

REVISTA n°9. 2010

REVISTA

Kontsumo

ALDIZKARIA

El tema es:

El comercio electrónico

El comercio electrónico

Abierto 24 horas, 365 días al año **¿Vending? No, comercio electrónico.**

Con las nuevas tecnologías el tiempo y la distancia dejan de ser obstáculos para comprar o vender.

Internet y las redes mundiales de información han permitido abrir las puertas de las empresas que ofrecen productos y servicios mucho más allá de horarios de apertura al público o de expansiones por diferentes territorios.

El comercio electrónico avanza como una "empresa sin fronteras" donde todo está al alcance de cualquiera en cualquier momento...

Peio y Marta son una pareja que se ha trasladado a las afueras de la ciudad. Los dos trabajan a jornada partida y disponen de muy poco tiempo para ir de compras.

La ubicación del piso tampoco ayuda, ya que exceptuando una panadería y algún otro establecimiento para productos de última hora, no existen más servicios. Es necesario disponer de coche para ir a comprar.

Pero Marta tiene su "secreto" para que no le falte de nada. Sin moverse de casa, desde su ordenador busca, selecciona,

compara precios, productos... Marta hace sus compras por Internet porque le resulta muy cómodo y sencillo.

Peio, que es más reacio a esta compra donde no se ve "la cara" de la persona vendedora, sigue teniendo dudas. No está convencido de que detrás de cada venta no haya un engaño o fraude y de que se queden con sus datos personales, no envíen el producto y, encima, se pierda el dinero.



El comercio electrónico

Lo primero que debemos tener en cuenta a la hora de hacer nuestra compra online, es asegurarnos de que nuestro ordenador está libre de toda amenaza informática: virus, software espía, troyanos u otro tipo de malware, tener activado el cortafuegos, etc. Una vez tenemos el ordenador listo, los pasos a seguir para realizar una compra por Internet son:

- Seleccionar las tiendas online.
 - Cuando se va a realizar una compra por Internet, es necesario comprobar que la Web es segura:
(Identificar las letras https o el icono del candado cerrado, por ejemplo, son indicadores de seguridad)
- Identificar los datos de la empresa vendedora.
 - Nombre completo, CIF, dirección postal, teléfono, registro mercantil y correo electrónico.
 - Estas deben ser públicas y estar en un lugar visible de la página.
- Seleccionar el producto o servicio atendiendo a las características que buscamos del mismo (funcionalidad, precio...).

Se debe buscar la información detallada y clara sobre cualquier producto: precio, condiciones de venta, formas y gastos de envío, costes adicionales, impuestos (IVA...) , así como sus políticas



de privacidad de datos, garantías, entrega y devoluciones.

Comparar la relación calidad-precio y seleccionar el que se ajusta a nuestra necesidad.

- Añadir el artículo al carrito de la compra.
Verificar que el precio y número de unidades coincide con lo previamente establecido.
- Rellenar los datos personales estrictamente necesarios para realizar la compra, no rellenando la información que creamos innecesaria para el desarrollo del proceso de compra.

El comercio electrónico

- Elegir la forma de pago.
 - Se debe elegir en cada caso, la que nos resulte más cómoda y segura.
- Guardar o imprimir el comprobante de compra, todas las condiciones del pedido así como todos los e-mails de contacto.

Se debe guardar y conservar en lugar seguro, ya que hará las veces de recibo ante cualquier reclamación.

Tras varias compras realizadas por Internet sin ningún tipo de incidencia, Peio y Marta, que deben cambiar de televisión, deciden comprarla vía on line. Buscan y miran en numerosos establecimientos, escogen uno que les convence y que es bastante más barato que los precios que habían visto en los establecimientos de la ciudad.

Buscan los datos de la empresa... vale, es fiable. Hacen el pedido. La empresa les ha avisado de la recepción del mismo así como del plazo de entrega del producto. Peio y Marta han aceptado expresamente y llega el momento que menos gusta de las compras por Internet y que más dudas genera: el pago. Vamos a ver, candado cerrado, https... Parece que el pago es seguro. Pero una nueva duda surge en ellos. La página les ofrece varias fórmulas de pago y no saben por cuál decidirse.

