

Tercer foro de comercio electrónico
Departamento de Ingeniería de Sistemas y Computación

PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN EL CONTEXTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Lorena Flórez Rojas
ml.florez66@uniandes.edu.co



Nelson Remolina Angarita
nremolin@uniandes.edu.co

<http://gecti.uniandes.edu.co/>

3 de mayo de 2013



GECTI

- Equipo Humano
- Publicaciones
- Columna de Opinión
- Cursos GECTI
- Habeas Data
- Eventos



Jornadas GECTI 2013

Libros

Derecho & TIC 10.0



Revista GECTI

Derecho, comunicaciones y nuevas tecnologías
ISSN 1909-7786



Programas

Consulte los programas ofrecidos por el GECTI



Bienvenida (o) al GECTI.

El GECTI (**Grupo de Estudios en internet Comercio electrónico, Telecomunicaciones e Informática**) fue creado el 5 de octubre de 2001 por el profesor Nelson Remolina Angarita. Busca fomentar el trabajo multidisciplinario y establecer un puente entre la Universidad y la sociedad para procurar reflexiones y acciones en materia de la Internet, la Sociedad de la Información y temas convergentes. Tiene como finalidad aunar esfuerzos, compartir y difundir conocimientos para implementar una sinergia profesional especializada para realizar investigaciones, consultorías, publicaciones y programas académicos de alto nivel.

[Más información](#)

Protección de Datos Personales
- Quinta promoción

19 de marzo al 16 de abril

Cursos GECTI 2013





Revista de Derecho
**COMUNICACIONES Y
NUEVAS TECNOLOGÍAS**
ISSN 1909-7786
Facultad de Derecho
GECTI

- [INICIO](#)
- [NÚMEROS ANTERIORES](#)
- [EQUIPO EDITORIAL](#)
- [REQUISITOS DE PUBLICACIONES](#)



Temática
 Autor
 Contenido

Buscador

Temática
 Autor
 Contenido

- [CONVOCATORIA 2013](#)
- [Revista Derecho Privado](#)
- [Revista Derecho Público](#)
- [GECTI](#)



Categoría: documento gecti Autor: Nelson Remolina Angarita, María Lorena Flórez Rojas
Documento Gecti nro. 15 La protección del consumidor en el contexto del comercio electrónico
 Resumen | Version_PDF



