



Fiscalización Comercio Electrónico



Julio, 2020

Marco Legal

Constitución Política -Artículo 46-

Ley de promoción de la competencia y defensa efectiva del consumidor,
Ley N.7472

Reglamento a la Ley N.7472, Decreto Ejecutivo N.37899-MEIC

Marco Legal

Artículo 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. La Ley regulará esas materias...”

(Así reformado por Ley No. 7607 de 29 de mayo de 1996)

Marco Legal

Derechos del Consumidor

Protección de sus
legítimos
intereses
económicos y
sociales.

Acceso a una
información, veraz
y oportuna.

Ley 7472 - Artículo 32.- Derechos del Consumidor.

Marco Legal

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, de conformidad con el artículo 40 de esta Ley.

...

Ley 7472 - Artículo 34.- Obligaciones del Comerciante.

Capítulo X. Sobre la Protección al Consumidor en el Contexto del 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**, sin detrimento de la demás normativa de protección del consumidor.

El incumplimiento por parte del comerciante de las presentes disposiciones será considerado como una infracción al artículo 34 de la Ley 7472.”

(Así adicionado por el artículo 1° del decreto ejecutivo No. 40703 del 3 de octubre de 2017)

Metodología

▪ Se seleccionaron **14** 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



Metodología

Empresas según Tipo de Comercio



Tiendas por Departamento

Supermercados

Tiendas de Ropa

Farmacia

Juguetería

Librería y Tienda por Departamentos

Confeción de Uniformes

Tienda de Electrodomésticos

Tienda de Productos de Limpieza e Higiene

Tienda Deportiva

Tienda Dermocosmética

Variables Analizadas

Información sobre el Comerciante

Pertenencia a programas de auto regulación o buenas prácticas

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

Notificación del intermediario financiero

Plazo para la entrega del bien o la prestación del servicio

Reclamaciones del consumidor

Evaluaciones del consumidor

Reglas para realizar la publicidad y el mercadeo

Publicidad dirigida a menores de edad, consumidores vulnerables o desfavorecidos

Protección de los datos personales

Comunicaciones electrónicas no solicitadas por los consumidores



Principales Resultados

Art. 247 Información sobre el comerciante.

“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:

Art. 247 Información sobre el comerciante						
Requisitos de Información	Ubicación geográfica principal	Nombre o razón social	Documento de identidad o cédula jurídica	Domicilio social	Información adecuada del registro del nombre del dominio	Registro del gobierno o información de licencias
Cantidad de Comercios que incumplen	3	6	10	10	14	14

Art. 247 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:

Ubicación Geográfica Principal: 21% no la informó - 79% Sí.

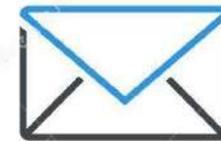
Nombre o razón social: 57% no lo indicó – 43% Sí.

Documento de identidad o Cédula Jurídica: 71% no informó – 29% Sí.

Domicilio social: 71% no informó – 29% Sí.

Información adecuada del registro del nombre del dominio: 100% no informó.

Registro del gobierno o información de licencias: 100% no informó.



