

DERECHOS DEL CONSUMIDOR EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

COMPRAR POR INTERNET:
FÁCIL, RÁPIDO Y SEGURO

DEFINICIÓN DE COMERCIO ELECTRÓNICO

- Cualquier forma de transacción o intercambio de información comercial, en el que las partes se comunican utilizando las **Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)** en lugar de hacerlo de forma presencial.
- Las **TIC** hacen referencia a las herramientas tecnológicas de información que posibilitan la conexión y la comunicación de personas de forma telemática y a través de las cuales se ofrecen servicios que tienen como fin la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos: principalmente Internet, la telefonía móvil y la televisión digital, entre otros.



OMIC · ZARAGOZA
1983 - 2013
30 años al servicio del consumidor

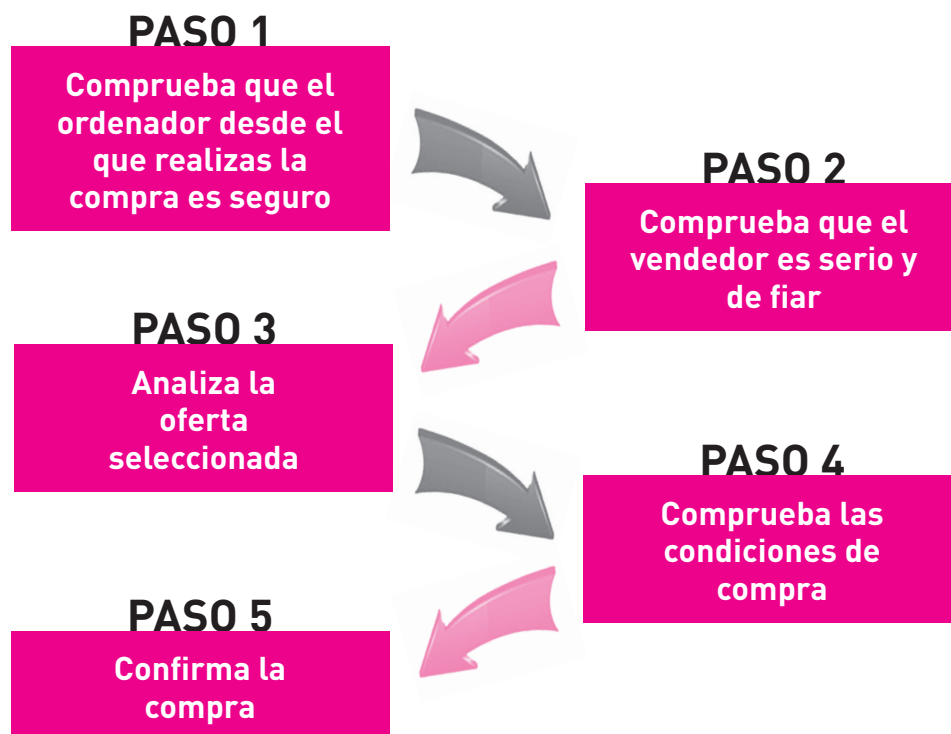


Zaragoza
AYUNTAMIENTO

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO



¿CÓMO REALIZO UNA COMPRA SEGURA ONLINE?



PASO 1:

COMPRUEBA QUE EL ORDENADOR DESDE EL QUE REALIZAS LA COMPRA ES SEGURO

- Cuando se efectúan compras por Internet, normalmente es necesario proporcionar datos personales y bancarios, por lo que hay que cerciorarse de que el ordenador que vamos a utilizar para realizar la compra es fiable.
- Se trata de un paso importante, ya que un ordenador con deficiencias de seguridad o infectado con virus informáticos puede recoger información confidencial para enviársela a terceros que pueden utilizarla con otros fines.

PASO 2:

COMPRUEBA QUE EL VENDEDOR ES SERIO Y DE FIAR

- Como ocurre en el comercio tradicional, existen indicios que nos pueden ayudar a prever la calidad de servicio y la seriedad de un vendedor.
- En el comercio electrónico, la página web de la empresa es el escaparate al público.
- Para conocer la fiabilidad del servicio, es importante recopilar cierta información del vendedor antes de realizar una compra: Busca en la página web la identidad de la empresa.
- En España, según la Ley 34/2002 (LSSICE), las empresas que comercializan por Internet están obligadas a publicar la siguiente información en sus páginas web:
 - Nombre o denominación social.
 - Número de identificación fiscal.
 - Residencia o domicilio o, en su defecto, la dirección de uno de sus establecimientos permanentes en España.
 - Dirección de correo electrónico y cualquier otro dato que permita establecer una comunicación directa y efectiva con la empresa.
 - Los datos de su inscripción en el Registro Mercantil u otro registro público para la adquisición de personalidad jurídica.
- Además, si se trata de una empresa extranjera, lo primero será cerciorarse de que dicha empresa ofrece sus servicios o distribuye sus productos a España, ya que existen sitios web que sólo venden a una determinada área geográfica.

