



Fiscalización Comercio Electrónico

Septiembre, 2020

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 con la detección de incumplimientos y se envían a los comercios correspondientes.

Empresas fiscalizadas según actividad comercial

Variedad de catálogos de bienes y servicios según rama comercial, se verifica que posean:



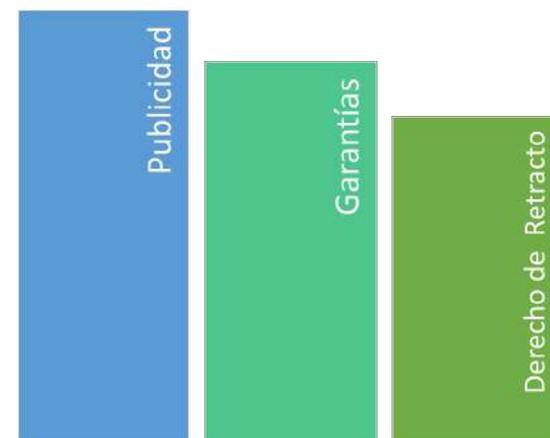
| EMPRESAS SEGÚN TIPO DE COMERCIO | |
|---|----|
| Ferretería y depósito de materiales de construcción | 4 |
| Zapatería | 3 |
| Tienda de electrodomésticos | 2 |
| Tienda de estética y productos para el cabello | 2 |
| Tienda ropa dama | 2 |
| Arte | 1 |
| Colchonería | 1 |
| Juguetería | 1 |
| Restaurante | 1 |
| Tienda de artículos de cuero | 1 |
| Tienda de salveques | 1 |
| Tienda en línea | 1 |
| Total | 20 |

➡ Sin detrimento de otros aspectos relacionados con la compra, etiquetado, reclamaciones, etc.

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

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:

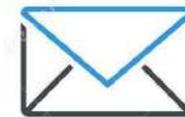
| Art. 247 Información sobre el comerciante | | | | | | | | |
|---|--------------------------------|-----------------------|--|------------------|----------|--------------------|--|--|
| Requisitos de Información | Ubicación geográfica principal | Nombre o razón social | Documento de identidad o cédula jurídica | Domicilio social | Teléfono | Correo Electrónico | Información adecuada del registro del nombre del dominio | Registro del gobierno o información de licencias |
| Cantidad de Comercios que cumplen | 18 | 15 | 10 | 7 | 20 | 20 | 2 | N.A. |
| Cantidad de Comercios que incumplen | 2 | 5 | 10 | 13 | - | - | 18 | N.A. |

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:

Tabla Resumen:

| |
|---|
| Ubicación Geográfica Principal: 90% la informó - 10% No. |
| Nombre o razón social: 75% lo indicó – 25% No. |
| Documento de identidad o Cédula Jurídica: 50% lo informó – 50% No. |
| Domicilio social: 35% lo informó – 65% No. |
| Información adecuada del registro del nombre del dominio: 10% lo informó – 90% No. |
| Registro del gobierno o información de licencias: 100% no informó. |



100%



100%

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 |

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.”*

100%

Todos los comercios fiscalizados incumplen respecto a la información sobre la transacción que debe tener el consumidor, ya sea por faltante de uno o varios aspectos, los cuales se detallan a continuación:

Art. 250 Información sobre la transacción.

Detalle de comercio electrónico según tipo de información faltante sobre la transacción:

| Información sobre la transacción | a) Tratamiento de las reclamaciones | b) Procedimientos de pago, entrega y ejecución | c) Fecha 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 una garantía legal de conformidad para los bienes y condiciones para hacerla valer | g) Cuando proceda, existencia de asistencia y servicios posventa, garantías comerciales, y sus condiciones |
|--|-------------------------------------|--|---|--|--|--|--|
| Comercios que <u>cumplen</u> con la información | 3 | 20 | 20 | 16 | 4 | 15 | 11 |
| Comercios que <u>no cumplen</u> con la información | 17 | - | - | 4 comercios No poseen T & C | 16 | 5 | 7 |
| No Aplica | - | - | - | - | - | - | 2 |

Art. 250 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: 15% lo informó - 85% No.

Procedimientos de pago, entrega y ejecución: 100% lo indicó.

