si se trata de alimento artificial, irradiado o genéticamente modificado. En los medicamentos, debe expresarse, además, el nombre genérico, lista de componentes con sus especificaciones, país de origen, contraindicaciones; y, si son productos naturales, su procedencia y si hay elementos culturales o étnicos en el origen. En los productos durables debe indicarse instrucciones sobre seguridad de uso, adecuado manejo y advertencias. En caso de ofertas o descuentos, debe indicarse en qué consiste y, de existir premios, detalles de los mismos.

Como se puede observar, esta contratación generalmente se suministra a los consumidores en *contratos de adhesión* que se suscriben entre proveedor y consumidor o usuario, los cuales deben ser claros, transparentes y no dar lugar a error alguno, que vulnere los derechos de los consumidores, cuando la oferta de bienes y servicios se evidencia a través de diferentes tipos de publicidad que incitan a la adquisición de los mismos, los cuales, muchas veces, son ofertados a través de una publicidad engañosa y, por tanto, lesiva de los derechos constitucionales inherentes a estos consumidores, de los cuales se presume la buena fe. Los contratos de adhesión, *supra* referidos, es decir, aquellos preparados en formularios por los proveedores o fabricantes, sin que el consumidor o usuario haya podido discutirlos, deben ser en castellano y presentados en carácter legible, lo escrito en letra diminuta se entiende por no escrito (lo que se conoce en el argot jurídico como cláusulas abusivas). En estos contratos se prohíben las siguientes cláusulas: que eximan o limiten la responsabilidad de los proveedores; impliquen renuncia de derechos del consumidor o usuario, impongan utilización obligatoria de arbitraje, por medio de cláusulas de arbitraje; permitan variación de manera unilateral por parte del vendedor del precio o condiciones de la venta; autoricen exclusivamente al proveedor a terminar o rescindir unilateralmente el contrato o suspender la ejecución, salvo que esté condicionada al incumplimiento del deudor. Sin duda que el legislador, pretende evitar que los proveedores, en esta nueva forma de contratar, pueda infringir los derechos y garantías de las cuales goza constitucionalmente el consumidor o usuario, en el Ecuador.

Muchos de estos casos, bajo la mirada de la contratación por adhesión, terminan en la impunidad, debido a la falta de conocimiento e ignorancia por parte de las personas, valga

decir, consumidores y usuarios, en cuanto al ejercicio de la acción de sus derechos; del desconocimiento de las autoridades frente a las cuales deben recurrir, así como también, de cuál es el procedimiento más expedito a los fines de lograr las reparaciones y/o las indemnizaciones frente a la vulneración de sus derechos. Esto trae como consecuencia social, que estas contrataciones, ejecutadas con publicidad engañosa, continúen realizándose día a día sin que se logren reducir imponiendo las sanciones correspondientes, claramente estatuidas en la Ley. Sin duda, es un tema que despierta el interés académico para alertar e informar debidamente a consumidores y usuarios como parte débil en esta relación contractual.

La Constitución de 1998 en su articulado facultaba al Defensor del Pueblo para defender y excitar la observancia de los derechos fundamentales consagrados en ella, así como para observar la calidad de los servicios públicos. En la actualidad, la Defensoría del Pueblo, pese a sus limitaciones, ha asumido de manera eficiente la defensa de los intereses del consumidor y el usuario, a través de la Defensoría Adjunta del Consumidor y Usuario; ley que hizo una reforma importante así:

Disposiciones Reformatorias. Primera.- Refórmase el artículo 81 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor por el siguiente: “*Artículo 81.-* Facultad de la Defensoría del Pueblo.- 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. En el procedimiento señalado en el inciso anterior, la Defensoría del Pueblo podrá promover la utilización de mecanismos alternativos para la solución de conflictos, como la mediación, siempre que dicho conflicto no se refiera a una infracción penal. Dichos procedimientos deberán observar el principio de celeridad. Sin perjuicio de lo dispuesto en el presente artículo, el consumidor podrá acudir, en cualquier tiempo, a la instancia judicial o administrativa que corresponda. (Ley Orgánica de Defensoría del Pueblo, 2019)

Este procedimiento se lleva a cabo ante la Defensoría del Pueblo de cada provincia. En Imbabura, es de advertir, esta oficina funciona con eficiencia y celeridad frente a los reclamos y quejas que presentan los consumidores o usuarios. Una vez agotado el procedimiento indicado en el artículo 81, la Defensoría del Pueblo da por terminado el procedimiento, siempre y cuando las partes hayan llegado a un acuerdo. Acuerdo que se debe homologar y es de ejecución inmediata. Así la Resolución 107 de la Defensoría del

Pueblo en el Capítulo IV de los trámites de usuarios y consumidores, en su artículo 54 y siguientes indica los requisitos necesarios para la calificación y la celebración de una audiencia única para lograr solucionar el conflicto de manera inmediata (para más ver: https://www.dpe.gob.ec/wp-content/dperesoluciones2019/resolucion_107.pdf)

Esta investigación, pretende hacer un estudio minucioso de estos casos de reclamos y quejas que presentan los consumidores o usuarios y que son resueltos por la Defensoría del Pueblo mediante pronunciamiento motivado, valga decir, caracterizado por una argumentación e interpretación de la normativa ajustada a los hechos alegados y probados en el mismo. La Delegación de la Defensoría del Pueblo de Imbabura, con sus limitaciones, es un ejemplo claro de ello, en la que los Agentes o Unidades de Control como el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN), la Asociación de Consumidores, los Intendentes de Policía, Subintendentes de Policía, Comisarios Nacionales, la Defensoría Adjunta del Consumidor y Usuario promueve una cultura de consumo minimizando la vulneración de los derechos; pero en la actualidad se está frente a una sociedad digital en la que la publicidad engañosa no es fácil enervarla o menguarla por parte de estos Agentes o Unidades de Control que enfrentan, además, deficiencias tecnológicas para detectar estas actuaciones ilícitas.

La Ley *in commento*, tipifica expresamente que de no haber acuerdo entre las partes que recurren a la Defensoría, ésta elaborará un Informe detallado, con argumentos de hecho y de Derecho, en base del cual solicitará a las autoridades competentes la iniciación del respectivo proceso investigativo del que se podrá desprender la imposición de las sanciones establecidas en la presente Ley, así como la exigencia de que se dé cumplimiento a la obligación pendiente. El informe emitido por la Defensoría del Pueblo será apreciado por el juez de acuerdo a su sana crítica, ratifica el artículo 83, *ejusdem*.

De esta manera, el Defensor del Pueblo podrá acudir ante el Juez de contravenciones de su respectiva jurisdicción a fin de solicitar el inicio del respectivo proceso. La Ley señala en su artículo 84, que son competentes para conocer y resolver sobre las infracciones a las normas contenidas en esa Ley, en primera instancia, el Juez de contravenciones de la respectiva jurisdicción, y, en caso de apelación, el Juez de lo penal de la respectiva jurisdicción. Casos éstos, que, en honor a la brevedad, serán mencionados de manera superficial, para estudiar de manera detenida los casos que se ventilan en la Defensoría del Pueblo, analizando los mecanismos necesarios para lograr que las partes, proveedores y

consumidores, logren un acuerdo satisfactorio para ambos y evitar que la Defensoría del Pueblo, mediante Informe, eleve el caso a las autoridades correspondientes y solicitarles, al mismo tiempo, la iniciación del respectivo proceso investigativo del que se podrá desprender la imposición de las sanciones.

Lo anteriormente descrito, constituye, sin duda, una situación jurídica que afecta gran parte de la sociedad ecuatoriana, en general, y de la mayoría de los consumidores de la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, Ecuador, en particular. De esta manera, se aprecia la imperiosa necesidad de realizar esta investigación sobre el ejercicio de la acción (reclamos, quejas, denuncia, acusación particular e excitativa fiscal) con que cuentan los consumidores frente a la publicidad engañosa y poder dar a conocer de manera clara y concisa a los consumidores o usuarios cuáles son sus derechos y cuál es el procedimiento y requisitos establecidos en la Ley y frente a qué autoridad se deben interponer los reclamos y quejas cuando consideren que se les ha vulnerado o violado sus derechos. De allí, que este estudio encuadra dentro de la línea de investigación diseñada por la PUCE 2017, Derecho, Participación, Gobernanza, Regímenes Políticos e Institucionalidad. En concordancia, esta línea investigativa se ajusta a los lineamientos establecidos por el Plan Nacional del Buen Vivir 2017-2021, en el eje 2, que se basa en la economía al servicio de la sociedad y el objetivo 5, de impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria que se refiere a la importancia de fortalecer la asociatividad y los circuitos alternativos de cooperatividad, el comercio ético y justo, y la priorización de la Economía Popular y Solidaria. Por lo que busca impulsar una economía que se sustente en el aprovechamiento adecuado de los recursos naturales, que guarde el equilibrio con la naturaleza e incorpore valor agregado a productos de mayor cantidad y mejor calidad; involucrando a todos los actores y democratizando, a más de los medios de producción, los medios de comercialización.

La finalidad de este estudio jurídico es dar a conocer a los consumidores, usuarios y proveedores de bienes y servicios sus derechos, sus deberes y sus obligaciones, así como también dar a conocer el procedimiento que se debe seguir, en caso que exista vulneración de derechos constitucionales como ciudadanos consumidores, conocer las sanciones, reparaciones e indemnizaciones a que están expuestos los proveedores en caso de incumplimiento a lo establecido en la Ley de Defensa del Consumidor. Otro de los aspectos, que se quiere abordar en este análisis es la manera o forma de combatir el desconocimiento

o ignorancia que existe por parte de los consumidores o usuarios de esta legislación, que se debe, en gran medida, a los escasos estudios previos para abordar este tema, que reviste gran importancia para la sociedad de Ibarra.

Con esta investigación se *beneficiarán* todos los consumidores o usuarios ecuatorianos, que a diario utilizan los medios de contratación, en los cuales puedan existir indicios de publicidad engañosa, por parte de proveedores, dando a conocer a los mismos sus derechos, acciones, procedimiento y autoridades de las que disponen en caso de vulneración de sus derechos constitucionales como consumidores o usuarios. Se debe ratificar, que esta investigación es viable ya que no necesita de mayores recursos económicos para su desarrollo, puesto que la mayor parte de la información se encuentra en bibliotecas físicas, bibliotecas virtuales y fuentes de investigaciones científicas *on line*, así como en los expedientes que se llevan ante la Defensoría del Pueblo de la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

Esta situación jurídica que confrontan los consumidores y usuarios frente a la publicidad engañosa, genera varias incógnitas que esta investigación no pasa por alto, y que, sin ser ilusionistas, se pretende dar respuesta, como es: ¿La normativa y los mecanismos de control existentes en la ciudad de Ibarra protegen efectivamente a los consumidores y usuarios frente a la publicidad engañosa? Así como, ¿Cuáles son los procedimientos existentes para garantizar los derechos de los consumidores? Las cuales requieren de un detenido análisis, para sus respuestas y, al mismo tiempo, lograr soluciones, que contribuyan con el bienestar social y alcanzar el impacto social que toda investigación universitaria requiere.

Desde esta perspectiva, con el propósito de lograr lo antes mencionado, se ha propuesto como *objetivo general* de la investigación conocer y determinar cuáles son las normas, procedimientos y mecanismos institucionales que garantizan los derechos de los consumidores y usuarios frente a la publicidad engañosa, en la ciudad de Ibarra, Imbabura, Ecuador en el período enero–diciembre de 2018. Cometido éste que requiere de unos *objetivos específicos* para obtener de ese estudio el mecanismo más idóneo para que los consumidores y usuarios ejerzan la acción correspondiente en pro de la reparación e indemnización de los daños, que ayudarán al desarrollo de la investigación, siendo éstos los siguientes: - Definir qué es la publicidad engañosa y cómo afecta los derechos de los consumidores; - Estudiar la normativa protectora de los derechos de los consumidores y los

procedimientos establecidos para el ejercicio de la acción pertinente para lograr la reparación e indemnización de los daños y perjuicios; - Determinar la frecuencia con que se presentó esta situación lesiva a los derechos de la sociedad de consumidores y usuarios de la ciudad de Ibarra en el Período enero-diciembre 2018, como consecuencia de las contrataciones donde se evidencia publicidad engañosa.

La *publicidad* ha cobrado gran importancia debido a que, en palabras de Echeverri y Ospina (2015), en la actualidad, buena parte de la actividad precontractual se lleva a cabo mediante campañas en las que se invita a los consumidores y usuarios a adquirir ciertos productos o a contratar determinados servicios. Y, muchas veces, los proveedores, sin principios éticos, por lograr mayores ganancias o un mayor porcentaje de ventas hacen ofertas públicas a los consumidores con publicidad engañosa que lesionan sus derechos. Esta importante institución no fue reglamentada en el Código Civil ecuatoriano, por lo que la legislación ulterior debió regularla. Y, aunque regulada, es de advertir, que su desconocimiento y desinformación por parte de la población ecuatoriana, en particular, la de Imbabura-Ecuador, es muy marcado, lo que impide, en gran medida, el ejercicio de la acción pertinente para satisfacer las exigencias de los consumidores afectados en sus derechos. Lo que ha dado como resultado, el hecho cierto, de hacer esta investigación científica que pretende, desde una perspectiva muy objetiva y, sin ostentación alguna, contribuya al conocimiento preciso o a despejar dudas sobre esta situación jurídica tan reiterada en este siglo XXI, caracterizado por una sociedad de consumo.

2. ESTADO DEL ARTE

En este apartado se han incluido las investigaciones previas obtenidas a través de la investigación bibliográfica y los conocimientos previos de autores nacionales que han abordado el tema desde perspectivas distintas, lo cual ha contribuido a que se tenga una postura multidisciplinar en este Trabajo de Titulación. Se ha querido fundamentar el problema de la investigación, con investigaciones previas y recientes, que han contribuido, con algún aspecto objetivo, en la solución del problema que afecta a consumidores y usuarios frente a la publicidad engañosa.

Dentro de estos *antecedentes de investigación*, Cevallos-Vásquez (2013) en su obra “Efectos perjudiciales que produce la publicidad engañosa dentro de las relaciones de consumo de productos en el mercado” evidencia que la problemática que encierra la publicidad engañosa radica en la importancia de la información que se distribuye o que se entrega sobre los productos comercializados. De esa forma, los consumidores deben tener derecho a la seguridad, a la protección de sus derechos, a la información veraz, a la libre elección de sus productos, bienes y servicios, a la existencia de competencia de precios y a ser escuchados por los Gobiernos Autónomos locales; en fin, a todo un sistema tendiente a generar una situación jurídica a favor de un colectivo en circunstancias de inferioridad respecto a las empresas a los proveedores, tendiendo a mejorar la calidad de vida de los consumidores y usuarios, en un mercado tan frágil como el del Ecuador.

Franco-Trujillo (2014), en su obra intitulada “La publicidad engañosa en la legislación vigente en el Ecuador” demuestra que los métodos que utiliza la Ley Orgánica de Defensa al Consumidor para la protección de los derechos de usuarios o consumidores, con referencia a las diversas expresiones de publicidad engañosa, no son los más adecuados y pretende en su investigación determinar cada uno de los tratamientos jurídicos que se estatuyen dentro de la legislación ecuatoriana sobre este tema. Por ello, esta investigación ayudará a obtener una visión más amplia sobre la regulación y efectos de la publicidad engañosa dentro de la sociedad ecuatoriana y, al mismo tiempo, brindará una pauta para realizar un análisis objetivo sobre cómo proteger los derechos de consumidores y usuarios frente a las manifestaciones frecuentes de este tipo de publicidad.

