

eMarket Services hace más fácil el uso de los mercados electrónicos para los negocios internacionales

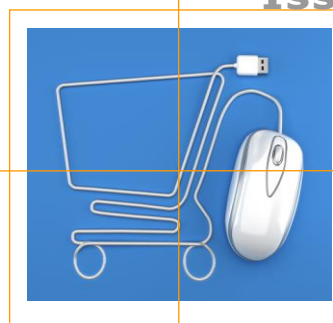
5 PASOS PARA ADAPTAR EL COMERCIO ONLINE A LA NUEVA NORMATIVA DE CONSUMIDORES

Por Inés Ramírez
eMarket Services Spain

www.emarketservices.es

Junio 2014

e-Business
Issue



Sumario

El pasado 27 de marzo se aprobó la Ley 3/2014 que modifica el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (LGDCU) y otras leyes complementarias. Esta reforma se hace para adaptar al derecho nacional la Directiva comunitaria 2011/83 sobre los derechos de los consumidores y afecta a cualquier contrato concluido a partir del 13 de junio de 2014.

¿Cómo puedes adaptar tu tienda online o mercado electrónico a los nuevos cambios? Hablamos con Rafael Gómez-Lus, Experto Legal de [Trusted Shops](#) en España, proveedor líder en Europa de servicios de confianza para el comercio electrónico, para que nos cuente los cinco pasos a seguir para hacer los cambios necesarios para cumplir con la nueva normativa. ¡Apunta!

A partir del 13 de junio de 2014 es obligatorio para las tiendas online y mercados electrónicos cumplir con los requisitos que establece la Ley 3/2014 de 27 de marzo, una trasposición de la Directiva comunitaria 2011/83 sobre los derechos de los Consumidores.

Aunque el momento de la aparición de la Directiva Europea vino acompañada de polémica por si los cambios eran demasiados o demasiado pocos para garantizar los derechos de los consumidores en sus compras por Internet, para Rafael Gómez-Rus, experto Legal de Trusted Shops en España, es un cambio muy positivo, porque se armoniza la normativa de consumo en la Unión Europea, “eliminando disparidades y sentando las bases para la creación de un mercado europeo del comercio electrónico”. Con esta normativa se facilitan mucho la compra-venta en otros países de Europa, tanto para consumidores como para las tiendas online.

Gómez-Lus también señala que aún queda un paso más para ese mercado único en eCommerce en Europa: “El problema es que tenemos la misma directiva, pero diferentes baremos sancionadores en cada país; en otros países europeos, como Alemania o Polonia, se aplican eficaces mecanismos sancionadores por incumplimientos de la normativa de consumo”.

Pero, ¿qué implica esta nueva normativa? Para Rafael “requiere la revisión de los procesos internos de las tiendas online, así como la introducción de cambios de tipo textual y técnico”. O lo que es lo mismo, revisar tanto los textos como la programación de las tiendas virtuales.

Para realizar estos cambios hemos escrito este artículo que organiza las acciones en 5 pasos.

Paso 1: Más información y más clara

Con la nueva directiva europea, el deber de información del empresario se ve reforzado y deberá poner a disposición del consumidor de forma clara y comprensible, antes de que el usuario quede vinculado por el contrato (información precontractual), una serie de datos sobre el empresario, el producto, los precios, gastos de envío y otros gastos, plazos y

ámbito de la entrega, métodos de pago, garantía legal, y los códigos de conducta y métodos de resolución de conflictos. En detalle, hay que tener en la web:

Identificación del empresario

- La **identidad** del empresario, incluido su nombre comercial
- La **dirección completa** del establecimiento del empresario
- El número de **teléfono**
- La dirección de **correo electrónico**
- Datos de inscripción en el **Registro Mercantil**
- Número de identificación fiscal (**NIF**)
- Si aplica, la dirección completa y la identidad del **empresario por cuya cuenta actúa**
- Si se ejerce una profesión regulada, los datos relativos al **título profesional**
- En su caso, información sobre la **autorización administrativa** recibida

Producto

- Las **características principales** de los bienes o servicios
- El **precio total** de los bienes o servicios, incluidos los impuestos y tasas o, en su caso, el modo de cálculo del mismo
- Cuando proceda, la **funcionalidad** de los contenidos digitales, incluidas las medidas técnicas de protección aplicables
- Cuando proceda, toda **interoperabilidad** relevante del contenido digital con los aparatos y programas conocidos por el empresario o que quepa esperar razonablemente que éste pueda conocer

Precio

- El **precio total** de los bienes o servicios, incluidos los impuestos y tasas
- En contratos de **duración indeterminada** o que incluyan una **suscripción**, el precio incluirá el total de los costes por período de facturación. De cobrarse con arreglo a una tarifa fija, en el precio total también se detallará el total de los costes mensuales.