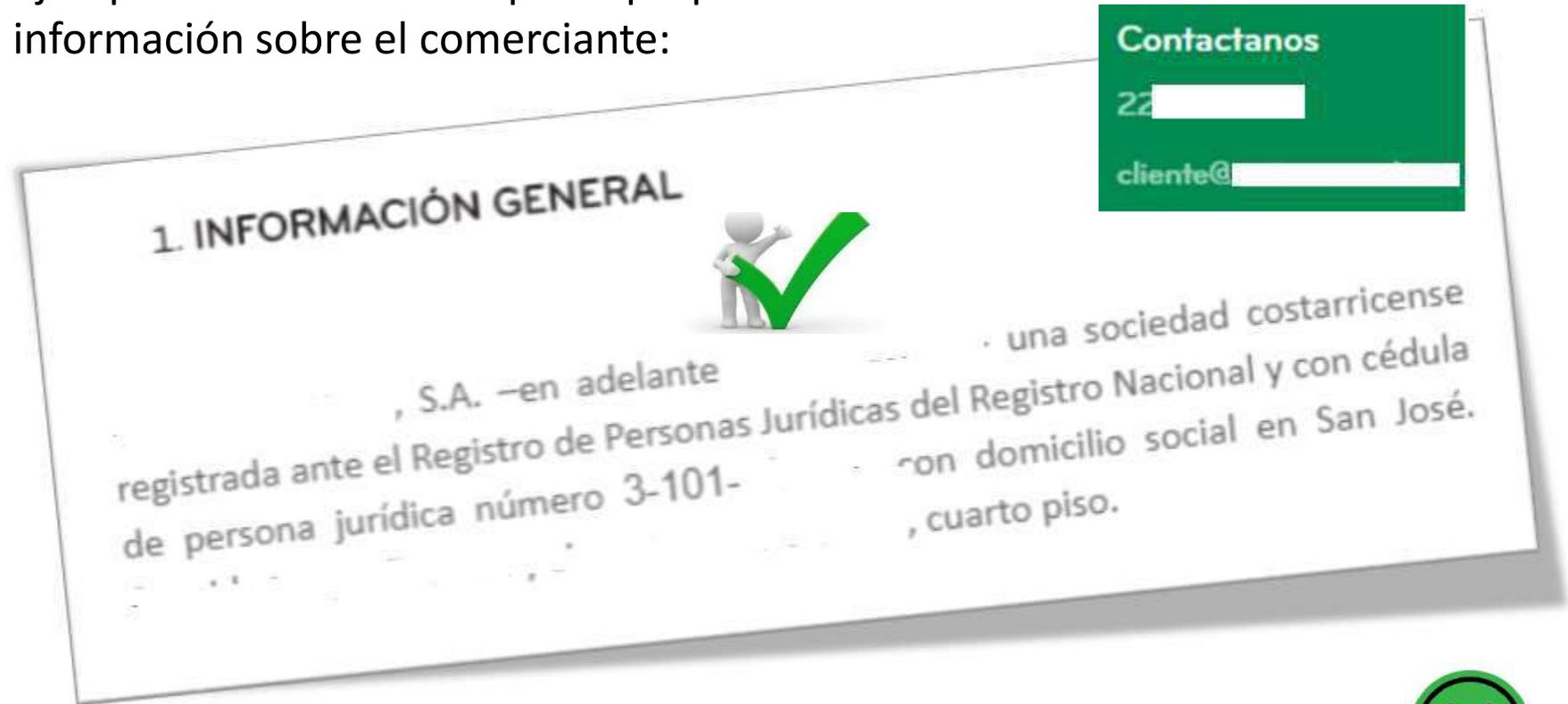
100%



100%

Art. 247 Información sobre el comerciante.

Ejemplo de como una empresa proporciona información sobre el comerciante:



Art. 249 Información sobre los bienes y servicios.

“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
Alimentos	Imagen – Marca – Peso – Precio - En algunos casos tabla nutricional e ingredientes.	*Información sobre alérgicos, lista de ingredientes, tabla nutricional, país de origen.
Artículos para el Hogar	Imagen – Marca – Precio	País de Origen – Garantía Comercial
Carnes	Imagen – Tipo de Animal – Peso – Precio	País de Origen

Art. 249 Información sobre los bienes y servicios.

Continuación del 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
Cosméticos	Imagen – Precio	Lista de Ingredientes - Fecha de Caducidad – Pruebas realizadas en animales – Información respecto a productos alergénicos
Electrodomésticos, Línea Blanca, Equipo Electrónico, Máquinas de 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	-----

Art. 249 Información sobre los bienes y servicios.

Continuación del 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
Medicamentos	Imagen – Marca – Detalles – Ingredientes - Contraindicaciones – Precio	-----
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 *En 1 comercio hay mucho faltante de información de la ropa, se detalla ejemplo.

Art. 249 Información sobre los bienes y servicios.