Por su parte, Sarmiento, Durán *et al*, en su obra “Los locales de comida rápida frente a la publicidad engañosa” (2015), afirman que la publicidad es aquella estrategia que se implementa en todas las empresas con el objetivo de promocionar algún producto o servicio y, de esta manera, llegar a posicionarse en la mente de los consumidores. Y se preguntan estos autores; pero ¿qué sucede cuando esta publicidad resulta ser exagerada o falsa? Continúan los autores manteniendo que

En muchas ocasiones hemos sido afectados por la publicidad engañosa de aquellas cadenas de comida rápida, tal es el caso de KFC, Gus, McDonald’s, Carls junior, entre otros, que exhiben llamativas fotografías de los productos que ofrecen, es decir que muestran sus alimentos bastantes apetitosos no solo en apariencia sino en tamaño que hace que los consumidores se interesen por comprar estos productos. Pero al momento de adquirirlos es totalmente diferente de lo que se esperaba, ya que al recibir el producto se puede notar que su tamaño es bastante reducido al que se muestra en las imágenes y no llena las expectativas, por lo que el cliente queda insatisfecho y algunas ocasiones molesto. (p. 2)

Si bien la normativa en el Ecuador para lograr una efectiva defensa del consumidor o usuario exige que la información brindada en la relación de consumo sea clara, cierta y detallada sobre las condiciones esenciales de los bienes y servicios que se ofrecen (art. 4), regula la oferta (art.7) y los efectos de la publicidad sobre el contrato (art.8), estas disposiciones resultan insuficientes para combatir la publicidad engañosa (Álvarez Rubio, 2008).

En la ciudad de Quito, se han presentado algunos trabajos sobre este tema, siendo uno de los más representativos, el de Tufiño-Díaz (2016), intitulado “La publicidad engañosa de productos alimenticios de consumo masivo en la ciudad de Quito” quien manifiesta que la materia relativa a la publicidad engañosa debe estudiarse, en concordancia, al amplio campo de los derechos de los consumidores o usuarios, es decir, tal como son concebidos actualmente *derechos colectivos*, derechos que la Constitución de la República del Ecuador, expedida en el año 2008, los ha elevado a disposiciones constitucionales. Sin embargo, el escaso control que se verifica a la publicidad engañosa, por parte de la autoridad competente, ha provocado que los derechos de los usuarios y consumidores sean menoscabados sin que exista la posibilidad de sancionar a las empresas y compañías responsables ya que actualmente no existe una Unidad Técnica y Especializada que pueda monitorear e investigar a profundidad esta problemática que aqueja a la ciudadanía. Resulta necesaria la creación de esta Unidad para precautelar y garantizar los derechos de los usuarios y consumidores porque son un colectivo importante de la sociedad.

De manera más reciente, Ortega (2018) en su trabajo intitulado “Análisis de la Publicidad engañosa y abusiva, como un derecho del consumidor dentro de la legislación ecuatoriana y legislación comparada” ratifica lo que se viene repitiendo en el contexto social, en el que el interés de algunos proveedores por aumentar su patrimonio a toda costa, ha motivado la creación de técnicas ilegales para promocionar productos; nacen, de esta manera, las figuras de la publicidad abusiva y engañosa. Con estas referencias, se erige el Derecho del consumidor, que surge como una rama jurídica tendiente a resolver controversias originadas a partir de la relación de consumo, entre ellas, la existencia de una publicidad abusiva y engañosa. El auge de la era digital en la que se vive en el Ecuador, ha impulsado la utilización del internet para la actividad comercial.

El Estado ecuatoriano está caracterizado por una economía mixta, popular y solidaria, como lo establece la Constitución en su artículo 283, inciso segundo, de igual manera el artículo 284, numeral 8 establece que “se propiciará el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes” lo cual indica, expresamente, que el ejercicio del intercambio de bienes y servicios se deberá realizar de manera transparente y justa, respetando los derechos de los consumidores, cumpliendo una competencia leal por parte de proveedores y evitar, de esta manera, prácticas ilegales que confundan o engañen al consumidor, como la publicidad engañosa.

Con el devenir de esta investigación se ha evidenciado que, en el Ecuador, provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra, existe una variedad de formas en las que se presenta la publicidad engañosa puesto que, la publicidad pasa a ser un instrumento de lucha por parte de los empresarios, proveedores u ofertantes de bienes y servicios y muchas veces esta publicidad sobrepasa los límites legales causando una afectación a las personas consumidoras o usuarios; por lo que es recomendable tener presente la definición de publicidad, tal como la expresan muchos autores:

La publicidad es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificado (empresa lucrativa, organización no gubernamental, institución del estado o persona individual) para informar, persuadir o 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. (Thompson, 2005, p. 14)

Igualmente, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (LODC) (2000), en su Art. 2, presenta algunas definiciones, para efectos de la presente ley, se entenderá por:

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 respetar los valores de identidad nacional y los principios fundamentales sobre seguridad personal y colectiva. (Art. 2, LODC, p.2)

Tomando en cuenta las definiciones citadas, la publicidad se determina como una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que tiene como finalidad atraer a posibles compradores y, por tanto, debido a su finalidad, la publicidad puede ser engañosa y de esta manera vulnerar los derechos de los consumidores; por esto, se debe brindar una protección al consumidor que es víctima frente a la publicidad engañosa. La publicidad es un instrumento competitivo, de los más significativos de la sociedad contemporánea, que los operadores económicos utilizan en el tráfico para promover la contratación sobre los bienes y/o servicios que ofertan en el mercado. En palabras de López-Jiménez, (2014), constituye un claro ejemplo de información asimétrica, que en cada rincón de Ecuador se visualiza. También ha de repararse en que la publicidad no solo expone los caracteres de los productos y/o servicios, sino que va más allá. En efecto, se configura como un medio que transmite, inculca y exalta determinados valores y pautas de conducta estimados como la base común de la conciencia colectiva, que se ve vulnerada frente a un mercado creciente que altera los verdaderos intereses de los consumidores y usuarios.

Ante esta situación, cuando los mercados están saturados de productos casi idénticos ofertados por diferentes marcas que satisfacen la misma necesidad, la información cede protagonismo a la persuasión. Y en este contexto tan competitivo, sostienen Muela-Molina y Perelló-Oliver (2014), algunas empresas utilizan la vía rápida para mantener su cuota de mercado frente a las acciones de la competencia o intentan incrementarla a costa de los consumidores sobrepasando los límites de lo legal y éticamente correcto. De esta manera, cuando un anunciante o proveedor, para lograr la venta de su producto o el contrato del servicio que oferta a su público objetivo, recurre a la publicidad engañosa, no serán sólo los intereses económicos y expectativas personales de éste los que se verán afectados sino también el mercado en su conjunto y la sociedad en general, que irá restando credibilidad a

la publicidad como herramienta empresarial y como actividad; un tanto, lastimosamente, lo que se viene dando en América Latina y en el Ecuador, de manera particular.

Barcia-Lehmann (1999), en una definición clásica, sostiene que la publicidad engañosa es aquella que

de cualquier manera, incluida su presentación, induce a error o es susceptible de inducir a error a las personas a las cuales se dirige o alcanza y que, por razón de su carácter engañoso, es susceptible de afectar a su comportamiento económico o que, por estas razones, causa un perjuicio o es susceptible de causar un perjuicio a un competidor. (p. 272)

Para determinar que la publicidad es engañosa se debe tener en cuenta que cumpla ciertos requisitos, como lo determina López (2018), que establece “el mensaje publicitario pueda ser calificado como engañoso o falso si es susceptible de inducir a error a su destinatario, y además debe ser apto para afectar el comportamiento económico del consumidor o usuario, e incluso perjudicarlo” (p. 101). El inducir a un error y el afectar el comportamiento económico del consumidor trae consigo varios efectos negativos, uno de ellos, el agravio a sus derechos como consumidor o usuario; de allí que, el daño ocasionado por la publicidad engañosa conlleva a sanciones administrativas y penales, como una garantía más de seguridad jurídica y protección de los consumidores.

La publicidad engañosa debe ser regulada y, por ende, dar una protección al consumidor, ya que éste forma parte de la economía del Estado y como tal, requiere de la seguridad jurídica innata del Estado, como lo menciona Tonetto (2012), la prohibición de la publicidad engañosa tiene su fundamento en la necesidad de proteger a todos sus destinatarios, entre los que están comprendidos los usuarios y consumidores, competidores y el público en general.

Es necesario que el Estado se erija como el garante de la protección al consumidor y usuario y, de esta manera, se brinden diferentes tipos de acciones para que se puedan hacer validos sus derechos. Según esto, afirma Peralta (2015), “la misión del Estado es intervenir y reconocer la existencia de derechos del consumidor y usuario y, paralelamente, reforzar la protección, la defensa y representación de sus intereses en el orden económico y social” (p. 38).

Desde este contexto, ha sido necesaria la regulación de esta actividad en el país, siendo la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, la Defensoría del Pueblo, la Superintendencia de Control de Mercado, la Superintendencia de la Información y Comunicación y la Superintendencia de Telecomunicaciones, los entes encargados de velar por la seguridad y protección de los consumidores y usuarios, en la sociedad ecuatoriana. No obstante, es menester aumentar y profundizar el control de la publicidad engañosa, tema que merece una atención especial, puesto que, con el afán de vender sus productos y servicios las empresas y proveedores no limitan nada, induciendo al error o la confusión a los consumidores haciendo que éstos compren productos o servicios que no los necesitaban o que no correspondía a las características de la publicidad. En Ecuador no es expedito el procedimiento para lograr la correspondiente sanción a las empresas o proveedores que difunden sus productos con publicidad engañosa, ya que no se cuenta con suficientes agentes de control que puedan identificar *prima facie* la publicidad engañosa o a través de una investigación técnica, para determinar, posteriormente, si es pertinente, el sancionar a estos operadores económicos.

Según el contenido jurídico de la Ley de Defensa del Consumidor, la Defensoría del Pueblo (reformada en 2019, en cuanto a los derechos de los consumidores) es la institución encargada de velar y vigilar por el respeto a los derechos de los usuarios y consumidores; desde sus orígenes, ha sido reconocida por asumir la protección y promoción de derechos humanos, con énfasis en lo relacionado a la provisión o suministro de bienes o servicios públicos o privados, sean estos prestados directamente por el Estado, sus instituciones o por particulares. Esta temática constituye uno de los ámbitos primordiales de gestión institucional y atención ciudadana, por ello, la Adjuntía de Usuarios y Consumidores cuenta con agentes que ostenten conocimientos técnicos especializados para detectar con cierta precisión cuándo se está frente a la publicidad engañosa; razón por la cual a la mayoría de usuarios y consumidores se les puede garantizar el respeto de sus derechos de una manera efectiva y veraz, aunque en determinadas circunstancias esta garantía no es muy eficaz, pues las ofertas engañosas no son fácilmente detectables y se han proliferado considerablemente.

Aunado a lo antes señalado, se adiciona una serie de problemas que impiden *de facto* que las personas no activen el órgano jurisdiccional para hacer efectivos sus derechos constitucionales, y evitar la vulneración de los mismos,

Los problemas que se destacan. -Van desde el desconocimiento de los usuarios para acudir, hasta su falta de confianza en el sistema. Dicha falta de confianza se sustentaría en la formación por parte de los funcionarios, la aplicación de las normas, y la efectividad de los medios de queja —pues parece ser— que la poca efectividad de los mismos produce impunidad e inseguridad en acudir a los sistemas de protección. (Kuri & Salas L., 2018)

Se desprende, de estos problemas que aquejan a los consumidores y usuarios, la necesaria implementación de un control más riguroso por parte de la autoridad competente a todo tipo de publicidad usada por los empresarios, productores e industriales, sin menoscabar su libertad, para que los usuarios y consumidores no seamos vulnerables ante la avalancha de todo tipo de información y publicidad que ellos hacen de sus productos y servicios. Es preciso, como sostiene Tufiño Díaz (2016), monitorear a la publicidad para contrastarla con la realidad, verificando si el producto que se publicita tiene el peso, cantidad y tamaño exactos, si cumplen con las características, calidad y funciones, entre otras cosas. Al hacer esto se evitaría, en gran medida, el abuso de la publicidad por parte del empresariado y no evitaría la flagrante violación de elementales derechos que asisten a los consumidores. Además, no es ética la conducta de muchas empresas que, para convencer a los consumidores y usuarios, ocultan información o crean confusión acerca de sus productos y servicios, pues una de las formas de publicidad ilícita que puede generar mayor perjuicio económico al consumidor es la publicidad engañosa que golpea el principio de veracidad. La exigencia del principio de veracidad en materia publicitaria no es más que una manifestación dentro del género de represión del engaño en las relaciones comerciales. Hoy, con el desarrollo de los medios de comunicación masiva, la difusión publicitaria de afirmaciones falaces conlleva a que, como lo asevera Patrón Salinas (2018), “por un lado, se multipliquen los efectos distorsionantes que esta actividad produce en la competencia; y, que potencialmente dicha conducta sea susceptible de afectar el derecho a la libertad de elección de un mayor número de consumidores” (p. 245). Como ha señalado la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI), el medio más común a través del cual se ejerce el engaño en las relaciones comerciales es la publicidad (*Idem*, 2018). Por ello, en la mayoría de los países, entre los cuales se encuentra el Ecuador, se ha optado por una legislación especial que prevea específicamente la tutela contra el engaño publicitario.

Las autoridades competentes en la actualidad tienen la obligación por mandato de la ley y la Constitución de dar protección y brindar garantías a los consumidores, es el reto que tienen las autoridades gubernamentales del Ecuador para generar un crecimiento y

establecer un reconocimiento de la normativa legal del derecho del consumidor, para lograr establecer un acto bilateral para que los usuarios tengan la potestad de hacer cumplir sus derechos como consumidores e informarse sobre las entidades, autoridades y leyes que amparan el cumplimiento de sus derechos.

Existen características básicas que evidencian una publicidad engañosa las cuales se practican, con bastante frecuencia en el Ecuador, con el fin de persuadir al comprador, consumidor o usuario logrando que éstos realicen sus compras o consumos bajo engaño o error, ya que ofrecen más de lo que dan u ocultan características de los productos o servicios.

La publicidad engañosa tiene un amplio concepto, que abarca la omisión de ciertos aspectos 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, anunciará precios sin IVA, en el caso de bienes de consumo. (Maquilón-Gómez, Maquilón-Beltrán y Tapia-Borja, 2018, p. 32)

La *opinión doctrinal*, en relación a este tema, contribuye, en gran medida a la concepción de opiniones y criterios valederos para abordar el estudio de la normativa ecuatoriana en relación al ejercicio de la acción de los consumidores y usuarios frente a la publicidad engañosa en sus contrataciones diarias, así como, la manera de adoptar algunas medidas para la debida reparación de los daños causados y, de ser admisible, la indemnización de daños y perjuicios. No obstante, es conveniente para fortaleza de la investigación, revisar también la *jurisprudencia nacional* en referencia a este constructo jurídico; por ello, es necesario hacer referencia al caso de la Corte Constitucional como el mayor órgano de la función judicial que existe en el país, la cual realiza una interpretación y aclaración sobre el artículo 52 de la Constitución de la República del Ecuador, de los derechos de los usuarios y consumidores en su sentencia 303-15-SEPCC, con ponencia de la Dra. Wendy Molina Andrade, quien dictamina:

La decisión impugnada ¿vulnera el derecho constitucional de los usuarios y consumidores? El accionante en su demanda de acción extraordinaria de protección, establece que la decisión judicial impugnada vulnera el derecho constitucional de los usuarios y consumidores, puesto que se determina que los pacientes únicamente tienen el derecho de escoger a qué clínica acudir. El artículo 52 de la Constitución de la República consagra este derecho determinando que: 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. El derecho de los usuarios y consumidores

se fundamenta en el derecho de toda persona a acceder a bienes y servicios de óptima calidad, así como de su elección con libertad, basada en una información real sobre su contenido y características.