Fecha para la entrega del bien o el inicio de la prestación del servicio: 100% lo informó.

términos del contrato en idioma español: 80% lo informó – 20% No posee
Términos y Condiciones de Compra.

Condiciones, el plazo y los procedimientos para ejercer el derecho de retracto: 20% lo informó – 80% No.

Recordatorio de la existencia de garantía legal de los bienes: 75% lo informó – 25% No.

Incumplimientos más frecuentes:

1. Falta de Sistema de Tratamiento de las Reclamaciones: **85%** de los casos.
2. Omisión de informar acerca del Derecho de Retracto: **80%** de los casos.

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.



100%

Todos los comercios fiscalizados informan clara y fácil el monto del precio total de los bienes; así como los servicios adicionales cuya provisión dependa de un tercero, es decir, informa previo a la realización de la compra acerca de los costos del servicio a domicilio y de la empresa que realizará el transporte.

Art. 252 Opciones preseleccionadas y engaños en la suscripción.

“En el ofrecimiento de bienes y servicios, el comerciante debe abstenerse de seleccionar previamente cualquier prestación, así como la contratación automática de prestaciones sucesivas o recurrentes. Tal conducta será considerada un engaño en la suscripción que incorpora una venta atada en perjuicio del consumidor. El comerciante de dichos servicios deberá brindar información al consumidor sobre la identidad del remitente, el costo del servicio, la frecuencia de remisión, y cualquier otro elemento decisivo en la contratación o adquisición del servicio.

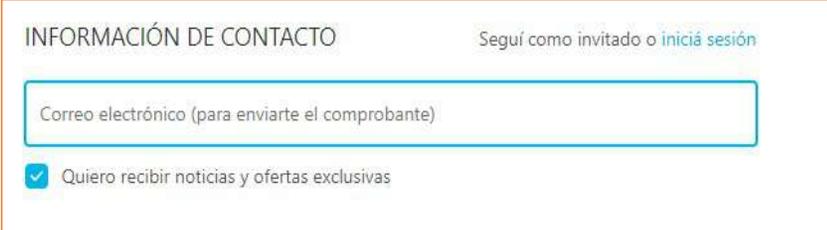
En todo caso, el comerciante debe garantizar que el consumidor sea quien seleccione libremente y de manera inequívoca las prestaciones que desee incorporar al contrato.

Se prohíbe implementar mecanismos automáticos o de suscripción automática para obtener el consentimiento del usuario final para recibir información comercial y/o publicitaria o utilizar mecanismos que induzcan a error para obtener dicho consentimiento. En todo caso, el comerciante debe contar con el consentimiento expreso y en un medio constatable para respaldar la suscripción.”

Resultados:

- Un **90%** (18 casos) de los comercios fiscalizados no se encontraron opciones de preselección o engaños en suscripción.
- Sin embargo, un **10%** (2 casos) de los comercios poseían en el sitio web opciones preseleccionadas para recibir publicidad.

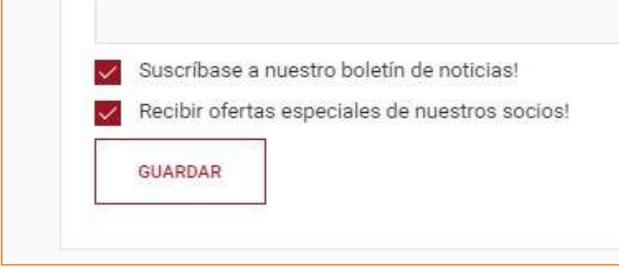
Ejemplos:



INFORMACIÓN DE CONTACTO Seguí como invitado o [iniciá sesión](#)

Correo electrónico (para enviarte el comprobante)

Quiero recibir noticias y ofertas exclusivas



Suscribase a nuestro boletín de noticias!

Recibir ofertas especiales de nuestros socios!

GUARDAR

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.



100%

Todos los comercios presentan al consumidor el proceso para confirmar la compra (incluidos todos los costos y tiempos asociados, así como modificar y corregir la orden de compra).