Información de textiles:



DETALLES DEL PRODUCTO

COMENTARIOS

Nombre: Nike Air Max Thea

Código de referencia: 828991

Código: --

Descripción: Tennis Air Max Thea su sistema de amortiguación Solarsoft en la mediasuela de Phylon fue desarrollado para generar un patrón específico de sujeción. Parte superior minimalista en tela con revestimientos de piel y sintético. Cuentan con la tecnología Max Air visible que ofrecen protección total contra los impactos. Malla en el antepié y las perforaciones en el talón sirven para una excelente ventilación. Brinda tracción y resistencia con un volumen reducido. Modelo: 599409-108. Color: Blanco. Composición material: Capellada: 28% textil, 72% sintético. Suela: 80% Plástico, 20% caucho. Forro: 100% poliéster. Ensamblado: pegado-cosido. Marca: NIKE BC: 273573059

Peso: 750 gramos.

En inventario: [Seleccioná una talla para ver el inventario disponible](#)

Tiempo de entrega aproximado: ☹

GUÍA DE TALLAS



MUJER

EUROPA (EU)	EE.UU (US)	REINO UNIDO (UK)	CM
34,5	4	1,5	21
35	4,5	2	21,5
35,5	5	2,5	22
36	5,5	3	22,5
36,5	6	3,5	23
37,5	6,5	4	23,5
38	7	4,5	24
38,5	7,5	5	24,5
39	8	5,5	25
40	8,5	6	25,5
40,5	9	6,5	26
41	9,5	7	26,5
42	10	7,5	27
42,5	10,5	8	27,5
43	11	8,5	28



Falta información de país de origen

Art. 250 Información sobre la transacción.

“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.”*

Se determina que 12 comercios incumplen respecto a la información sobre la transacción que debe tener el consumidor

Art. 250 Información sobre la transacción.

A continuación se muestra el detalle de porcentaje de empresas según información faltante:

- a) **Sistema de tratamiento de las reclamaciones.** 79% (11 casos) sí lo indica y un 21%(3) omite esta información.
- b) **Procedimientos de pago, entrega y ejecución.** 100% sí lo informa.
- c) **Cuando proceda, la fecha para la entrega del bien o el inicio de la prestación del servicio.** 100% sí lo informa.
- d) **Los términos del contrato en idioma español.** 100% sí lo informa.

Art. 250 Información sobre la transacción.

A continuación se muestra el detalle de porcentaje de empresas según información faltante:

e)

Las condiciones, el plazo y los procedimientos para ejercer el derecho de retracto. 100% omite esta información.

f)