...(omisis) Del análisis de la decisión judicial impugnada, se evidencia que la Segunda Sala Especializada de lo Penal y Tránsito de la Corte Provincial de Justicia del Azuay, en el considerando cuarto analiza la supuesta controversia del proceso que a su criterio se constituye en el trato desigual y actitud discriminatoria de la Clínica contra el doctor Lauro Montesdeoca por el limitado envío de muestras a su laboratorio. En este punto, la Sala establece que: (...) la única justificación que sería suficiente para no enviar las muestras obtenidas en cirugía se refiere a la autonomía de voluntad del paciente, esto es si su consentimiento refiere a que esas muestras no sean analizadas en el laboratorio patológico que hay en la Clínica deberá enviarse al laboratorio que el paciente decida, esa sería la única justificación, pero en el presente caso aquello no ocurre, no existe constancia de aquello (...). Además, la Sala se refiere al artículo 52 de la Constitución de la República, y establece que esta norma "otorga plena independencia al usuario sobre el derecho que tienen a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad". De lo manifestado por la Sala se desprende que se resalta el derecho de los pacientes para elegir con libertad a qué clínica o laboratorio acudir, lo cual se encuentra acorde con lo dispuesto en el artículo 52 de la Constitución de la República, puesto que a pesar que la Sala efectúa un análisis que desnaturaliza el derecho a la igualdad y a la acción de protección, destaca el derecho de los pacientes a elegir con libertad los bienes o servicios a los cuales acceder. Por consiguiente, se observa que la decisión impugnada no vulnera el derecho constitucional consagrado en el artículo 52 de la Constitución de la República. (Corte Constitucional del Ecuador. (16 de septiembre 2015) Sentencia N.0 303-15-SEP-CC)

Sin duda, la Corte Constitucional confirma que los derechos de las personas usuarias y consumidoras, son garantías creadas para proteger a las personas usuarias y consumidoras finales ante posibles vulneraciones suscitadas en las relaciones de uso y consumo de bienes y servicios públicos y privados. Estas garantías se encuentran consagradas en la Constitución de la República, en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, leyes conexas, así como en la normativa internacional suscrita y ratificada por el Ecuador. La Defensoría del Pueblo, a través de la Adjuntía de Usuarios y Consumidores, promueve una cultura de consumo responsable y solidario de los servicios públicos domiciliarios y privados, así como de bienes de consumo encaminados a alcanzar el bien común, promoviendo la igualdad social y la conservación del ambiente bajo los preceptos establecidos en el Plan Nacional Toda una Vida 2017-2021. Por ello, desde el año 2014 hasta ahora, se amplía el eje de trabajo de la Defensoría a servicios públicos domiciliarios y consumidores (Defensoría del Pueblo Ecuador, 2019).

En la actualidad, la problemática de los derechos del consumidor ha tomado más fuerza, el crecimiento acelerado del consumo y la constante movilización de la riqueza presentan problemas que nunca antes habían ocurrido, como la falta de información del consumidor y un mercado constituido por una gran cantidad de oferente. Es decir, "el hecho del consumo

en masa hace que muchas veces el consumidor sea visto como una parte de la economía, pero no como un ciudadano con derechos” (Nieto-Aguilar, 2017, p. 18). En sociedades modernas o globales hacen del consumismo una práctica cotidiana, que es tratada desde la economía como agentes dinamizadores de mercado, mientras que por otro lado el consumismo se lo considera como un problema social e incluso cultural. El consumo visto por los oferentes es la vía para generar recursos económicos y la sobrevivencia de sus marcas en un mercado altamente competitivo en el que deben desarrollar y ejecutar múltiples estrategias para que su oferta sea atractiva y el producto se venda en grandes cantidades en periodos de tiempo cortos, es así que el consumidor se ve sobre expuesto a ofertas que en ocasiones no cumplen con los parámetros de calidad, precio u otros factores que provee la legislación local.

Desde esta perspectiva, Ecuador al ser un país miembro de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), que resiste las consecuencias de la globalización y el consumismo imperante, debe introducir, dentro de su ordenamiento jurídico interno, las nuevas directrices emitidas sobre la protección del consumidor que se desarrollaron Nueva York y Ginebra, en el año 2016. Una de estas directrices establece:

Políticas nacionales para la protección del consumidor.

Los Estados Miembros deben establecer políticas de protección del consumidor que fomenten:

- a) Buenas prácticas comerciales.
- b) Información clara y oportuna para que los consumidores puedan ponerse en contacto fácilmente con las empresas y para que las autoridades de regulación y aplicación de la ley puedan identificarlas y localizarlas. Esta información puede incluir datos como la identidad de la empresa, su denominación jurídica y el nombre con el que opera, su domicilio principal, sitio web y dirección de correo electrónico u otros medios de contacto, su número de teléfono y sus números de licencia o registro gubernamental.
- c) Información clara y oportuna sobre los bienes o servicios ofrecidos por las empresas y los términos y condiciones de la transacción de que se trate.
- d) Términos contractuales claros, concisos y fáciles de entender que no sean injustos.
- e) Un proceso transparente para la confirmación, anulación, devolución y reembolso de las transacciones.
- f) Mecanismos de pago seguro.
- g) Mecanismos justos, asequibles y rápidos de solución de controversias y de compensación.
- h) Privacidad de los consumidores y seguridad de los datos.
- i) Educación de los consumidores y las empresas.

Los Estados Miembros deben esforzarse por que los organismos de protección de los consumidores dispongan de los recursos humanos y financieros necesarios para promover el cumplimiento efectivo y para obtener o facilitar compensaciones para los consumidores en los casos pertinentes. (Naciones Unidas, 2016)

De esta manera, el Ecuador como estado miembro de las Naciones Unidas deberá acatar las directrices establecidas en la Conferencia de las Naciones Unidas Sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, 1964) [2016], lo cual tiene impacto positivo para la protección de los derechos de los consumidores, debido a que el Ecuador tiene la necesidad de fomentar políticas de protección al consumidor para que se establezcan las llamadas buenas prácticas comerciales, caracterizadas por una información clara, veraz y concisa de los productos y servicios ofertados, así como también deberá brindar educación a los consumidores.

En el *contexto internacional*, el derecho del consumidor ha surgido como una suerte de “estatuto” personal del consumidor, se ha planteado que el objeto y razón de ser de esta disciplina jurídica es la protección de aquel sujeto que denominamos consumidor. En un principio el concepto de consumidor estaba ligado al comprador de productos alimenticios y farmacéuticos, llegándose con el tiempo a una concepción más amplia del consumidor como sujeto del tráfico económico frente a la empresa organizada, con lo cual se perfila la idea del consumidor, básicamente, como toda persona física o jurídica que adquiere bienes o servicios como destinatario final de los mismos, es decir, con el propósito de no volver a introducirlos nuevamente en el mercado. En otras palabras, es el último eslabón en la cadena de producción-distribución-comercialización, por ello, el interés de la legislación internacional.

Se debe recordar, que luego de la segunda guerra mundial comenzó a gestarse en el derecho comparado el reconocimiento y protección de los denominados “derechos humanos de tercera generación” dentro de los cuales se encuentra el derecho a un ambiente sano, a la competencia, a la protección del patrimonio cultural, el de los consumidores, etc. Así, comenzaron a receptarse, por primera vez, una serie de derechos que no les pertenecen sólo a los individuos en particular sino también a un sector de la sociedad, e incluso, a la sociedad toda. En cuanto a los derechos de los consumidores, sostiene Torres-Buteler (2012), estos deben ser considerados como auténticos derechos humanos toda vez que involucran innumerables aspectos que hacen directamente a la dignidad de la persona: la vida, la salud, la libertad, la igualdad, etc. En este sentido, se ha dicho que el derecho del consumidor es sin duda, un vehículo social de protección general, vinculado a derechos elementales de la persona humana, encuadrados dentro del marco de lo que llamamos “derechos humanos”. En esta misma corriente, se afirma que los derechos de los consumidores pertenecen a un grupo de derechos colectivos y, por ende, son *derechos difusos* los cuales corresponden a

un grupo de personas que cuando existe una inminente violación o daño se decide pedir protección jurisdiccional.

Al respecto, López Soria (2015) afirma

En la actualidad nuestro estado es un Estado Constitucional del derechos y justicia social, permite en su amplia normativa se pueda proteger y garantizar de forma integral los derechos difusos, lo cual se ha convertido en un verdadero desafío para los juzgadores, el determinar los titulares de los mismos y poder cuantificar cuántos y cuáles son los afectados ante la vulneración de estos, lo que ha hecho que todo el aparataje de justicia se active en pos de proteger y buscar como subsanar el daño ocasionado, a fin de exista una verdadera reparación integral del mismo, y el rol fundamental es de las garantías constitucionales que permite de manera pronta, eficiente, y eficaz la directa aplicación de las misma. (p. 2)

Los derechos difusos y los derechos colectivos son intereses de índole supraindividual, es decir, van más allá de la esfera particular de cada persona, y buscan unificarse con el objeto de lograr el bien común. Estos derechos se encuentran inmersos en los llamados derechos sociales; por ese motivo, se recurre a la doctrina de Robert Alexy (1993), en su obra Teoría de los derechos fundamentales, quien sitúa a estos derechos como acciones positivas del Estado (prestaciones en un sentido amplio), lo que quiere decir que el Estado se encuentra obligado a realizar un acto positivo para proteger en esencia la dignidad de los individuos. Asimismo, el jurista alemán explica que estos derechos se encuentran en un esquema trivalente entre el titular del derecho fundamental, el Estado y una acción positiva del Estado.

La Constitución de Montecristi, así como gran parte de la doctrina, en concordancia, con Robert Alexy, afirma:

Los derechos colectivos son derechos humanos específicos de los cuales son titulares ciertos grupos humanos. Los derechos colectivos son parte de los llamados derechos de tercera generación cuyo reconocimiento internacional fue históricamente posterior a la de los derechos civiles y políticos (primera generación) y a la de los derechos económicos, sociales y culturales (segunda generación). Algunos derechos de tercera generación son el derecho al desarrollo, a la paz, al patrimonio artístico y cultural, a un medio ambiente sano, los derechos de los pueblos indígenas y los de los consumidores. En el caso ecuatoriano, los derechos colectivos, que como decimos son también derechos de tercera generación, reconocidos constitucionalmente son únicamente los ambientales, los étnicos y los de los consumidores. (Grijalva, 2018, p.1)

Es así que el Ecuador, tomando en cuenta los *grupos de atención prioritaria*, valga decir, personas adultas mayores, niñas, niños y adolescentes, mujeres embarazadas, personas con discapacidad, personas privadas de libertad y quienes adolezcan de enfermedades catastróficas o de alta complejidad, establece que recibirán atención prioritaria y especializada en los ámbitos público y privado en cuanto a los derechos de los consumidores

en base a los derechos de tercera generación que tienen reconocimiento internacional, así el estado tiene la obligación de garantizar los derechos en general y establecer medidas de protección y de reparación en el caso de que estos sean vulnerados. Debido a ello, se hace necesaria la existencia de una protección penal hacia los derechos de los consumidores que garantice al consumidor y usuario sus más elementales derechos, en los casos en que la protección en materia civil, administrativa o comercial no sean suficientes para reparar y resarcir los daños causados, por eso

ha cobrado interés la protección de los consumidores y la atención que se le depara desde la Constitución, ha llegado a que se presente un derecho penal del consumidor como una rama del derecho penal económico que tiene por finalidad el estudio de toda forma de protección penal a la relación de consumo, como bien jurídico inmaterial supraindividual y difuso (Mejías, 2015, p. 36)

Por tanto, en el ordenamiento jurídico ecuatoriano se han establecido medidas de protección, de reparación y de sanción para las personas que han sido afectados sus derechos y de sanción para quienes vulneren el derecho de los consumidores, siendo así que esta conducta ha sido tipificada para poder establecer sanciones penales a quienes cumplan con la conducta descrita en la Sección Cuarta, Delitos contra los Derechos de los Consumidores, Usuarios y otros Agentes del Mercado

Art. 235.- Engaño al comprador respecto a la identidad o calidad de las cosas o servicios vendidos.- La persona que provoque error al comprador o al usuario acerca de la identidad o calidad de la cosa o servicio vendido, entregando fraudulentamente un distinto objeto o servicio ofertado en la publicidad, información o contrato o acerca de la naturaleza u origen de la cosa o servicio vendido, entregando una semejante en apariencia a la que se ha comprado o creído comprar, será sancionada con **pena privativa de libertad de seis meses a un año**. Si se determina responsabilidad penal de una persona jurídica, será sancionada con multa de diez a quince salarios básicos unificados del trabajador en general (Código Orgánico Integral Penal, 2014). Subrayado propio.

Con el establecimiento de una sanción de tipo penal se garantiza una prevención de parte de las personas que ofertan bienes y servicios para que realicen las actividades comerciales en cumplimiento de lo establecido en la ley; sin embargo, hay que tener en cuenta que muchas veces el desconocimiento genera la afectación y la impunidad. Igualmente, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (2000) establece en su Art. 70 lo siguiente:

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 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.

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 algunos casos.

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. (pp. 21-22)

Estas medidas coercitivas contribuyen a que las actividades comerciales donde existe publicidad engañosa o abusiva no queden sin la presencia de la justicia ecuatoriana, por lo que se hace referencia que el poder ejecutivo viabiliza, además, políticas públicas dentro de la legislación con mecanismos, instituciones y normativa vigente como son la Dirección de Defensa del Consumidor y la Defensoría del Pueblo que tienen el deber jurídico de velar por estos derechos. De esta manera el Estado garantiza, a las partes que integran el contrato realizado entre proveedores y consumidores o usuarios la posibilidad de ejercer el derecho a la acción que tiene como finalidad reparar el daño causado, y lograr la equidad e igualdad proponiendo derechos y obligaciones tanto a los consumidores como a los ofertantes y/o productores.

Ante el desconocimiento que se observa en la sociedad ecuatoriana, y particularmente en la ciudad de Ibarra, es importante conocer cuál es el alcance del trabajo de cada área: política pública, educación y tutela frente a este flagelo de la publicidad engañosa.

A nivel de Política Pública: Uno de los principales objetivos de la Adjuntía de Usuarios y Consumidores es establecer estrategias de incidencia en política pública en materia de derechos de las personas usuarias y consumidoras. Para este fin, se desarrollan estudios situacionales, diagnósticos sociales, mesas de diálogo, audiencias ciudadanas, análisis de cumplimiento de normativa e informes técnicos que permiten identificar posibles vulneraciones a los derechos de las personas usuarias y consumidoras, estas herramientas sirven para proponer reformas normativas, regulatorias, impulsar ordenanzas municipales o provinciales, y emitir recomendaciones o pronunciamientos oficiales para incidir en la formulación de políticas públicas con enfoque de derechos en beneficio de las personas usuarias y consumidoras en el Ecuador.

A nivel de Tutela: La Adjuntía de Usuarios y Consumidores, por medio de sus Direcciones Nacionales, brinda apoyo técnico en materia de usuarios y consumidores a las Delegaciones Provinciales, Coordinaciones Zonales y a la Dirección General Tutelar que receptan y resuelven casos mediante mecanismos de defensa previamente establecidos tales como: gestión oficiosa, sumario de consumidores, sumario de servicios públicos domiciliarios, investigación defensorial, audiencias ciudadanas, entre otros.

A nivel de Educación: La Adjuntía de Usuarios y Consumidores, propone, planifica y ejecuta campañas de prevención y educación bajo las directrices institucionales de Educación e Investigación en materia de usuarios y consumidores, con el objetivo de promover los derechos de este grupo, fomentar una cultura de consumo responsable y solidario y garantizar la exigibilidad de sus derechos desde su empoderamiento.

Se ha reiterado que una de las razones, por las cuales los usuarios y consumidores al ver vulnerados sus derechos no recurren a las instancias competentes para activar las acciones pertinentes en pro de la inmediata reparación de la situación jurídica infringida, por desconocimiento de los mecanismos y trámites necesarios, para lograrlo. Debido a ello, se considera necesario, exponer en este Trabajo investigativo la manera más expedita de cómo presentar las quejas y ante que Institución u Organismo, a los fines de orientar al Cantón Ibarra y evitar las reiteradas violaciones de sus derechos como consumidores o usuarios.