➔ A continuación se muestra un ejemplo del proceso de confirmación de la compra:

Art. 254 Perfeccionamiento de 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:

| 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. |

- De 20 comercios fiscalizados, un **total de 16 posee Términos y Condiciones** y estos eran accesibles y de aceptación previamente a la compra.
- Sin embargo, ninguno poseía la opción de almacenamiento digital y/o impresión.

Art. 255 Comprobante para el Consumidor.

“Sin detrimento de las disposiciones del artículo anterior, el comerciante, una vez perfeccionado el contrato, estará obligado a enviar al consumidor un comprobante íntegro, preciso y duradero de la transacción.

El comprobante podrá ser enviado por vía electrónica o por cualquier medio de comunicación acordado previamente entre las partes.”

- Un total del 85% (17 casos) de los comercios fiscalizados indica enviar un comprobante de la compra realizada al consumidor, tanto al correo electrónico preseleccionado previamente por el usuario para registrarse en la página web del comercio, como en físico cuando lleguen o recoja su pedido.
- El restante 15% (3 casos) no informan acerca de enviarlo.

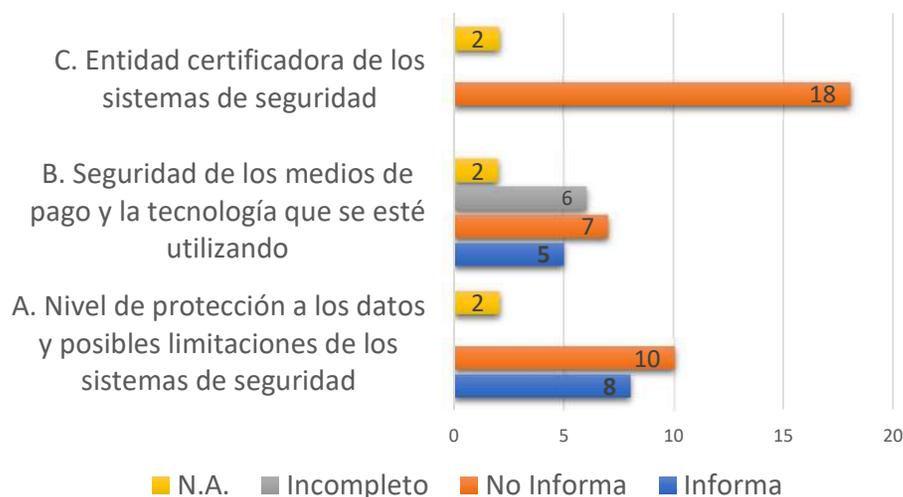
Art. 256 Seguridad en los Medios de Pago.

“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.”

Seguridad en los medios de pago.



Comerciante informa de:

Certificadora Sistemas de Seguridad: 10% lo informó - 90% No.

Seguridad de los medios de pago y tecnología utilizada: 25% lo informó – 30 muestra imágenes – 35% No informa – 10% N.A.

Nivel de Protección y Limitaciones Seguridad Datos: 40% lo informó – 50% No – 10% N.A.

Art. 258 Plazo para la entrega del bien o prestación del servicio.

“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.”

100%

- Todos los comerciantes previo a la realización de la compra electrónica, han mostrado al consumidor los plazos para la entrega del bien.
- El consumidor puede verificar este plazo para ver si le conviene o no efectuar la transacción.