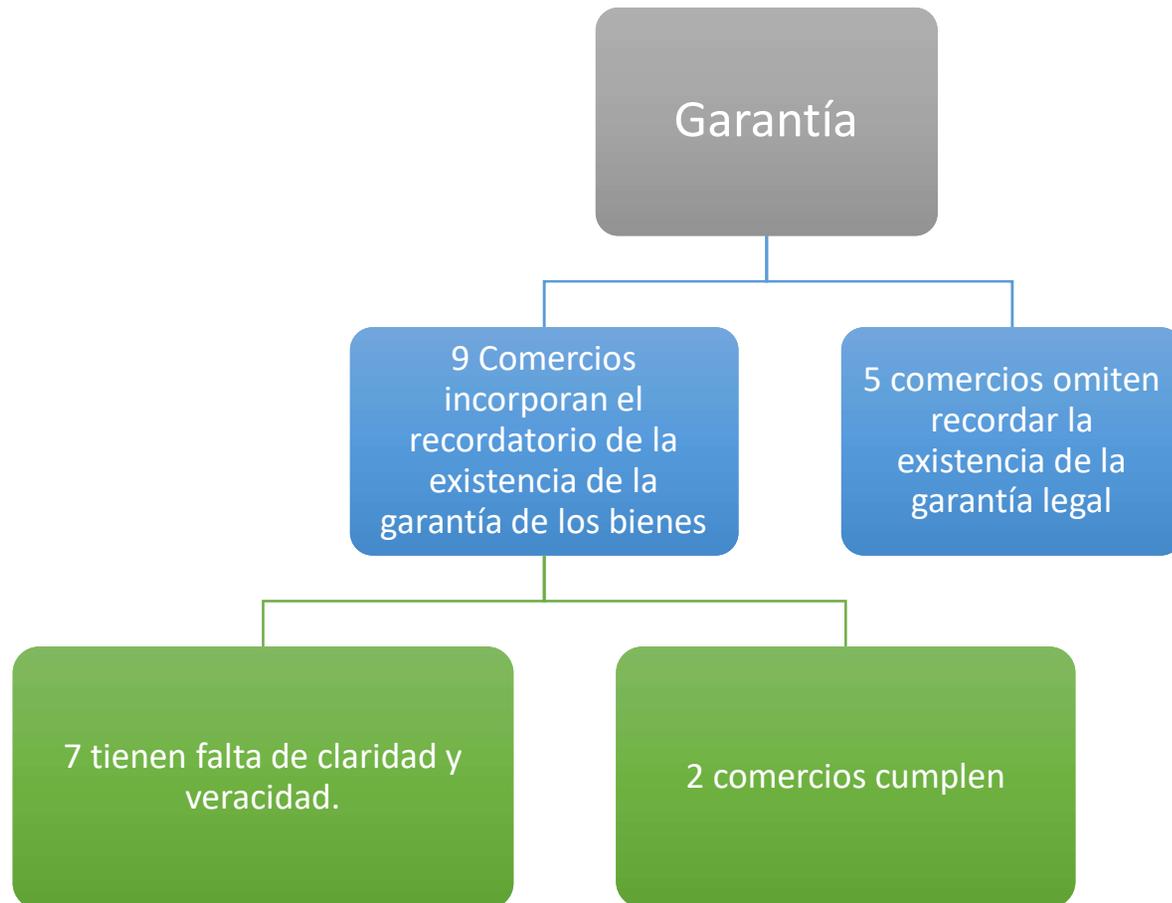
Un recordatorio de la existencia de una garantía legal de conformidad para los bienes, así como las condiciones para hacerla valer. 64% (9 casos) sí informan y un 36% (5 casos) son omisos.

g)

Cuando proceda, la existencia de asistencia posventa al consumidor, servicios posventa y garantías comerciales, así como sus condiciones. 36% (5 casos) No aplica esta información y un 64% es omiso.

Art. 250 Información sobre la transacción.

Respecto al recordatorio de la existencia de una **garantía legal** de conformidad para los bienes, así como las condiciones para hacerla valer, existe falta de información:



- Existe una diversidad de bienes ofrecidos en catálogos de comercios, entre los cuales se encuentran bienes de canasta básica, medicamentos, ropa, artículos educativos, entre otros, los cuales pueden poseer diferentes condiciones de garantías.
- Sin embargo, en las políticas y términos y condiciones de compra de los comercios, no se logra visualizar el detalle de los diferentes tipos de garantías según la categoría de los bienes.

Art. 251 Información sobre el precio.

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. Cuando se contraten servicios adicionales cuya provisión dependa de un tercero, esos costes deben ser informados por este tercero. Para estos efectos los costes adicionales serán: los tributos, los gastos de transporte, entrega, servicios postales y cualquier otra comisión, cargo, gasto o erogación adicional que se requiera cubrir con motivo de la adquisición o contratación respectiva. Los servicios de transporte contratados directamente por el consumidor no serán considerados como costes adicionales.

En el caso de que el precio no pueda ser calculado razonablemente de antemano, debido a la naturaleza de los bienes o de los servicios, debe indicarse la forma en que se determinará. Si los costes adicionales no pueden ser calculados razonablemente de antemano, deberá informarse acerca de la posibilidad de que estos sean incluidos en el precio total y, cuando esto sea técnicamente posible, la forma en que serán calculados.