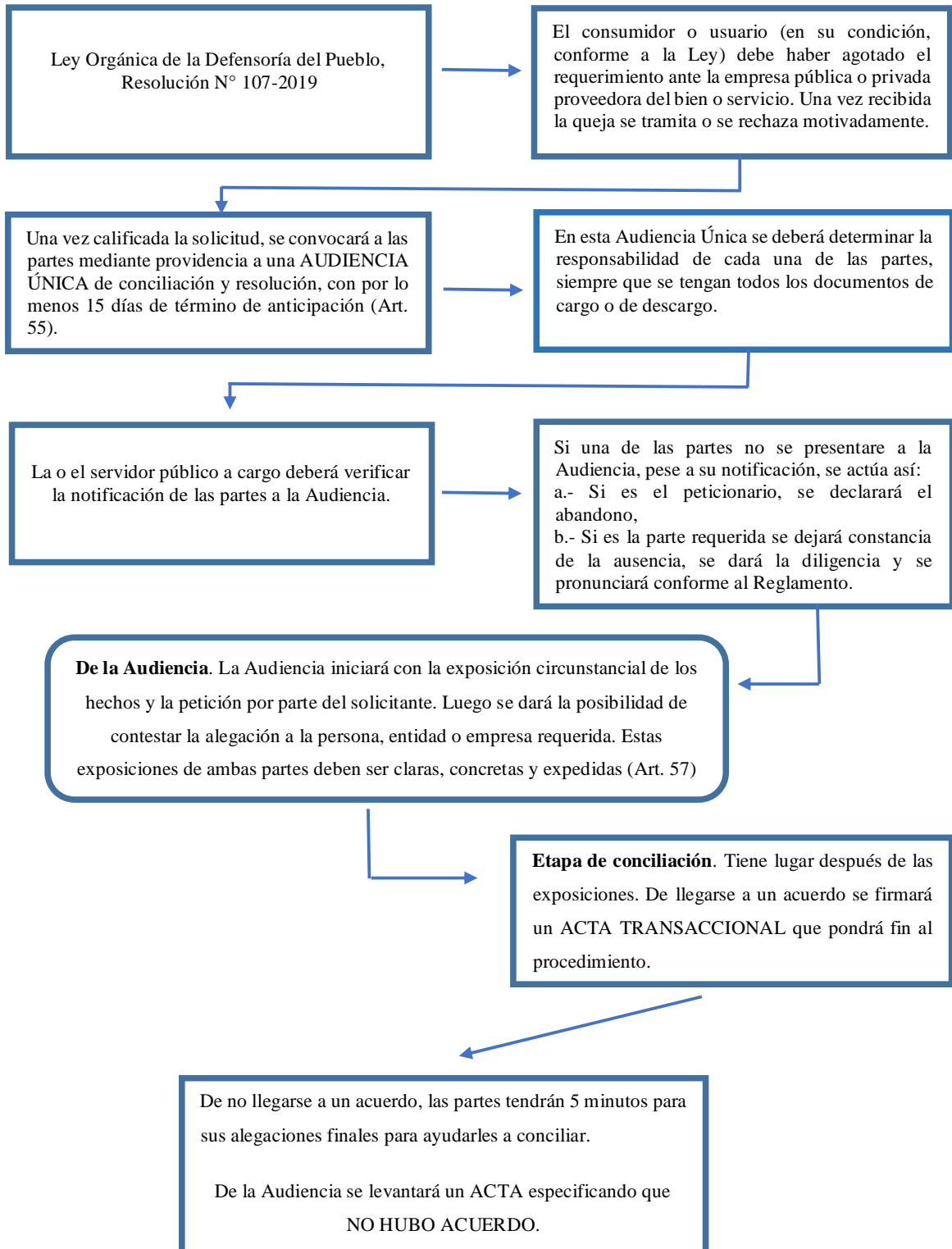
La Defensoría del Pueblo es la Institución Nacional de Derechos Humanos del país, reconocida desde 1998 en el artículo 96 de la Constitución, hoy se encuentra regulada en el artículo 214 de la Constitución de 2008 que señala: “La Defensoría del Pueblo será un órgano de derecho público con jurisdicción nacional, personalidad jurídica y autonomía administrativa y financiera. Su estructura será desconcentrada y tendrá delegados en cada provincia y en el exterior” (art.214). El Defensor de pueblo es quien encabeza dicho órgano, la misión de la misma es promover y proteger los derechos de las personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos; entiéndase dentro del término de *personas* se encuentran los consumidores y usuarios como tal.

Procedimiento ante la Defensoría del Pueblo

El procedimiento que se debe realizar por parte del consumidor es el mismo que de cualquier otra persona natural desee presentar ante la Defensoría del Pueblo, esto quiere decir que no posee un procedimiento especial o diferente por ser “consumidor”. La propia Ley Orgánica de Defensa del Consumidor establece en su artículo 82 el procedimiento ante la Defensoría en donde deroga a las disposiciones de la Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo, título III, capítulo II. Todo este procedimiento administrativo (tal como se evidencia en Cuadro N° 1) se basa en la conciliación de las partes. El Defensor del Pueblo siendo la autoridad administrativa tiene el deber de defender los derechos fundamentales de los consumidores buscando la conciliación entre éstas como dice la mencionada ley. Cabe mencionar que la Defensoría del Pueblo no posee la atribución de aplicar resoluciones con carácter administrativo ni sanciones en caso de infracciones. Sin embargo, el procedimiento que se encuentra contemplado en ambos cuerpos normativos no tutela efectivamente al consumidor o usuario, ya que de la principal ley deroga a otra y esta segunda no estipula términos ya sea de la calificación de la queja, la citación de las partes o para la resolución de la misma que cabe mencionar queda en mero informe.

Cuadro N° 1

Procedimiento ante la Defensoría del Pueblo



Autor: Zhong (2021).

Procedimiento de tutela en Sede judicial

El Art. 83 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (2011) establece que una vez agotado el procedimiento anterior y, en caso de que las partes no hayan llegado a un acuerdo, la Defensoría del Pueblo *elaborará un informe* en base del cual solicitará a las autoridades competentes la iniciación del respectivo proceso investigativo del que se podrá desprender la imposición de las sanciones establecidas en la presente Ley, así como la exigencia de que se dé cumplimiento a la obligación pendiente.

El informe emitido por la Defensoría del Pueblo será apreciado por el juez de acuerdo a su sana crítica. El Defensor del Pueblo podrá acudir ante el *Juez de Contravenciones* de su respectiva jurisdicción a fin de solicitar el inicio del respectivo proceso.

Del mismo modo, el Art. 84 sigue desglosando el procedimiento y establece el Juzgamiento de Infracciones, tal como se evidencia en Cuadro N° 2. Son competentes para conocer y resolver sobre las infracciones a las normas contenidas en la presente Ley, en primera instancia, el Juez de Contravenciones de la respectiva jurisdicción, y, en caso de apelación, el Juez de lo Penal de la respectiva jurisdicción.

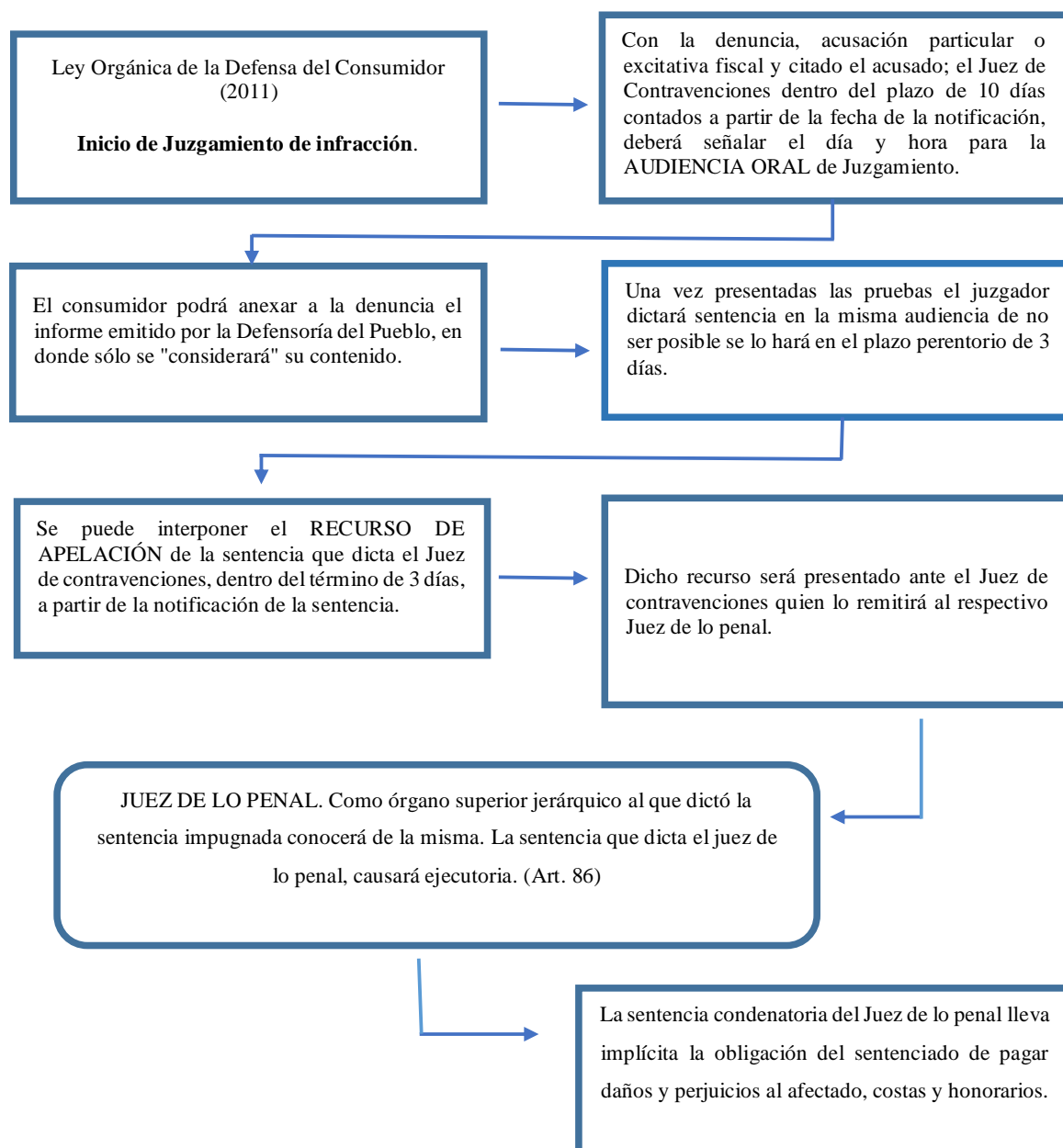
Es potestad del Juez de lo Penal de la respectiva jurisdicción resolver materia del consumidor una vez agotado la primera instancia, así como lo establece el artículo 86 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (2011):

De la sentencia que dicte el Juez de contravenciones se podrá interponer el recurso de apelación dentro del término de tres días, contados a partir de la notificación con el fallo. Dicho recurso será presentado ante el juez de contravenciones quien lo remitirá al respectivo Juez de lo penal. La sentencia que dicta el juez de lo penal, causará ejecutoria. (art. 86)

Por medio del recurso de apelación, se busca un segundo examen que se realizará por un órgano superior jerárquico al que dictó la sentencia impugnada. Devis Echandía citado por Vela (2019) en relación al recurso de apelación “...lo considera de suma importancia siempre que dentro de la decisión del juez se pueda dañar los intereses de alguna de las partes, afirma es necesario que sea impugnabile para que se corrijan aquellos errores o vicios” (p. 46).

Cuadro N° 2

Procedimiento en Sede Judicial



Autor: Zhong (2021).

Este procedimiento que explana la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (2011), en concordancia con la Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo (2019), Resolución N° 107-2019 y la Constitución de la República del Ecuador (2008) garantiza los derechos de los consumidores y usuarios ante la vulneración de sus derechos; sin embargo, el escaso control

que se realiza a la publicidad, por parte de las autoridades competentes en la ciudad de Ibarra, no permiten monitorear permanentemente a la publicidad, dando pie a que los usuarios y consumidores sean inducidos a comprar productos que, en algunos casos, están marcados por publicidad engañosa. La inducción al error o engaño pone en riesgo la garantía de los derechos de los usuarios y consumidores que, siendo la gran mayoría de ciudadanos, merecen productos de elevada calidad, ajustada a los estándares internacionales, como constitucionalmente se estipula.

El ejercicio de la acción penal de los derechos de los usuarios y consumidores es un recurso importante debido a que combate a la creciente delincuencia económica la cual vulnera los bienes jurídicos supraindividuales y colectivos o sociales, que ponen en peligro el consumo de bienes y servicios; por eso la acción penal con sus cualidades imperativas, coercitivas y sancionadoras contrarresta las consecuencias que se generan de la publicidad engañosa, cuando no existe una eficaz protección e imposición de sanciones en la vía civil o administrativa. Se debe considerar a la acción penal como una herramienta de ultima *ratio*, esto en aplicación del principio de mínima intervención penal, debido a que existe la vía administrativa y conciliatoria, que también pueden ayudar a solucionar la controversia.

3. MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se desarrolló desde el *enfoque cualitativo*, con un análisis de carácter específico, teórico, conceptual, de la protección que deben gozar los consumidores y usuarios frente a la publicidad engañosa, así como los distintos problemas que esta contratación ocasiona a la sociedad de consumo y el análisis de las cualidades positivas de la normativa nacional con el propósito de contrarrestar la publicidad engañosa en la ciudad de Ibarra, Ecuador.

El nivel de profundidad de esta investigación es *descriptivo* que permite revisar investigaciones previas que ha realizado la doctrina nacional en esta temática en cuanto a la normativa que regula la publicidad engañosa, de igual manera analizar la eficacia de la norma y las limitaciones de los agentes y autoridades de control de la ciudad de Ibarra.

El *método normativista*, facilita la estructuración y análisis de las concepciones teóricas, marcos necesarios para la elaboración del estado del arte, la construcción y la relación de la red conceptual, teorías consideradas válidas, así como el análisis del articulado de la Constitución del Ecuador, del Código Orgánico Integral Penal y de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2011, Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo, que regula los derechos de los consumidores y usuarios, con el propósito de obtener la protección más expedita para la reparación e indemnización de daños por la violación de sus derechos constitucionalmente estatuidos.

Desde esta perspectiva, el *método lógico analítico*, permite observar el problema que ocasiona a los consumidores y usuarios la publicidad engañosa en el cantón Ibarra y determinar la normativa competente para lograr ejercer las acciones correspondientes ante esta vulneración.

Entre las técnicas que se utilizaron en esta investigación resalta la *documental* que permitió la recopilación de información científica, técnica para la construcción de los marcos de referencia teórico-conceptuales difundida por distintos autores nacionales y extranjeros respecto a la publicidad engañosa, fundamentada en la revisión de bibliografía científica para su análisis, cuidando que estuviera relacionada con el problema y los objetivos de la tesis a investigar.

La segunda técnica utilizada fue la *entrevista* para identificar las opiniones que tienen los funcionarios de la Defensoría del Pueblo, en la Delegación Provincial de Imbabura, en especial el Defensor del Pueblo, los jueces de la Unidad Judicial Penal de Ibarra, quienes velan por la imposición de sanciones penales, en caso de no lograrse un acuerdo en la Defensoría del Pueblo. La guía de preguntas fue de carácter abierta, con la finalidad de disponer de información objetiva y veraz de la acción de protección de los consumidores y usuarios frente a la publicidad engañosa.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

De la revisión documental realizada, se obtuvo información muy valiosa para el desarrollo de esta investigación, realizada a través de fichas resumen que permitieron condensar la información obtenida de los diferentes trabajos que conforman la doctrina nacional en este tema. Los derechos de los consumidores debidamente estatuidos en el ordenamiento jurídico ecuatoriano, no obstante, son vulnerados constantemente debido, entre otras cosas, al desconocimiento de las acciones que deben seguir las personas consumidoras o usuarias ante la vulneración de sus derechos por la *publicidad engañosa* 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; por ello, la imperante necesidad de dar protección al consumidor que resulta ser la parte débil en la relación contractual.

La investigación se apoya considerablemente en las entrevistas diseñadas para profesionales del derecho, específicamente en materia constitucional, administrativa, civil y penal, que con su experticia y peritaje contribuyen a profundizar en la garantía de los derechos de los consumidores. Por ello, una de las entrevistas va dirigida a los jueces de la Unidad Judicial Penal de Ibarra, al Defensor del Pueblo en la Delegación Provincial de Imbabura, a abogados en ejercicio (quienes tienen estrecha relación y praxis con los derechos de los consumidores) y a personas en su condición de usuarios o consumidores.

4.1 Entrevistas

4.1.1 Entrevista a Jueces de la Unidad Judicial Penal de Ibarra

1.- ¿En el Ecuador se protegen penalmente los derechos de los consumidores?	
Dr. Alcívar Tulcanazo Saravino	Según lo consagra la Constitución del Ecuador y como lo ha derivado a través de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en el Ecuador están garantizados los derechos de los consumidores a tal extremo que la misma legislación ha otorgado el principio <i>in dubio pro consumidor</i> , como ustedes son estudiantes de derecho sabrán como es el desenvolvimiento de todo lo que es la duda es a favor del consumidor

	en este caso, al igual que en ciertas circunstancias ha permitido la reversión de la carga de la prueba, esto, por considerarse que los consumidores son personas que se les debe dar atención pronta eficaz y oportuna.
Dr. Francisco Heriberto Chacón Pinto	Existen disipaciones legales y derogatorias que más bien lo que han hecho es trabar aún más el procedimiento en cuanto se refiere a este tema y, eso hace pues que los derechos del consumidor no estén debidamente protegidos, no hay una legislación o norma clara que podamos nosotros seguir a las infracciones del procedimiento y sanciones que es necesario para continuar con el trámite.
Dra. Silvia Marlene Morales Guamán	Los derechos de los consumidores se encuentran tutelados en la Constitución y tipificados en el Artículo 235 del Código Orgánico Integral Penal, por tanto, si se protegen penalmente los derechos de los consumidores.
Dr. Niederman Chandi Maldonado	Conforme con la pregunta este juzgador considera que tanto en la Constitución como en la ley penal que es el Código Orgánico Integral Penal si se establece el tipo penal de las personas que engañan al usuario o consumidor sobre la prestación de bienes y servicios o así también brinden una publicidad engañosa sobre los bienes tanto en la Ley Orgánica del Consumidor y así también en el Art. 235 del Código Orgánico Integral Penal se considera que si esta tutelado este derecho al consumidor.

