

# Fiscalización Comercio Electrónico

Julio, 2022

**Observatorio de Comercio Electrónico**

Departamento de Educación al Consumidor y Ventas a Plazo

Dirección de Apoyo al Consumidor



# Marco Legal

Constitución Política, Art 46

Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva  
del Consumidor No. 7472

Reglamento Decreto Ejecutivo 37899-MEIC

Capítulo X. Sobre la protección al consumidor en el  
contexto de Comercio Electrónico

# Protección al consumidor en el contexto de Comercio Electrónico

## Capítulo X\*

### Reglamento D.E. N°37899-MEIC

- 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.
- Art. 249 Información sobre los Bienes y Servicios.
- Art. 250 Información sobre la Transacción.
- Art. 251 Información sobre el Precio.
- Art. 252 Opciones Preseleccionadas y Engaños en la Suscripción.
- Art. 253 Proceso de Confirmación.
- 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.
- Art. 259 Reclamaciones del Consumidor.
- Art. 260 Evaluaciones del Consumidor.
- Art. 261 Reglas para realizar la Publicidad y el Mercadeo.
- Art. 262 Publicidad dirigida a Menores de Edad, Consumidores Vulnerables o Desfavorecidos.
- Art. 263 Protección de los Datos Personales.
- Art. 264 Comunicaciones Electrónicas no solicitadas por los Consumidores.

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

# Metodología

- 1 Se seleccionaron **10** empresas que comercializan sus bienes y servicios a través de plataformas digitales y poseen “*Carrito de compra*” para realizar compras digitales.
- 2 Se procedió con la **fiscalización de los sitios web** de comercio electrónico y su cumplimiento con la normativa vigente.
- 3 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.
- 4 Según los resultados se elaboran las misivas informativas y/o correctivas con la detección de incumplimientos y se envían a los comercios correspondientes.

Publicidad - Bienes – Servicios –

Ofertas – Garantía – Retracto – Sorteos

Mecanismos digitales:

- Sitios web
- Redes sociales
- Aplicaciones
- Catálogos digitales
- Otros

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

# Giro comercial de las empresas

- Tienda de artículos manga
- Tienda de electrodomésticos, línea blanca y artículos tecnológicos
- Tienda de Ropa y Sastrería
- Tienda de juguetes, relojes, accesorios, repuestos de vehículo, entre otros
- Venta de difusores y aromas
- Tienda de productos especializados en protección, limpieza automotriz, industrial y otros
- Tienda de electrodomésticos y línea blanca
- Tienda de productos lácteos
- Tienda de celulares y artículos electrónicos
- Tienda de ropa y artículos deportivos

## Variables analizadas

Información sobre los bienes y servicios, el comerciante, la transacción y el precio.	Proceso de confirmación	Opciones preseleccionadas y engaños en la suscripción.
Perfeccionamiento del contrato.	Reclamaciones y evaluaciones del consumidor.	Comprobante para el consumidor y seguridad en los medios de pago.
Plazo para la entrega del bien o la prestación del servicio.	Protección de datos personales.	Comunicaciones electrónicas no solicitadas.

### Otros aspectos que se consideran:

---

Publicidad

---

Derecho de garantía

---

Derecho de retracto



# Principales resultados



# Información sobre el comerciante

Artículo 247, Reglamento a la Ley N.7472

El **comerciante debe informar** de forma cierta, fidedigna, suficiente, clara, accesible y actualizada **su verdadera identidad**, especificando:

- 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.
- Cualquier registro del gobierno o información de licencia pertinentes.

# Resultados

## Información sobre el comerciante

Información **omitida** por los comerciantes:

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	6	8	3	-	10	10	5
Cantidad de Comercios que NO cumplen	4	2	7	10	-	-	5

Fuente: Elaboración DCEVP con datos obtenidos de la fiscalización.

# Resultados

## Información sobre el comerciante

Información **omitida** por los comerciantes:

### 1. Ubicación geográfica

60% sí la informó - 40% NO.

### 2. Nombre o razón social

80% sí la informó - 20% NO.

### 3. Documento de identidad o cédula Jurídica

30% sí la informó - 70% NO.

### 4. Domicilio social

100% no lo informó.

### 5. Correo electrónico

100% sí lo informó.