Cuando se trate de un contrato de duración indeterminada o de un contrato que contenga una suscripción, el precio incluirá el total de los costes adicionales por período de facturación. Cuando dichos contratos se cobren con arreglo a una tarifa fija periódica, el precio total también deberá incluir los costes adicionales.

El comerciante deberá brindar, en todos los casos, un desglose de los rubros incluidos en el precio total.

➤ Todos los comercios fiscalizados cumplen con la información sobre el precio.

Art. 253 Proceso de confirmación.

El comerciante debe garantizar que el consumidor conozca de manera previa, suficiente, clara e inequívoca el momento en el cual se requiere que este confirme la transacción, así como los pasos necesarios para completarla. Durante este proceso de confirmación, el comerciante deberá presentarle al consumidor un resumen de la transacción, que incluya los bienes y servicios de que se trate, el tiempo de entrega, el precio, los eventuales costos adicionales de la transacción y el monto total de la operación; así como cualquier otro elemento relevante que integre la transacción, a fin de que el consumidor pueda verificar la información, modificar su contenido y corregir errores, así como decidir acerca de si continúa o desiste la transacción. Esta información no deberá presentarse de forma desagregada.

El comerciante no debe procesar una transacción sin que conste de manera inequívoca que el consumidor ha consentido todos sus términos expresamente.

Proceso de confirmación.

El **100%** de los comercios analizados **realizan proceso de confirmación** de las compras que va realizar el consumidor, puede acceder a revisar su carrito de compras en el momento que desee y agregar o quitar productos, continuar con compras o acceder al paso de seleccionar método de envío/recoger y pagar.

Así mismo, el consumidor puede seleccionar las opciones de envío a domicilio, verificar montos, tiempos de entrega o bien decidir si selecciona el alisto y lo pasa a recoger.

De esta manera se verifica, que el consumidor posee información de manera previa, suficiente, clara e inequívoca para la realización de compras digitales.

Art. 254 Perfeccionamiento del contrato.

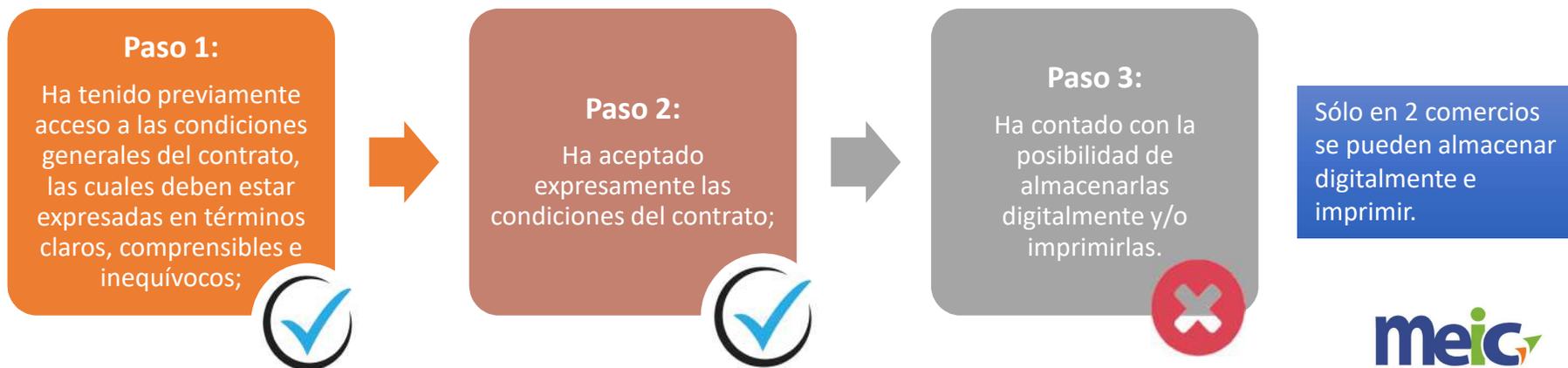
Los contratos celebrados por medios electrónicos quedarán perfeccionados desde que se reciba la aceptación de la propuesta o de las condiciones con que ésta fuere modificada. La simple visita al sitio de Internet en el cual se ofrecen determinados servicios o bienes, no impone al consumidor obligación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

Los contratos regulados en el presente capítulo se tendrán por celebrados en el lugar del domicilio del consumidor. Si el consumidor que no reside permanentemente en el país celebra el contrato encontrándose en Costa Rica, podrá decidir que los eventuales diferendos sean conocidos en Costa Rica, aplicándose el Derecho costarricense.