2.- ¿Cuáles son las acciones penales que pueden ejercer los consumidores para la defensa de sus derechos?

Dr. Alcívar Tulcanazo Saravino	Las acciones sacándole del contexto penal, las acciones que pueden ejercer los consumidores si es que se ha incurrido en un delito que es en contra de los consumidores y está en el catálogo del Código Orgánico Integral Penal, debe acudir directamente a Fiscalía y presentar su denuncia, es un delito de acción pública y, por ende, el fiscal debe impulsar la investigación hasta tal situación que recabe los elementos de convicción suficientes para iniciar un procesamiento penal en una audiencia de formulación de cargos, del camino que se dé se puede establecer si es que hay culpa o no hay culpa del infractor y en cuanto de ciertas podría decirse de carácter contravencional se debe presentar las denuncias directamente en la Unidad Penal como jueces de los de esta unidad tenemos competencia tanto para contravenciones como para delitos de la Ley Orgánica de la Función Judicial nos indica que como jueces de contravenciones tenemos competencia para asuntos del consumidor y como juez penales también tenemos competencia para conocer las apelaciones a las decisiones que se den en primera instancia en estos temas del consumidor eso son las acciones penales que se pueden ejercer en cuanto a los derechos consumidor.
Dr. Francisco Heriberto Chacón Pinto	Las acciones son las que se realizan en trámite expedito y sería como una contravención a la norma de defensa del consumidor, mas no se han presentado denuncias o trámites en lo que se refiere al artículo 235 del Código Orgánico Integral Penal, cuando se refiera ya a delitos cometidos por proveedores de servicios o almacenes.
Dra. Silvia Marlene Morales Guamán	Todas las personas tenemos derecho a ejercer nuestros derechos en defensa los productos que adquirimos y eso está regulado a través de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y el Código Orgánico Integral Penal, existen las vías pertinentes.

<p>Dr. Niederman Chandi Maldonado</p>	<p>Desde este punto deberíamos hacer una puntualización la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor última modificación del 16 de enero del 2015 se establecía a partir del artículo 81 y siguientes la competencia y el procedimiento la competencia se otorgan a los jueces de contravenciones penales y, por ende, el procedimiento era el procedimiento está expedito establecido en el Código Orgánico Integral Penal en el art 641 y siguientes del cuerpo normativo, ahora bien, ya con las reformas últimas a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor se ha Derogado todo lo que es referente a los artículos sobre la competencia y procedimiento, por tanto, produce un vacío legal para el jugador y los operadores de justicia ante esta falta de reglas procesales conozco que se están realizando las consultas respectivas víctimas ante la Corte Nacional de Justicia para que absuelva la inquietud de los administradores de justicia, en especial, así también debería indicar que anteriormente a la derogación de los artículos en diferencia el trámite que se daba a las acciones por reclamos de los consumidores era el trámite expedito nos regíamos por las reglas procesales establecidas y se le da un tratamiento de contravención penal previo un informe del Defensor del Pueblo cuya competencia era conocer en sede administrativa la reclamación llegar hasta una conciliación si no se daba la conciliación hacia un Informe motivado y esto daba origen al accionar como una contravención penal corresponde al juzgador mandar a citar en este caso el prestador del servicio y, posteriormente, continuar con el trámite expedito hasta llegar a una audiencia de juzgamiento donde también se podría dar una conciliación y si no pues al paso a la prueba y consecuentemente pues dicta sentencia de este tipo de acciones.</p>
---	--

<p>3.- ¿Ha resuelto, usted, casos en donde se hayan vulnerado los derechos del consumidor?</p>	
<p>Dr. Alcívar Tulcanazo Saravino</p>	<p>Si se ha resuelto casos de los que han violentado derechos del consumidor y comprende que atendiendo a los principios de <i>in dubio pro consumidor</i> y de la reversión de la carga de la prueba se han emitido fallos en pro y garantizando derechos del consumidor.</p>
<p>Dr. Francisco Heriberto Chacón Pinto</p>	<p>Como se dijo anteriormente se han resuelto pocos, pero lo que hemos tenido se ha impuesto la devolución de los bienes, mejor dicho, en este caso los valores que ha percibido el almacén o proveedor, también imponiendo las multas respectivas.</p>

<p>Dra. Silvia Marlene Morales Guamán</p>	<p>Si han venido casos remitidos a través de un Informe motivado de la Defensoría del Pueblo o directamente han presentado en la Unidad Judicial Penal en cuanto a las reclamaciones por las infracciones establecidas en la Ley Orgánica del Consumidor, más no en lo que establece el Código Orgánico Integral Penal.</p>
---	---

<p>Dr. Niederman Chandi Maldonado</p>	<p>Si como lo había indicado anteriormente la reforma y al vacío legal que en este momento tenemos el trámite era el expedito para este tipo de acciones en mi experiencia como juzgador he tenido algunas acciones por defensa del consumidor bajo las reglas procesales establecidas en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor se ha llegado a sentencia incluso a reparación recuerdo un caso de un vehículo que salió de la Hyundai cuyo caso pues los mismos técnicos de este patio de vehículos reconocieron que este automotor salió con un desperfecto de fábrica le cambiaron el vehículo y le satisficieron al consumidor incluso con unos 6 meses de cambió gratis de aceite entonces; lo que evidencia que si se ha tutelado por parte los juzgadores.</p>
<p>4.- De la revisión hecha en los archivos de la Unidad Judicial Penal, se observa que las personas no suelen interponer acciones penales para la defensa de sus derechos como consumidores, ¿a qué se debe esto? según su criterio.</p>	
<p>Dr. Alcívar Tulcanazo Saravino</p>	<p>No le podría dar información certera, pues, no conozco la estadística en cuanto al ingreso de denuncias, en cuanto a violaciones de derecho del consumidor, pero en lo que respecta a mi Despacho no son abundantes le podría decir, pero si son un número considerable de denuncias en violación de los derechos del consumidor. Lo que si me he percatado, en ciertos casos de estas denuncias, es que el afectado, en este caso el consumidor, una vez que presenta la denuncia deja de comparecer al caso, deja abandonado el proceso y desde luego usted sabe las consecuencias de que un caso que dejen en suspenso y abandono con el transcurso del tiempo estos se han archivado, pero los que verdaderamente han sido impulsados se han dado las decisiones como le digo en pro y garantía de los derechos del consumidor.</p>
<p>Dr. Francisco Heriberto Chacón Pinto</p>	<p>En lo que se refiere al archivo de esta Unidad Judicial no ha interpuesto, en efecto no se han interpuesto acciones penales de derechos del consumidor, según mi criterio es principalmente, creo yo sobre la incertidumbre, sobre la legislación misma, entonces los mismos profesionales que están en libre ejercicio, ellos han acudido a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor como una contravención y eso ahí como se han resuelto las causas no se ha hecho uso del procedimiento en esta instancia legal que provee el COIP en cuanto se refiere a los daños y al engaño realizado al comprador en la calidad en las cosas o servicios ofrecidos y en lo que respecta a este Despacho no ha ingresado ninguna causa por la vía penal respectiva.</p>

<p>Dra. Silvia Marlene Morales Guamán</p>	<p>A la falta de cultura de reclamo que tenemos las personas, a la falta de conocimiento de nuestros derechos, a la falta de publicidad de parte de los medios de comunicación, de las autoridades correspondientes de socializar la Ley Orgánica del Consumidor, así como también de lo que tipifica el art. 235 en cuanto se refiere a las graves violaciones de los derechos de nosotros como consumidores en cualquier ámbito comercial que establece pues prácticamente es la falta de cultura.</p>
<p>Dr. Niederman Chandi Maldonado</p>	<p>Si efectivamente como le he indicado son pocos los casos que han llegado hasta la Unidad Judicial penal, hay muchas reclamaciones que existen, pero muy pocos accionan tal vez será por desconocimiento de los derechos que amparan tanto en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, así también en el Código Orgánico Integral Penal que establece como delito al engaño al comprador respecto a la identidad o calidad de las cosas o servicios vendidos, es decir, considero de que falta más promoción por parte en este caso pues el ente respectivo que tenga que ver con temas de consumidor, más difusión de la normativa legal.</p>
<p>Autor: Zhong (2021).</p>	

4.1.1.1 Análisis:

De acuerdo con las entrevistas realizadas a los operadores de justicia de primer nivel, de la Unidad Judicial Penal con sede en el cantón Ibarra, se puede evidenciar que en el Ecuador si se protegen los derechos de las personas usuarias y consumidoras, esta protección se da tanto en sede administrativa como en sede judicial, frente al Juez en lo Penal, lo cual deja en evidencia que la normativa nacional para garantizar los derechos de los usuarios y consumidores es efectiva contribuyendo con la seguridad jurídica de la cual debe gozar todo ciudadano ecuatoriano.

Las juezas y jueces entrevistados coinciden en que existen acciones penales que pueden accionar las personas usuarias y consumidoras afectadas, esta acción se encuentra tipificada en el Art. 235 del Código Orgánico Integral Penal, que establece una pena de 6 meses a 1 año a quienes adecuen su conducta al artículo antes mencionado, de esta manera se encuentra tutelado el derecho de las personas usuarias y consumidoras, derechos establecido en la Constitución de la República del Ecuador.

En cuanto a los casos resueltos por los operadores de justicia entrevistados manifiestan que son muy pocos los casos resueltos, todos los casos de los cuales han tomado conocimiento son remitidos previo Informe fundamentado de la Defensoría del Pueblo; sin embargo, no se han registrados denuncias en base al Art. 235 del Código Orgánico Integral Penal, lo que indica que en su mayoría las violaciones a los derechos de los consumidores y usuarios se

solucionan ante la Defensoría del Pueblo, en la cual se prevé la conciliación como medio alternativo para la solución de las controversias en materia de consumidores y usuarios.

Conforme a lo manifestado por las y los operadores de justicia, las personas no suelen interponer acciones penales para la defensa de sus derechos, esto se debe a la falta de conocimiento y a la falta de una cultura de reclamo, pues en ciertas ocasiones existen personas que presentan acciones penales, pero no impulsan, generando así el abandono de la causa misma que tendrá como consecuencia su archivo.

4.1.2 Entrevista al Defensor del Pueblo. Ab. Pablo Dávila, Asistente de oficina 2, encargado por el Defensor del Pueblo.

1.- ¿Qué mecanismos utiliza la Defensoría del Pueblo para evitar y controlar la publicidad engañosa?	
Respuesta	Los mecanismos que utiliza la Defensoría Del Pueblo es el acercamiento con los proveedores con el fin de dar a entender todos los temas que tiene la Ley Orgánica De La Defensa Del Consumidor y hacer los acercamientos respectivos, además tienen un libro de reclamos que por obligación deben tener todos los proveedores de servicios.
2.- ¿En la Delegación de la Defensoría del Pueblo de Imbabura los Agentes o Unidades de Control como el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN), la Asociación de Consumidores, los Intendentes de Policía, Subintendentes de Policía, Comisarios Nacionales, la Defensoría Adjunta del Consumidor y Usuario promueve una cultura de consumo a los fines de minimizar la vulneración y el desconocimiento de estos derechos?	
Respuesta	Con el fin de minimizar este tipo de vulneraciones efectivamente nosotros hacemos el acercamiento con los señores intendentes y con los comisarios cantonales, con el fin de garantizar los derechos de los consumidores a su vez la Defensoría del Pueblo esta presta para recibir quejas y peticiones respecto a estas vulneraciones.
3.- ¿Cuál es el medio más utilizado por los proveedores para incurrir en la publicidad engañosa, redes sociales, páginas web de publicidad propias de las empresas, medios televisivos o vallas de publicidad?	
Respuesta	De acuerdo a nuestras estadísticas institucionales lo que más se ha palpado los medios de publicidad prohibida o engañosa son los telemáticos o todo lo que tiene que ver con la tecnología y además dentro de los almacenes no ponen el precio real, simplemente le ponen un estimado sea con medios de tarjetas de crédito y todo ese tema económico.
4.- ¿Cuáles son las acciones con que cuenta el consumidor para garantizar sus derechos ante la Defensoría del Pueblo?	

Respuesta	De acuerdo a la Ley Orgánica De Defensa Del Consumidor está estipulado claramente toda la normativa legal, así como también la resolución 107 de la Defensoría Del Pueblo en el cual nos compete realizar este tipo de acercamientos, la defensoría del pueblo es una institución de Derechos Humanos, donde efectivamente se garantiza a los consumidores y usuarios con el efectivo goce y respeto a esta institución.
5.- ¿Esta Delegación de la Defensoría del Pueblo mantiene una estadística, por años, de los casos de vulneración de Derechos de los consumidores presentados y decididos?	
Respuesta	Al ser una institución de Derechos Humanos contamos con toda esa información que el usuario quiera requerir, son por años, por días y por meses.
6.- Desde un punto de vista objetivo ¿el ordenamiento jurídico ecuatoriano, en general, es garante de los derechos de los consumidores?	
Respuesta	Tanto la Constitución en el Art. 52, como la Ley Orgánica De Defensa Del Consumidor establece claramente, es facultad y obligación, todo ciudadano al sentirse vulnerado en estos derechos acudir a estas instituciones con la finalidad de que no se vulnere.
Autor: Zhong (2021).	

4.1.2.1 Análisis

La Defensoría del Pueblo, representada por el Defensor del Pueblo, como institución pública tiene como función promover y proteger los derechos de las personas, pueblos, comunidades, colectivos y nacionalidades del Ecuador, en la que se pueden realizar reclamos por deficiente o indebida prestación de servicios ya sean estos públicos o privados, o por la vulneración de los derechos de los consumidores, fundamentalmente por publicidad engañosa, según la Delegación Provincial de Imbabura se trabaja día a día para garantizar los derechos de los consumidores y que esta población pueda contar con una Defensoría garante de sus derechos y de agentes de control que fiscalizan y promueve una cultura de consumo a los fines de minimizar la vulneración y el desconocimiento de estos derechos. Indicando que se llevan estadísticas muy detalladas de los reclamos que ingresan por esta vía administrativa.

4.1.3 Entrevista a los Fiscales, Dr. Darwin Pablo Sigüenza Sánchez, Fiscal titular de Fiscalía Especializada Contra la Fe Pública, Administración Pública y Delincuencia Organizada, Transnacional e Internacional y Patrimonio Ciudadano Nro. 1 (FEDOTI 1); y Dr. Rommel Cuaical. Fiscal de Soluciones Rápidas Nro. 4.

1.- ¿Cuáles son las acciones con que cuenta el consumidor para garantizar sus derechos ante la Defensoría del Pueblo?