### 6. Información adecuada del registro del nombre del dominio

50% sí la informó - 50% NO.



# 100%

Informa números de teléfono y correo electrónico.

# Información sobre los bienes y servicios

Artículo 249, Reglamento a la Ley N.7472

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.
-  **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.

## Objetivo

El consumidor tenga información suficiente para tomar una decisión informada

# Resultados

## Información sobre los bienes y servicios

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
Cosméticos / Fragancias	Aromas – Colores – Filtros Porcentaje filtro de protección solar	País de Origen, Ingredientes, Alergénicos
Electrodomésticos, Equipo Electrónico	Imagen – Marca – Peso - Dimensiones – Modelo – Voltaje – Precio	País de Origen
Ropa, Zapatos	Imagen – Marca – Talla – Color - Composición Material – Precio	País de Origen y Reglamento Técnico Específico
Libros	Marca – Recomendaciones de lectura según edad	País de Origen

# Información sobre la transacción

Artículo 250, Reglamento a la Ley N.7472



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.**

**a**

Sistema de tratamiento de las reclamaciones, incluidos los datos de contacto donde se atiendan las quejas del consumidor.

**b**

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**

Términos del contrato en idioma español.

**e**

Condiciones, plazo y procedimientos para ejercer el derecho de retracto.

**f**

Recordatorio de la existencia de garantía legal de conformidad para los bienes, así como las condiciones para hacerla valer.

**g**

Cuando proceda, la existencia de asistencia posventa, servicios posventa y garantías comerciales, así como sus condiciones.

**h**

Duración del contrato y plazo mínimo de duración del mismo. Si es de duración indeterminada o si se prorroga de forma automática, las condiciones para su resolución.

# Resultados

## Información sobre la transacción

### Incumplimientos más frecuentes:

- Falta de sistema de tratamiento de las reclamaciones
- Omisión de informar acerca del derecho de retracto

\*Hay alguna información no verificable por cuanto se debe ser un usuario registrado de las plataformas digitales de los comercios para poder acceder a ella.

### 1. Sistema de tratamiento de las reclamaciones

10% sí informó - 90% NO.

### 2. Procedimientos de pago, entrega y ejecución

60% sí informó – 40% No verificable\*.

### 3. Fecha para la entrega del bien o el inicio de la prestación del servicio

60% sí informó – 40% No verificable\*.

### 4. Términos del contrato en idioma español

90% sí informó - 10% no cumple (esta en idioma inglés)

### 5. Condiciones, el plazo y los procedimientos para ejercer el derecho de retracto

20% sí lo informó – 80% no lo informó.

### 6. Recordatorio de la existencia de garantía legal de los bienes

50% Sí lo informó - 50% No lo informó.

# Resultados

## 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

Artículo 251, Reglamento a la Ley N.7472

El **comerciante está obligado a informar** al consumidor, de forma clara y fácilmente visible el **precio total** de los bienes o servicios.



## **Precio total:**

**Precio + Costes adicionales\***

\*Siempre y cuando se encuentren asociados a la provisión de ese bien o servicio.



Se debe brindar, en todos los casos, un desglose de los rubros incluidos en el precio total.

# Perfeccionamiento de contrato

Artículo 254, Reglamento a la Ley N.7472



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.**



El consentimiento solo se entenderá formado si el consumidor:

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

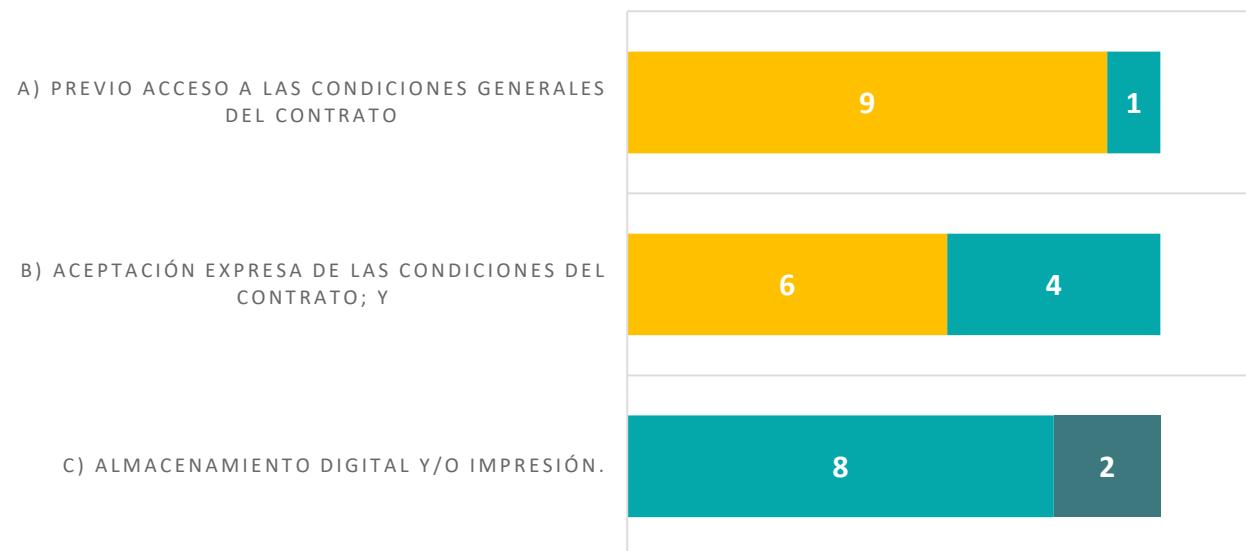
La **simple visita** al sitio de Internet en el cual se ofrecen determinados servicios o bienes, **no impone al consumidor obligación alguna.**

# Resultados

## Perfeccionamiento de contrato

### PERFECCIONAMIENTO DEL CONTRATO



■ Sí ■ No ■ No Verificable



\* Información no verificable, solo accesible a usuarios/consumidores registrados en plataformas de comercios.

# Seguridad en los medios de pago

Artículo 256, Reglamento a la Ley N.7472

-  Los comerciantes deberán adoptar **sistemas de seguridad efectivos, confiables y certificados**.
  
-  El comerciante **deberá informar oportunamente** en su sitio de Internet sobre:
  - a. Nivel de protección** que se aplica a los datos entregados por los consumidores y las posibles limitaciones de los sistemas de seguridad empleados.
  - b. Seguridad de los medios de pago** y la tecnología que se esté utilizando para proteger la transmisión, procesamiento y almacenamiento de los datos financieros.
  - c. Nombre de la entidad certificadora** de los sistemas de seguridad

## Objetivo

Garantizar la seguridad, la integridad y la confidencialidad de las transacciones y de los pagos realizados por los consumidores.

# Resultados

## Seguridad en los medios de pago

**01** **Certificadora Sistemas de Seguridad**  
60% sí lo informó - 40% no lo informó.

**02** **Seguridad de los medios de pago y tecnología utilizada**  
30% sí lo informó – 70% no lo informó.

**03** **Nivel de Protección y Limitaciones Seguridad Datos**  
30% sí lo informó – 70% no lo informó.

# Resultados

## Seguridad en los medios de pago

Ejemplos 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):



### SEGURIDAD 24/7

Compra 100% Segura, Fácil Y 24/7 Desde Cualquier Lugar

*Todas las formas de pago están sujetas a verificación y autorización. Las formas de pago autorizadas desde la app son las siguientes:*

- *Tarjetas de Crédito y Débito (Visa, MasterCard).*
- *Tarjetas de Regalo*

*[Redacted] no asume responsabilidad por el uso de tarjetas de crédito robadas, esto debido a que nuestro portal no puede negar la venta cuando el banco emisor ha autorizado la transacción y los datos registrados en nuestro sistema de venta coincidan con los del registro.*

Pay-me Checkout



La forma segura de pagar en línea.  

SINPE Móvil

Sus datos personales se utilizarán para procesar su pedido, respaldar su experiencia en este sitio web y para otros fines descritos en nuestro **política de privacidad**.

# Reclamaciones del consumidor

Artículo 259, Reglamento a la Ley N.7472

- ✓ El comerciante debe **establecer un mecanismo gratuito, transparente y eficaz** para recibir las quejas y reclamaciones de los consumidores.
- ✓ Debe utilizarse el mismo medio empleado de comercio electrónico empleado para completar la transacción.
- ✓ Debe ser de **fácil acceso y uso** por parte del consumidor.
- ✓ Se deben informar 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**.