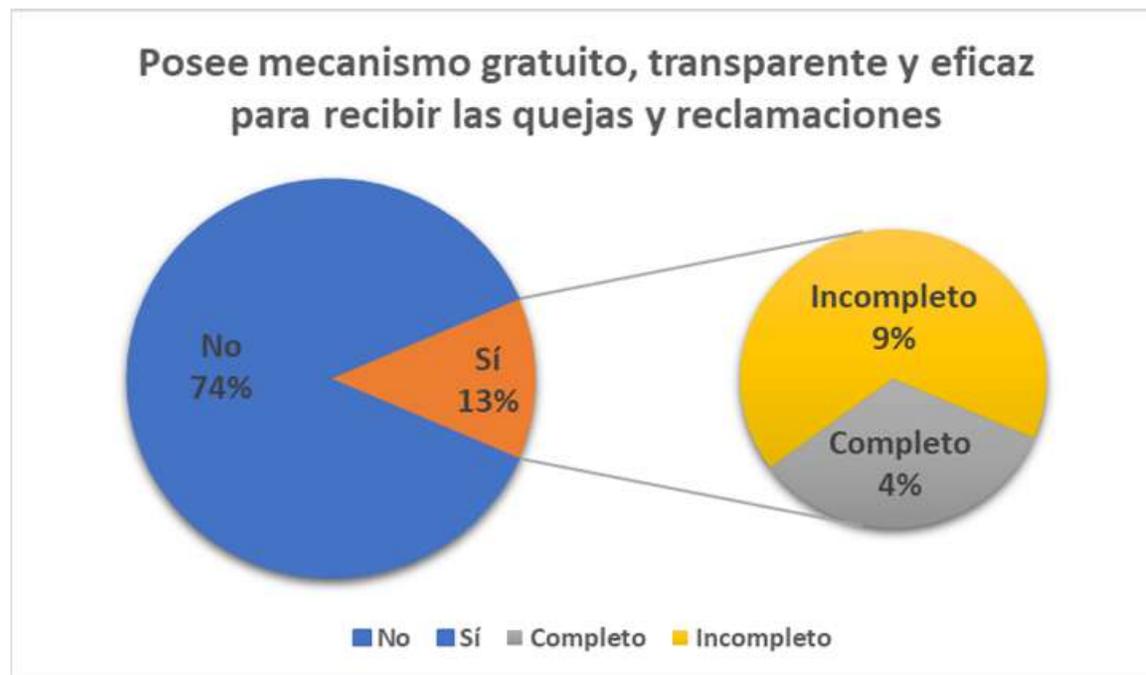
Art. 259 Reclamaciones del Consumidor.

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.

Es frecuente encontrar en los sitios web las opciones: contáctenos, preguntas frecuentes y redireccionamientos a chats WhatsApp para aclarar dudas, comentarios u otros.

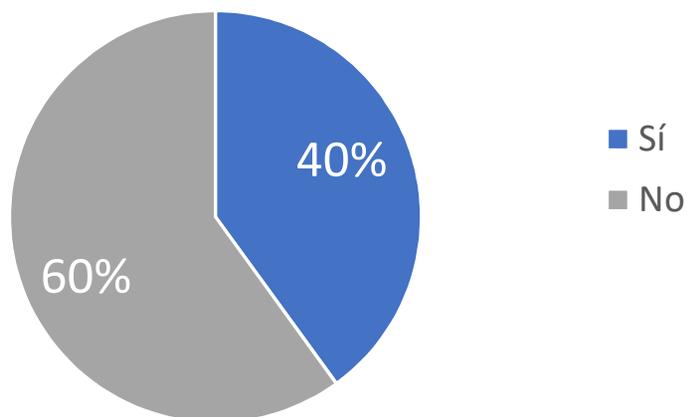
- De los 20 comercios analizados, 17 casos no poseen este mecanismo.
- De los 3 casos que lo poseen, 2 se encuentra incompleto (sin plazos de respuesta o alternativas de seguimiento), únicamente 1 comercio lo posee correctamente.



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.

Poseen un mecanismo para evaluaciones del consumidor?



| DESCRIPCIÓN | INFORMACIÓN ADICIONAL | VALORACIONES (0) |
|--|-----------------------|------------------|
| <h3>Valoraciones</h3> <p>No hay valoraciones aún.</p> <p>Sé el primero en valorar "Maletín M-ELIAN"</p> <p>Tu dirección de correo electrónico no será publicada. Los campos obligatorios están marcados con *</p> <p>Tu puntuación *</p> <p>★★★★★</p> <p>Tu valoración *</p> <p>Nombre *</p> <p>Correo electrónico *</p> <p>ENVIAR</p> | | |

➔ El cuadro de la derecha corresponde a un ejemplo del mecanismo de evaluación que posee un comercio.

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 sitios web de los comerciantes realizan publicidad entrelazada desde sus sitios web, páginas de redes sociales y redireccionan a WhatsApp.

• Comercializan sus bienes y servicios, y adicionalmente crean sitios específicos en los sitios web para Ofertas y Promociones, como lo son las Revistas “Shoopers”, “Outlet” y pestañas que los identifican como tal.