Dr. Darwin Pablo Sigüenza Sánchez	Conozco que como consumidor al sentirse engañado puede presentar una acción en la Defensoría del Pueblo basándose en la ley de defensa del consumidor.
Dr. Rommel Cuaical	Las acciones a tomar por las personas usuarias y consumidoras de bienes o servicio a quienes se les haya afectado sus derechos como tales, tienen la vía administrativa ante la defensoría del pueblo, así como también la vía penal a través de una denuncia ante la Fiscalía General del Estado en base al Art. 235 del COIP.
2.- ¿Considera Usted que el procedimiento en sede Administrativa en la Defensoría del Pueblo ante la vulneración de los derechos del consumir, es efectivo y eficaz?	
Dr. Darwin Pablo Sigüenza Sánchez	Decir que es efectivo o eficaz no te podría decir, pero si te puedo indicar que si existe el mecanismo establecido en la norma que es en la Ley del Consumidor en la cual indica que si tú te crees engañado o de una forma u otra engañado se puede presentar en sede administrativa la reclamación ante la defensoría del pueblo.
Dr. Rommel Cuaical	Esta pregunta no te podría responder, pues tengo desconocimiento sobre el procedimiento administrativo en la Defensoría Del Pueblo.
3.- ¿En qué casos el Fiscal recurre a la excitativa fiscal en el juzgamiento de las infracciones previstas en la Ley en defensa de los derechos de los consumidores?	
Dr. Darwin Pablo Sigüenza Sánchez	De lo que se ha revisado, existe en el código orgánico Integral Penal existe un tipo penal establecido en el Art. 235 que indica sobre el engaño al comprador o consumidor, lo que es en el ejercicio fiscal de mi carrera que han sido así 10 años, no he tenido denuncias respecto de este tipo penal, lo que si se ha dado es que se presenta denuncias por el Art. 186 que es el delito de estafa que para mi parecer concuerda algunos elementos o verbos rectores que es la ocultación o engaño.
Dr. Rommel Cuaical	En el caso de cuando se presenta una denuncia en base al Art. 235 del COIP en relación al Art. 66 numeral 25 de la Constitución.
4.- ¿En su experticia fiscal, con qué frecuencia se presentan casos de vulneración de los derechos de los consumidores por publicidad engañosa?	

Dr. Darwin Pablo Sigüenza Sánchez	Retomando lo dicho anteriormente al menos en mi unidad FEDOTI 1 no habido denuncias respecto de ese tipo de engaño al comprador.
Dr. Rommel Cuaical	No muy frecuente ya que inicialmente conoce la Defensoría Del Pueblo.
<p>5.- ¿Conoce Usted si en la Delegación de la Defensoría del Pueblo de Imbabura los Agentes o Unidades de Control como el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN), la Asociación de Consumidores, los Intendentes de Policía, Subintendentes de Policía, Comisarios Nacionales, la Defensoría Adjunta del Consumidor y Usuario controlan y fiscalizan la vulneración de estos derechos por publicidad engañosa?</p>	
Dr. Darwin Pablo Sigüenza Sánchez	A mi criterio no existe un control, existe publicidad engañosa por medios televisivos, por radios, redes sociales se encuentra quienes ofrecen productos con calidad distinta o precios distintos, pero en si no he visto a las entidades o personas nombradas haciendo o fiscalizando el derecho de los consumidores.
Dr. Rommel Cuaical	Desconozco si estas instituciones realizan de manera conjunta un control o fiscalización a la publicidad engañosa, sin embargo, en lo que respecta a Defensoría del Pueblo ellos no realizan ningún tipo de operativos para controlar los distintos tipos de publicidad.
<p>6.- Desde un punto de vista objetivo ¿el ordenamiento jurídico ecuatoriano, en general, es garante de los derechos de los consumidores?</p>	
Dr. Rommel Cuaical	Si es garantista de los derechos de los consumidores así lo establece en el Art. 52 de la Constitución, Art, 66 numeral 25 <i>Ibidem</i> , Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y Art. 235 del Código Orgánico Integral Penal.

4.1.4 Entrevista a los Abogados en ejercicio, Abogado Franklin Artos y Abogado Christian Pantoja

1.- ¿Cuáles son las acciones con que cuenta el consumidor para garantizar sus derechos ante la Defensoría del Pueblo?

Abg. Franklin Artos	<p>Es importante señalar que ante la defensoría del pueblo es un trámite que no necesita de un profesional del derecho, es de forma directa que puede asistir el consumidor como tal y poner cualquier queja o denuncia con respecto a los problemas que haya tenido de ofrecimiento de un producto que quiso adquirirlo ya sea a través de redes sociales o a través de empresas o instituciones legalmente formadas o de personas naturales inclusive, en ese procedimiento meramente es uno de los grandes problemas del sistema judicial o de la normativa ecuatoriana, es que estas instituciones se han convertido meramente en administrativas pero que no han servido como antes que pongan un control definitivo y al final del día se convierten en etapas o llevan inclusive estas audiencias conciliatorias entre las partes para poder llegar a un arreglo, que siendo correcto en el marco de justicia de paz que habla el estado ecuatoriano, también al final del día no corrige el error que están cayendo los agentes vendedores, entonces se continua con el engaño y no hay una corrección, en sede jurisdiccional a través del propio COIP existe el artículo correspondiente que es el 235 en el que se señala el tema de este tipo de engaños como delito que pueda corregir el tema de esta acción, la parte pertinente en esta sede significaría demostrar que existe dolo, en cuanto a la parte del hecho fáctico que se vaya a discutir, esto quiere decir que no sea un error involuntario cuando se haga la acción del parte del vendedor o de la empresa que haga este tema, habría que demostrar la parte dolosa para que pueda encuadrarse, subsumirse a la norma del Art. 235 que establece, lo importante es señalar en esta sede que también se habla de la sanciones, no solo de la persona individual como tal si no a la persona jurídica para que se repare íntegramente el daño causado a la persona.</p>
Abg. Christian Pantoja	<p>Existen dos acciones que el consumidor puede garantizar sus derechos, la primera es a través de un trámite administrativo en la Defensoría Del Pueblo, iniciando netamente con una denuncia, de igual manera también existe la vía penal o jurisdiccional en la cual puede presentar la afectación al derecho del consumidor, siempre y cuando se constituya un delito es decir lo puede presentar ante la titular del ejercicio público de la acción que es la fiscalía, hay algo que notar aquí también que estamos en un estado de derechos y justicia por lo tanto el estado se vuelve garantista de los mismos y existen ciertas garantías constitucionales para la vulneración de derechos y si el consumidor siente que se han vulnerado derechos consagrados en la constitución, existe la acción de protección.</p>
<p>2.- ¿Considera Usted que el procedimiento en sede Administrativa en la Defensoría del Pueblo ante la vulneración de los derechos del consumir, es efectivo y eficaz?</p>	
Abg. Franklin Artos	<p>Vamos a ver ahí la parte de hasta donde la gente lo va impulsar, porque son procesos que demandan de tiempo y la gente por el tiempo no los continúan y también hay que entender que quien llega a estas instancias son cuantías mínimas que se discuten ahí, la compra de un celular o un televisor, el tema de una aspiradora etc., estas cosas que tienen una mínima cuantía, llegar a temas más judiciales que requieran tema del patrocinio de un abogado, significa que la gente no lo ve como necesario entonces el pasar el tiempo, el perder el tiempo la gente terminaría dejándolo ahí, entonces no se estaría cumpliendo con el objetivo de estas instancias, inclusive, yo creo, que deberían tener una parte de</p>

	<p>oficiosidad de estas instancias, la idea sería de que para tener más eficacia las instituciones lleguen al final del día así la persona no impulse, porque son cuantías mínimas, la gente por 100 o 200 dólares dejar de trabajar, pedir permisos, impulsar la causa, significa de desiste y al final del día solo va quedar en un archivo, nadie va terminar sancionado y no se va cumplir con el tema de resarcir el daño que se ocasiono a la persona perjudicada.</p>
<p>Abg. Christian Pantoja</p>	<p>A criterio personal considero que no es tan eficaz y tan efectivo porque, una vez tuve un caso de estos y lo único que hizo fue proceder a sancionar administrativamente a quien ocasiono dicho perjuicio, mas no hubo en si una reparación integral o en si una reparación al daño causado al consumidor, entonces considero que el trámite administrativo no es tan eficaz y eficiente.</p>
<p>3.- ¿Los consumidores en defensa de sus derechos frente a la publicidad engañosa recurren a la vía penal en el juzgamiento de las infracciones previstas en la Ley? Si o no. Fundamente su respuesta. Desconocimiento de las acciones. Ineficacia de la normativa.</p>	
<p>Abg. Franklin Artos</p>	<p>Yo creo que no, la mayoría no lo hace, vuelvo y repito nuevamente caemos en el tema económico, un profesional del derecho en la ciudad de Ibarra estaríamos hablando de que le cobra unos 400 dólares por patrocinarle en un tema de estas que tal vez por lo mínimo porque habrá otros profesionales que le cobren hasta 1500 dependiendo el tema de la calidad del profesional también, por un celular que tiene un costo de 200 o 300 dólares, entonces no lo haría porque le saldría más caro el tema del patrocinio que el propio instrumento que se esté reclamando, segundo el tema del tiempo, un proceso penal se requiere de más tiempo más aún que en sede administrativa que al final del día en un proceso penal el afectado ya requiere ir a rendir versiones, presentar pruebas, llegar a una eventual etapa donde el fiscal tome la decisión de formularle cargos, es decir etapa de instrucción fiscal, devaluatoria y preparatoria de juicio y llegar a un eventual juicio, todo ese proceso por lo mínimo de acuerdo a nuestro sistema judicial, estamos hablando de unos 8 meses, unos 8 meses por un problema de un celular o algo pequeño la gente no lo va hacer, costos, tiempo y el tema de la complejidad del sistema para tratar este tema como un delito.</p>
<p>Abg. Christian Pantoja</p>	<p>Yo creo que más es desconocimiento de las acciones, porque a veces los consumidores mismos llegan a los profesionales del derecho y a veces no les orientamos por el camino que sea correcto, en este caso el art. 235 del COIP lo confundimos y lo mandamos por el Art. 186 que es el de estafa, en ese sentido no se conoce muy bien la norma y también los consumidores no tienen ese conocimiento de los derechos que ellos tienen, serian bueno implementar un apolítica publica o sería bueno implementar campañas en los cuales a través de la participación ciudadana se haga comprender y entender al consumidor hasta donde y cuáles son sus derechos.</p>
<p>4.- ¿En su experticia profesional, con qué frecuencia se presentan casos de vulneración de los derechos de los consumidores por publicidad engañosa?</p>	
<p>Abg. Franklin Artos</p>	<p>Efectivamente, las mismas consideraciones anteriores por el tema de honorarios y como las cuantías son mínimas yo tengo patrocina 1 o 2 en todos mis tres años de abogado en libre ejercicio.</p>

Abg. Christian Pantoja	Como les mencione no he tenido muchos casos de esos, he tenido uno solo, entonces no se presentan muy a menudo.
5.- ¿Conoce Usted si en la Delegación de la Defensoría del Pueblo de Imbabura los Agentes o Unidades de Control como el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN), la Asociación de Consumidores, los Intendentes de Policía, Subintendentes de Policía, Comisarios Nacionales, la Defensoría Adjunta del Consumidor y Usuario controlan y fiscalizan la vulneración de estos derechos por publicidad engañosa?	
Abg. Franklin Artos	Sé que estas instituciones lo hacen de una manera todavía muy epidérmica, muy superficial por dos cuestiones, yo creo que esto debe ir en función de crear un sistema de control más activo, porque no es de esperar que se cometan problemas para ir a solucionarnos, aquí debemos ver cuántas veces se ha capacitado a los proveedores a las empresas en cuanto a estas características y los problemas que se puede intervenir o incurrir en este caso, inclusive llegar a la vía penal, en ese sentido es muy epidérmica, una vez al mes realizar un control o ver la información en el INEN para establecer estadísticas, sumado al temas del desconocimiento que pueden tener las personas con respecto a poner una denuncia o queja, sin llegar a un tema de política criminal, más ofensiva hacia la persona que comete un error, si debería endurecer más este tipo de actos porque desde ahí nace una propia formación al tema de que no es correcto engañar sobre un celular de menor calidad respecto a otro, eso debería irse controlando ya que son cuantías mínimas y ahí está la franja donde se cometen estos inconvenientes, nadie reclama nadie dice nada, sin darse la verdadera justicia.
Abg. Christian Pantoja	A mi criterio no controlan ni fiscalizan porque cada institución trabaja de manera independiente, mas no realiza un trabajo concatenado y eficaz, entonces la Defensoría del Pueblo no es tan bien vista como se debería serlo, pero creo que no trabajan de manera conjunta estas entidades.
6.- Desde un punto de vista objetivo ¿el ordenamiento jurídico ecuatoriano, en general, es garante de los derechos de los consumidores?	
Abg. Franklin Artos	Existe una limitada garantía, ya que llevada a la práctica se ha convertido en la limitación más grande a través de todas las instituciones y órganos de control, ahí está la dificultad, hasta ahora todas las instituciones van trabajar siempre y cuando el usuario este pendiente, no es por oficio o porque tiene que hacerlo o porque debe garantizar más allá solo el beneficio al usuario que presentó la queja si no a futuros usuarios que puedan ser perjudicados, esa parte están quedándose las instituciones del estado en garantizar lo que establece la norma ecuatoriana, la barrera de limitación más que en la norma está en los funcionarios.
	Objetivamente hablando se encuentra la norma positivada, estamos en un estado constitucional de derechos y justicia por lo que se vuelve garantista de nuestro derecho y es así que el Art.75 de la Constitución habla de la tutela judicial efectiva, el Art. 82 <i>Ibidem</i> habla de la seguridad jurídica y el Art. 169

<p>Abg. Christian Pantoja</p>	<p>de la misma norma nos dice que el sistema procesal es un medio para la realización de la justicia, en ese sentido creo que plasmado esta, pero hace falta a ciertos operadores de justicia garantizar estos derechos que no queden las leyes en letra muerta sino que hoy como la Constitución le ha otorgado a la norma de valores y principios debe también los señores jueces u operadores de justicia darle ese valor y aplicar a la norma, no solamente en lo que esta positivado sino en el sentido de que ellos puedan ponderar derechos para que se pueda cautelar los derechos, a mi criterio la norma está establecida, está ahí y el Ecuador si es garantista de derechos pero hay ciertos operadores que no cumplen su rol para el cual han sido dispuestos.</p>
-------------------------------	---

4.1.4.1 Análisis

Tanto los Fiscales del Ministerio Público como los abogados en ejercicio, con experticia en materia de derechos de los consumidores, coinciden en indicar que el Estado ecuatoriano es garantista de los derechos de los consumidores ya que así lo establece el Art. 52 de la Constitución, Art, 66 numeral 25 *ibidem*, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y Art. 235 del Código Orgánico Integral Penal, que se erigen como normativa consolidada en materia de derechos de los consumidores. Observan los profesionales del Derecho que si bien existe la garantía por parte del Estado existe desconocimiento también, por parte de la sociedad, de las acciones y del procedimiento tanto en sede administrativa como en sede jurisdiccional para lograr la reparación de los daños provenientes de la publicidad engañosa.

4.2. Discusión

Los resultados obtenidos a partir de la aplicación de entrevistas estructuradas a los diversos actores que, involucrados en el proyecto de investigación, accedieron a participar activamente dando opiniones valederas en virtud de su praxis y experticia forense dan lugar a una fundada discusión científica sobre los derechos de los consumidores vulnerados por la publicidad engañosa. Lo que se realizó tomando en cuenta el análisis cualitativo, vale decir, haciendo un proceso de conocimiento de la realidad percibida por los sujetos entrevistados para dilucidar sus componentes, establecer relaciones y sintetizar elementos.

Los resultados se presentan partiendo de la necesidad de conocer y determinar cuáles son las normas, procedimientos y mecanismos institucionales que garantizan los derechos de los consumidores y usuarios frente a la publicidad engañosa, en la ciudad de Ibarra, Imbabura, Ecuador en el período enero–diciembre de 2018. La discusión se presenta al examinar el discernimiento e interés de profesionales del derecho, jueces, fiscales y del Defensor del

Pueblo de la Delegación Provincial de Imbabura, directamente vinculados con los derechos de los consumidores quienes, respondiendo a la entrevista, como herramienta metodológica, dieron sus puntos de vista en relación a este instituto jurídico de gran valía en la actual normativa del Ecuador.

En esta discusión, sin duda fundamentada, por parte de los especialistas en el tema, se logró obtener información precisa para alcanzar los objetivos específicos de la investigación, ya que ellos precisan que el medio o mecanismo más idóneo para que los consumidores y usuarios ejerzan la acción correspondiente en pro de la reparación e indemnización de los daños, viene dado por dos vías muy expeditas, la vía administrativa ante las Delegaciones Provinciales de la Defensoría del Pueblo, en las cuales, las víctimas de publicidad engañosa pueden formular sus quejas (Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo, Resolución N° 107-2019) que se decidirá en un *única audiencia* en sede Administrativa, la cual culmina con un *Acta Transaccional*, en caso de existir acuerdo conciliatorio entre las partes y, en caso de no existir acuerdo se levantará un Acta especificando que no hubo acuerdo y queda abierta la vía judicial, en la que la víctima con la denuncia, acusación particular o excitativa fiscal y citado el acusado; puede dirigirse ante el Juez de Contravenciones, quien dentro del plazo de 10 días contados a partir de la fecha de la notificación, deberá señalar el día y hora para la *audiencia oral* de Juzgamiento y tomar una decisión (Ley Orgánica de la Defensa del Consumidor, 2011). De esta decisión se puede interponer el *recurso de apelación* de la sentencia dictada por el Juez de contravenciones para que conozca en instancia superior el juez *de lo penal* como órgano superior jerárquico, quien dicta sentencia y de ser condenatoria lleva implícita la obligación del sentenciado de pagar daños y perjuicios al afectado, costas y honorarios.

