



Fiscalización Comercio Electrónico

Febrero – Marzo, 2021

Marco Legal

Art. 46 Constitución Política

“Los consumidores y usuarios tienen derecho a la protección de su salud, ambiente, seguridad e intereses económicos; a recibir información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a un trato equitativo. El Estado apoyará los organismos que ellos constituyan para la defensa de sus derechos”

Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor Ley 7472 y su Reglamento Decreto Ejecutivo 37899-MEIC

Art. 32 Derechos del consumidor. Protección de sus legítimos intereses económicos y sociales. Acceso a una información, veraz y oportuna.

Art. 34 Obligaciones del comerciante. Respetar las condiciones de la contratación. Informar suficientemente al consumidor, en español y de manera clara y veraz, acerca de los elementos que incidan en forma directa sobre su decisión de consumo (...) Garantizar todo bien o servicio que se ofrezca al consumidor...

Reglamento Decreto Ejecutivo 37899-MEIC Cap. X Protección al Consumidor en el Contexto de Comercio Electrónico

Art. 245 Ámbito de Aplicación del Capítulo. Las disposiciones del presente capítulo regirán las relaciones entre los comerciantes y los consumidores, en el ámbito del comercio electrónico.

Capítulo X: Protección al consumidor en el contexto de Comercio Electrónico:

(Así adicionado en capítulo anterior por el artículo 1° del decreto ejecutivo N° 40703 del 3 de octubre de 2017)

Art. 245 Ámbito de aplicación del capítulo.

Art. 246 Principio de Equivalencia.

Art. 247 Información sobre el Comerciante.

Art. 248 Pertenencia a Programas de Auto Regulación o Buenas Prácticas.

1.Art. 249 Información sobre los Bienes y Servicios.

1.Art. 250 Información sobre la Transacción.

1.Art. 251 Información sobre el Precio.

1.Art. 252 Opciones Preseleccionadas y Engaños en la Suscripción.

1.Art. 253 Proceso de Confirmación.

1.Art. 254 Perfeccionamiento del Contrato.

Art. 255 Comprobante para el Consumidor.

Art. 256 Seguridad en los Medios de Pago.

Art. 257 Notificación del Intermediario Financiero.

Art. 258 Plazo para la Entrega del Bien o la Prestación del Servicio.

1.Art. 259 Reclamaciones del Consumidor.

1.Art. 260 Evaluaciones del Consumidor.

1.Art. 261 Reglas para realizar la Publicidad y el Mercadeo.

1.Art. 262 Publicidad dirigida a Menores de Edad, Consumidores Vulnerables o Desfavorecidos.

1.Art. 263 Protección de los Datos Personales.

1.Art. 264 Comunicaciones Electrónicas no solicitadas por los Consumidores.

Metodología

- Se seleccionaron 20 empresas que comercializan sus bienes y servicios a través de plataformas digitales y poseen “Carrito de Compra” para realizar compras digitales.

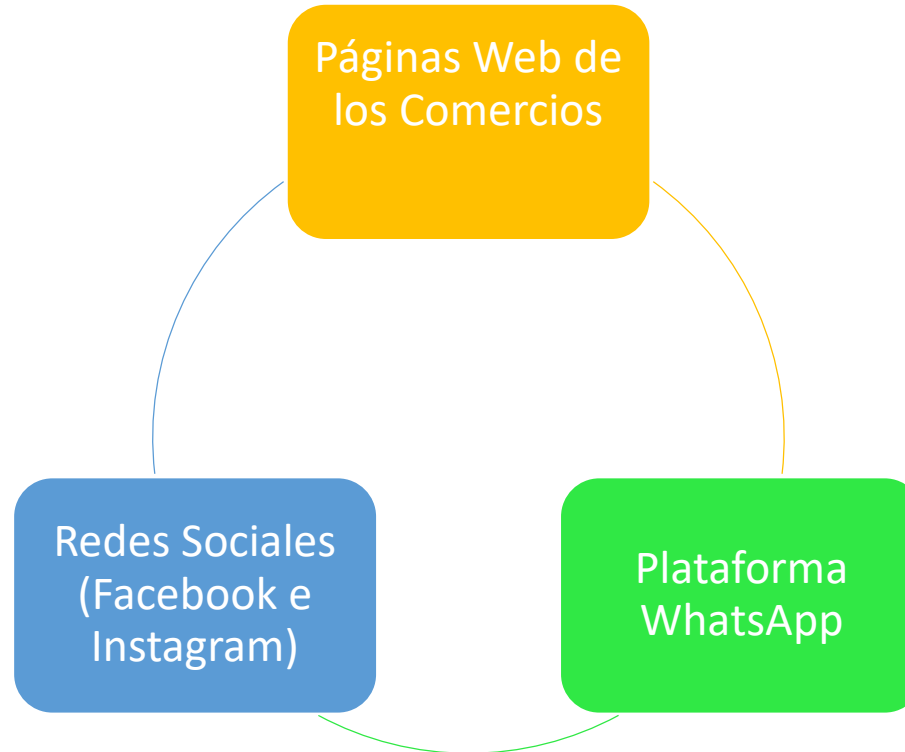
- Se procedió con la fiscalización de los sitios web de comercio electrónico y su cumplimiento con la normativa vigente.