- Un **95%** de los comercios cumplen con la normativa de Publicidad.
- Solo se identifica 1 comercio que posee falta de claridad y veracidad en la información, al mostrar un “Ofertón” y no indicar el beneficio que obtendría el consumidor al acceder a la compra.



Sitio Web



Mensajería
Texto

Redes
Sociales



Art. 262 Publicidad dirigida a menores de edad, consumidores vulnerables o desfavorecidos.

“Los comerciantes deberán tener especial cuidado en que la publicidad dirigida a menores de edad, consumidores vulnerables o desfavorecidos, y otros que podrían no tener la facultad de comprender la información con la cual se representan, no atente contra su dignidad y bienestar integral.

Los comerciantes están obligados, en relación con la publicidad dirigida a menores de edad, que es difundida por medio de sus sitios de Internet o por otros medios electrónicos, a:

- a) identificar los contenidos dirigidos únicamente a adultos;*
- b) adoptar las medidas necesarias para prevenir que los menores puedan acceder a bienes y servicios que por ley no son aptos para menores de edad;*
- c) abstenerse de presentar a niños en situaciones peligrosas, salvo que se trate de advertencias en materia de seguridad; o en situaciones que atenten contra la ley, la moral, las buenas costumbres o el orden público;*
- d) abstenerse de hacer publicidad que incentive a los menores a realizar conductas impropias, ilegales, que atenten contra su dignidad y bienestar integral, o contra el de los demás; y*
- e) respetar las otras obligaciones que, en materia de publicidad dirigida a menores de edad, establece la legislación.”*

•Un **45%** (9 casos) de los comercios indica en sus términos y condiciones y/o políticas de uso de las plataformas digitales que el **contenido y uso del sitio es dirigido a personas mayores de edad.**

•Un **40%** (8 casos) incluye en sus términos y condiciones o diversas políticas que posee el sitio, recomendaciones para la navegación o uso del sitio web para personas menores de edad, el restante **60%** (12 casos) de los comercios N.I.

No se encontró en ningún comercio digital alguna imagen o texto publicitario que mostrara a niños en situaciones peligrosas, tampoco publicidad que incentivara a menores a realizar conductas impropias o ilegales que atentaran contra la integridad de ellos o de otros, así como no se visualiza ningún irrespeto a obligaciones en materia de publicidad dirigida a menores

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° 8968 del 5 de setiembre de 2011.

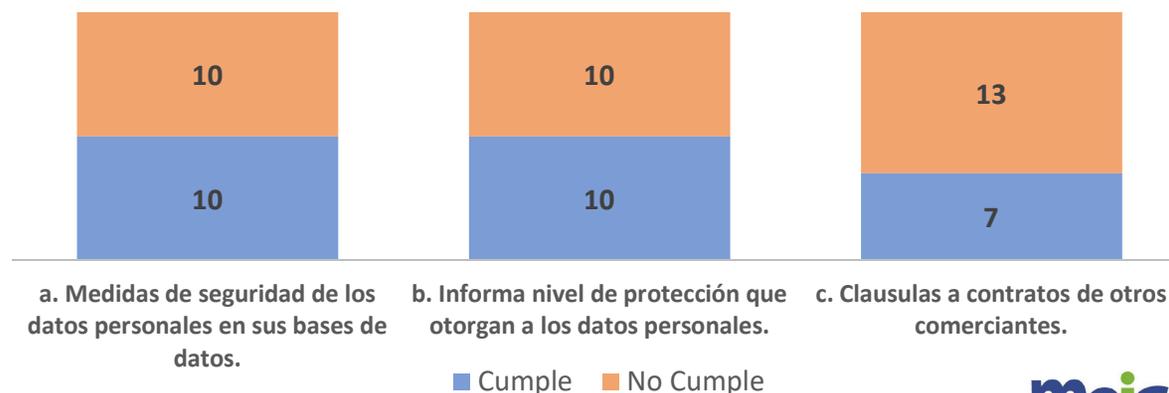
Si bien no es verificable la existencia de cláusulas a terceros respecto a la protección de los datos de los consumidores, los comercios informan quienes acceden a la información, la finalidad, y que solo la facilitan a entidades judiciales en caso de requerirse.