Tomando en cuenta esta normativa protectora de los derechos del consumidor y del usuario, los entrevistados coinciden en expresar que el Estado ecuatoriano es garantista de los derechos de los consumidores, ya que se erige como un Estado constitucional de derechos y justicia, de acuerdo al Art.75 de la Constitución se debe velar por la tutela judicial efectiva, el Art. 82 *ibidem* garantizar la seguridad jurídica y el Art. 169 norma el sistema procesal como el medio idóneo para la realización de la justicia y, en lo relativo a los derechos de los consumidores y usuarios, el ordenamiento ecuatoriano sigue esta tendencia, ya que así lo

establece el Art. 52 de la Constitución, Art, 66 numeral 25 *ibidem*, Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y Art. 235 del Código Orgánico Integral Penal.

Uno de los objetivos específicos fue determinar la frecuencia con que se presenta esta situación lesiva a los derechos de la sociedad de consumidores y usuarios de la ciudad de Ibarra en el Período enero-diciembre 2018, como consecuencia de las contrataciones donde se evidencia publicidad engañosa, en la que el representante de la Defensoría del Pueblo en la Delegación Provincial de Imbabura expresa que son recurrentes las quejas formuladas por las víctimas de publicidad engañosa en la ciudad de Ibarra, Delegación que lleva un Registro pormenorizado de estas quejas, según se evidencia en *Estadística Año 2018. Delegación Provincial Imbabura. Defensoría del Pueblo. Derechos de consumidores, que se anexa*, la cual gentilmente proporcionó para el desarrollo de esta investigación, en la que se puede evidenciar la regularidad con que se presentan los consumidores a exigir justicia de sus derechos como consumidores y usuarios. En relación a los Fiscales representantes de la Fiscalía General del Estado y los jueces de lo penal, manifiestan que esta vía judicial no es muy utilizada por las víctimas de publicidad engañosa debido al monto de lo denunciado y, entre otras cosas, al desconocimiento por parte de la sociedad de esta vía judicial, que aunque poco recurrida, es bastante efectiva para reparar los daños causados, ya que los jueces de lo penal al dictar medidas condenatorias éstas implican la obligación del sentenciado de pagar daños y perjuicios a la víctima de publicidad engañosa, costas y honorarios, que garantiza, sin duda alguna, sus derechos.

Estadística Año 2018. Delegación Provincial Imbabura. Defensoría del Pueblo. Derechos de consumidores.



UNIDAD	DERECHO	ESTRATEGIA	ETNIA	INSTRUCCION	FECHA NAC.	ESTADO CIV	GENERO	NRO PETICION	FECHA CREACION	FECHA CIERRE
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	AFRODESC	Doctorado		CASADO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-01-03	2018-04-26
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZOIA	Secundaria		DIVORCIADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-01-05	2018-03-09
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZOIA	Secundaria		DIVORCIADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-01-05	2018-06-05
DELEGAC	Derechos de Usuarios: Información adecuada, veraz, clara, ⁶⁰⁰⁰	TRAMITE	MESTIZOIA	Primaria		CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-01-08	2018-02-19
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	No selecciona		NO INDICA	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-01-09	2018-03-02
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	Primaria		CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-01-10	2018-04-26
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZOIA	No selecciona		CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-01-10	2018-02-08
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Protección contra la publicidad ⁶⁰⁰⁸	TRAMITE	MESTIZOIA	Primaria	1935-08-08	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-01-15	2018-06-05
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Reparación e indemnización por ⁶⁰¹⁰	TRAMITE	MESTIZOIA	Superior		SOLTERO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-01-16	2018-04-26
DELEGAC	Derechos de Usuarios: Disponer de servicios públicos domiciliario	TRAMITE	MESTIZOIA	Secundaria		SOLTERO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-01-17	2018-04-26
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	Secundaria		CASADO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-01-19	2018-03-09
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	Primaria		CASADO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-01-25	2018-04-27
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	No selecciona	1940-01-23	VIUDO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-01-29	2018-03-09
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZOIA	Superior		CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-01-29	2018-06-05
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZOIA	Secundaria	1953-04-15	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-02-01	2018-04-09
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	Secundaria	1958-09-01	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-02-06	2018-03-02
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	Secundaria		CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-02-09	2018-03-02
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	Superior	1980-10-22	SOLTERO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-02-09	2018-04-27
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	No selecciona	1988-10-26	SOLTERO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-02-09	2018-04-09
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Protección contra la publicidad ⁶⁰⁰⁸	TRAMITE	MESTIZOIA	No selecciona	1975-09-07	DIVORCIADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-02-15	2018-04-09
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	No selecciona		NO INDICA	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-02-16	2018-04-27
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Reparación e indemnización por ⁶⁰¹⁰	TRAMITE	MESTIZOIA	Secundaria	1981-09-24	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-02-28	2018-05-02
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	No selecciona	1954-08-02	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-02-28	2018-06-05
DELEGAC	Derechos de Usuarios: Facturación oportuna y real, no presuntiva	TRAMITE	AFRODESC	No selecciona		NO INDICA	MUJER	CASO-DPE-1	2018-02-28	2018-04-09
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZOIA	No selecciona	1978-01-30	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-03-01	2018-07-30
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	Primaria	1938-09-01	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-03-05	2018-07-30
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	Secundaria	1981-02-09	SOLTERO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-03-08	2018-10-30
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZOIA	No selecciona	1981-09-23	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-03-08	2019-04-24
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	Superior		SOLTERO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-03-08	2018-06-30
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	Secundaria	1981-08-15	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-03-09	2018-05-16
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZOIA	Secundaria	1972-11-18	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-03-12	2018-05-02
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Protección contra la publicidad ⁶⁰⁰⁸	TRAMITE	INDIGENA	Sin instrucción	1938-04-20	CASADO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-03-13	2018-10-30
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Protección contra la publicidad ⁶⁰⁰⁸	TRAMITE	MESTIZOIA	Secundaria		DIVORCIADO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-03-20	2018-05-02
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Protección contra la publicidad ⁶⁰⁰⁸	TRAMITE	INDIGENA	Sin instrucción	1968-01-11	VIUDO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-03-20	2018-05-08
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Protección contra la publicidad ⁶⁰⁰⁸	TRAMITE	MESTIZOIA	No selecciona	1956-03-07	CASADO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-03-26	2018-07-30
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	Secundaria	1965-09-10	SOLTERO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-03-28	2018-07-30
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	Secundaria	1965-06-23	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-03-28	2018-06-25
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	Primaria	1975-11-29	CASADO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-03-28	2018-07-30
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZOIA	Postgrado	1960-11-07	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-03-28	2018-04-18
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZOIA	Secundaria	1978-12-31	DIVORCIADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-03-28	2020-04-17
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	Primaria	1988-05-08	SOLTERO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-04-03	2018-04-18
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	Secundaria	1964-08-25	CASADO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-04-03	2018-06-05
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZOIA	No selecciona	1981-12-27	CASADO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-04-05	2018-10-30
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	Superior	1967-10-31	DIVORCIADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-04-10	2018-10-30
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	Superior	1974-08-17	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-04-11	2018-10-31
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZOIA	No selecciona		UNION LIBRE	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-04-12	2018-04-28
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	No selecciona	1969-07-20	SOLTERO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-04-17	2018-10-30
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Protección contra la publicidad ⁶⁰⁰⁸	TRAMITE	MESTIZOIA	No selecciona	1973-02-18	SOLTERO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-04-18	2018-08-22
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	Superior	1979-07-12	CASADO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-04-19	2018-08-25
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Reparación e indemnización por ⁶⁰¹⁰	TRAMITE	MESTIZOIA	No selecciona	1978-01-30	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-04-19	2018-07-30
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZOIA	No selecciona	1969-12-09	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-04-20	2018-06-11
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Reparación e indemnización por ⁶⁰¹⁰	TRAMITE	AFRODESC	Primaria		CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-04-20	2018-12-18
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZOIA	Superior	1978-05-13	SOLTERO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-04-23	2018-12-18
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZOIA	Secundaria	1984-10-24	CASADO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-04-23	2018-05-08
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZOIA	Superior	1970-05-21	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-05-02	2018-06-05
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZOIA	No selecciona	1986-05-07	SOLTERO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-05-07	2018-10-31
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		INDIGENA	No selecciona	1951-09-15	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-05-08	2018-07-23
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZOIA	No selecciona		CASADO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-05-08	2018-12-28
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	Superior	1991-10-12	SOLTERO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-05-11	2018-07-30
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZOIA	Secundaria	1982-03-28	SOLTERO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-05-14	2019-04-24
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZOIA	Superior	1971-09-12	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-05-16	2020-06-30
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Protección contra la publicidad ⁶⁰⁰⁸	TRAMITE	MESTIZOIA	Superior		CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-05-16	2018-08-29
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	Primaria		CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-05-21	2018-10-30
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Reparación e indemnización por ⁶⁰¹⁰	TRAMITE	INDIGENA	Sin instrucción		CASADO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-05-23	2018-10-30
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		INDIGENA	Secundaria		CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-05-24	2018-07-18
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZOIA	Primaria	1943-08-25	DIVORCIADO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-05-30	2018-07-23
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Protección contra la publicidad ⁶⁰⁰⁸	TRAMITE	MESTIZOIA	No selecciona	1957-10-10	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-05-31	2018-07-30
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Protección contra la publicidad ⁶⁰⁰⁸	TRAMITE	INDIGENA	No selecciona	1954-06-01	SOLTERO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-06-04	
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	Secundaria	1982-12-03	SOLTERO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-06-04	
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	Primaria	1955-11-22	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-06-04	2018-06-18
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Protección contra la publicidad ⁶⁰⁰⁸	TRAMITE	MESTIZOIA	Sin instrucción	1947-07-22	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-06-06	2018-08-29
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		INDIGENA	Secundaria	1976-03-14	CASADO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-06-06	2018-09-17
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Protección contra la publicidad ⁶⁰⁰⁸	TRAMITE	MESTIZOIA	Primaria	1980-10-12	SOLTERO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-06-07	2018-07-23
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	Superior	1987-08-29	SOLTERO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-06-13	2018-08-29
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	Secundaria	1979-05-21	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-06-13	2018-06-06
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	Superior		SOLTERO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-06-15	2018-07-02
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZOIA	No selecciona	1952-09-10	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-06-19	2018-10-31
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	No selecciona	1965-10-29	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-06-19	2018-07-16
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Protección contra la publicidad ⁶⁰⁰⁸	TRAMITE	MESTIZOIA	Superior	1975-01-18	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-06-20	2018-10-30
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZOIA	Secundaria	1980-05-25	CASADO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-06-20	2018-07-30
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		MESTIZOIA	No selecciona	1966-09-12	SOLTERO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-06-22	2018-12-18
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Protección contra la publicidad ⁶⁰⁰⁸	TRAMITE	MESTIZOIA	Superior	1972-06-02	CASADO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-06-28	2018-07-23
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara, TRAMITE		AFRODESC	Secundaria	1997-01-05	SOLTERO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-06-29	

DELEGAC	Derechos de Consumidores: Reparación e indemnización por daño	TRAMITE	MESTIZO/A	Superior	1987-09-08	SOLTERO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-07-04	1	2018-09-08
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZO/A	Primaria	1961-02-19	DIVORCIADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-07-05	1	
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara,	TRAMITE	MESTIZO/A	Secundaria		DIVORCIADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-07-06	1	2018-08-29
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZO/A	Primaria	1989-04-10	SOLTERO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-07-09	1	2018-12-18
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZO/A	No selecciona	1956-04-17	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-07-10	1	
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZO/A	Superior	1971-01-15	CASADO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-07-11	1	2019-01-25
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara,	TRAMITE	MESTIZO/A	Primaria	1993-02-23	UNION LIBRE	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-07-12	1	2018-09-05
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Protección contra la publicidad enga	TRAMITE	MESTIZO/A	No selecciona	1983-10-08	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-07-17	0	2018-10-30
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZO/A	No selecciona	1970-10-15	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-07-18	1	2018-10-30
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara,	TRAMITE	MESTIZO/A	Secundaria	1988-10-16	SOLTERO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-07-19	1	
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZO/A	No selecciona	1993-01-26	SOLTERO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-07-19	1	2018-12-18
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZO/A	No selecciona	1970-05-07	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-07-20	1	2019-01-16
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara,	TRAMITE	MESTIZO/A	Sin instrucción	1981-06-11	SOLTERO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-07-20	1	2020-03-31
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZO/A	No selecciona	1974-07-09	DIVORCIADO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-07-23	1	2018-10-30
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZO/A	Superior	1982-06-29	SOLTERO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-07-25	1	2019-07-08
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Reparación e indemnización por daño	TRAMITE	AFRODESCE	Primaria		CASADO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-07-25	1	2018-08-12
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara,	TRAMITE	MESTIZO/A	Secundaria	1966-07-16	SOLTERO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-07-26	0	2020-06-30
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara,	TRAMITE	MESTIZO/A	Superior	1980-11-20	CASADO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-07-26	1	2018-10-31
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara,	TRAMITE	MESTIZO/A	Superior	1981-09-11	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-07-27	1	
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZO/A	Superior	1991-08-05	DIVORCIADO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-07-30	1	2018-10-30
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZO/A	Superior	1992-09-11	SOLTERO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-11-26	1	2019-01-28
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara,	TRAMITE	MESTIZO/A	Superior	1966-06-05	CASADO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-11-27	1	2019-08-22
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZO/A	Superior	1991-05-31	SOLTERO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-11-27	1	2019-01-28
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara,	TRAMITE	MESTIZO/A	Primaria		CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-12-03	1	2019-08-22
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara,	TRAMITE	MESTIZO/A	Secundaria	1959-04-03	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-12-11	1	2019-04-24
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZO/A	Secundaria	1991-06-01	SOLTERO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-12-12	1	2019-02-25
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZO/A	Secundaria	1964-07-18	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-12-13	1	2019-04-24
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara,	TRAMITE	AFRODESCE	Primaria		SOLTERO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-12-14	1	2019-08-22
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara,	TRAMITE	MESTIZO/A	Primaria	1968-01-10	VIUDO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-12-14	1	2019-04-24
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZO/A	Primaria	1940-03-27	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-12-16	1	2019-04-24
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZO/A	Superior	1967-04-04	SOLTERO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-12-19	1	2019-03-28
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Protección contra la publicidad enga	TRAMITE	MESTIZO/A	Superior	1967-04-04	SOLTERO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-12-19	1	2019-03-28
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZO/A	Secundaria	1984-10-29	CASADO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-12-26	1	2019-08-22
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZO/A	Superior	1973-03-25	CASADO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-12-27	1	2019-03-28
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara,	TRAMITE	MESTIZO/A	Superior	1973-03-25	CASADO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-12-27	1	2019-04-24
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Información adecuada, veraz, clara,	TRAMITE	MESTIZO/A	Superior	1973-03-25	CASADO	MUJER	CASO-DPE-1	2018-12-27	1	2020-03-31
DELEGAC	Derechos de Consumidores: Disponer de bienes y servicios priva	TRAMITE	MESTIZO/A	Secundaria	1982-02-25	CASADO	HOMBRE	CASO-DPE-1	2018-12-28	0	2019-07-08

□

De la *revisión bibliográfica* que se hizo se debe resaltar que los autores referenciados logran definir qué es la publicidad engañosa y cómo afecta los derechos de los consumidores. Merece comentar lo expuesto por Ortega (2018) que tiene relación muy directa con lo que expresaban los entrevistados, que hoy las páginas web como OLX y MercadoLibre, autosecuador.com, casaecuador.com, WhatsApp, Instagram, Facebook, entre otras, han significado una verdadera revolución en cuanto a la forma de comprar y vender. Sin embargo, con el avance de la tecnología también han surgido técnicas para publicitar en línea de manera engañosa y abusiva; por esto, cobra vital importancia el conocimiento del amparo legal, de las acciones con que cuentan los consumidores que se vean perjudicados por estas prácticas.