## Resultados

**Sólo 1** de los comercios fiscalizados **posee un mecanismo gratuito y transparente** para recibir quejas y reclamaciones de los consumidores. Sin embargo, no informan plazos razonables de respuesta así como los medios o las alternativas con que cuenta el consumidor para dar seguimiento a su reclamación.



# Evaluaciones del consumidor

Artículo 260, Reglamento a la Ley N.7472



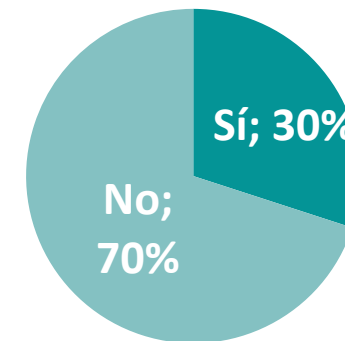
El comerciante debe establecer un mecanismo gratuito y transparente para **recibir y publicar las evaluaciones**, tanto positivas como negativas, **que los consumidores realicen acerca de la calidad de los bienes y servicios que han adquirido.**



El mecanismo deberá ser de fácil acceso y utilización para el consumidor y se deberá informar su existencia.

## Resultados

Poseen un mecanismo para evaluaciones del consumidor?



Porcentaje de cumplimiento



# Resultados

## Evaluaciones del Consumidor

Ejemplo de como los **comerciantes informan al consumidor del mecanismo empleado para las evaluaciones:**

Hay algunos comercios que solicitan ser usuarios registrados de las plataformas digitales de los comercios para poder realizar “evaluaciones, opiniones o comentarios”.

ACTERÍSTICAS **COMENTARIOS**

**ESCRIBA SU PROPIA OPINIÓN**

No es posible realizar el comentario sino a comprado el producto.  
Solo los usuarios registrados pueden agregar sus comentarios

Análisis Título: \*

Texto del comentario: \*




Clasificación: ★★★★★

**ENVIAR OPINIÓN**

# Protección de los datos personales

Artículo 263, Reglamento a la Ley N.7472

Los comerciantes están obligados a:

-  Adoptar medidas de seguridad eficaces en sus procesos para proteger los datos personales existentes en sus bases de datos.
-  Informar sobre el nivel de protección que otorgan a los datos personales: transmisión, tratamiento y almacenamiento de los datos.
-  Introducir en los contratos que suscriban con otros comerciantes, cláusulas que tengan por objeto proteger la confidencialidad de los datos personales de los consumidores.

## Objetivo

Proteger la integridad, veracidad y confidencialidad de los datos personales de los consumidores.