Gastos de envío y otros gastos

- Todos los **gastos de envío y cualquier otro gasto** o, si dichos gastos no pueden ser calculados razonablemente de antemano, señalar que puede ser necesario abonar gastos adicionales
- Si se utiliza un número de teléfono de tarificación especial, hay que informar del **coste de la utilización** de la técnica de comunicación a distancia para la celebración del contrato

Plazo y ámbito de entrega

- La **fecha o plazo** en que el empresario se compromete a entregar los bienes o a ejecutar la prestación de los servicios
- Si se aplica alguna **restricción de entrega**

Métodos de pago

- Cuáles son las **modalidades de pago** aceptadas en la tienda online

Garantía legal y comercial

- Un recordatorio de la existencia de una **garantía legal** de conformidad para los bienes
- Cuando proceda, la disponibilidad de **asistencia posventa** al consumidor, servicios posventa y garantías comerciales, así como sus condiciones

Códigos de conducta y resolución de controversia

- Si hay, informar de la existencia de **códigos de conducta pertinentes** y la forma de conseguir ejemplares de los mismos
- Cuando proceda, la posibilidad de recurrir a un **mecanismo extrajudicial de reclamación y resarcimiento** al que esté sujeto el empresario y los métodos para tener acceso al mismo
- En su caso, el sistema de **tratamiento de las reclamaciones** del empresario

Otros

- La **duración del contrato**, cuando proceda, o, si el contrato es de duración indeterminada o se prolonga de forma automática, las condiciones de resolución.
- Cuando proceda, la **duración mínima de las obligaciones del consumidor** derivadas del contrato.
- En su caso, la existencia y las **condiciones de los depósitos** u otras garantías financieras.

Paso 2: Ampliar datos sobre el derecho de desistimiento

El derecho de desistimiento o derecho de cancelación o devolución, es el que tiene el usuario a renunciar a la compra realizada, sin necesidad de alegar un motivo concreto. Con esta nueva normativa se ve reforzado, y la tienda online deberá informar sobre las condiciones, el plazo, que se amplía de 7 a 14 días, y los procedimientos para ejercer ese derecho, así como del modelo de formulario de desistimiento que se debe utilizar.

La propia norma facilita un modelo de documento de información al consumidor y usuario sobre el desistimiento, que aunque no es obligatorio, es recomendable para asegurar que se cumplen todos los requisitos exigidos. [Trusted Shops ofrece en su libro blanco](#) el modelo de formulario para poderlo copiar y pegar.

Sobre ese texto se deberán introducir los datos de la tienda online, leer las instrucciones de cumplimentación e introducir los textos apropiados dependiendo de las características de la tienda. También hay que tener en cuenta en este modelo:

- Tipo de contrato.
- Forma de entrega.
- Posibilidad de ejercer el desistimiento de forma electrónica.
- Si es el consumidor quien devuelve la mercancía o es el empresario quien la recoge.
- Quién carga con los costes de la devolución.

Además en caso de no informar de este derecho, el plazo se ampliará a doce meses después de la fecha de expiración inicial, así que es muy importante incluirlo.

También es importante que se informe sobre los supuestos en los que no se aplica el derecho de desistimiento, porque si no se incluye esta información, el consumidor tendrá derecho a solicitar la devolución. Con la nueva normativa las excepciones son:

- Bienes perecederos, bienes personalizados, prensa diaria, periódicos o revistas, alojamiento, transporte de bienes, alquiler de vehículos, comida o esparcimiento.
- A esas excepciones se añaden algunas nuevas como: bienes mezclados de forma indisoluble, bebidas alcohólicas sujetas a fluctuaciones del mercado financiero,

contratos celebrados mediante subastas públicas, y mantenimientos o reparación urgente a domicilio.

- Otras nuevas incorporaciones a la lista de excepciones, aunque sometidas al cumplimiento de una serie de condiciones son: Bienes por motivos de higiene, prestación de servicios ejecutados y suministro de contenido digital.