Los modos de pago por Internet son muchos y variados, por lo que conviene conocer en qué consiste cada uno de ellos:



- Cajero virtual o TPV (Terminal Punto de Venta):

Pago con tarjeta de crédito a través de la pasarela segura de una entidad financiera. Funciona prácticamente igual que los datáfonos de los establecimientos.

El comercio electrónico

El número de la tarjeta viaja encriptado hacia los servidores del banco, por lo que no es accesible para terceras personas.

■ Tarjeta virtual de prepago:

La entidad bancaria, previa solicitud de la persona consumidora, hace entrega de una tarjeta "cargada" con la cantidad que la persona consumidora indique y a la que accede a través de un número de clave personal. Cuando se realice la compra online, la persona compradora deberá introducir el número de clave y la cuantía se restará de dicha tarjeta. Estas tarjetas son exclusivas para pagos online.

■ Pagos telefónicos:

Pago a través de una entidad bancaria encargada de asociar un número de teléfono a la cuenta corriente o tarjeta de crédito de la persona compradora. Se suele usar para pagos de pequeño importe. Se puede hacer por SMS, con teléfonos de tarificación adicional o conectándose mediante modem o dialers a la entidad proveedora.

■ Pago por correo electrónico:

Asigna los datos de una cuenta bancaria a una dirección de correo electrónico. La persona se registra una primera vez con su cuenta bancaria o tarjeta de crédito y posteriormente ordena anónima-

mente pagos con cargo a esa cuenta o tarjeta. Son conocidos *Paypal* o *Bill me later* del grupo eBay, *Google Checkout* o *Amazon Payments*, por ejemplo.

■ Cheques electrónicos:

Versión online de los cheques tradicionales.

Otras opciones:

■ Contra reembolso:

Pago una vez recibido el producto. Es el único que todavía se hace en efectivo. Es de los más fiables.



El comercio electrónico

■ **Transferencia bancaria:**

Ingreso del importe en una cuenta de la entidad vendedora antes de recibir el producto.

■ **Domiciliación:**

Cobro directamente de la cuenta bancaria de la persona compradora.

Ya está. Al final han decidido pagar con un sistema de pago por correo electrónico. Hacen click en “aceptar”. Ahora, queda recibir la aceptación o un acuse de recibo por correo electrónico en el plazo de las veinticuatro horas y ¡listo!

Marta y Peio están ilusionados con la idea de su nueva televisión, y hasta tienen decidido ya dónde ponerla. Ahora sólo queda esperar que pase el plazo de 15 días.

La empresa vendedora dispone de un plazo límite de 30 días para realizar la entrega del pedido. En este caso y como mejora a su servicio se había comprometido a realizar la entrega en 15 días.

De nuevo a Peio le asaltan dudas: ¿Qué pasa si el producto que me envían es distinto al que habíamos pedido?, ¿y si no llega?, ¿y si no cumple nuestras expectativas?, ¿y si...?

Para prevenir, imprimen la hoja de pedido que guardarán por si tienen que hacer valer la garantía o efectuar la devolución.

La normativa vigente permite, salvo en casos excepcionales, que la persona que ha adquirido el artículo a distancia pueda desistir libremente del contrato en un plazo de 7 días desde la recepción del mismo o desde la contratación del servicio, aunque la parte vendedora puede establecer un plazo más amplio. Este plazo se amplía a 3 meses si la parte vendedora no cumple con la obligación informativa.

No hace falta que la persona consumidora informe de las razones que le llevan a adoptar esa decisión aunque sí debe comunicar su voluntad de renunciar al contrato.



El comercio electrónico

La persona consumidora deberá devolver el artículo a la entidad vendedora, quien debe, a su vez, reembolsar el dinero pagado por dicho artículo mediante el mismo sistema utilizado en el pago.