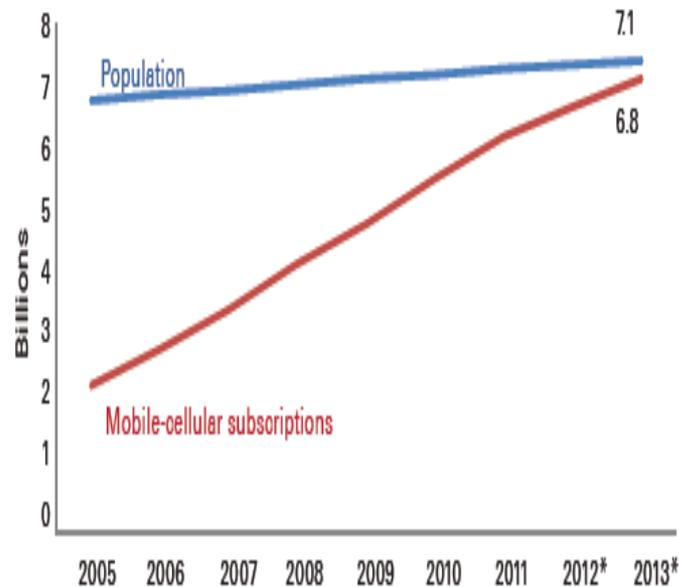
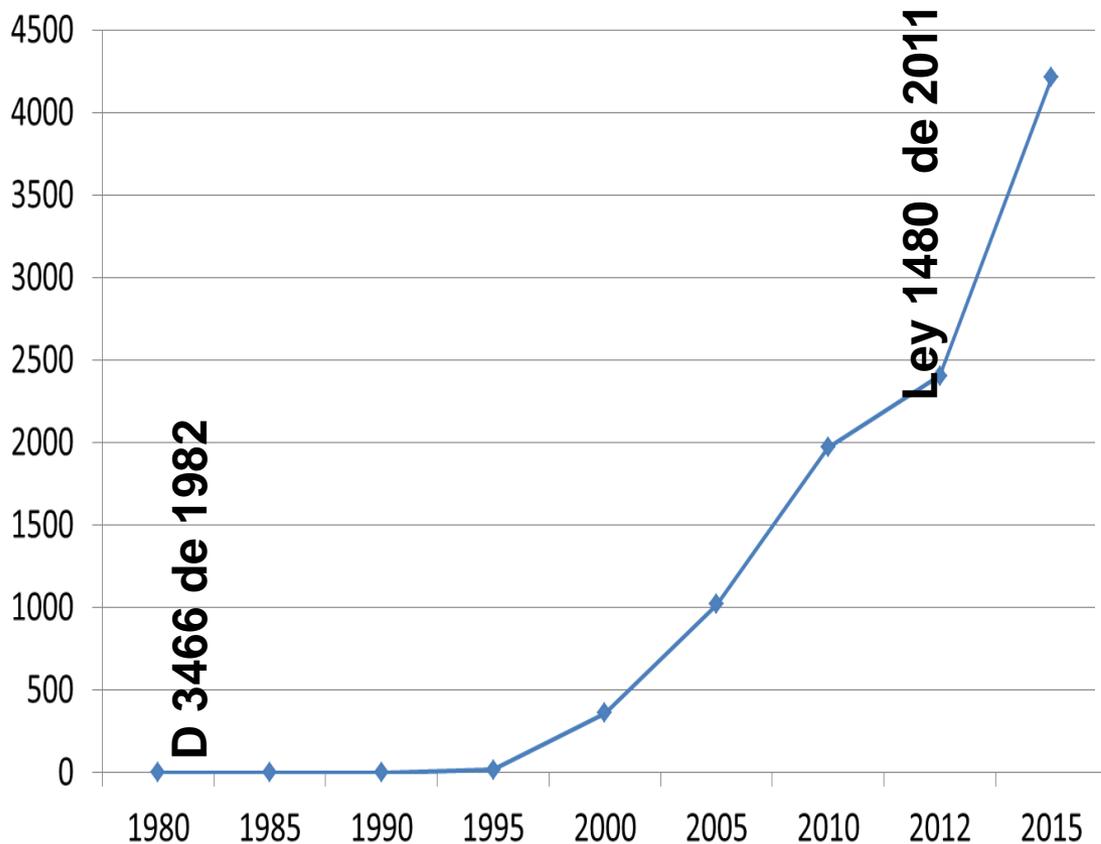
Chevrolet Corvette

2009 LS9 6.2L V-8 SC (LS9)



Regulación internacional de TDP e internet

Nelson Remolina, GECTI.



Source: ITU World Telecommunication /ICT Indicators database

Note: * Estimate

Printed in Switzerland
Geneva, February 2013



May 15th - 21st 2004

Nelson Remolina Angarita

Wish list

3

*"How important are the following factors to you when you choose to buy a product from an online retailer?"**

■ Men ■ Women

% giving a high priority to:



Source: Forrester *Survey of European online shoppers

1. Nivel de seguridad de la página web sobre la información del cliente	9,75
2. Nivel de seguridad de la página web sobre sistemas de pago	9,47
3. Información clara, precisa, completa y suficiente sobre el producto	9,27
4. Garantías del producto y de la entrega del mismo	9,16
5. Suficiente información sobre la transacción	9,13
6. Grado de confianza que le genera la página web	8,85
7. Política de privacidad respecto del tratamiento de sus datos personales	8,74
8. Procedimiento sencillo para realizar el pedido	8,71
9. Existencia de mecanismos de acuse de recibo y de confirmación de envío y pago	8,67
10. Disponibilidad de diversos medios de pago electrónico	8,57
11. Costos de envío y entrega	8,56
12. Precio del producto	8,28
13. Tiempo de entrega	8,23
14. Existencia de mecanismos para seguimiento en línea del pedido	8,01

Preocupaciones econsummer



Brett Rydier

	PIP 2008	CONPES 2009	OFT 2009	Oracle 2011
Nivel de seguridad de la página web sobre la información del cliente	75%	NA	72%	68%
Nivel de seguridad de la página web sobre sistemas de pago	43%	35%	68%	NA
Política de privacidad respecto del tratamiento de sus datos personales	NA	NA	24%	NA

^[1] **Pew Internet & American Life Project.** Internet users like the convenience but worry about the security of their financial information. February 2008.