# Resultados

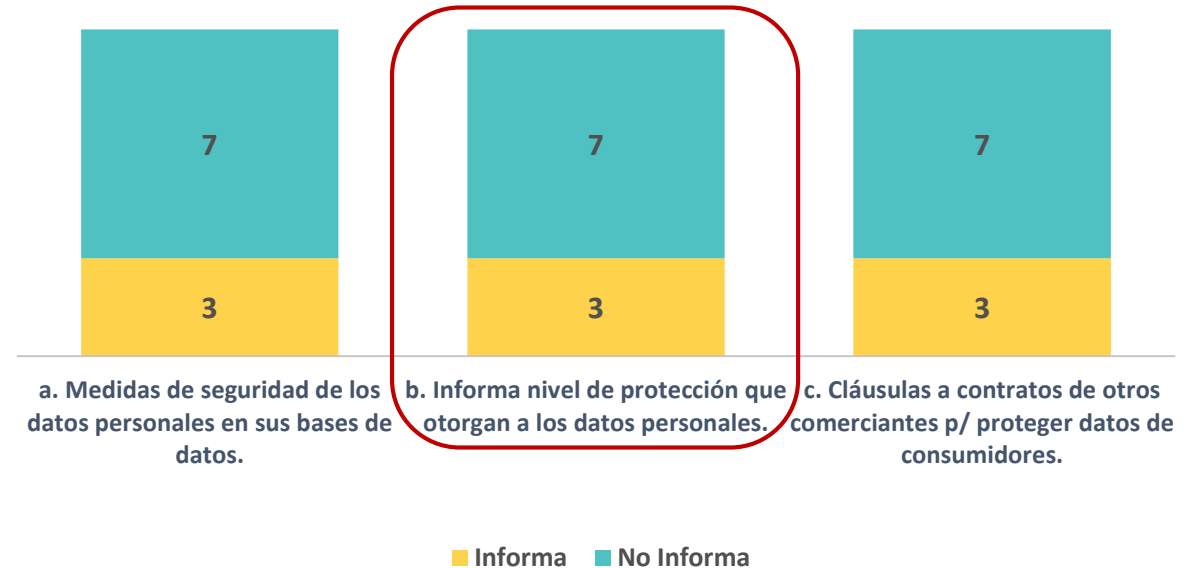
## Protección de los datos personales

**a** **Medidas de Seguridad Base de Datos**  
 30% sí lo informó - 70% no lo informó.

**b** **Nivel de Protección que otorgan a los datos personales**  
 30% sí lo informó – 70% no lo informó.

**c** **Cláusulas a contratos de protección de confidencialidad de datos**  
 30% sí lo informó – 70% no lo informó.

PROTECCIÓN DE LOS DATOS PERSONALES



# Comunicaciones electrónicas no solicitadas por los consumidores

Artículo 264, Reglamento a la Ley N.7472

- ✓ El comerciante **debe abstenerse de enviar comunicaciones** por cualquier medio electrónico; cuando las mismas **no han sido previamente solicitadas por los consumidores**.
- ✓ El comerciante debe desarrollar e implementar procedimientos efectivos y fáciles de usar por parte de los consumidores para otorgar o no el consentimiento de recibir mensajes comerciales.
- ✓ 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, **corresponde a una comunicación no solicitada**.
- ✓ Se establece en la **Ley General de Telecomunicaciones** y el **Reglamento sobre el régimen de protección al usuario final de los servicios de comunicación**.

## Resultados

Comunicaciones electrónicas no solicitadas por los consumidores.



1 comercio posee opción preseleccionada para suscribir publicidad

puede enviar correos electrónicos con ofertas promocionales, cuando el cliente no desee recibir dicha información podrá notificar vía correo electrónico para que sea borrado de la lista de clientes preferentes.

# Conclusiones

- La totalidad de los comercios fiscalizados en el presente estudio, poseen carrito de compras, es decir acepta realizar las compras en línea. Asimismo, algunos de ellos, redireccionan la publicidad, así como el ofrecimiento de bienes y servicios a través de redes sociales y otras aplicaciones para contactarse con el consumidor. Situación que genera mayor posibilidad de acercamiento entre la empresa y el consumidor, ya sea para evacuar dudas, consultas y/o reclamos de los bienes comercializados.
- Respecto al giro comercial, se observa la incorporación de otros productos que requieren el cumplimiento de reglamentos técnicos para su comercialización, sin embargo, no se puede verificar al 100% la información solicitada en dichas normativas. Sin embargo, dentro de las misivas informativas enviadas a los comerciantes, se hace referencia a que el comercio brinde la mayor cantidad de información acerca de los bienes y/o servicios que comercializa (características, dimensiones, precios, valoraciones, entre otros), esto para que el consumidor pueda realizar un acto de consumo debidamente informado.
- De los 10 comercios analizados, 3 funcionan únicamente como tiendas virtuales sin tener punto de venta físico, siendo comercios que funcionan únicamente en línea mediante el envío de los productos a las direcciones que el consumidor indique. Estos comercios no indican una ubicación geográfica o domicilio social, información requerida en el Art. 250 del Reglamento a la Ley 7472 respecto a la información del comerciante.
- Que el Art. 250 del Reglamento a la Ley 7472 respecto a la información de la transacción, indica que es obligación del comerciante informar al consumidor “(...) los consumidores, al acceso de una información clara y oportuna y de conocer la verdadera identidad del comerciante.”, sin embargo, un total de 8 comercios analizados en el presente estudio posee falta u omisión de información respecto a dicho derecho y 2 comercios poseen información incompleta respecto al derecho de retracto.
- Que, en el caso de aplicar el derecho de retracto para algún consumidor, y que este ya tuviera el bien en su poder, se le dificulta en gran medida el procedimiento y forma para devolver el bien, principalmente en los 3 comercios que no indican ni ubicación geográfica o domicilio social.
- Se observa que la información del comerciante 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 localizada solo en información para la realización de depósitos, sinpe o transferencias bancarias.
- 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 y de conocer la verdadera identidad del comerciante.
- Se observa en los sitios web de los comerciantes, numerosas políticas adicionales a los términos y condiciones de compra, sin embargo, al momento de realizar la compra en línea, únicamente se solicita la aceptación mediante un chek de los términos y condiciones de compra, no de las demás políticas propias del comerciante. Situación que podría crear confusión, así como generar otras posibles acciones no beneficiosas ya sea para el consumidor como para el comerciante.
- Para realizar las compras en los sitios web, los comercios ponen a disposición del consumidor si desean registrarse como usuarios o realizar compras únicamente como invitados. En los casos que se deba registrar como un usuario de la plataforma del comercio, no se puede verificar cierta información requerida en el Art. 254 del perfeccionamiento de contrato, tal como la aceptación expresa de términos y condiciones de compra, si dichos T&C poseen almacenamiento digital, entre otros.