La entidad vendedora puede ejercer su derecho a que los gastos directos de devolución corran a cargo de la persona compradora.

En todo caso, es necesario informarse sobre la política de devolución de la empresa donde se está adquiriendo el producto o servicio y seguir los pasos de devolución que en ella se marcan.

Llega el pedido, ¡aquí está su nueva televisión! Firman la entrega y guardan los papeles con la hoja de pedido.

La enchufan, leen bien las instrucciones de uso y la ponen en marcha. Todo funciona correctamente, por lo que la pareja está doblemente contenta. Han seguido todos los pasos necesarios para realizar una compra por Internet con seguridad, lo que les ha quitado el miedo para posteriores ocasiones y además, ya pueden disfrutar de un producto que necesitaban.

¿Qué programa veremos hoy?...



REVISTA nº9. 2010

REVISTA

Kontsumo

ALDIETAKARIA

Te puede pasar a ti

Te puede pasar a ti

El comercio electrónico es una modalidad de venta que todavía provoca incertidumbre entre la ciudadanía. Uno de los aspectos que más dudas genera además de la búsqueda del modo de pago más seguro, es "si el artículo que ya tengo pagado lo llegaré a recibir".

Hay empresas que utilizan distintivos públicos de confianza en línea por estar adheridas a códigos éticos de conducta y que están sujetas a su sistema de autorregulación. Estos códigos éticos están sujetos a revisión periódica, con el fin de adaptarlos y mantenerlos actualizados en relación con los cambios que tengan lugar en la sociedad y el estado/desarrollo de las tecnologías.

A continuación se expone un caso resuelto a través de un acto voluntario de mediación ante el Comité de Mediación de AECOM (Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional).

EXPOSICIÓN DE LOS HECHOS:

La persona consumidora realizó una compra en un supermercado online que ofertaba un artículo para el hogar cuyo precio ascendía a 80 euros. En la propia página donde se realizaba la compra se informaba que el plazo de entrega era de 5 días laborables.

La persona consumidora alegó que tras la compra, recibió un correo electrónico remitido por la empresa en el que se le informaba

de que la entrega se iba a retrasar, y fijaba la nueva fecha de entrega en los siguientes 15 días a partir de la compra.



Trascurrido un periodo de mes y medio desde el momento de la compra, el producto aún no había sido recibido en el domicilio, por lo que la persona consumidora, haciendo valer que la empresa estaba adherida a uno de estos sistemas de regulación *Confianza Online*, interpuso una reclamación para su resolución a través de esta asociación.

Te puede pasar a ti

En dicha reclamación, se solicitaba la entrega inmediata del producto solicitado, o, en su defecto, otro de similares características al mismo precio.

Acuerdo:

Las empresas adheridas a Confianza Online aceptan el Código Ético de Comercio Electrónico y Publicidad Interactiva. Este código dispone en su artículo 17, referido a los plazos de entrega, que si la empresa se encuentra ante la imposibilidad de enviar o prestar los productos o servicios contratados dentro del plazo indicado en el contrato, o a más tardar en el plazo de treinta días a partir del día siguiente a aquel en que la parte compradora le hubiera comunicado su pedido, deberá notificar esta circunstancia a la persona consumidora, informándole del nuevo plazo en el que aquellos estarán disponibles. En este caso, la persona consumidora tendrá la posibilidad de rescindir el contrato y pedir que se le reembolse el importe del producto o servicio si lo hubiese pagado. En tal supuesto, la empresa deberá devolver las cantidades pagadas cuanto antes, como máximo en treinta días desde que la persona consumidora hubiese solicitado el reembolso.

Estando presentes las dos partes ante el Comité de Mediación, la empresa vendedora manifestó sus disculpas por el retraso en la entrega debido a una incidencia

con el proveedor, y se dispuso a proceder a la entrega del producto y a la devolución de los gastos de envío.