Medidas de Seguridad Base de Datos: 50% lo informó - 50% No.

Nivel de Protección que otorgan a los datos personales: 50% lo informó – 50 No.

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

PROTECCIÓN DE LOS DATOS PERSONALES



Art. 264 Comunicaciones electrónicas no solicitada 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.

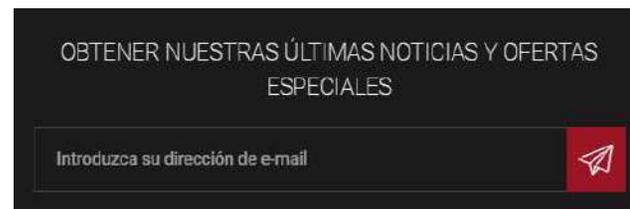
Cualquier comunicación realizada con sistemas automáticos de comunicación sin el consentimiento previo del usuario o cuando se oculte o falsee el origen de la comunicación y no se cuente con una alternativa para poner fin a dichas comunicaciones, corresponde a una comunicación no solicitada.

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.

100%

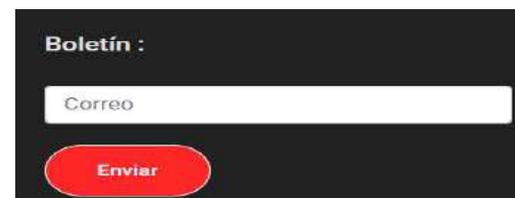
Todos los comercios fiscalizados poseen la opción voluntaria al consumidor para seleccionar si desean recibir o no mensajes comerciales.

Ejemplos:



OBTENER NUESTRAS ÚLTIMAS NOTICIAS Y OFERTAS ESPECIALES

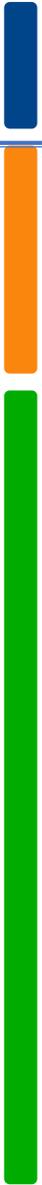
Introduzca su dirección de e-mail



Boletín :

Correo

Enviar



Conclusiones

Conclusiones.

- La variedad de bienes y servicios incorporados en los sitios web de los comerciantes, requieren de una navegación más avanzada 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 como acompañamiento digital en las compras, aclaración de dudas, realizar reclamaciones, entre otros.
- La información del comerciante también se encuentra desagregada en las plataformas digitales, la práctica de utilizar solo el nombre comercial es la más habitual. Sin embargo, lo requerido por 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 se estaría incumpliendo con el principio fundamental que tienen los consumidores, al acceso de una información clara y oportuna.
- Diversas empresas han realizado un giro comercial incorporando productos no habituales a los cuales fueron diseñados los sitios web, entre ellos productos alimenticios, canasta básica, de aseo personal e higiene; bienes que por su naturaleza poseen características diversas y no deben de ser omisos en informar al consumidor acerca de ingredientes, alergénicos u otros.
- 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. Así mismo, la práctica de hacer de conocimiento al consumidor si ha variado con el tiempo alguna cláusula, han incorporado otras regulaciones o políticas de la empresa, se puede tener conocimiento solo si ingresamos al sitio web y revisamos la fecha de actualización de dichos términos y condiciones. Únicamente se encontró 1 sitio web que cada vez que realiza modificaciones a estas regulaciones, las envía por correo electrónico a sus usuarios.
- De lo anterior la importancia de que exista en los sitios webs la posibilidad de descarga y/o impresión de los términos y condiciones en el momento de la compra.
- Se encontraron 4 comercios que, a pesar de poseer la plataforma digital para completar la transacción, no poseen Términos & Condiciones, por lo que se está limitando el derecho a la información.
- 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, durante la fiscalización de los comercios seleccionados y el análisis de los sitios web.

Conclusiones.