Dentro de los resultados se destaca que, ante los avances legislativos de todo tipo, Ecuador se encuentra en equilibrio con los demás Estados en el contexto internacional, en materia de derechos de los consumidores. La actualización de su normativa obedece a esa imperiosa

necesidad de estar a tono con las exigencias internacionales y a la constante adaptación de sus normas a las necesidades y exigencias de la sociedad ecuatoriana de conformidad con su Plan Nacional del Buen Vivir 2017-2021, en el eje 2, que se basa en la economía al servicio de la sociedad y el objetivo 5, de impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria, garantizando los derechos de los consumidores.

En cuanto a los Agentes o Unidades de Control como el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN), la Asociación de Consumidores, los Intendentes de Policía, Subintendentes de Policía, Comisarios Nacionales, la Defensoría Adjunta del Consumidor y Usuario adscritos a la Delegación de la Defensoría del Pueblo de Imbabura, que contribuyen a controlar y fiscalizar la vulneración de los derechos de los consumidores afectados por publicidad engañosa, son entes, que en medio de sus limitaciones cumplen un rol garantista, aunque, pudiera ser más eficaz su control al tomar medidas inmediatas a la denuncia y no esperar que el consumidor afectado recurra a los entes competentes. A este respecto Tufiño-Díaz (2016) sostenía la necesidad en la ciudad de Ibarra, de crear una Unidad Técnica de Agentes de Control que pueda monitorear a la publicidad y de ser pertinente, sancionar a las empresas proveedoras que difundan publicidad engañosa, conforme lo establece la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

5. CONCLUSIONES

El estudiar el ejercicio de la acción de los consumidores frente a la publicidad engañosa, la normativa garantista que existe en el Ecuador y los agentes de control adjuntos a la Delegación Provincial de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, permite hacer las siguientes conclusiones:

- Las personas que consideran vulnerados sus derechos como consumidores o usuarios frente a la publicidad engañosa deben saber que existen procedimientos y mecanismos institucionales en la Defensoría del Pueblo, a través de un trámite administrativo que da solución a la violación de los derechos de los consumidores, que culmina siempre con un acuerdo conciliatorio a favor de la víctima; en el caso de no darse una solución favorable se remitirá Informe motivado al Juez de

Contravenciones a fin de que continúe con el trámite respectivo y se tutele el derecho de las personas usuarias y consumidoras decisión que es apelable ante el juez de lo penal, que basado en el Art. 235 del Código Orgánico Integral Penal tutela el derecho de las personas usuarias y consumidoras imponiendo las sanciones correspondientes, en caso de sentencia condenatoria.

- En el procedimiento de reclamos y quejas que puede presentar cualquier consumidor nacional o extranjero, por ante la Defensoría del Pueblo, podrá promover la utilización de mecanismos alternativos para la solución de conflictos, como la mediación, siempre que dicho conflicto no se refiera a una infracción penal. El juzgamiento de las infracciones previstas en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor se iniciará mediante denuncia, acusación particular o excitativa fiscal, lo cual le proporciona al consumidor nacional o extranjera varias posibilidades para exigir la garantía de sus derechos.
- La Delegación Provincial de la Defensoría del Pueblo de Imbabura, con sus limitaciones, cuenta con los Agentes o Unidades de Control como el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN), la Asociación de Consumidores, los Intendentes de Policía, Subintendentes de Policía, Comisarios Nacionales, la Defensoría Adjunta del Consumidor y Usuario que promueve una cultura de consumo minimizando la vulneración de los derechos que tienen como función inminente el control y fiscalización de las actividades comerciales que atentan contra los derechos de los consumidores, aunque en la actualidad se está frente a una sociedad digital en la que la publicidad engañosa no es fácil enervarla o menguarla por parte de estos Agentes o Unidades de Control que enfrentan, además, deficiencias tecnológicas para detectar estas actuaciones ilícitas.
- A través de la investigación se determinó que la publicidad engañosa es la información o comunicación comercial cuyo contenido es total o parcialmente falso o contrario a la realidad del producto o servicio contratado, generando así error en la compra o en la adquisición de servicios de las personas usuarias y consumidoras afectando la economía de quienes son afectados por dicha publicidad.
- La normativa protectora estudiada, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, la Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo, el Código Orgánico Integral Penal y la Constitución de la República del Ecuador, establece los derechos y obligaciones de

las personas usuarias y consumidoras, regula la publicidad y su contenido, determina las infracciones, las sanciones, las competencias y los procedimientos que se deben realizar ante la Defensoría del Pueblo, agotando la vía administrativa; pero esta normativa por vía penal también protege y garantiza los derechos de los consumidores y usuarios de conformidad con el Art. 235 del Código Orgánico Integral Penal en el cual se establece una sanción punitiva de 6 meses a 1 año a la persona que engañe o provoque error a la persona usuaria o consumidora.

- El infringir los derechos de los usuarios y consumidores se debe, en gran medida a una sociedad tecnologizada, que no posee limitaciones considerables en el manejo de estos recursos tecnológicos y redes sociales, que hacen vulnerables los derechos de los consumidores, realidad esta que perciben también los entrevistados y que, además, confirman que en este contexto no existe una cultura de reclamo en la sociedad ibarreña, pues, muchas veces son víctimas de la publicidad engañosa y no recurren al ejercicio de las acciones pertinentes, ya sea por desconocimiento, por desconfianza en el sistema de justicia del Ecuador o por falta de tiempo, ya que estos no tienen la celeridad procesal esperada, teniendo como consecuencia que estas vulneraciones queden impunes.

6. RECOMENDACIONES

- El Estado ecuatoriano en fiel cumplimiento de su obligación de garantizar los derechos establecidos en la Constitución y las leyes, debería fiscalizar y controlar la modernización con que se brinda la información por parte de las empresas y proveedores ofrecida a través de redes telemáticas a los fines de ampliar el conocimiento de la población ecuatoriana en general, para que esta vasta población identifique claramente sus derechos como personas usuarias y consumidoras y, de igual manera, dar a conocer los procedimientos a seguir, por medio de programas de publicidad en los medios televisivos y redes sociales, como whatsApp, instagram, facebook, telegram, twitter, you tube, tik tok, entre otros.
- Es menester que la Defensoría del Pueblo cree un Departamento Especial de Control que tenga como función única y específica la regulación y control de todo tipo de publicidad referente a la oferta de bienes y prestación de servicios, mismos que de

oficio iniciarán un procedimiento para que, en el caso de determinar publicidad engañosa, se imponga la sanción respectiva.

- La creación de una línea telefónica gratuita y con servicio las 24 horas, con la finalidad de que la ciudadanía pueda denunciar a los establecimientos que oferten productos o brinden servicios bajo la modalidad de publicidad engañosa, brindando la ubicación exacta del establecimiento que incurre en este ilícito con la finalidad de erradicar todo tipo de engaños a los consumidores y usuarios.
- Instar al Instituto Ecuatoriano de Normalización - INEN – a promover, de manera más eficiente, la creación y funcionamiento de los departamentos de control de calidad, dentro de cada empresa pública o privada, proveedora de bienes o prestadora de servicios en la ciudad de Ibarra.
- Propiciar la existencia de alianzas estratégicas con organismos protectores de derechos como el Tribunal Ecuatoriano de Consumidores y Usuarios para fortalecer los agentes de control y garantizar a todos los derechos en materia de consumo.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alexy, Robert (1993) Teoría de los derechos fundamentales, traducido por Ernesto Garzón Valdez. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales.
- Álvarez-Rubio, J. (2008) El potencial carácter engañoso de la forma de en las comunicaciones comerciales. Recuperado de: <https://www.laleyonline.com>
- Barcia-Lehmann, Rodrigo (1999) Algunas consideraciones sobre la publicidad ilícita en España y Europa. En *Ius et Praxis*, vol. 5, núm. 2, 1999, pp. 269-292. Universidad de Talca Talca, Chile. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19750210>
- Cevallos-Vásquez, Víctor (2013) Efectos perjudiciales que produce la publicidad engañosa dentro de las relaciones de consumo de productos en el mercado. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/47117/TESIS%20DE%20LICENCIATURA%20EN%20CIENCIAS%20JURIDICAS.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Defensoría del Pueblo Ecuador, página web (2019) Derechos de personas usuarias y consumidoras. Quito, Ecuador. Recuperado de: <https://www.dpe.gob.ec/usuarios-y-consumidores/>
- Echeverri, Verónica y Ospina, Julián (2015) La regulación de la publicidad en el nuevo estatuto del consumidor. Implicaciones desde la teoría del contrato. *En Revista Opinión Jurídica*, Vol. 14, N° 28, pp. 135-158 - ISSN 1692-2530. Julio-Diciembre de 2015 / 240 p. Medellín, Colombia: Universidad de Medellín. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5331191.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador. Registro Oficial 449, 20/10/2008.
- Código Orgánico Integral Penal. Ecuador: Registro Oficial N° 180. Lunes, 10 de febrero de 2014.
- García Falconí, José (2019) Violación a los Derechos del Consumidor. Trámite de Quejas. Quito: Facultad de Jurisprudencia, Universidad Central del Ecuador. Recuperado de: <https://www.derechoecuador.com/violacion-a-los-derechos-delconsumidor-tramite-de-quejas>
- Grijalva, Agustín (2018) ¿Qué son los Derechos Colectivos? Quito: Universidad Andina Simón Bolívar. Recuperado de: <http://portal.uasb.edu.ec/UserFiles/369/File/PDF/CentrodeReferencia/Temasdeanalis2/administracionyjusticiaindigena/articulos/agustingrijalva.pdf>

- Franco-Trujillo, Jessica (2014) La publicidad engañosa en la legislación vigente en el Ecuador. Quito: Universidad Central del Ecuador. Recuperado de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/3054/1/T-UCE-0013-Ab-49.pdf>
- Kuri, D., & Salas L., E. (2018) *Nómadas*. Los derechos del consumidor en el Ecuador. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18153278008>
- Ley Orgánica de Defensa del consumidor. (2011) Ecuador: Lexis Finder. publicada en Registro Oficial 497 de 22 de Julio del 2011. Recuperado de: www.lexis.com.ec
- Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo. (2019) Ecuador: Lexis Finder. Recuperado de: www.lexis.com.ec
- López, J. (2018) La protección constitucional del consumidor frente a la publicidad engañosa. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6529426.pdf>
- López-Jiménez, David (2014) Publicidad, prácticas comerciales agresivas, y ficheros de exclusión voluntaria o listas Robinson en el ámbito digital: una sugerente visión desde el derecho español. *Revista de Derecho - Universidad Católica del Norte*, vol. 21, núm. 1, 2014, pp. 61-109. Coquimbo, Chile: Universidad Católica del Norte. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/3710/371041329003.pdf>
- López Soria, Yudith (2015) La indeterminación de los titulares de los derechos difusos y su vulneración a algunas garantías constitucionales. Uniandes-Ambato: Facultad De Jurisprudencia. Recuperado de: <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/963>
- Maquilón-Gómez, José; Maquilón-Beltrán, Estefanie y Tapia-Borja, Jimmy (2018) El derecho del consumidor y la prestación de servicios públicos en el Ecuador. Quito: Ediciones Grupo Compás. Recuperado de: <http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/33/1/Libro%20Maquilon%20%2324%20corregido.pdf>
- Mejías R., Carlos (2015) El ámbito de protección en el derecho penal económico. En *Revista IUS* vol.9 no.35 Puebla ene./jun. 2015. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-21472015000100058
- Muela-Molina, Clara y Perelló-Oliver, Salvador (2014) La vulneración del principio de veracidad en el spot radiofónico según el código de conducta en España. En *Revista de Comunicación* 12, 2013. Pp. (139-157). Madrid: Facultad de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Rey Juan Carlos. Recuperado de: <https://Dialnet-LaVulneracionDelPrincipioDeVeracidadEnElSpotRadiof4508762.pdf>

- Naciones Unidas. (Julio de 2016) *Conferencia de las Naciones Unidas Sobre Comercio y Desarrollo*. Obtenido de Directrices para la Protección del Consumidor: https://unctad.org/es/PublicationsLibrary/ditccplpmisc2016d1_es.pdf
- Nieto-Aguilar, (2017) Los derechos del consumidor y su desconocimiento en la sociedad ecuatoriana. En *Prisma social. Revista de ciencias sociales*. Quito, Ecuador: Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE). Recuperado de: <https://Dialnet-LosDerechosDelConsumidorYSuDesconocimientoEnLaSoci6220232.pdf>
- Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI) (2018) Informe del director general a las Asambleas de la OMPI de 2018. Ginebra-Suiza: Publicación de la OMPI N° 1050S/18. Recuperado de: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_1050_2018.pdf
- Ortega Pino, Eric (2018) “Análisis de la Publicidad engañosa y abusiva, como un derecho del consumidor dentro de la legislación ecuatoriana y legislación comparada”. Cuenca – Ecuador: Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Políticas y Sociales. Recuperado de: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/29567/1/Trabajo%20de%20Investigaci%C3%B3n.pdf>
- Patrón-Salinas, Carlos (2018) El principio de veracidad y la sustanciación previa en materia publicitaria. En *THEMIS- Revista de Derecho. Jurisprudencia comentada*. Pp. 239-248. Recuperado de: <http://DialnetElPrincipioDeVeracidadYLaSubsanacionPreviaEnMateri-5109776.pdf>
- Peralta, M. (2015) *La Publicidad Engañosa y los Derechos del Consumidor en la Normativa Ecuatoriana*. Quito. Recuperado De: <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/5215/1/11595.pdf>
- Quiroz, A. E. (2005) *Teoría de la Constitución*. México: Porrúa.
- Resolución 107 de la Defensoría del Pueblo (2019) Recuperado de: https://www.dpe.gob.ec/wp-content/dperesoluciones2019/resolucion_107.pdf
- Rivera, A. (2015) Análisis de la responsabilidad penal de los proveedores conforme el artículo 235 del Código Orgánico Integral Penal y su aplicabilidad en las relaciones de consumo por publicidad engañosa. (Trabajo de grado/ Universidad San Francisco de Quito). Recuperado de: <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/3984/1/113943.pdf>
- Sarmiento, Durán et al. (2015) “Los locales de comida rápida frente a la publicidad engañosa”. Ecuador: Universidad Técnica de Machala. Unidad Académica de Ciencias Empresariales.

Silva, R. (10 de julio de 2009) Derechos Colectivos. *La hora*.

T.J, F. (2014) *La Publicidad Engañosa en la legislación vigente en el Ecuador*.

Tufiño-Díaz, Pablo (2016) La publicidad engañosa de productos alimenticios de consumo masivo en la ciudad de Quito. Quito: Universidad Central del Ecuador. Recuperado de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/6687/1/T-UCE-0013-Ab-281.pdf> Obtenido de www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/3054/1/TUCE-0013-Ab-49.pdf

Thompson, I. (2005) *Definición de Publicidad*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-definicionconcepto.html>

Tonetto, E (2012) Publicidad Engañosa. Análisis, encuadramiento legal y propuestas para una regulación jurídica eficiente contra este ilícito publicitario. Recuperado de: http://dspace.uces.edu.ar:8180/xmlui/bitstream/handle/123456789/2594/Publicidad_Tonetto.pdf?sequence=1

Torres-Buteler, Eduardo (2012) La protección del consumidor a la luz de los tratados internacionales de derechos humanos. Recuperado de: <http://Downloads/739-949-1-PB.pdf>

Vela, A. (2019) La tutela jurídica efectiva de los derechos del consumidor en la legislación ecuatoriana. PUCE-Ambato. Escuela de Jurisprudencia. Recuperado de: <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2749/1/76909.pdf>

SENTENCIAS

Corte Constitucional del Ecuador. (16 de septiembre 2015) Sentencia N.0 303-15-SEP-CC [Dra. a Wendy Molina Andrade]. Recuperado de: http://portal.corteconstitucional.gob.ec/Raiz/2015/303-15-SEPCC/REL_SENTENCIA_303-15-SEP-CC.pdf