Además se han eliminado algunas excepciones que antes se contemplaban, como bienes que, por su naturaleza, no puedan ser devueltos, bienes de consumo corriente suministrados en el domicilio del consumidor, apuestas y loterías. También se ha retirado la excepción a los productos “que, por su naturaleza, no puedan ser devueltos o puedan deteriorarse o caducar con rapidez” por considerarse demasiado ambigua, por lo que las tiendas que incluyeran esta excepción deben reemplazarla por alguna de las existentes o ver si pueden englobarse dentro de la categoría de “bienes precintados que no sean aptos para ser devueltos por razones de protección de la salud o de higiene y que hayan sido desprecintados tras la entrega”.

Paso 3: Pedir consentimiento expreso en pagos adicionales

Otro de los cambios de la normativa es incluir que cualquier pago adicional sobre la cantidad acordada con el usuario debe realizarse tras obtener el consentimiento expreso para realizar el cargo. Con este punto se quiere eliminar el llamado ‘opt-out’, o casillas marcadas por defecto, y cambiarlo a un ‘opt-in’, por el que sea el usuario activamente el que tenga que seleccionar la opción en caso de querer cualquier otro servicio adicional.

Es decir, si en la tienda online ofrecemos Envío Express a distinto precio o cualquier otro servicio extra, deberá ser el usuario el que marque la casilla correspondiente y no tenerla marcada por defecto.

Si la tienda online mantiene el opt-out, el usuario puede reclamar el reembolso de dicha cantidad.

Paso 4: Texto ‘finalizar compra’ en el botón final de pedido

Otro de los cambios es que el botón para finalizar la compra tiene que indicar que la realización del pedido implica la obligación de pago. La ley hace referencia al uso de la expresión “pedido con obligación de pago”, por lo que según comenta Gómez-Lus el botón podría incluir el texto “finalizar compra” o algo similar, pero debe quedar patente que conlleva un cargo al consumidor por el producto o servicio. No es una cuestión nimia, porque en caso de no contar con un texto claro, el consumidor no quedará obligado por el contrato o pedido.

“Esta medida se incluye porque algunas tiendas online contaban, por ejemplo, con el botón de Continuar, y el usuario iba dando pasos sin saber cuándo quedaba realmente obligado con un contrato de compra”, comenta Rafael. De esta forma se pretende distinguir claramente cuando se está dando el paso final que implica el pago de los bienes añadidos al Carrito.

Otro requisito es que en el resumen de compra y justo antes de que el comprador efectúe el pedido, hay que incluir de forma clara y destacada:

- Precio total de los productos.
- Todos los gastos envío.
- Cualquier otro gasto.

En su [Libro Blanco Trusted Shops](#) incluye un ejemplo tanto de botón como de Hoja de Pedido donde se puede ver de forma sencilla cómo organizar esta información.

Paso 5: Enviar mail de confirmación de pedido

La nueva normativa dice por último que se debe facilitar al consumidor la confirmación del contrato celebrado en un soporte duradero y en un plazo razonable después de la celebración del contrato a distancia. La confirmación del contrato deberá entregarse, como tarde, en el momento de entrega de los bienes o antes del inicio de la ejecución del servicio.

La forma más sencilla de realizarlo, es enviar al consumidor un mail con la confirmación de pedido, mandarlo por escrito junto al envío del producto o entregárselo en mano antes de realizar el servicio, y en este escrito debe incluirse:

- Toda la información de resumen del pedido, incluido el periodo de entrega, así como la información precontractual que hemos comentado en el Paso 1.
- Para contratos de suministro de contenido digital, la confirmación del previo consentimiento expreso del usuario, y del conocimiento por su parte de la pérdida del derecho de desistimiento

El experto legal de Trusted Shops en España dice que este requisito de aportación de la información en un soporte duradero tiene como objetivo proteger al consumidor, ya que "la información presentada en una página web puede ser modificada a voluntad del empresario, mientras que aquella que se encuentra recogida en un soporte duradero es inalterable".

Por eso no puede remitirse a las Condiciones generales de Venta de la página web mediante un enlace o similares, sino que hay que insertarlas o adjuntarlas expresamente en el eMail de confirmación (por ejemplo en un PDF).

En resumen, para realizar estos cambios, tendremos que modificar tanto las Condiciones Generales y otros textos de la web, como la información del derecho de desistimiento, e incluirlo en los eMails de confirmación de pedido. Y en cuanto a cambios técnicos, deberemos modificar la información antes del procedimiento de compra con los métodos de pago y especificaciones sobre la entrega, comprobar que no están marcadas las casillas de pagos adicionales y cambiar el texto del botón de pedido.

Con estos 5 pasos, lograremos adecuar la tienda online o mercado electrónico adaptar las condiciones generales de contratación a la nueva [Ley de Consumidores y Usuarios](#).