^[2] **CONPES No. 3620.** “Lineamientos de Política para el desarrollo e impulso del Comercio Electrónico en Colombia”. Bogotá 9 de Noviembre de 2009.

^[3] **Office of Fair Trading.** Findings from consumer surveys on Internet Shopping. May 2009. OFT1079



EL ESTADO DE LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR

Marzo de 2013



UN ALTO PRECIO POR LA JUSTICIA DIGITAL.

Sólo el 29% proporciona alguna forma de resolución de las disputas surgidas en el comercio electrónico sin acudir a los tribunales.



NECESITAMOS MEJORES...



DIRECTRICES DE NACIONES UNIDAS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR ACTUALIZADAS,
a fin de que reflejen los derechos de los consumidores del siglo 21.

AYUDA INSUFICIENTE PARA LOS CONSUMIDORES EN ETAPA ESCOLAR

Apenas 2 de 5 gobiernos incluyen la educación de los consumidores en sus planes de estudio.



Falta de protección de los consumidores en un mundo cambiante



La Directora General de CI, Helen McCallum, se refiere a la Única encuesta mundial de protección del consumidor realizada hasta ahora, cuyos resultados CI divulgó esta semana.

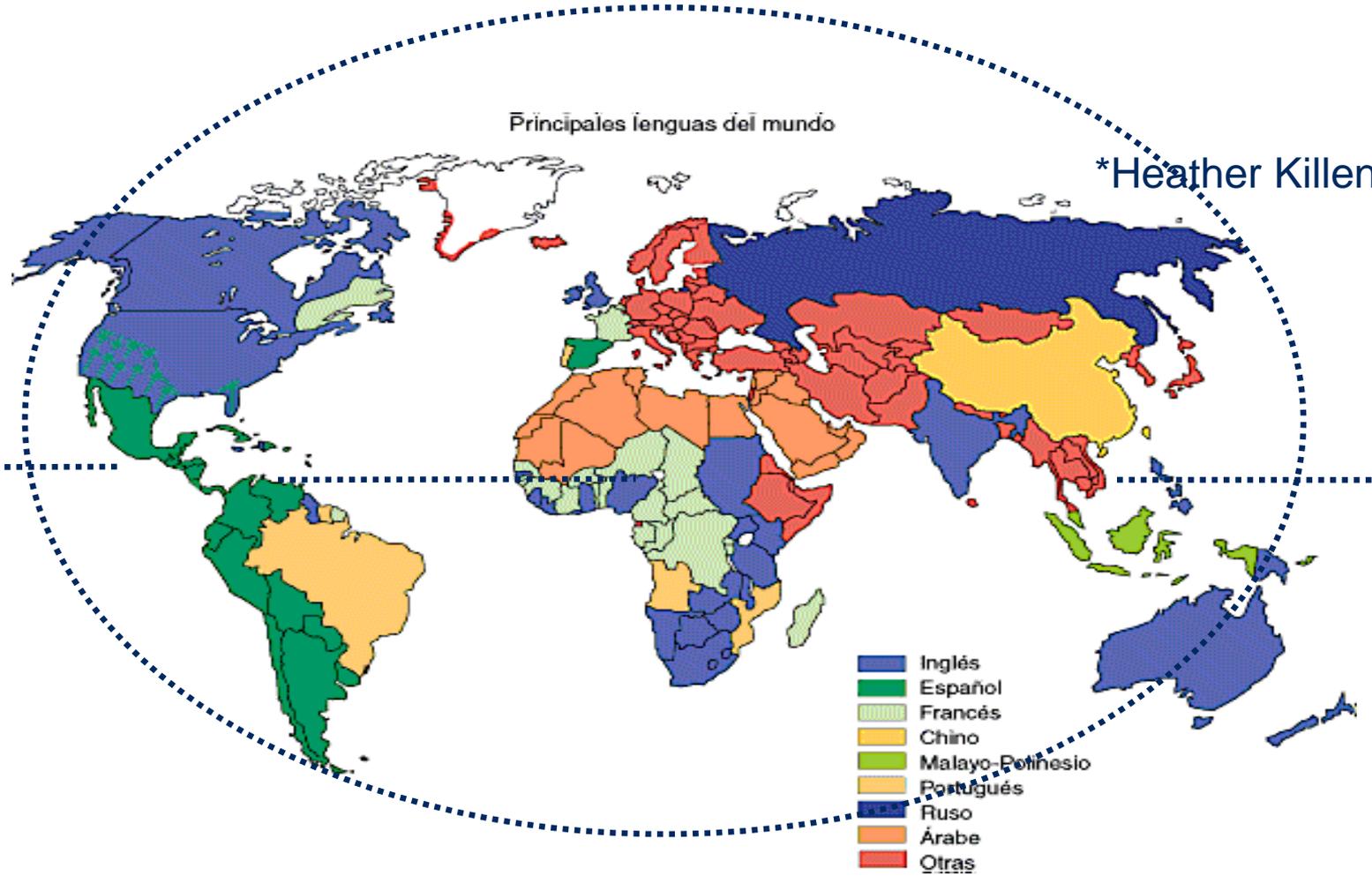
Las actuales preocupaciones de consumo, tales como **los derechos digitales**, el impacto ambiental y la responsabilidad corporativa, no están siendo adecuadamente atendidos por los gobiernos. Y donde existen incluso las leyes más elementales de protección de los consumidores, no están siendo aplicadas efectivamente.