2.1. VERIFICA LA DIRECCIÓN WEB

- Un fraude ya conocido en Internet es el “**PHISHING**”. Se trata de una modalidad de estafa donde un usuario malintencionado envía mensajes falsos que parecen provenir de sitios web oficiales (una entidad bancaria o una empresa de confianza).
- Se recomienda siempre acceder a la página web de una empresa introduciendo la dirección web en la barra de direcciones del navegador
- Nunca desde enlaces que puedan llegar a través de correo electrónico.

2.2. CONOCE LA POLÍTICA DE PRIVACIDAD DE LA COMPAÑÍA

- La **política de privacidad de una empresa** describe el tratamiento que ésta hace de la información personal que recaba de sus clientes. En España, las políticas corporativas sobre tratamiento de datos de carácter personal están sujetas a la **Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD)**, lo que suele reflejarse en la página web de las diferentes empresas que operan en la Red bajo la denominación de “**Política de Privacidad**”, “**Aviso Legal**” o similar.
- Según la LOPD, los **datos personales** que maneje una empresa no pueden ser utilizados para un fin distinto de aquel para el que fueron recabados, ni cedidos a otras empresas sin consentimiento expreso del interesado, quedando obligadas a implantar determinadas medidas técnicas que garanticen la seguridad y acceso a la información.
- Además, tienen la obligación de poner a disposición de los clientes un medio sencillo y gratuito para ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación u oposición de que figuren sus datos personales.

2.3. BUSCA OPINIÓN DE OTROS CONSUMIDORES

- Para conocer mejor el sitio donde vas a realizar la compra, introduce en un buscador como Google (www.google.com) el nombre de la empresa y busca información de otros clientes sobre el proceso de compra y el servicio recibido. Hay páginas web especializadas en valorar el servicio recibido por las tiendas online, también conocidas como “**guías de compra**”.
- Algunos ejemplos son Ciao (www.ciao.es), Kelkoo (www.kelkoo.es), Twenga (www.twenga.es) o Dooyoo (www.dooyoo.es), comunidades online que aúnan opiniones imparciales de los consumidores e información actualizada de precios y servicio ofrecido por parte de cientos de comerciantes.

2.4. COMPRUEBA SI LA EMPRESA ESTÁ ADHERIDA A UN SELLO DE CONFIANZA

- En la práctica, los derechos y garantías que establece la normativa vigente sobre **Comercio Electrónico** no son determinantes para que exista confianza por parte de los consumidores, siendo más valorados otros aspectos, como por ejemplo, la reputación de la tienda, la calidad y garantía de sus productos o el servicio post-venta.
- Para aminorar esta falta de confianza, la **Ley 34/2002 (LSSICE)** establece la posibilidad de mecanismos de autorregulación del sector mediante el desarrollo de **códigos de conducta voluntarios** por parte de corporaciones, asociaciones u organizaciones comerciales, profesionales y de consumidores, que puedan regular el comercio a través de Internet y ofrecer un cauce más rápido y sencillo para resolver los problemas que se planteen.
- Los sellos de calidad se constituyen también como una garantía de fiabilidad y transparencia de las empresas que los ostenta.

El **Instituto Nacional de Consumo** ha promovido el “**DISTINTIVO PÚBLICO DE CONFIANZA EN LÍNEA**”. Con la finalidad de identificar aquellos prestadores de servicios de comercio electrónico que voluntariamente se adhieren y respetan unos determinados códigos de conducta de ámbito nacional fijados por el Estado.

- Los sellos y códigos de conducta de las instituciones a las que se les haya otorgado el “**DISTINTIVO PÚBLICO DE CONFIANZA EN LÍNEA**” deben contener unas garantías concretas que mejoren o incrementen las reconocidas por el ordenamiento jurídico y unos compromisos específicos en relación con los problemas concretos planteados por los consumidores y usuarios del sector. Entre otros requisitos, las empresas deben ofrecer como medio de resolución de controversias el **Sistema Arbitral de Consumo** u otro sistema de resolución extrajudicial de conflictos que figure en la lista que publica la Comisión Europea sobre sistemas alternativos de resolución de conflictos con consumidores, con lo que el consumidor cuenta con importantes garantías y con la posibilidad de dirimir posibles disputas en sede extrajudicial.
- El “**DISTINTIVO PÚBLICO DE CONFIANZA EN LÍNEA**” se define en el **Real Decreto 1163/2005, de 30 de septiembre, por el que se regula el distintivo público de confianza en los servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico**, así como los requisitos y el procedimiento de concesión.