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



Art. 259 Reclamaciones del consumidor.

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.

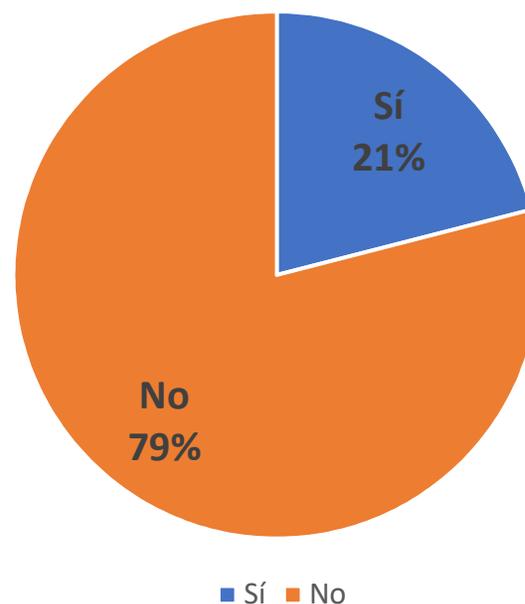
- Sobre este artículo, no se encontró información específica a las quejas o reclamaciones.
- En algunos casos se incluye dentro de las políticas de cambio o garantía, aspectos de reclamaciones.
- Sin embargo, la normativa indica para este efecto, debe de utilizarse el mismo medio empleado para completar la transacción.
- En ese sentido, no se encontró un mecanismo de reclamaciones igual al utilizado para completar la transacción.

Art. 260 Evaluaciones del consumidor.

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.

- Únicamente 3 comercios poseen esta opción para que el consumidor pueda evaluar el servicio o el bien adquirido.
- Sin embargo, en ninguno de los 3 comercios se observa que algún consumidor practique su uso.

Mecanismo gratuito y transparente para recibir y publicar las evaluaciones



Art. 261 Reglas para realizar la publicidad y el mercadeo.

La publicidad y el mercadeo que efectúe el comerciante deben ser claramente identificables como tales. Asimismo, deben detallar la empresa en cuyo nombre se realizan, cuando el no hacerlo pueda resultar engañoso.

El comerciante debe garantizar que cualquier publicidad o mercadeo de bienes o servicios sea consistente con sus características, acceso y uso reales.

Asimismo, deberá informar el precio final del bien o servicio, de manera que no se tergiverse el costo total incluidos todos los rubros que lo componen, de conformidad con lo establecido por la Ley 7472 y el presente reglamento.



- ❑ Los comercios entrelazan la publicidad entre sitios web, redes sociales y mensajería de texto, redireccionan de un sitio a otro para acceder tanto a chats, reglamentos de sorteos, ofertas y promociones.
- ❑ Sin embargo, se encontraron 3 comercios que poseen incumplimientos respecto a la publicidad