<http://consumersinternational-es.blogspot.com/search?updated-max=2013-03-24T23:56:00-03:00&max-results=5>

We have many countries and many laws and just one Internet*

Carácter a-jurisdiccional del Internet: David G. Post



Tomado de: Juan Blanco (Nov 2009)

El ciberespacio retará la autoridad de los estados-nación y moverá el mundo hacia un nuevo sistema post territorial. (GOLDSMITH, Jack y WU Tim

(2006)

Nelson Remolina Angarita

USA	UE	CANADA	CHILE	KOREA
General	Objetivos y principios	Ámbito y cobertura	Disposiciones generales	Objetivos y principios
Suministro electrónico de servicios	Aspectos regulatorios del comercio electrónico	Disposiciones generales	Suministro electrónico de servicios	
Productos digitales		Derechos aduaneros	Aranceles aduaneros a productos digitales	Derechos aduaneros
Admon sin papeles	Administración del comercio sin papeles	Admon del comercio sin papel	No discriminación de productos digitales	Administración del comercio sin papeles
Protección al consumidor	Protección al consumidor	Protección del consumidor	Protección al consumidor	Protección al consumidor
Autenticación	Protección de datos personales	Protección de información personal	Autenticación y certificados digitales	rotección de información personal en línea
Transparencia		Cooperación	Cooperación	Cooperación
Definiciones		Definiciones	Definiciones	Definiciones



El sitio para las quejas transfronterizas de los consumidores

Seleccione el idioma de su preferencia: Español Ir

[Acerca de Nosotros](#) | [Países miembros](#) | [Política de Privacidad](#)

[Página Principal](#) | [Reporte su Queja](#) | [Resuelva su Queja](#) | [Noticias y Recursos](#)

¿Qué es econsumer.gov?

econsumer.gov es un portal para usted como consumidor donde puede reportar quejas sobre transacciones en línea o relacionadas con compañías extranjeras. [Conozca más >](#)

Reporte su Queja

Ayude a los responsables de hacer cumplir la ley a nivel transfronterizo a detectar nuevas modalidades de fraude y a compañeros consumidores a evitar problemas similares.

Maneras de Resolver su Queja

Aprenda distintas maneras de intentar resolver su queja sin una acción legal formal.

FEATURED STORY:

Recomienda Profeco-México cautela para evitar fraudes en compra por Internet de boletos o paquetes para la Copa Mundial de Fútbol de 2010

La Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) de México, en colaboración con otras agencias de protección al consumidor miembros de la Red Internacional de Protección al Consumidor y Aplicación de la Ley (ICPEN, por sus siglas en inglés), anuncia la implementación de medidas, a fin de localizar prácticas fraudulentas en la venta por Internet de boletos para el Mundial de Fútbol 2010, mediante un monitoreo periódico de los sitios electrónicos.

[leer más >](#)

econsumer Suministro de Noticias:

Un suministro de noticias colaborativo sobre historias en materia de protección al consumidor. Haga click para leer las historias completas en el sitio web de nuestros miembros.