Actualmente hay **tres códigos de Conducta o sellos de confianza** que cuentan con el “**DISTINTIVO PÚBLICO DE CONFIANZA EN LÍNEA**” reconocido por el **Instituto Nacional del Consumo** y son los siguientes:



SELLO DE CONFIANZA ONLINE

Promovido por la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL) y la Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional (AECCEM). www.confianzaonline.es



SELLO DE CALIDAD AGACE

Promovido por la Asociación para la promoción de las tecnologías de la Información y el Comercio Electrónico (APTICE). www.agace.org



SELLO OPTIMAWEB

(Código de Conducta de Confianza Online y E-Commerce)

Promovido por la Asociación para el fomento del Comercio Electrónico Empresarial (ANETCOM) www.optimaweb.anetcom.es

PASO 3:

ANALIZA LA OFERTA SELECCIONADA

- Cuando se compra por Internet, es importante conocer los diferentes conceptos que pueden sumarse al precio base de un producto y modificar el precio final.
- El bien o servicio adquirido supone generalmente el principal coste de nuestras compras electrónicas, pero no el único; adicionalmente nos podemos encontrar con **gastos de gestión, gastos de transporte, tasas** (especialmente en la compra de billetes de transporte aéreo y marítimo), **impuestos** de cualquier índole, además de **costes de arancel** en el caso de que compremos en determinados países.
- Todos ellos pueden incrementar el coste del producto a adquirir. Por ello, antes de comprar algo debemos conocer cuál es exactamente el precio final del producto o servicio contratado.
- **La Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista** establece que antes de realizar la compra, el vendedor deberá informar al consumidor de las características esenciales del producto, el precio total (incluidos todos los impuestos) y los gastos de entrega y transporte, en su caso.

- Al comprar el producto o servicio hay que tener en cuenta una serie de medidas:
 - Leer atentamente la **descripción del producto**.
 - Cuando se trate de bienes o productos, **acudir a la página web oficial del fabricante** para verificar que las características técnicas son las mismas que indica el comerciante.
 - Comprobar que **el producto ofertado responde a las necesidades del comprador y que incluye todo lo necesario para su correcto funcionamiento**. A la hora de realizar una **compra en un país extranjero** hay que prestar especial atención a la compatibilidad de los productos según la zona geográfica donde se adquieran:
 - Comprobar que el producto utiliza un voltaje compatible, cerciorarse de que no se encuentra limitado para funcionar en algunas zonas (así sucede con los reproductores de DVD, los aparatos de televisión o las consolas de videojuegos debido a los sistemas de protección de contenidos), etc.
 - Finalmente, conviene asegurarse de que **el producto se entrega en la zona geográfica de residencia** del consumidor.

PASO 4:

COMPRUEBA LAS CONDICIONES DE COMPRA

- Con carácter previo a la compra, la empresa debe poner a disposición del consumidor **las condiciones generales** a que, en su caso, deba sujetarse el contrato, de manera que éstas puedan ser guardadas e impresas por el destinatario.
- Las **condiciones de venta** suelen referirse a temas fundamentales como:
 - Condiciones y métodos de pago aceptados
 - Plazos de entrega.
 - Gastos de envío y devolución de los productos.
 - Otros derechos y garantías.
- Es necesario que el consumidor acepte de forma expresa dichas condiciones para proceder a la perfección del contrato.
- Conviene dedicar unos minutos a leer detenidamente las **Condiciones de Venta** con el fin de no llevarnos sorpresas, así como para detectar la existencia de posibles **cláusulas abusivas en el contrato**.
- Una cláusula se considera abusiva cuando genera un desequilibrio entre los derechos y obligaciones de las partes en perjuicio del consumidor.
- Las **cláusulas abusivas** son nulas de pleno derecho y se tienen por no puestas. Es decir, el contrato sigue existiendo, pero la cláusula abusiva quedaría invalidada.
- **La Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios** numera las cláusulas consideradas abusivas, entre las que se encuentran:
 - Las cláusulas que prevean la estipulación del precio en el momento de la entrega del bien o servicio o las que otorguen al empresario la facultad de aumentar el precio final sobre el convenido.
 - La retención de cantidades abonadas por el consumidor y usuario por renuncia, sin contemplar la indemnización por una cantidad equivalente si renuncia el empresario.
 - Las cláusulas que supongan la determinación de fechas de entrega meramente indicativas, condicionadas a la voluntad del empresario.
 - Las cláusulas que impongan al consumidor y usuario una penalización por el ejercicio de su derecho de desistimiento.

PASO 5:

CONFIRMA LA COMPRA

- Confirmar la compra conlleva haber aceptado previamente los términos y condiciones indicados por el vendedor.
- Al tratarse del último paso antes de hacer la compra efectiva, hay que tener en cuenta aspectos importantes:

5.1. REVISAR EL TICKET DE COMPRA

- Antes de confirmar la compra se mostrará una página resumen de la compra con el precio total. Cada uno de los conceptos debe aparecer desglosado y de forma clara.
- Asimismo el consumidor tiene opción de poder volver atrás para modificar algún dato, incluso poder anular la compra.