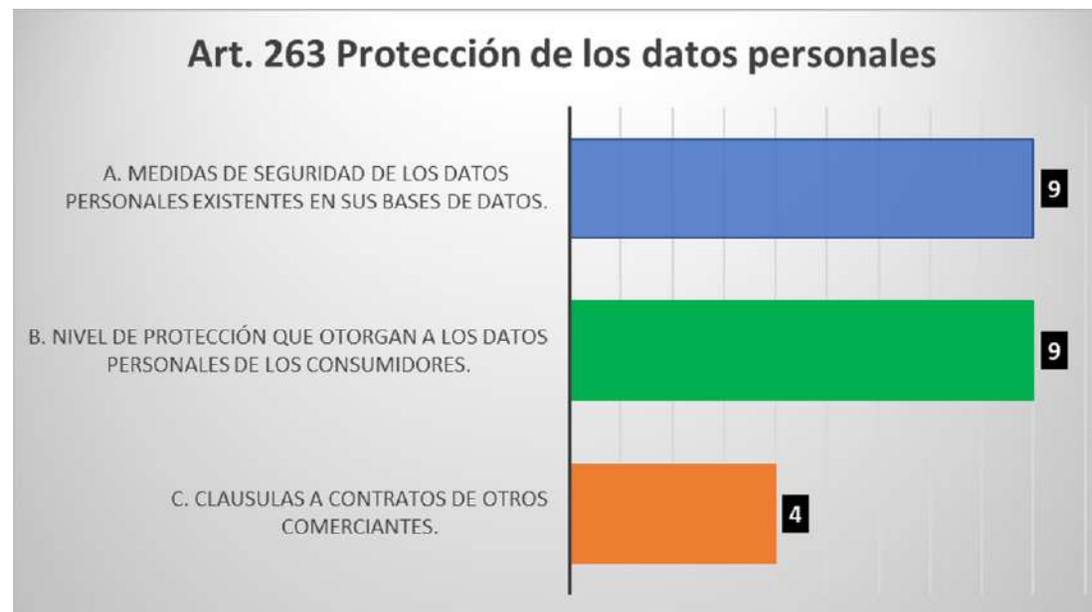


Art. 263 Protección de los datos personales.

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.

Lo anterior sin detrimento de las disposiciones de la Ley de Protección de la Persona frente al Tratamiento de sus Datos Personales, N^o 8968 del 5 de setiembre de 2011.



Art. 264 Comunicaciones electrónicas no solicitadas por los consumidores.

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.

Lo anterior sin detrimento de la aplicación del Reglamento sobre Medidas de Protección de la Privacidad de las Comunicaciones, Decreto Ejecutivo N.º 35205-MINAET del 16 de abril de 2009, el artículo 33, de la Ley de Protección de la Persona Frente al Tratamiento de sus Datos Personales, Ley N.º 8968 del 7 de julio de 2011 y su Reglamento, el artículo 44 de la Ley General de Telecomunicaciones, Ley N.º 8642 del 04 de junio de 2008, y el Código Penal, Ley 4573 del 04 de mayo de 1970, Sección VIII, Delitos Informáticos y Conexos; La Superintendencia de Comisión Nacional del Consumidor, aquellos casos en que se evidencie una eventual responsabilidad de un comerciante, por la emisión de comunicaciones no solicitadas o la suscripción de bienes o servicios de forma automática o engañosa sin contar con el consentimiento expreso del consumidor, excepto, cuando se trate de operadores/proveedores de servicios de telecomunicaciones.



- ❖ Todos los comercios fiscalizados poseen la opción voluntaria al consumidor para seleccionar si desean recibir o no mensajes comerciales.



Conclusiones

Conclusiones

- ❑ El diseño de las plataformas digitales y sitios web, es muy variado respecto a cada comercio y posee diferentes accesos, pestañas, links, georreferenciaciones, y redireccionamientos, lo cual junto con la diversidad de productos hacen una navegación más profunda y/o compleja por parte de los consumidores.
- ❑ La información del comerciante como ubicación geográfica principal, nombre o razón social, documento de identidad o cédula jurídica, domicilio social, teléfono, correo electrónico, entre otros; se encontró de manera desagregada en diversas partes de la plataforma digital, por lo que el consumidor debe navegar por distintas partes del sitio para localizar dichos datos, incluso, el número de teléfono y correo electrónico.
- ❑ Para el registro como usuario/consumidor de la plataforma o para acceder a realizar una compra en línea, conlleva la lectura y aceptación de los términos y condiciones u otras políticas que los comercios han previsto con anterioridad. Sin embargo, en un 64% de los comercios fiscalizados, no tienen mecanismos que permitan al consumidor almacenar o imprimir esos términos y condiciones, aspecto fundamental no solo porque así lo establece la normativa sino debido a que los comercios establecen cláusulas sobre posibles modificación, las cuales no pueden aplicarse de manera retroactiva.
- ❑ La diversidad de secciones de los bienes y servicios, así como las especificaciones, detalles, precios, impuestos y otros costos asociados a las compras digitales, se deben informar de manera clara, suficiente y oportuna al consumidor, situación que logra evidenciar la buena práctica.
- ❑ Se encontró información equívoca acerca de las garantías legales de los bienes, principalmente en cuanto al plazo correspondiente y los procedimientos para hacer valer la garantía. La variedad de bienes y servicios ofrecidos por las empresas analizados conlleva la comercialización de bienes duraderos y perecederos, por lo que no se encontró dentro de los términos y condiciones aspectos de la garantía según los tipos de bienes o se ofrecen.