- **Boletín No.170 (27 de diciembre 2010)**
Mon, 27 Dec 2010 13:07:00 CST
La Revista del Consumidor advierte sobre los riesgos de caer en el mundo del fal...
- **Boletín No.169 (20 de diciembre 2010)**
Mon, 20 Dec 2010 18:09:00 CST
Profeco alerta a los consumidores sobre carriolas marca Graco que son riesgosas ...
- **Boletín No.168 (20 de diciembre 2010)**
Wed, 20 Dec 2010 14:09:00 CST
Profeco recomienda tomar precauciones al comprar casa...



econsumer.gov es una iniciativa de la Red Internacional de Protección al Consumidor y Aplicación de la Ley (ICPEN). ICPEN es una red de organizaciones gubernamentales involucrada en la aplicación de las leyes de las prácticas del comercio justo y otras actividades de protección al consumidor. Conozca más en: www.icpen.org >

Dudas sobre la página o retroalimentación?
econsumerwb@ftc.gov

- *“1. Las partes reconocen la importancia de mantener y adoptar medidas **transparentes y efectivas** para proteger a los consumidores de prácticas comerciales fraudulentas y engañosas cuando realizan transacciones mediante comercio electrónico.*
- *2. Las partes reconocen la importancia de la **cooperación entre las respectivas agencias nacionales de protección al consumidor en las actividades relacionadas al comercio electrónico transfronterizo** para fortalecer la protección al consumidor.” (Art. 15.5)*

- Aplicación suplementaria respecto de regulaciones especiales (Art. 2)
- *Normas de orden público*. Cualquier estipulación en contrario **se tendrá por no escrita**, (..)
- Interpretación en la **forma más favorable al consumidor**. (Art. 4)
- No deroga explícitamente el D 3466 de 1982 (Art. 84)
- Obligaciones empresarios “ubicados en el territorio nacional” (50)

LEY 1480 DE 2011 (octubre 12)
por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones.



Ley 1328 /09
Ley 1341 /09
Res 3066 /11 CRC
Ley 1480 /11

*S
e
g
u
r
i
d
a
d*



"Lo bueno de Internet, es que nadie sabe que eres un perro."

*“el desarrollo
del comercio
electrónico
está
íntimamente
asociado
con la
seguridad
de las
aplicaciones
desarrolladas”.*

LEY 1480 DE 2011 (octubre 12)
por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se
dictan otras disposiciones.



SEGURIDAD.....

- f) Adoptar mecanismos de seguridad apropiados y confiables que garanticen la **protección de la información personal** del consumidor y de la transacción misma.
- **El proveedor será responsable por las fallas en la seguridad de las transacciones realizadas por los medios por él dispuestos, sean propios o ajenos. (Art. 50 . Obligaciones)**

CAPÍTULO VI

Protección al consumidor de comercio electrónico

Obligaciones (50)

INFORMACION DEL EMPRESARIO

Sin perjuicio de las demás obligaciones establecidas en la presente ley, *los proveedores y expendedores ubicados en el territorio nacional* que ofrezcan productos utilizando medios electrónicos, deberán:

- a) Informar en todo momento de forma cierta, fidedigna, suficiente, clara, accesible y actualizada **su identidad** especificando su nombre o razón social, Número de Identificación Tributaria (**NIT**), **dirección de notificación judicial, teléfono, correo electrónico y demás datos de contacto.**



INFORMACIÓN SOBRE EL PRODUCTO

- b) Suministrar en todo momento información cierta, fidedigna, suficiente, clara y actualizada respecto de los productos que ofrezcan. *En especial, deberán indicar sus características y propiedades tales como el tamaño, el peso, la medida, el material del que está fabricado, su naturaleza, el origen, el modo de fabricación, los componentes, los usos, la forma de empleo, las propiedades, la calidad, la idoneidad, la cantidad, o cualquier otro factor pertinente, independientemente que se acompañen de imágenes, de tal forma que el consumidor pueda hacerse una representación lo más aproximada a la realidad del producto.*



CAPÍTULO VI

Protección al consumidor de comercio electrónico

Obligaciones (50)

INFORMACION CONDICIONES DE LA OFERTA

- Plazo de validez de la oferta y la disponibilidad del producto.
- En los contratos de tracto sucesivo, se deberá informar su duración mínima.