5.2. COMPROBAR QUE EL SITIO WEB ES SEGURO

- Para realizar la compra es necesario introducir ciertos datos personales (nombre, apellidos, email, teléfono, dirección postal, etc.).
- Estos datos permiten a la empresa realizar el envío del pedido al domicilio, el control de incidencias, el seguimiento de la compra y aviso en caso de posibles retrasos, por ello es importante que los datos introducidos sean reales.
- La **Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal** obliga a las empresas a informar sobre el uso que van a dar a los datos personales que recaban y a obtener el consentimiento expreso del usuario.
- En el momento de efectuar la compra, antes de introducir los datos personales y bancarios en un formulario web, busca indicadores que te demuestren la seguridad del sitio.
- Un sitio web es seguro si la empresa tiene instalado un **certificado de seguridad en el servidor web** donde se encuentra alojada su página web (certificado SSL, Secure Sockets Layer). Un **certificado de seguridad** es un documento electrónico emitido por una entidad certificadora de confianza (como **VeriSign, Thawte, GeoTrust o RapidSSL**), que permite encriptar la información transmitida, de forma que viaja protegida, asegurando la autenticación, confidencialidad e integridad de los datos que se transmiten a través de Internet.

A simple vista se puede saber si una página web cuenta con un certificado de seguridad. Para ello comprueba que:

- La dirección web comienza por 'https://'.
- En la página web se muestra un icono con un **candado amarillo** (dependiendo del tipo de navegador este candado aparecerá en la parte superior, al lado del campo de dirección web, o en la parte inferior del marco del navegador). Al hacer clic en el candado se abre una ventana con todos los datos del certificado SSL en cuestión y los datos de la entidad de certificación que generó ese certificado.
- El certificado aporta información sobre la empresa a la que compramos, pero sobretodo nos asegura que esa información es cierta, ya que una entidad reconocida certifica que la empresa es quien dice ser.

5.3. ELEGIR EL MÉTODO DE PAGO

- Los **medios de pago** más extendidos y admitidos por las empresas que operan a través de Internet son: el pago con tarjeta de crédito, el método contra-reembolso, la transferencia bancaria, y el pago con paypal.

5.3.1. PAGO CON TARJETA DE CRÉDITO

- Es un sistema rápido que ofrece seguridad y garantías, ya que si el usuario recibe un cargo fruto de una equivocación o un fraude, dispone de tres meses para anularlo (proceso conocido por "**chargeback**").
- Con objeto de promover la confianza de las compras en Internet, la mayoría de entidades bancarias ponen a disposición de sus clientes tarjetas específicas para comprar por Internet, conocidas como **ciber-tarjetas** o tarjetas de pago online.

5.3.2. TARJETAS PREPAGO O DÉBITO

- Son tarjetas seguras, ya que no está asociada a ninguna cuenta o tarjeta de crédito. Además, existen sistemas de validación seguros en los que el propio banco (emisor de la tarjeta), solicita una clave o código de seguridad –que el cliente ha de tener–, y que, junto con el número de tarjeta, la fecha de caducidad de ésta y el CVV (3 últimos dígitos de la parte posterior) garantiza que la tarjeta no pueda ser utilizada por otra persona.
- Esta clave se denomina de forma diversa, dependiendo de la entidad bancaria: CES (Comercio Electrónico Seguro), CIP (Código Identificación Personal), etc.

5.3.3. TRANSFERENCIA BANCARIA O INGRESO EN LA CUENTA DEL VENDEDOR

La principal ventaja de este método de pago es que no desvelamos datos relacionados con nuestra cuenta corriente.

5.3.4. PAGO CONTRA-REEMBOLSO

Este sistema permite pagar en efectivo una vez recibido el pedido solicitado en el domicilio, sin necesidad de proporcionar datos bancarios por la Red. Es un método seguro, aunque en la mayoría de los casos conlleva algún recargo y sólo se suele admitir en tiendas online con sede en nuestro propio país.

5.3.5. PAGO A TRAVÉS DE INTERMEDIARIOS

Un ejemplo es **PayPal** (www.paypal.es). Mediante el sistema PayPal, estos datos no se facilitan al vendedor sino a un tercero de confianza que actúa de intermediario financiero, de manera que es dicho intermediario quien paga al vendedor el bien o el servicio. Además, Paypal ofrece cierta seguridad al comprador mediante una protección de hasta 1.000 euros en caso de fraude.

Paypal también facilita otros servicios como el envío de dinero a otras personas, cobrar una factura por un trabajo realizado o realizar micropagos. De hecho, se asemeja a una cuenta bancaria ideada para comprar en Internet, porque se puede ingresar dinero en ella (desde una cuenta corriente o una tarjeta de crédito) y mantener un saldo para gastar cuando se desee.

Ejemplos, Google Checkout, Amazon Payments o Moneybookers.com, cuyo funcionamiento es similar.

Aunque son menos frecuentes, podemos encontrarnos con **otras formas de pago**:

5.3.6. PAGO A TRAVÉS DE DOMICILIACIÓN BANCARIA

Se trata de un método en el cual el vendedor ejecuta el cargo en la cuenta bancaria facilitada por el comprador, la entidad bancaria del comprador emitirá a éste una notificación (generalmente mediante correo postal) sobre el pago realizado. En ese momento se establece un periodo de tiempo (depende de cada entidad bancaria) en el que el comprador tiene derecho a devolver el recibo, es decir, a reclamar que ese cargo sea anulado y por tanto le sea devuelto el dinero.