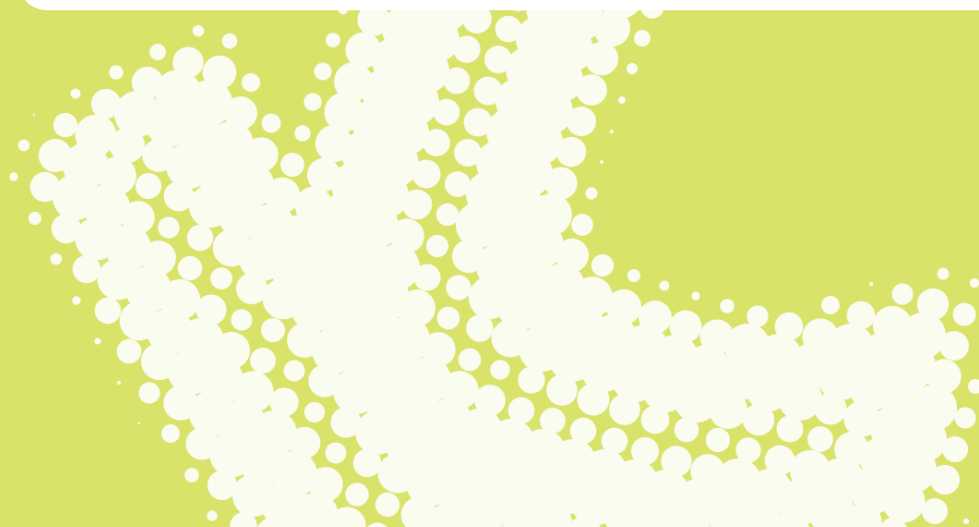
La parte compradora reconoció su satisfacción por el acuerdo alcanzado, por lo que se comprometió a desistir de emprender cualquier acción legal referida a este asunto.

REVISTA n°9 2010

REVISTA
Kontsumo

ALDIETAKARIA

Tienes derecho a...



Tienes derecho a...

El comercio electrónico es una modalidad de compra a distancia que está proliferando mucho, fruto de la creciente familiarización de la población con las nuevas tecnologías.

La comodidad de adquirir todo tipo de productos sin movernos de casa, desde los productos más básicos de alimentación hasta un paquete vacacional, hace que algunas personas consumidoras se decanten por esta nueva modalidad de compra. Por otra parte, las empresas proveedoras que utilizan este sistema pueden ahorrarse costes de distribución, y por tanto, ofrecer productos a precios más bajos.



Pero, para que esta compra-venta se produzca en las mejores condiciones para ambas partes, es necesario conocer nuestros derechos y poner en práctica los mecanismos de prevención necesarios:

Conocer detalladamente las características del producto.

Con el fin de evitar errores en la interpretación de las propiedades del producto o servicio ofrecido a través de Internet, es importante que todas sus características queden correctamente indicadas en la página Web. Al tratarse de un medio de contratación a distancia, las características del producto no pueden ser apreciadas de forma directa por la persona consumidora, por lo que se debe reproducir fielmente lo que va a constituir el objeto de la operación.

Entre los datos que deben aparecer en la oferta destacan los siguientes:

- Precio
- Forma de pago
- Características técnicas
- Requisitos necesarios para la utilización
- Garantías aplicables
- Régimen de reclamaciones

Tienes derecho a...

Saber el precio final del producto, incluyendo impuestos y gastos de envío, antes de realizar su compra.

Los precios deben estar indicados de forma clara y exacta haciendo constar de forma expresa si los impuestos están incluidos. También se debe informar sobre los gastos de envío.

El importe total y final de la compra debe estar especificado antes de la aceptación del pedido.

Conocer la finalidad y usos futuros de los datos personales, que se podrán corregir o cancelar en cualquier momento.

Durante el proceso de compra, la tienda virtual solicitará los datos personales de quien vaya a realizar la compra así como el número de alguna tarjeta de crédito o débito y los datos necesarios para el cobro. Es necesario asegurarse que el establecimiento cumple la normativa vigente en materia de protección de datos y, en consecuencia, informar sobre:

- La existencia de un fichero de datos declarado.
- La identidad y dirección de quien es responsable del fichero.
- La finalidad de la recogida de datos.
- El derecho de la persona consumidora a consultar los datos propios.