- Se aplicó la Plantilla de Comercio Electrónico de manera individual por empresa y se procesa la evaluación en la Base de Datos General de Comercio Electrónico.

Según los resultados se elaboran las misivas informativas y/o correctivas con la detección de incumplimientos y se envían a los comercios correspondientes.

Comercios Electrónicos Fiscalizados

Mecanismos digitales fiscalizados
entrelazan y redireccionan información
por otras plataformas digitales:



➡ De manera integral se fiscaliza la publicidad de ofertas y promociones que entrelazan en las plataformas digitales.

Empresas Fiscalizadas según Actividad Comercial

Variedad de Catálogos de Bienes y Servicios según rama comercial, se verifica que posean:

Información clara, veraz y suficiente acerca de los bienes y/o servicios

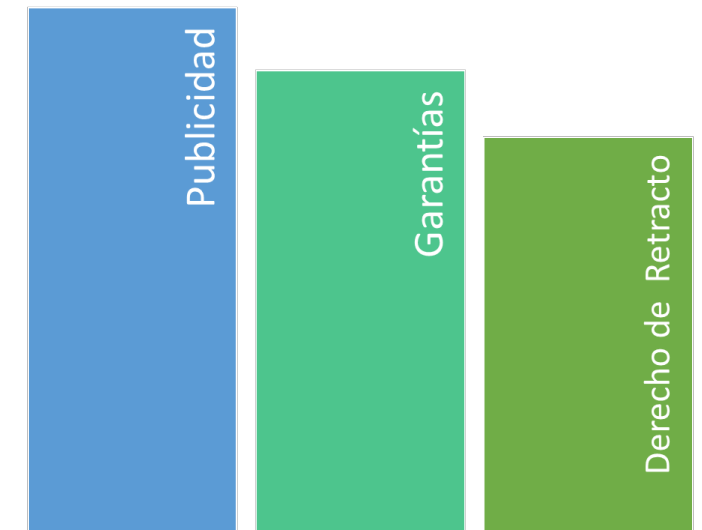
Precios, Impuestos, Monto Total

EMPRESAS SEGÚN TIPO DE COMERCIO	
Tienda por Departamentos	5
Óptica	2
Tienda de Equipo Electrónico	2
Tienda Ropa Dama	2
Zapatería	2
Colchonería	1
Librería y Tienda por Departamentos	1
Mueblería	1
Supermercado/Membresía	1
Tienda de Artículos Funcionales	1
Tienda de Ropa Infantil	1
Tienda Deportiva	1
Total	20

Variables Analizadas

Información sobre el Comerciante	Información sobre los Bienes y Servicios	Información sobre la Transacción	Información sobre el Precio
Opciones Preseleccionadas y Engaños en la Suscripción	Proceso de Confirmación	Perfeccionamiento del Contrato	Comprobante para el Consumidor
Seguridad en los Medios de Pago	Plazo para la entrega del bien o la prestación del servicio	Reclamaciones del Consumidor	Evaluaciones del Consumidor
Reglas para realizar la Publicidad	Publicidad dirigida a Menores de Edad	Protección de Datos Personales	Comunicaciones Electrónicas no Solicitadas

Otros aspectos que se consideran en la fiscalización de los Sitios Web:





Principales Resultados

Información sobre el comerciante.

Art. 247 “El comerciante debe informar de forma cierta, fidedigna, suficiente, clara, accesible y actualizada su verdadera identidad, especificando su ubicación geográfica principal, nombre o razón social, documento de identidad o cédula jurídica, domicilio social, teléfono, correo electrónico y demás puntos de contacto, información adecuada del registro del nombre del dominio para los sitios web que estén promoviendo o que participen en transacciones comerciales con consumidores y cualquier registro del gobierno o información de licencia pertinentes.”

A continuación, se muestra el detalle de información faltante:

Información sobre el comerciante							
Requisitos de Información	Ubicación geográfica principal	Nombre o razón social	Documento de identidad o cédula jurídica	Domicilio social	Teléfono	Correo Electrónico	Información adecuada del registro del nombre del dominio
Cantidad de Comercios que cumplen	19	13	4	1	20	20	1
Cantidad de Comercios que no cumplen	1	7	16	19	-	-	19

Información sobre el comerciante.

Todos los comerciantes informaron números de teléfono de contacto y correo electrónico, sin embargo omitieron alguna información la cual se detalla a continuación:

Tabla Resumen:

Ubicación Geográfica Principal: 95% la informó - 5% No.

Nombre o razón social: 65% lo indicó – 35% No.

Documento de identidad o Cédula Jurídica: 20% lo informó – 80% No.

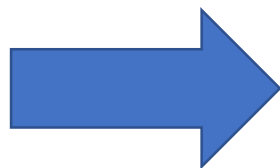
Domicilio social: 5% lo informó – 95% No.

Información adecuada del registro del nombre del dominio: 5% lo informó – 95% No.

Información sobre los bienes y servicios.