5.3.7. PAGO MEDIANTE EL TELÉFONO MÓVIL

Su uso todavía no está muy extendido, existen un par de plataformas: **MOBIPAY Y PAYBOX**.

El comprador decide si carga los gastos a su factura del móvil. Cuando se realiza una compra en una tienda online, el sistema le llama al teléfono móvil indicando la compra; si el usuario está de acuerdo introduce la clave secreta en el móvil y la compra queda autorizada.

La seguridad es alta ya que los datos a través de la red telefónica son más difíciles de interceptar y además la clave está asociada a un móvil específico.

5.4. FORMALIZAR LA COMPRA

- El último paso antes de hacer la compra efectiva es **aceptar el ticket de compra**.
- La **Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico**, establece que con posterioridad al acuerdo de compra, el vendedor está obligado a confirmar al comprador que ha recibido su aceptación a la compra del producto o servicio, utilizando alguno de los **siguientes mecanismos**:

1. Mediante una página web resumen de la transacción, siempre que permita almacenar o imprimir una copia como comprobante de compra.
2. Realizando el envío de un acuse de recibo por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente a la dirección que el consumidor haya señalado, en el plazo de las veinticuatro horas siguientes a la recepción de la aceptación.

El **acuse de recibo** generalmente incluye un número de pedido que facilita la identificación y resolución de problemas asociados a éste por parte del servicio postventa. Este comprobante tiene la misma validez que un ticket de compra en un comercio tradicional y será necesario para ejercer los derechos del consumidor en el caso de posibles reclamaciones.

Se recomienda imprimir y guardar una copia del recibo, junto con una copia de los **Términos y Condiciones de la venta** y de las características del producto.

RECIBIENDO EL PRODUCTO

- Una vez realizada la compra sólo queda **esperar a recibir el producto** adquirido.
- En el caso de **contratación de servicios de ocio y viajes por Internet** (como la adquisición de billetes de tren y avión, la reserva en un establecimiento hotelero, entradas para un espectáculo, etc.), basta con que la empresa nos envíe por email un documento electrónico con un identificador único que en su destino podamos canjear por el servicio contratado.
- En el resto de compras que realicemos en la Red, el producto deberá llegarnos a la dirección proporcionada, junto con la factura original emitida por el establecimiento.
- A menos que las partes hayan acordado otra cosa, el vendedor debe entregar el pedido en un plazo máximo de 30 días a partir del día siguiente a la compra.
- Sin embargo hay veces que surgen contratiempos dando lugar a diferentes escenarios:
- El producto que llega no es el solicitado o se encuentra defectuoso.
- La empresa ha incumplido las condiciones pactadas: el producto llega fuera del plazo garantizado, los gastos de envío no se corresponden con los informados, etc.
- Te arrepientes de haber comprado el producto y quieres devolverlo.

¿CUÁLES SON LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR Y EL MODO DE PROCEDER EN CADA SITUACIÓN CUANDO SE LLEVA A CABO UNA COMPRA ONLINE EN UNA TIENDA CON SEDE EN EL TERRITORIO ESPAÑOL?

1

EL PRODUCTO LLEGA EQUIVOCADO O DEFECTUOSO

- Antes de firmar el albarán de entrega es recomendable abrir el paquete recibido. Si el producto es distinto del solicitado o se ve defectuoso, devuelva inmediatamente el producto indicando las causas de devolución en el albarán.
- La legislación española contempla que en caso de que el producto recibido sea erróneo o defectuoso, el vendedor correrá con todos los gastos que ocasione la devolución y posterior reenvío del producto.
- La reparación o sustitución del producto debe llevarse a cabo en un plazo de tiempo razonable y sin mayores inconvenientes para el consumidor y usuario de acuerdo con la naturaleza de los productos y de la finalidad que tuvieron para el consumidor y usuario.

2

NO SE HAN CUMPLIDO LAS CONDICIONES PACTADAS

- Si no se cumple alguna de las condiciones pactadas estamos ante un incumplimiento de contrato y por tanto podremos decidir la resolución del mismo.
- De no hallarse disponible el objeto del pedido, cuando el consumidor hubiera sido informado expresamente de tal posibilidad y así lo acepte, el vendedor podrá suministrar sin aumento de precio un producto de características similares, que tenga la misma o superior calidad.
- En cualquier caso, posteriormente el comprador puede ejercer su **derecho de devolución** como si se tratara del producto inicialmente solicitado.
- Si la empresa no dispone del producto adquirido y el que ofrece en su lugar no satisface al consumidor, debe dar la posibilidad de recuperar cuanto antes, en un plazo de 30 días como máximo, las sumas abonadas hasta ese momento.
- Debe tenerse en cuenta que si no se respeta este plazo, el consumidor puede exigir que se le devuelva el doble de la cantidad adeudada, pudiendo solicitar, además, una indemnización por daños y perjuicios si éstos se producen (**Ley 7/1998 de 13 de abril sobre condiciones generales de contratación**).