- 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.
- Respecto al derecho de retracto, únicamente el 20% (4 casos) de los comercios lo especifican, sin embargo, se encontró información poco clara y con falta de veracidad en 3 de los casos. El restante 80% (16 casos) omite esta información.
- 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.
- 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, costos asociados (transporte), tiempos de entrega y de los medios de pago ofrecidos. Sin embargo, un total del 90% (18 casos) de los sitios web analizados el consumidor puede completar la transacción digitalmente (pagar en línea), e incluso poder seleccionar otros métodos de pago como las transferencias bancarias, depósitos, SINPE Móvil, datáfono o efectivo contra entrega del producto. El restante 10% (2 casos) de los comercios no posee la opción de pagar en línea, pero si todas las demás opciones de pago.
- Respecto a los mecanismos de pago, los comercios informan que las transacciones que se realicen son seguras y confiables, un **30%** (6 casos) muestra mediante imágenes la seguridad de las transacciones bancarias en el sitio, las marcas de las tarjetas aceptadas y pasarelas de pago utilizadas y un **25%** (5 casos) de los comercios lo informa en sus términos y condiciones. El **35%** (7 casos) de los comercios son omiso con este tipo de información. El restante **10%** (2 casos) corresponde a comercios que no realizan transacciones bancarias por la página web (como se indicó en punto anterior poseen otras opciones de pago) sin embargo, si colocan en el sitio imágenes que muestran las marcas de las tarjetas aceptadas al momento de la entrega del producto.

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. Sin embargo, un total del **74%** (17 casos) de los comercios no posee mecanismo para recibir reclamaciones, el restante **13%** (3 casos) de los comercios sí lo poseen; pero de estos tres comercios que poseen este mecanismo, sólo 1 cumple con plazos de respuesta y alternativas para el consumidor para dar seguimiento a la reclamación; los restantes 2 comercios poseen el mecanismo, pero se encuentran con información incompleta.
- 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.
- En cuanto al recordatorio de la existencia de una garantía legal de conformidad para los bienes, así como las condiciones para hacerla valer, un **75%** de los comercios (15 casos) sí mencionan la existencia de la garantía legal de los bienes y el restante **25%** (5 casos) son omisos en dicha información. De los 15 comercios que realizan el recordatorio de la garantía, un total de **4** casos informa de manera incorrecta el plazo (“días naturales”, “30 días”), un total de **5** casos le falta información de las condiciones para hacerla valer y en **4** casos hay otras limitaciones para hacer valer la garantía.
- Referente a la Garantía Comercial y/o Garantías superiores que posean algunos bienes, se encontró que un total del **55%** (11 casos) de los comercios informan lo informan en la pestaña o descripción de algunos bienes; sin embargo, son omisos en informar la asistencia y servicios post venta, así como las condiciones de las garantías comerciales. No obstante, se encontraron empresas que comercializan diferentes tipos de productos, algunos de ellos que se les aplica la garantía mínima legal y otros una garantía superior, en estos casos es importante que se le informe al consumidor de manera clara cuando aplique una garantía diferenciada entre los productos. Al igual que la información de la garantía legal, únicamente 4 empresas cumplen con la información sobre la garantía comercial, 14 empresas no son claras en cuanto a dicha garantía y se mezclan cláusulas propias de una política de cambio o devolución; y las restantes 2 empresas por la naturaleza de los bienes comercializados no les aplica la garantía comercial.

Conclusiones.

- Cabe mencionar, que de las 15 empresas que hacen referencia a la garantía, muestran información que no es clara ni veraz, al informar plazos incorrectos, restricciones, así como exclusiones automáticas sin que se demuestre el nexo causal entre el daño y la cláusula.
- Algunos comercios poseen otras políticas de cambios y devoluciones, ya sea por insatisfacción u otros motivos que son a criterio propio del comerciante, sin embargo, esta información se encuentra mezclada junto con el tema de garantías, y al tratarse de cosas distintas (conjunta 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, solo se visualiza el caso de un comercio con falta de claridad y veracidad en la información, no dejando claro al consumidor acerca del beneficio (precio anterior/actual) de los bienes ofrecidos.
- Lo concerniente 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 adoptar medidas de protección a las bases de datos que poseen la información personal de los consumidores y la introducción de cláusulas a contratos que tenga con otros comerciantes respecto a esta información. En ese sentido, los comerciantes deben de informar el nivel de protección otorgado a los datos personales de los consumidores. El 50% (10 casos) de los comercios informa acerca del uso que le brindaran a la información, así como la transmisión y almacenamiento de los datos, en el restante 50% no se informa dicho el nivel de protección.



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 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.
- ❖ 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.



Muchas Gracias!!