Art. 249 "El comerciante debe proporcionar al consumidor información clara, precisa, fácilmente accesible, en un lenguaje sencillo y fácil de comprender acerca de los bienes y servicios ofrecidos, de acuerdo con la naturaleza de los bienes o servicios de que se trate, de modo que el consumidor tenga información suficiente para tomar una decisión informada, por lo que no deberá inducir a error o prestarse para interpretaciones, limitaciones o condiciones que puedan afectar la capacidad del usuario final de adquirir, acceder o usar el bien o servicio."

Detalle del tipo de bienes comercializados con la información proporcionada, así como alguna información faltante:



BIENES Y SERVICIOS	TIPO DE INFORMACIÓN PROPORCIONADA	ALGUNA INFORMACION FALTANTE
Artículos para el Hogar	Imagen – Marca – Precio	País de Origen – Garantía Comercial
Cosméticos	Imagen – Precio	Lista de Ingredientes - Fecha de Caducidad – Pruebas realizadas en animales – Información respecto a productos alergénicos
Electrodomésticos, Equipo Electrónico, Máquinas Ejercicio	Imagen – Marca – Peso - Dimensiones – Modelo - Voltaje – Garantía Comercial – Precio	País de Origen – * En algunos casos falta la información de la Garantía Comercial
Juguetes	Imagen – Marca – Detalle del producto y funcionamiento – Precio	País de Origen - Edad recomendada - Existencia de Partes pequeñas – Garantía Comercial
Libros	Imagen – Categoría de Lecturas – Autor – Nombre del Libro - Precio	-----
Medicamentos	Imagen – Marca – Detalles – Precio - Ingredientes - Contraindicaciones	-----
Muebles	Imagen – Tipo de Madera o Material – Peso -Dimensiones - Precio	País de Origen – Garantía Comercial
Productos de Limpieza y Aseo	Imagen – Marca – Precio	País de Origen – Lista de Ingredientes
Ropa, Zapatos	Imagen – Marca – Talla – Color - Composición Material – Precio	País de Origen

Información sobre la transacción.

Art. 250 “El comerciante debe informar al consumidor de manera clara y completa acerca de los términos y condiciones de la transacción. Los consumidores deben tener acceso fácil a esta información en cualquier etapa de la operación.

Según resulte aplicable y apropiado a la transacción, la información debe incluir los siguientes elementos:

- a) el sistema de tratamiento de las reclamaciones adoptado por el comerciante, incluidos los datos de contacto donde se atiendan las quejas del consumidor;*
- b) los procedimientos de pago, entrega y ejecución;*
- c) cuando proceda, la fecha para la entrega del bien o el inicio de la prestación del servicio.*
- d) los términos del contrato en idioma español;*
- e) las condiciones, el plazo y los procedimientos para ejercer el derecho de retracto*
- f) un recordatorio de la existencia de una garantía legal de conformidad para los bienes, así como las condiciones para hacerla valer*
- g) cuando proceda, la existencia de asistencia posventa al consumidor, servicios posventa y garantías comerciales, así como sus condiciones;*
- h) la duración del contrato y, cuando proceda, el plazo mínimo de duración del mismo. Si el contrato es de duración indeterminada o si se prorroga de forma automática, las condiciones para su resolución.”*

A continuación se muestran los resultados de la fiscalización de los 20 comercios seleccionados:



Información sobre la transacción.

A continuación se muestra una tabla resumen con los porcentajes de in/cumplimientos:

Tabla Resumen:

Sistema de tratamiento de las reclamaciones: 100% no informó.

Procedimientos de pago, entrega y ejecución: 95% lo indicó – 5% No.

Fecha para la entrega del bien o el inicio de la prestación del servicio: 80% lo informó – 20% No.

términos del contrato en idioma español: 100% cumple.

Condiciones, el plazo y los procedimientos para ejercer el derecho de retracto: 70% lo informó – 20% No – 10% Mal planteado.

Recordatorio de la existencia de garantía legal de los bienes: 5% lo informó – 25% No – 70% Mal planteado.