TE ARREPIENTES DE HABER COMPRADO EL PRODUCTO

- La legislación establece un plazo mínimo de 7 días hábiles desde la recepción del producto para su devolución sin penalización alguna y sin necesidad de indicar los motivos. **DERECHO DE DESISTIMIENTO DEL CONSUMIDOR.**

El vendedor, por su parte, queda obligado a devolver en un plazo máximo de 30 días todas las cantidades íntegras abonadas por el comprador sin retención de gastos, exceptuando los gastos de envío del producto.

Si no se respeta este plazo, el consumidor puede exigir que se le devuelva el doble de la cantidad adeudada, pudiendo solicitar, además, una indemnización por daños y perjuicios si éstos se producen.

El consumidor debe meditar la posibilidad del desistimiento antes de abrir el paquete o precinto del producto, ya que es muy probable que posteriormente pierda ese derecho.

En el caso de desistimiento, los costes de envío asociados a la devolución del producto corren por cuenta del cliente.

- No obstante, y salvo acuerdo entre las partes, el derecho de desistimiento no sería aplicable a los siguientes tipos de productos:
 - Productos o servicios con un precio fluctuante en el mercado (por ejemplo, en el caso de la adquisición de acciones bursátiles que cotizan en Mercados de Valores, nacionales o internacionales).
 - Productos o servicios preparados exclusivamente para un determinado comprador (podría decirse que "hechos bajo demanda", como por ejemplo, las camisas a medida).
 - Productos o servicios con caducidad (productos alimenticios como frutas, yogures, embutidos, etc.).
 - Prensa, revistas, etc.
 - Productos fácilmente duplicables como DVD (de música, películas, documentales, etc.) o productos software, que hubieran sido desprecintados.

GARANTÍA Y SERVICIO POSTVENTA

Está sujeta a las condiciones específicas descritas en las condiciones de venta del vendedor, por lo que es importante leer bien estas condiciones antes de realizar la compra.

La legislación en materia de Consumo le protege en cuanto al derecho de garantía y servicio postventa, de la misma forma que cuando se realiza una compra tradicional.

- **La Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios**, obliga al vendedor a entregar al consumidor productos que sean conformes con el contrato firmado y a responder frente a él de cualquier falta de conformidad que exista, tanto en el momento de la entrega como en la vida útil del producto durante el periodo de garantía.
- Se considera que **un producto es no conforme** cuando no se ajusta a la descripción realizada por el vendedor, no posee las cualidades prometidas o no presenta la calidad y prestaciones habituales.

Así, se establece que el vendedor debe ofrecer una garantía de dos años desde la fecha de entrega para subsanar las faltas de conformidad en el producto y repararlo o sustituirlo.

- La entrega se entiende hecha en el día que figure en la factura, o en el albarán de entrega correspondiente si éste fuera posterior.
- En el caso de **productos de segunda mano**, la empresa y el consumidor podrán pactar un plazo menor, pero en ningún caso podrá ser inferior a un año (no se aplica a compras de segunda mano donde el vendedor es un particular que actúa al margen de una actividad empresarial).
- Salvo prueba en contrario, se presume que las faltas de conformidad que se manifiesten en los **6 meses** posteriores a la entrega ya existían cuando la cosa se entregó.
- A partir del sexto mes, el consumidor debe demostrar que la falta de conformidad existía en el momento de la entrega del bien, esta prueba normalmente consistirá en informes periciales o a indicios que lleven a la convicción de que el defecto era originario.
- Además de **la garantía obligatoria**, el vendedor puede ofrecer una garantía comercial adicional de forma voluntaria. Es importante aclarar que esta garantía adicional es un servicio extra que ofrece el vendedor y que ésta no afecta a los derechos legales del consumidor y usuario ante la falta de conformidad de los productos con el contrato.
- Si el producto no fuera conforme con el contrato, el consumidor puede optar entre exigir la reparación o la sustitución del producto, salvo que una de estas dos opciones resulte objetivamente imposible o desproporcionada.

Se considera desproporcionada la forma de saneamiento que en comparación con la otra, imponga al vendedor costes que no sean razonables, teniendo en cuenta el valor que tendría el producto si no hubiera falta de conformidad, la relevancia de la falta de conformidad y si la forma de saneamiento alternativa se pudiese realizar sin mayores inconvenientes para el consumidor.

En cualquier caso **la reparación y la sustitución** se ajustan a las siguientes reglas:

- Son gratuitas para el consumidor, incluyendo todos los gastos necesarios para subsanar la falta de conformidad (gastos de envío, mano de obra, materiales, etc.).
- El consumidor tiene derecho a un adecuado servicio técnico y a la existencia de repuestos durante el plazo mínimo de 5 años a partir de la fecha en que el producto deje de fabricarse.
- Deben llevarse a cabo en un plazo razonable y sin mayores inconvenientes para el consumidor, teniendo en cuenta la finalidad y uso que el producto tuviera para el consumidor.
- La reparación de un producto suspende el cómputo de plazos de la garantía obligatoria. El período de suspensión comienza desde que el consumidor ponga el producto a disposición del vendedor y concluirá con la entrega al consumidor y usuario del producto ya reparado.