- El derecho de la persona consumidora a cancelar los datos propios.
- El derecho de la persona consumidora a rectificar los datos propios.
- El derecho de la persona consumidora a oponerse al tratamiento de los datos propios.



En cualquier caso, antes de dar los datos personales y el número de la tarjeta de crédito o débito es necesario determinar si el contrato se va a efectuar en un entorno seguro, es decir, si se trata de una Web segura.

El mismo navegador indica cuándo el o la internauta se encuentra en una página segura: el icono que indica la seguridad suele ser un candado que se cierra o se ilumina cuando pasa de un documento inseguro a uno seguro. Además la URL, o barra de dirección, pasa de ser <http://> a <https://>

Tienes derecho a...

Renunciar a la compra dentro de un plazo de siete días a partir de la recepción del producto, sin justificación previa. Derecho de desistimiento.

La normativa vigente permite que la persona que ha adquirido el producto pueda desistir libremente del contrato en un plazo de 7 días desde la recepción del bien o la contratación del servicio, sin necesidad de informar a la entidad vendedora de las razones que le han llevado a adoptar esta decisión. Este plazo se amplía a 3 meses si la parte vendedora no cumple con la obligación informativa.

Existen algunas excepciones tales como:

- Los objetos pagados sean susceptibles de ser reproducidos o copiados con carácter inmediato (libro, ya que se puede fotocopiar, un programa de ordenador que se puede duplicar, etc.).
- Los productos destinados a la higiene corporal.
- Los productos que por su naturaleza no se puedan devolver (entradas para un espectáculo un vez que éste ya se haya producido, la prensa diaria, etc.).

La parte vendedora puede solicitar su derecho a que los gastos directos de devolución corran a cargo de la parte compradora.



En todo caso, es necesario informarse sobre la política de devolución de la empresa donde se está adquiriendo el bien o servicio y seguir los pasos de devolución que allí se marcan.

Las cláusulas que impongan una penalización a la persona consumidora por el ejercicio del derecho de desistimiento serán consideradas abusivas y, en consecuencia, nulas de pleno derecho.

Tienes derecho a...

Elegir entre diferentes formas de pago seguras.

Los requisitos de seguridad que se deben exigir a un sistema de pago electrónico en general son:

Confidencialidad: los datos intercambiados durante una transacción en ningún caso pueden hacerse públicos. Esto se consigue mediante el cifrado de datos.

Integridad: los datos no puedan ser alterados, máxime cuando se trata de importes de un pago a un número de cuenta bancaria, etc. Esto se garantiza mediante funciones resumen y firmas digitales.

Autenticación: en todo sistema de pago las partes implicadas deben demostrar que son lo que dicen ser.



Los servidores que utilizan este protocolo de seguridad son los llamados servidores seguros y se distinguen porque en el navegador aparece un candado cerrado, que indica que se ha abierto una sesión SSL, por la cual se mantiene una relación comercial encriptada entre la empresa vendedora y la persona compradora.

Recibir información previa a la contratación.

Antes de iniciar el procedimiento de contratación la persona destinataria debe disponer de manera clara y de forma permanente de información sobre:

- Los distintos trámites que deben seguirse para efectuar el contrato.
- Si la prestadora del servicio va a archivar el documento electrónico en que se formalice el contrato y si éste va a ser accesible.
- Los medios técnicos que pone a su disposición para identificar y corregir errores en la introducción de los datos.
- La lengua o lenguas en que podrá formalizarse el contrato.

Los datos referentes al producto o servicio que se quiere adquirir deben ser claros, correctos y suficientes para no inducir a error.

Posterior a la celebración del contrato, la persona consumidora debe recibir el producto adquirido dentro de los 30 días siguientes a la recepción de la aceptación del contrato.