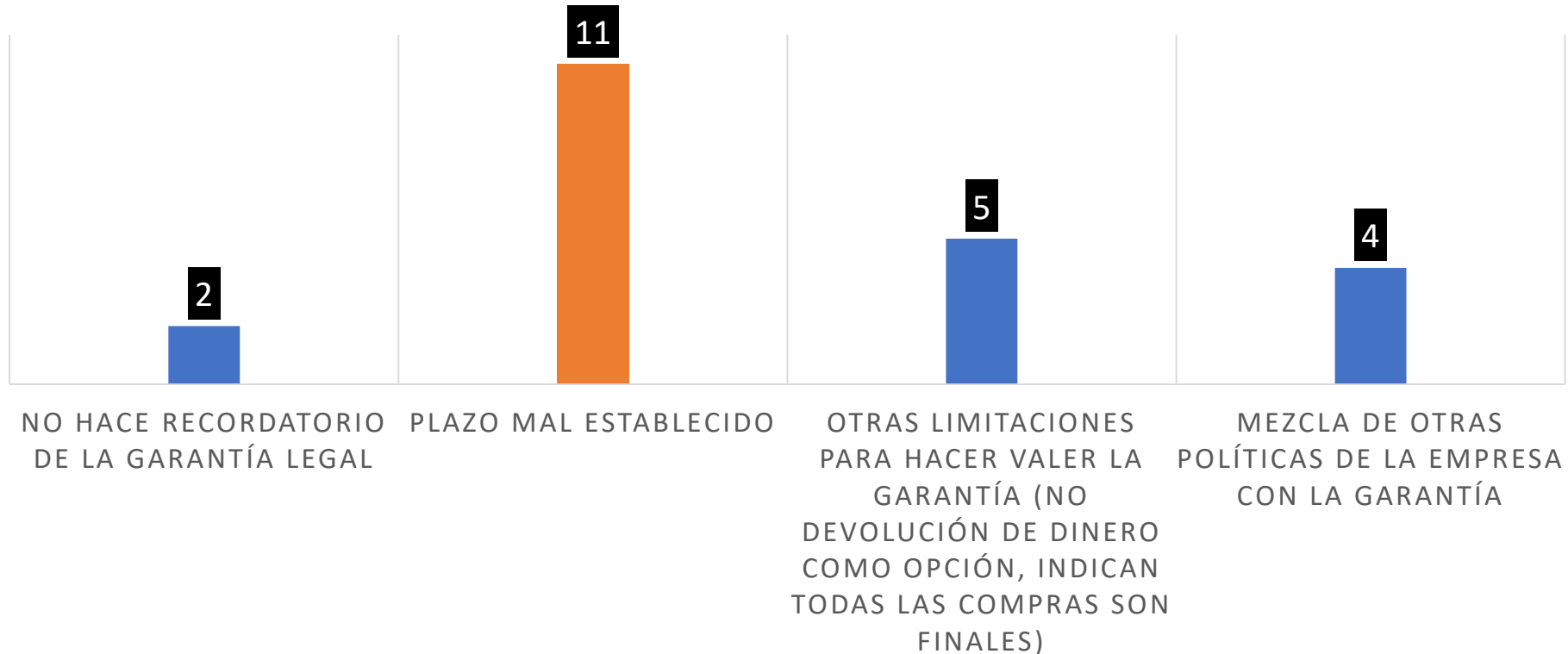
Incumplimientos más frecuentes:

1. Falta de Sistema de Tratamiento de las Reclamaciones: **100%** de los casos.
2. Omisión de informar acerca del Derecho de Retracto: **80%** de los casos.

Información sobre la transacción.

Algunos tipos de incumplimientos respecto al recordatorio de la Garantía de los Bienes y/o Servicios:

TIPOS DE INCUMPLIMIENTOS EN RECORDATORIO DE GARANTÍA LEGAL DE LOS BIENES

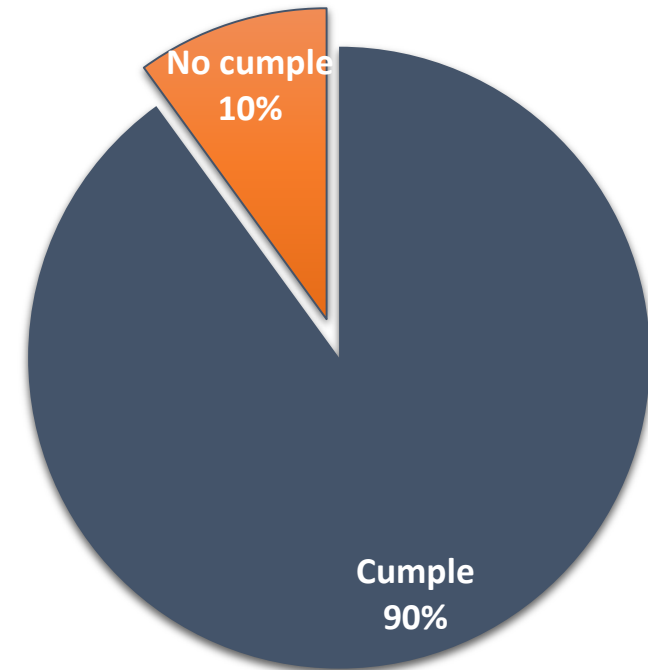


Información sobre el precio.

Art. 251 El comerciante está obligado a informar al consumidor, de forma clara y fácilmente visible, sobre el precio total de los bienes o servicios, el cual incluirá el precio y los costes adicionales, siempre y cuando tales costes se encuentren asociados a la provisión de ese bien o servicio. (...) El comerciante deberá brindar, en todos los casos, un desglose de los rubros incluidos en el precio total.



Información sobre el Precio



Perfeccionamiento de Contrato.

Art. 254 Los contratos celebrados por medios electrónicos quedarán perfeccionados desde que se reciba la aceptación de la propuesta o de las condiciones con que ésta fuere modificada. La simple visita al sitio de Internet en el cual se ofrecen determinados servicios o bienes, no impone al consumidor obligación alguna.

El consentimiento solo se entenderá formado si el consumidor:

- a) ha tenido previamente acceso a las condiciones generales del contrato, las cuales deben estar expresadas en términos claros, comprensibles e inequívocos;*
- b) ha aceptado expresamente las condiciones del contrato; y*
- c) ha contado con la posibilidad de almacenarlas digitalmente y/o imprimirlas. (...).*

Para que se lleve a cabo el perfeccionamiento del contrato se debe llevar a cabo tres pasos:

Términos y Condiciones de Compra

- Acceso previo y en términos claros y comprensibles.
- Aceptación del consumidor antes de la realización de la compra.
- Posibilidad de almacenamiento digital y/o impresión.