Además, durante los seis meses posteriores a la entrega del producto reparado, el vendedor responderá de las faltas de conformidad que motivaron la reparación, entendiéndose que se trata de la misma falta de conformidad cuando se reproduzcan en el producto defectos del mismo origen que los inicialmente manifestados.

- En el caso de sustitución, se suspenden los plazos desde el ejercicio de la opción por el consumidor y usuario hasta la entrega del nuevo producto.
- El consumidor no podrá exigir la sustitución en el caso de productos no fungibles (aquellos que no pueden ser reemplazados por otros idénticos, como por ejemplo una lámina o un lienzo original), ni tampoco cuando se trate de productos de segunda mano.
- Cuando no sea posible la sustitución del producto o en los casos en que la reparación no pudiera llevarse a cabo en plazo razonable o supusiera grandes inconvenientes para el consumidor, éste podrá optar por acordar una rebaja del precio o bien proceder a la resolución del contrato.

La resolución del contrato no procede cuando la falta de conformidad sea de escasa importancia.

RECLAMACIONES: COMO UNA COMPRA TRADICIONAL

El procedimiento para efectuar una **reclamación en una compra online** es el mismo que cuando realizamos un compra en una tienda tradicional.

1

RECLAMACIÓN ANTE EL SERVICIO POSTVENTA DE LA EMPRESA

- La primera vía de reclamación en nuestras compras a través de Internet es dirigirse al **servicio postventa de la empresa** siguiendo el procedimiento que éste tenga establecido para atender consultas y reclamaciones.
- El **servicio postventa de una empresa** garantiza la asistencia y soporte al consumidor una vez realizada la compra y ante cualquier eventualidad que pudiera surgir: quejas, devoluciones, mantenimiento y reparaciones. A menudo las empresas facilitan un número de teléfono, fax o una dirección de correo electrónico para este servicio.
- La mejor opción es remitir **la reclamación por escrito** mediante un burofax porque da fe del contenido del escrito, ya que la oficina de correos sella una copia del documento que se envía y además se tiene constancia de su recepción por parte del destinatario.

Se recomienda ser claro y breve en **la reclamación**, incluyendo los siguientes datos:

- El número o identificador de factura y la fecha de compra.
- Su nombre y dirección.
- Producto adquirido y precio.
- Objeto de la reclamación. En este punto podría añadir información sobre sus derechos, haciendo referencia a la correspondiente norma jurídica.
- Podría enviar también copias (nunca los originales) de documentos que estén relacionados con la compra (factura, condiciones generales, emails intercambiados, etc.).
- Qué le gustaría que ocurriese (si prefiere que le cambien el producto por otro o que le devuelvan el dinero).
- Indicar una fecha máxima en la cual se espera haber recibido una respuesta o acción por parte de la empresa (por ejemplo, 30 días).

Es muy importante guardar una copia de la carta, email o burofax que se mande y hacer copias de las respuestas recibidas.

2

RECLAMACIÓN ANTE LA ENTIDAD GESTORA DEL SELLO DE CONFIANZA

- Si la **compra online** la hemos realizado a una empresa que cuenta con un **sello de confianza**, debemos tener en cuenta que seguramente el código de conducta del sello le obligue a aceptar un sistema interno de resolución de conflictos.
- Este es el caso de las empresas adheridas a sellos de calidad **CONFIANZA ONLINE, CALIDAD AGACE Y OPTIMA WEB**, que cuentan con el distintivo público de confianza en línea (regulado por el **Real Decreto 1163/2005, de 30 de septiembre**), y cuyos códigos de conducta imponen a las empresas adheridas la obligación de aceptar un sistema interno de resolución de conflictos dirigido por la entidad gestora de cada distintivo.
- Se trata de un sistema gratuito e imparcial, y es previo a cualquier actuación de la administración.

3

RECLAMACIÓN ANTE LAS ADMINISTRACIONES DE CONSUMO COMPETENTES

- En el caso de no obtener respuesta o no quedar satisfechos con la solución ofrecida por la empresa, podemos decidir interponer una reclamación ante la **Administración competente en materia de consumo**.
- Para ello nos dirigiremos a la **Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC)** de nuestra localidad.

La **función de estas oficinas** es informar y orientar a los consumidores sobre el ejercicio de sus derechos, además de remitir las reclamaciones y denuncias presentadas a los organismos competentes en razón de materia o territorio para su resolución.

La Administración competente iniciará una **mediación con la empresa** con la que el consumidor mantiene la controversia, con el fin de allanar posiciones de forma que se logre el resultado más satisfactorio para ambas partes.

- Asimismo, en cualquier momento podemos formular un **escrito de denuncia** dirigido a los **organismos públicos de consumo** de nuestro municipio o comunidad autónoma cuando estimemos que la empresa de comercio electrónico ha infringido algún precepto legal o reglamentario.