- Se encontró información equívoca acerca de las garantías de los bienes, principalmente a la solicitud de empaques, etiquetas, al plazo de vigencia de la garantía, a los procedimientos para hacer valer la garantía, así como 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.
- El total de los comercios analizados, en sus sitios web o tiendas virtuales ofrecen al consumidor la escogencia libre de los bienes y servicios, un resumen de compras, si desea devolverse y seguir comprando, eliminar artículo o agregar otros, siendo que el proceso de compra es libre y voluntario por los consumidores. También se especifican los pasos para la escogencia del servicio a domicilio, retiro en local comercial, envío de los productos a alguna dirección diferente a la del consumidor, así como el monto correspondiente por transporte y el costo final, siendo que se cumple lo establecido en el Art. 253 respecto al proceso de confirmación.
- Lo que corresponde a mecanismos de evaluaciones del consumidor Art. 260 del Reglamento a la Ley 7472, se tiene que un 70% (7 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. Mientras que un 30% (3 comercios) sí posee dicho mecanismo, el cual se utiliza para recibir y publicar evaluaciones negativas o positivas de los bienes.
- 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% (3 casos) de los comercios digitales, informa acerca del uso que le brindaran a la información, así como la transmisión y almacenamiento de los datos, mientras que un 70% (7 casos) no informan.
- En 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”, únicamente se logra encontrar en uno de los comercios fiscalizados, sin embargo, posee falta u omisión de información respecto a los plazos de respuesta y/o cómo los consumidores puedan al seguimiento a las reclamaciones realizadas.
- Con relación a las comunicaciones electrónicas no solicitadas por los consumidores, se logra verificar que un 30% (3 casos) de los comercios el consumidor puede elegir libremente si desea recibir publicidad del comercio, sin embargo, un 10% (1 caso) de los comercios, poseen la opción preseleccionada al momento de que se va a realizar la transacción; el restante 60% (6 casos) de los comercios no ofrecen suscripción de publicidad.

# Recomendaciones



## Para el **consumidor:**

- Informarse de sitios oficiales de compras seguras, para evitar ser víctima de fraudes.
- 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.

## Para el **comerciante:**

Informe al consumidor de manera  
**clara, veraz, suficiente y oportuna.**

- Identificación, nombre o razón social, cédula física o jurídica, domicilio social, dirección principal, teléfono, correo electrónico, y acerca del registro del nombre del dominio.
- Bienes y servicios ofrecidos, el precio, impuestos y especificaciones de bienes.
- Costos de envío, duración y cualquier otro cobro al consumidor antes de que realice la compra.
- Mecanismos, procedimientos y plazos que posee para realizar cualquier queja o reclamo que surja de las compras digitales.
- Sí posee otras políticas, como de cambio, devoluciones, etc., informarlo de manera clara.
- Existencia del derecho de retracto que incluya las condiciones, plazo y procedimiento.
- Garantía legal y comercial que poseen los bienes y servicios y sus condiciones, así como los servicios postventa en caso que aplique.

## Para el **comerciante:**

Informe al consumidor de manera  
**clara, veraz, suficiente y oportuna.**



Coloque los términos y 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 imprimirlas o almacenarlas.



Entregue siempre al consumidor un recibo o factura de compra.



Asegure 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.



**iMuchas  
gracias!**