Resultados:

- De 20 comercios fiscalizados, **el 100% poseían Términos y Condiciones de Compra** y estos eran claros y accesibles
- Un total del **95%** se realiza la aceptación de los T&C previo a la compra, un **5%** no lo dispone como opción.
- Respecto a la opción de almacenamiento digital y/o impresión un **95%** no posee dicha opción y un **5%** sí.

Seguridad en los Medios de Pago.

Art. 256 “Los comerciantes deberán adoptar sistemas de seguridad efectivos, confiables y certificados, con el objeto de garantizar la seguridad, la integridad y la confidencialidad de las transacciones y de los pagos realizados por los consumidores.

El comerciante deberá informar oportunamente en su sitio de Internet sobre:

- a) el nivel de protección que se aplica a los datos entregados por los consumidores y las posibles limitaciones de los sistemas de seguridad empleados;*
- b) la seguridad de los medios de pago y la tecnología que se esté utilizando para proteger la transmisión, procesamiento y almacenamiento de los datos financieros; y*
- c) el nombre de la entidad certificadora de los sistemas de seguridad.”*

Comerciante informa de:

Certificadora Sistemas de Seguridad: 80% lo informó - 20% No.

Seguridad de los medios de pago y tecnología utilizada: 45% lo informó – 35% información escueta o incompleta – 20% No informa.

Nivel de Protección y Limitaciones Seguridad Datos: 45% lo informó – 15% No – 40% información escueta o incompleta.

Seguridad en los Medios de Pago.



Ejemplo de como los comerciantes informan al consumidor de la seguridad aplicada en el sitio web a los medios de pago utilizados para la realización de la (s) compra (s):



VISA



PayPal

Tasa Cero BAC



Pago seguro

Sistema de pago:

Todas las compras en [redacted] por medio de Internet son de contado, mediante pago por transferencia electrónica de fondos, tarjeta de crédito o débito y PayPal.

Se acepta tarjetas **Visa y MasterCard.**

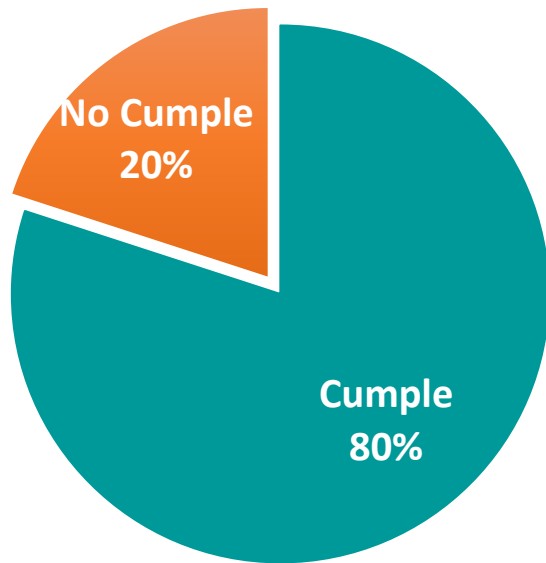
- Para los pagos mediante tarjeta de crédito/débito se utiliza la plataforma de pagos virtuales del Banco Bac Credomatic, el cual ofrece procesar transacciones de una manera segura y confiable de Visa y MasterCard.
- Bac Credomatic se ha certificado a los programas *Verified by Visa* y *MasterCard SecureCode*, para brindar, por medio de su plataforma de pago virtual el procesamiento de transacciones de manera segura y con el respaldo de las marcas internacionales. Dichos programas están basados en el protocolo *3-D Secure*, tecnología que reduce el riesgo de fraude y ContraCargos a los comercios afiliados, autenticando y autorizando las transacciones en tiempo real.
- Se puede también cancelar el monto final de la factura por medio de la plataforma PayPal.
- [redacted] se reserva el derecho de rechazar o cancelar una orden.
- [redacted] bajo su discreción podrá limitar o cancelar las cantidades compradas en línea ya sea por una persona, por dirección de entrega o por orden. Si su orden es cancelada o modificada, se le enviará una notificación al correo electrónico suministrado para esta orden de compra. [redacted] se reserva el derecho a prohibir o limitar la venta por internet a mayoristas, distribuidores y comercio en general.

Plazo para la entrega del bien o prestación del servicio.

Art. 258 “El comerciante deberá respetar el plazo para la entrega del bien o la prestación del servicio, de no ser así, se entenderá que ha incumplido el contrato y deberá devolverle al consumidor la suma de dinero pagada, sin ninguna deducción.

En caso de no informar dicho plazo, se entenderá que el contrato se cumplirá dentro de las veinticuatro horas siguientes, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 465 del Código de Comercio.”

Plazo para la entrega del bien o servicio



Política de envío

- **Condiciones:** Se envía a domicilio, por medio de Correos de Costa Rica o por medio de nuestros mensajero, a todo el país, a la dirección proporcionada por el cliente, con excepción de las zonas indicadas por Correos de Costa Rica en el siguiente enlace Excepciones. En caso de que el cliente pertenezca a estas zonas, sus productos serán enviados a la sucursal de Correos de Costa Rica más cercana.
- **Tiempo:** Los productos solicitados desde nuestra página, tendrán un tiempo de envío de entre 2 a 5 días hábiles.