Recibida la denuncia o la reclamación, **el órgano administrativo de consumo**, inicia las acciones pertinentes para la determinación, conocimiento y comprobación de las mismas y, en su caso, la apertura del oportuno procedimiento sancionador. Finalizadas las actuaciones, se notificará al interesado el resultado de las mismas.

4

SISTEMA DE ARBITRAJE DE CONSUMO

- Existe un mecanismo que las Administraciones Públicas ponen a disposición del consumidor, denominado **Arbitraje de Consumo**, para resolver de forma ágil las controversias que puedan surgir entre los dos partes sin necesidad de acudir a los Tribunales Ordinarios de Justicia.
- Se trata de un procedimiento voluntario, ya que las partes se adhieren por decisión propia, gratuito para ambos, rápido (debe resolverse en el plazo de seis meses), eficaz y firme, y cuyos efectos son los mismos que los de una Sentencia Judicial.
- La **Solicitud de Arbitraje** se formaliza personalmente ante la **Junta Arbitral de Consumo** a la que ambas partes, de común acuerdo, sometan la resolución del conflicto o, en su defecto, la que corresponda al domicilio del Consumidor.

Generalmente, cada caso se resuelve por un tribunal integrado por tres árbitros que garantizan una solución imparcial y objetiva. La resolución que dicta el tribunal se llama laudo y es vinculante, es decir, de obligado cumplimiento para las dos partes y cierra el paso a la vía judicial.

- Además de presencial, el arbitraje de consumo podrá realizarse **de forma telemática** a través de Internet en aquellas Juntas Arbitrales que voluntariamente se adscriban a la administración de arbitraje electrónico.

Para que la reclamación del consumidor pueda sustanciarse mediante el **Sistema Arbitral de Consumo**, la empresa debe haberse adherido al mismo, lo cual puede comprobarse en la Oficina Virtual del citado Sistema: <http://arbitrajedeconsumo.msc.es>, en la que se recogen todas las empresas que en nuestro país están inscritas en el **Registro Público de Empresas Adheridas**.

SISTEMA JUDICIAL

- La última opción para el consumidor sería acudir a los **Tribunales Ordinarios de Justicia** para reclamar las indemnizaciones por daños y perjuicios derivados de la falta de conformidad que se estimen pertinentes.
- Si desea emprender acciones legales debe saber que existen dos vías: **la vía civil y la vía penal** (si entiende que la conducta de la tienda puede considerarse un delito).
- Antes de llevar un caso a los tribunales, conviene sopesar las costas de la **consulta jurídica y las costas judiciales** en relación con lo que se quiere reclamar. Se trata de un proceso de larga duración y gran incertidumbre. Hay que tener presente que si se gana el juicio, el tribunal puede imponer al demandado las costas. Sin embargo, si se pierde, además de las costas, el demandante debe pagar los gastos del demandado, pudiendo incluirse gastos de viaje y una cantidad adicional por ganancias perdidas.

RECLAMACIONES EN EL EXTRANJERO

1

ÁMBITO DE LA UNIÓN EUROPEA

En el ámbito de la Unión Europea, existe una **red de centros europeos del consumidor (red cEc)** que aconsejan a los ciudadanos europeos sobre sus derechos a la hora de comprar en otros países, ayudándoles a emprender acciones legales en caso de litigio con un comerciante en otro Estado de la UE.

Si la **empresa extranjera** donde hemos efectuado la compra no responde a nuestra reclamación o lo hace de forma insatisfactoria, deberíamos contactar con el **Centro Europeo del Consumidor en España** que nos asista en la mediación y apoye mediante el **Sistema de Resolución Alternativa de Conflictos**. Se trata de un proceso más rápido, barato y menos complicado que si se lleva a los tribunales. Existen varios tipos de **Sistemas de Resolución Alternativa de Conflictos**, entre otros: **Conciliación Mediación Arbitraje**.

2

ÁMBITO INTERNACIONAL

Cuando se trata de comprar en países fuera de la Unión Europea, la situación es más compleja y el grado de inseguridad jurídica mayor. En esta situación tendríamos dos opciones a nuestro alcance:

OPTAR POR UN DERECHO INTERNACIONAL CIBER LAW

Se trata de reglas que regulan determinados aspectos del comercio electrónico a escala internacional, al margen de la normativa específica de los estados y que podríamos encontrar en forma de tratados internacionales, códigos de conductas, sellos o distintivos de confianza, etc. Un ejemplo es la **UNIFORM DISPUTE RESOLUTION POLIC - UDRP** (mecanismo efectivo de la **ICANN** para resolver conflictos sobre los registros abusivos de nombres de dominio en Internet) o los **INCOTERMS** (normas de la **Cámara Internacional de Comercio** acerca de las condiciones de entrega de las mercancías que dividen los costos de las transacciones y delimitan las responsabilidades entre el comprador y el vendedor).

ACUDIR A LOS TRIBUNALES

En este caso debemos dirigirnos al **Derecho Internacional Privado** para resolver los conflictos de jurisdicción, los de legislación aplicable y los de ejecución de la sentencia.