Conclusiones

- ❑ No se encuentra información respecto al derecho de retracto, según la normativa sobre comercio electrónico establece esa obligatoriedad de informar.
- ❑ Las plataformas digitales ofrecen al consumidor la escogencia libre de los bienes y servicios, el acceso al detalle de compras, si bien desea realizar la compra o agregar otro. Así mismo, mediante el proceso de la realización de la 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.
- ❑ Los sitios web analizados, a pesar de poseer carrito de compras y tener como principal método de pago las transacciones con tarjeta de crédito o débito, incorporaban otros métodos de pago, como las transferencias bancarias mediante depósitos o SINPE Móvil, datáfono o efectivo contra entrega del producto.
- ❑ Respecto a los mecanismos de pagos seguros y confiables, un 43% de los comercios muestran mediante imágenes dentro de la plataforma digital las empresas procesadoras de pago, las redes de pago y marcas de tarjetas.
- ❑ 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, Sin embargo, no se encontró mecanismos para recibir quejas o reclamaciones y el cual, debe utilizarse “el mismo medio empleado de comercio electrónico empleado para completar la transacción”, además debe ser de fácil acceso al consumidor.
- ❑ Lo que corresponde a mecanismos de evaluaciones del consumidor, solo 3 empresas las incorporan, sin embargo, no se ha encontrado en la practica la utilización de este mecanismo por parte del consumidor.
- ❑ En ninguno de los comercios se encontró información sobre el Derecho de Retracto que posee el consumidor, tal como lo establece la normativa.

Conclusiones

- ❑ Respecto a la información de políticas de cambio, se encontró que se informan dentro de la información de la garantía. Al tratarse de cosas distintas, conjuntar la información en un mismo apartado tiene a generar información confusa para el consumidor.
- ❑ En relación a la publicidad y mercadeo bajo el principio de transparencia, se visualizan en tres comercios publicidad con falta de claridad y veracidad en la información, no dejando claro al consumidor acerca de los bienes ofrecidos. Un caso recurrente es el ofrecimiento de bienes, pero cuando se accede al detalle del producto se indica que no hay inventario disponible. En ese sentido, la empresa debe asegurarse la existencia de inventario y en caso de agotarse un bien o servicio, debe de abstenerse de su publicación. Esto como mecanismo para asegurarse que la transacción no se dé.
- ❑ Referente a la protección de datos personales, y de acuerdo con la Ley de Protección de la Persona frente al tratamiento de sus datos personales No. 8968 es deber de los comerciantes informar al consumidor el almacenamiento, tratamiento y transmisión que le

están dando a los datos personales; así como la introducción en los contratos que suscriban con otros comerciantes de cláusulas que protejan dicha confidencialidad; además de adoptar medidas de seguridad eficaces que protejan la integridad, veracidad y confidencialidad de los datos personales. Esto por cuanto se encontró falta de información al consumidor en todos los aspectos señalados anteriormente.



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:

- ❖ 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.
- ❖ Colocar las políticas y términos y condiciones 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.
- ❖ 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 retractos que incluya las condiciones, el plazo y el procedimiento.

Recomendaciones

Para el comerciante:

- ❖ 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.

Muchas Gracias!!