El cuadro de la derecha corresponde a un ejemplo de como un comercio informa de los plazos de entrega.

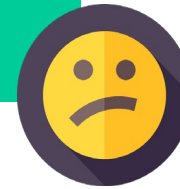
Reclamaciones del Consumidor.

Art. 259 El comerciante debe establecer un mecanismo gratuito, transparente y eficaz para recibir las quejas y reclamaciones de los consumidores. Para tales efectos, deberá utilizarse el mismo medio empleado de comercio electrónico empleado para completar la transacción.

Dicho mecanismo deberá ser de fácil acceso y uso por parte del consumidor, y el comerciante deberá informar además los plazos de respuesta, que deberán ser razonables según el caso que se trate, así como los medios o las alternativas con que cuenta el consumidor para dar seguimiento a su reclamación.

Resultado:

Ninguno de los comercios fiscalizados posee un mecanismo gratuito, transparente para realizar quejas y reclamaciones de los consumidores.

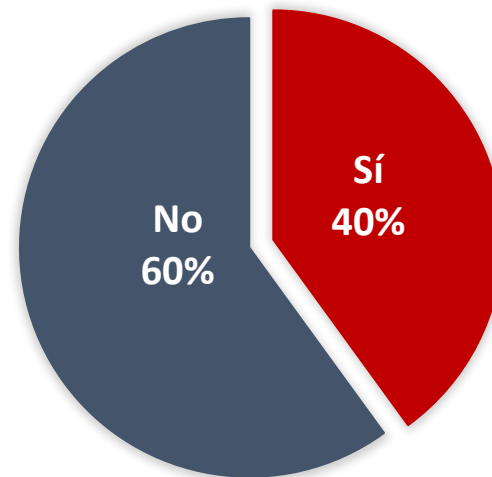
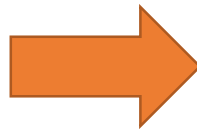


Evaluaciones del Consumidor.

Art. 260 El comerciante debe establecer un mecanismo gratuito y transparente para recibir y publicar las evaluaciones, tanto positivas como negativas, que los consumidores realicen acerca de la calidad de los bienes y servicios que han adquirido del comerciante. Este mecanismo deberá ser de fácil acceso y utilización para el consumidor; el cual deberá ser informado de su existencia.

POSEEN UN MECANISMO PARA
EVALUACIONES DEL CONSUMIDOR?

Resultado:



Protección de los Datos Personales.

Art. 263 Los comerciantes están obligados a:

- a) adoptar medidas de seguridad eficaces en sus procesos para proteger la integridad, veracidad y confidencialidad de los datos personales existentes en sus bases de datos;
- b) *informar sobre el nivel de protección que otorgan a los datos personales de los consumidores, en especial en lo relativo a la transmisión, tratamiento y almacenamiento de sus datos personales;* y
- c) introducir en los contratos que suscriban con otros comerciantes, cláusulas que tengan por objeto proteger la confidencialidad de los datos personales de los consumidores. (...)

Si bien no es verificable la existencia de cláusulas a terceros respecto a la protección de los datos de los consumidores, los comercios informan quienes acceden a la información, la finalidad, y que solo la facilitan a entidades judiciales en caso de requerirse.

Resultado:

Medidas de Seguridad Base de Datos: 75% lo informó - 25% No es verificable.

Nivel de Protección que otorgan a los datos personales: 30% lo informó – 55% No – 15% informa de manera escueta o incompleta.

Cláusulas a contratos de protección de confidencialidad de datos: 35% lo informó – 65% No es verificable.

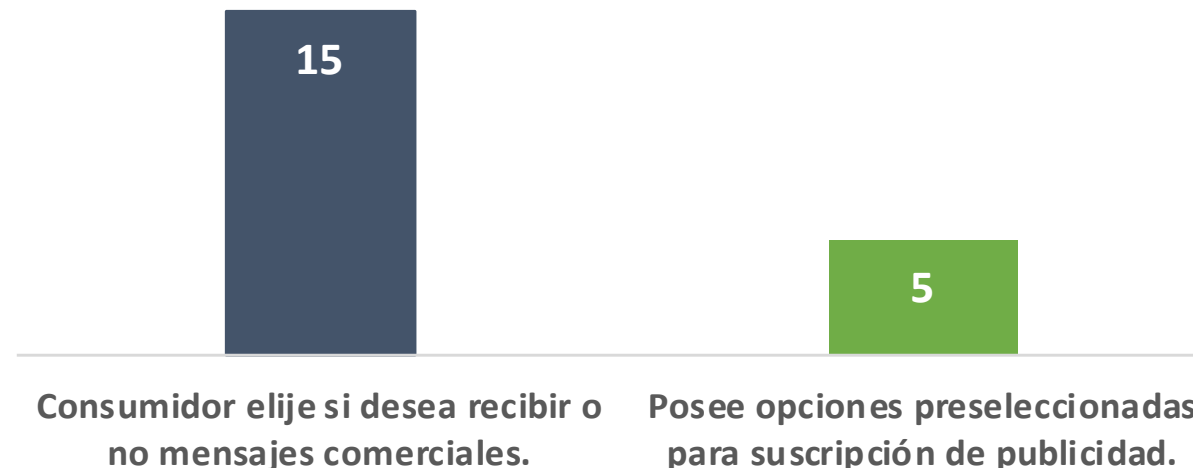
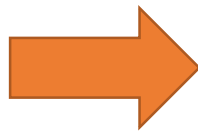
Comunicaciones electrónicas no solicitada por los consumidores.