INFORMACIÓN PUBLICIDAD CON IMÁGENES

- Indicar en qué escala está elaborada dicha representación (imágenes o gráficos del bien)

Publicidad



Realidad



CAPÍTULO VI

Protección al consumidor de comercio electrónico

Obligaciones (50)

INFORMACIÓN SOBRE MEDIOS DE PAGO, TIEMPO DE ENTREGA, RETRACTO, PRECIO Y OTROS

- Medios de que disponen para realizar **los pagos**,
- **Tiempo de entrega** del bien o la prestación del servicio
- El **derecho de retracto** que le asiste al consumidor y el procedimiento para ejercerlo
- Precio total del producto **incluyendo todos** los impuestos, costos y gastos que deba pagar el consumidor para adquirirlo. En caso de ser procedente, se debe informar adecuadamente y por separado los gastos de envío.
- Cualquier otra **información relevante** para que el consumidor pueda adoptar una decisión de compra libremente y sin ser inducido en error.

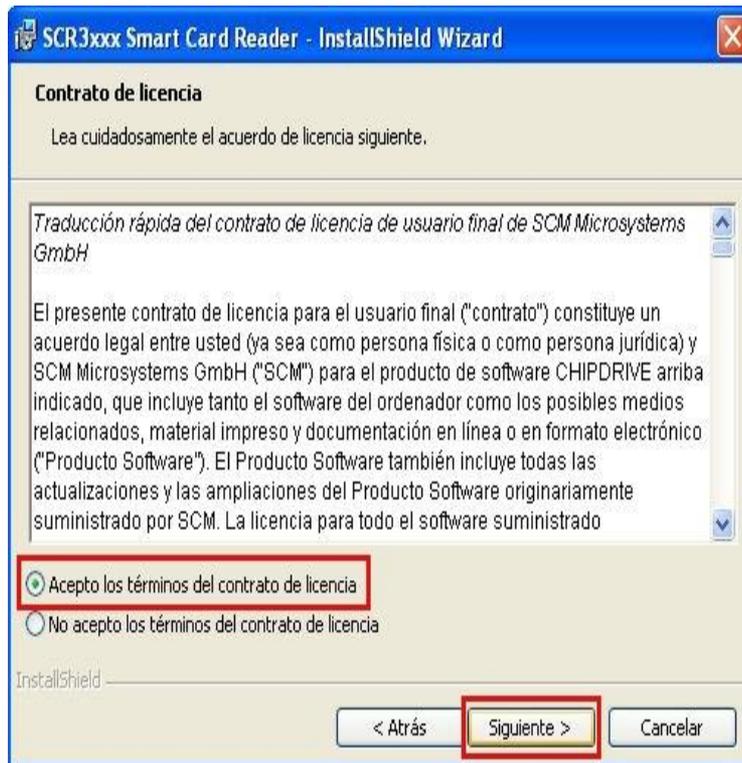


CAPÍTULO VI

Protección al consumidor de comercio electrónico Obligaciones (50)

INFORMACIÓN SOBRE CONDICIONES GENERALES DEL CONTRATO

Publicar en el mismo medio y en todo momento, **las condiciones generales de sus contratos**, que sean fácilmente accesibles y disponibles para su consulta, impresión y descarga, antes y después de realizada la transacción, así no se haya expresado la intención de contratar.



CAPÍTULO VI

Protección al consumidor de comercio electrónico

Obligaciones (50)

NO SE PUEDE



Queda **prohibida cualquier disposición contractual en la que se presume la voluntad del consumidor o que su silencio se considere como consentimiento**, cuando de esta se deriven erogaciones u obligaciones a su cargo.

CAPÍTULO VI

Protección al consumidor de comercio electrónico

Obligaciones (50)

ANTES DE ACEPTAR....

- Se debe **presentar al consumidor un resumen del pedido** de todos los bienes que pretende adquirir con su descripción completa, el precio individual de cada uno de ellos, el precio total de los bienes o servicios y, de ser aplicable, los costos y gastos adicionales que deba pagar por envío o por cualquier otro concepto y la sumatoria total que deba cancelar:
 - Si es lo que quiere,
 - modificar,
 - Cancelar
- El consumidor debe tener el derecho de cancelar la transacción hasta antes de concluirla.

LA ACEPTACIÓN....

- Deberá ser expresa, inequívoca y verificable por la autoridad competente.

CONCLUIDA LA TRANSACCIÓN...

- Remitir, a más tardar el día calendario siguiente de efectuado el **pedido, un acuse de recibo del mismo**, con información precisa del tiempo de entrega, precio exacto, incluyendo los impuestos, gastos de envío y la forma en que se realizó el pago.

CAPÍTULO VI

Protección al consumidor de comercio electrónico

Obligaciones (50)

ARCHIVO ELECTRÓNICO

- e) Mantener en mecanismos de soporte duradero la **prueba** de la relación comercial, en especial de la identidad plena del consumidor, su voluntad expresa de contratar, de la forma en que se realizó el pago y la entrega real y efectiva de los bienes o servicios adquiridos, de tal forma que garantice la **integridad y autenticidad de la información** y que sea verificable por la autoridad competente, por el mismo tiempo que se deben guardar los documentos de comercio.



CAPÍTULO VI

Protección al consumidor de comercio electrónico

Obligaciones (50)

- REGLAS ENTREGA DEL PEDIDO

- h) Salvo pacto en contrario, **se debe entregar** a más tardar en el plazo de treinta **(30) días calendario** a partir del día siguiente a aquel en que el consumidor le haya comunicado su pedido.

En caso de no encontrarse disponible el producto objeto del pedido, el consumidor deberá ser informado de esta falta de disponibilidad de forma inmediata.



Si no, el consumidor podrá resolver o terminar, según el caso, el contrato unilateralmente y obtener la devolución de todas las sumas pagadas sin que haya lugar a retención o descuento alguno. La devolución deberá hacerse efectiva en un plazo máximo de treinta (30) días calendario.

CAPÍTULO VI

Protección al consumidor de comercio electrónico

Obligaciones (50)

PQR

g) Disponer de mecanismos para que el consumidor pueda radicar PQR, de tal forma que le quede constancia de la fecha y hora de la radicación, incluyendo un mecanismo para su posterior seguimiento.

- ***Establecer enlace visible, fácilmente identificable***, que le permita al consumidor ingresar a la página de la autoridad de protección al consumidor de Colombia.

EXISTENCIA DE MEMBRECÍA O AFILIACIÓN EN ALGÚN ESQUEMA RELEVANTE DE AUTORREGULACIÓN, ASOCIACIÓN EMPRESARIAL, ORGANIZACIÓN PARA RESOLUCIÓN DE DISPUTAS U OTRO ORGANISMO DE CERTIFICACIÓN.

- Proporcionar a los consumidores un método sencillo para verificar dicha información, así como detalles apropiados para contactar con dichos organismos, y en su caso, tener acceso a los códigos y prácticas relevantes aplicados por el organismo de certificación.

CAPÍTULO VI

Protección al consumidor de comercio electrónico

Protección de NNA (52)

- Adoptar medidas posibles para verificar la edad del consumidor.
- En caso de que el producto vaya a ser adquirido por un menor de edad, el proveedor deberá dejar constancia de la autorización expresa de los padres para realizar la transacción.



CAPÍTULO VI

Protección al consumidor de comercio electrónico

Portales de contacto (53)

- Quien ponga a disposición una plataforma electrónica en la que personas naturales o jurídicas puedan ofrecer productos para su comercialización y a su vez los consumidores puedan contactarlos por ese mismo mecanismo:
 - **Exigir a todos los oferentes información que permita su identificación,**
 - Esta información podrá ser consultada por quien haya comprado un producto con el fin de presentar una queja o reclamo y deberá ser suministrada a la autoridad competente cuando esta lo solicite.
 - Tener un registro en el que conste, como mínimo,
 - el nombre o razón social,
 - documento de identificación,
 - dirección física de notificaciones y teléfonos..



CAPÍTULO VI

Protección al consumidor de comercio electrónico

Medidas cautelares (54)

BLOQUEO....

- La SIC, de oficio o a petición de parte, podrá imponer una medida cautelar hasta por treinta (30) días calendario, prorrogables por treinta (30) días más, de **bloqueo temporal de acceso al medio de comercio electrónico**, cuando existan indicios graves que por ese medio se están violando los derechos de los consumidores, mientras se adelanta la investigación administrativa correspondiente.





<http://gecti.uniandes.edu.co/>

<http://gecti.uniandes.edu.co/> o <http://www.gecti.org/>