Art. 264 El comerciante debe abstenerse de enviar comunicaciones por cualquier medio electrónico; cuando las mismas no han sido previamente solicitadas por los consumidores, tal cual se dispone en la Ley General de Telecomunicaciones y el Reglamento sobre el régimen de protección al usuario final de los servicios de comunicación. Para el otorgamiento de dicho consentimiento, deberá el comerciante desarrollar e implementar procedimientos efectivos y fáciles de usar por parte de los consumidores, para que estos elijan si desean recibir o no mensajes comerciales y, cuando elijan no recibirlos, su decisión debe ser acatada de forma inmediata.

Cualquier comunicación realizada con sistemas automáticos de comunicación sin el consentimiento previo del usuario o cuando se oculte o falsee el origen de la comunicación y no se cuente con una alternativa para poner fin a dichas comunicaciones, corresponde a una comunicación no solicitada (...).

Comunicaciones electrónicas no solicitadas por los consumidores.

Resultado:



Fuente: Elaboración propia a partir de fiscalización en sitios web de comerciantes.



Conclusiones

Conclusiones.

- Existe gran variedad de bienes y servicios comercializados electrónicamente, algunos poseen falta de claridad de información respecto a sus características propias como garantías y/o respaldo de casas comerciales en caso de requerirse.
 - Cada comercio posee un catálogo digital donde ofrece sus bienes y servicios, procuran adecuarlo al tipo de productos que comercializa. Además, ofrecen acompañamiento durante la experiencia de compra a través de links o redireccionamientos a otras
- redes sociales o aplicaciones como chats o WhatsApp.
- La situación antes expuesta, conlleva una navegación más profunda por parte de los usuarios/consumidores para poder maximizar sus compras, ya que existe información desagregada acerca del comerciante y de recursos que puede acceder a más información acerca de los bienes y servicios, aclaración de dudas, realizar reclamaciones, entre otros.
- Se observa que la información del comerciante también se encuentra de manera desagregada en las plataformas digitales, la práctica de utilizar solo el nombre comercial es la más habitual. En algunos casos para lograr visualizar la identidad del comerciante como su razón social o cédula jurídica, esta es encontrada solo en información para la realización de depósitos o transferencias bancarias o incluso cuando ya ha realizado la compra se encuentran dichos datos en la factura comercial.

Conclusiones.

- Es importante que esta información del comerciante, según lo establece la normativa: es informar acerca del nombre o razón social, documento de identidad o cédula jurídica, domicilio social, teléfono, correo electrónico, entre otros. En este sentido y para un amplio porcentaje de comerciantes se estaría incumpliendo con el principio fundamental que tienen los consumidores, al acceso de una información clara y oportuna.
- Para realizar las compras en los sitios webs, el consumidor debe de registrarse como usuario y aceptar los Términos y Condiciones de compra, así mismo tener acceso a estas regulaciones antes, durante y después de realizar la transacción.
- Se encontró información equívoca acerca de las garantías de los bienes, principalmente en cuanto al plazo correspondiente y los procedimientos para hacer valer la garantía. Así como la mezcla de políticas propias de la empresa como lo son Cambios y Devoluciones con el derecho de Garantía y el derecho de Retracto.
- Siendo que un 90% (18 casos) de los comercios incumplieran con un recordatorio de la garantía legal de los bienes bien establecido, tanto con sus plazos y procedimientos.

Conclusiones.

- Respecto al derecho de retracto, se encuentra mezclado incluso con el derecho de garantía, así como otras políticas existentes de la empresa; ya que algunos no lo especifican como tal o lo incorporan como “derecho de cancelación de compra”; pero en algunos casos si ofrecen un cambio del bien o servicio en caso de no llenar la expectativa del consumidor, solamente que con plazos muy diferentes a lo que indica la normativa.
- Las plataformas digitales ofrecen al consumidor la escogencia libre de los bienes y servicios, el acceso al detalle de compras, si desea realizar la compra o agregar otro. Así mismo, mediante el proceso de compra, se especifican los pasos de la escogencia del servicio a domicilio o retiro en local comercial, así como el monto correspondiente por transporte o alisto y el costo final. Únicamente en el caso de dos comercios se encontraron dos situaciones que afectan al consumidor conocer el monto total de la compra: en el caso de un comercio coloca dos montos diferentes para el servicio a domicilio y en otro comercio se puede realizar la compra digital pero no informan ni se incorpora en el detalle del costo del servicio a domicilio.
- El 100% de los comercios poseen carrito de compras, previamente el consumidor ha podido seleccionar en el catálogo digital de bienes y servicios, tener conocimiento de la descripción de los productos, precios, medios de pago ofrecidos, entre otros. Es frecuente encontrar opciones de pago a través de Sinpe, transferencias bancarias, depósitos bancarios, compra en línea mediante “pago seguro” incorporando datos de tarjetas de crédito o débito, así como el pagar cuando le entreguen la orden.

Conclusiones.

- Los comercios fiscalizados poseen distintos mecanismos de contacto ya sea, dentro de la misma plataforma digital como los chats en línea, también pueden manejar correo electrónico, chats de redes sociales como Facebook, Instagram o la mensajería de WhatsApp.
- Lo que corresponde a mecanismos de evaluaciones del consumidor, un **60%** (12 casos) de los comercios fiscalizados no establece un mecanismo gratuito y transparente para recibir y publicar las evaluaciones, tanto positivas como negativas, que los

consumidores realicen acerca de la calidad de los bienes y servicios que han adquirido del comerciante. Un **40%** (8 comercios) **sí posee dicho mecanismo**, el cual se utiliza para recibir y publicar evaluaciones negativas o positivas de los **bienes**. Sin embargo, es poco frecuente la utilización de este mecanismo por parte del consumidor ya que no se encontraron evaluaciones por parte de los consumidores.

Lo que respecta al Art. 263 sobre la protección de datos personales de los consumidores, propiamente

al inciso b, *“informar sobre el nivel de protección que otorgan a los datos personales de los consumidores, en especial en lo relativo a la transmisión, tratamiento y almacenamiento de sus datos personales”*: Un **30%** (6 casos) de los comercios digitales, informa acerca del uso que le brindaran a la información, así como la transmisión y almacenamiento de los datos, un **55%** (11 casos) no informan y un **15%** (3 casos) lo informa de manera incompleta.

Conclusiones.

- Es importante reconocer que lo concerniente al Art. 256 Seguridad en los medios de pago, los comerciantes procuran brindar información suficiente acerca de la seguridad de las transacciones bancarias en línea, colocando imágenes e información de las pasarelas de pago y la seguridad que brinda la entidad bancaria con que se encuentra afiliado el comercio, así mismo especifican políticas con detalles respecto a lo solicitado en este artículo.
- Respecto al “*mecanismo gratuito, transparente y eficaz para recibir las quejas y reclamaciones de los consumidores*”, no se logra encontrar en ninguno de los comercios fiscalizados.
- Con relación a las comunicaciones electrónicas no solicitadas por los consumidores, se logra verificar que un **75%** (15 casos) de los comercios el consumidor puede elegir libremente si desea recibir publicidad del comercio, sin embargo, un **25%** (5 casos) de los comercios, poseen la opción preseleccionada al momento de que se va a realizar la transacción.



Recomendaciones

Recomendaciones.

Para el Consumidor:

❖ Informarse de sitios oficiales de compras seguras, para evitar ser víctima de fraudes. Puede verificar el candado de seguridad en la dirección web.

❖ Revisar siempre los términos y condiciones de compra mostrados por los comerciantes y si no los tiene al alcance solicitarlos al comercio antes de realizar una compra.

❖ Revisar los precios de los productos, así como sus especificaciones, así como informarse de la duración del servicio a domicilio y el costo que esta tenga.

❖ Verificar el detalle de la compra, así como el monto total a pagar.

❖ Solicitar siempre y conservar el ticket o factura de compra por cualquier eventualidad.

Informarse de los canales de comunicación que tiene el comercio por si necesita llamar o surge alguna duda de la compra o posterior reclamo o aplicación del derecho a las garantías.

Recomendaciones.

Para el Comerciante:

-Brindar en su sitio web información de identificación del comerciante, nombre o razón social, cédula física o jurídica, domicilio social, dirección principal, teléfono, correo electrónico, así como brindar información adecuada acerca del registro del nombre del dominio.

❖ Informar al consumidor de manera clara, veraz, suficiente y oportuna de los bienes y servicios ofrecidos, el precio, impuestos y especificaciones de bienes.

❖ Informar los costos de envío, duración y cualquier otro cobro al consumidor antes de que realice la compra.

condiciones de compra en pestañas o links dentro de la página web o en los mecanismos digitales que utilizan los comercios, asegurándose que el consumidor pueda acceder a ellas en cualquier momento antes, durante o después de efectuar la compra, así como poder

❖ Informar al consumidor de los mecanismos, procedimientos y plazos que posee para realizar cualquier queja o reclamo que surja de las compras digitales.

❖ Informar sobre la existencia del derecho de retracto que incluya las condiciones, plazo y procedimiento.

❖ Informar de las garantías legales y comerciales que poseen los bienes y servicios y sus condiciones, así como los servicios postventa en caso que aplique.

❖ Informar de manera clara sobre políticas de cambio, sobre el derecho de retracto, las garantías legales y las garantías comerciales.

❖ Entregar siempre al consumidor un recibo o factura de compra.

❖ Asegurar la existencia de los bienes ofrecidos y en caso de agotarse eliminarlo de la publicación y para asegurar la imposibilidad de completar la transacción o compra del bien que se encuentra agotado.

❖ Amplíe, detalle o incorpore información de las medidas de seguridad de los medios de pago; así como de la protección de datos personales.



Ministerio de Economía, Industria y Comercio

Muchas Gracias!!