



Haz clic aquí

Toolkit en materia de **E-commerce**

Gómez-Pinzón

DESDE 1992

INTRODUCCIÓN

En la actualidad gran cantidad de comerciantes tienen presencia en el entorno digital y, para dar viabilidad al suministro de los bienes y servicios que ofrecen, así como para expandir el alcance a sus campañas de mercadeo, hacen uso de altas cantidades de datos personales, los cuales son insumos determinantes para el crecimiento empresarial. Así mismo, es necesario que los comerciantes protejan todos otros aquellos derechos de los consumidores electrónicos, con miras a evitar riesgos de perjuicios a los consumidores, y eventualmente, de incumplimiento de la regulación aplicable.

DEFINICIONES IMPORTANTES

Comercio electrónico

VS

Plataforma de contacto



Modelo de negocios basado en las transacciones de productos y servicios en los medios electrónicos, ya sea en las redes sociales o en los sitios web.



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.

PROTECCIÓN DE DATOS

Partiendo de la necesidad de tratar (recolectar, procesar, analizar, comercializar o, cualquier operación que recaiga sobre los datos) datos personales para dar viabilidad y mayor proyección a los negocios que operan en el comercio digital, a continuación encuentre directrices en materia de administración y gestión de datos personales durante su ciclo de vida dentro de una organización que opera en línea.

Antes de tratar los datos personales



- Realizar una evaluación de impacto del riesgo de la estrategia de e-commerce para identificar los datos que se necesitarán, medidas de seguridad a implementar, sujetos responsables, entre otros.
- Obtener la autorización expresa e informada por parte de su titular (persona a la que refiere el dato), en la que se le debe dar a conocer las finalidades específicas para las que se utilizará la información.
- Adoptar mecanismos de verificación de la identidad plena del titular.



Durante el tratamiento de los datos personales

- Implementar mecanismos físicos y tecnológicos de seguridad de la información con el fin de evitar la adulteración, pérdida, uso o acceso no autorizado de los datos personales.
- Solo se deben tratar los datos para las finalidades previamente autorizadas por su titular.
- Garantizar los derechos de los titulares de los datos personales. Si los titulares lo solicitan, se les permita acceder (de manera gratuita), dar a conocer, actualizar y/o rectificar sus datos personales, así como poder obtener la prueba de la autorización del tratamiento de sus datos, estar al tanto del uso que se le ha dado a los mismos, revocar la autorización y/o exigir la supresión de estos.
- Habilitar canales para que los consumidores puedan radicar sus PQR's en materia de protección de datos.
- Mantener evidencia de la autorización otorgada por el titular.

Luego del concluido el tratamiento de los datos personales



- Una vez culminadas las finalidades que dieron origen al tratamiento de datos personales, deben ser eliminados de las bases de datos, salvo que estos deban conservarse con ocasión de alguna obligación legal.

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Obligaciones de los Proveedores que usen herramientas de comercio electrónico para comercializar sus productos y servicios:



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



Suministrar en todo momento información cierta, fidedigna, suficiente, clara y actualizada respecto de los productos que ofrezcan.



Informar, en el medio de comercio electrónico utilizado, los medios de que disponen para realizar los pagos, el tiempo de entrega del bien o la prestación del servicio, el derecho de retracto que le asiste al consumidor y el procedimiento para ejercerlo.



Informar el 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.



Publicar en el mismo medio y en todo momento, las condiciones generales de sus contratos o términos y condiciones.



La aceptación de la transacción por parte del consumidor deberá ser expresa, inequívoca y verificable por la autoridad competente.



Concluida la transacción, el proveedor y expendedor deberá 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.



Queda prohibida cualquier disposición contractual en la que se presuma la voluntad del consumidor o que su silencio se considere como consentimiento.



Adoptar mecanismos de seguridad apropiados y confiables que garanticen la protección de la información personal del consumidor y de la transacción misma.



Disponer en el mismo medio en que realiza comercio electrónico, de mecanismos para que el consumidor pueda radicar sus peticiones, quejas o reclamos, de tal forma que le quede constancia de la fecha y hora de la radicación, incluyendo un mecanismo para su posterior seguimiento.



Salvo pacto en contrario, el proveedor deberá haber entregado el pedido a más tardar en el plazo de **30 días calendario** a partir del día siguiente a aquel en que el consumidor le haya comunicado su pedido.

	RETRACTO	REVERSIÓN	DESISTIMIENTO
Operaciones frente a las que procede	Ventas con sistema de financiación, tiempos compartidos, ventas que utilizan métodos no tradicionales o a distancia.	Ventas que se realicen por comercio electrónico, call center o cualquier otro mecanismo de tienda virtual.	Compraventa de cualquier pasaje, salvo tarifas promocionales.
Causal	Ninguna.	Fraude, operación no solicitada, el producto no se recibe, el producto no corresponde a lo solicitado, no cumpla con las características inherentes, las atribuidas por la información o el producto sea defectuoso.	Ninguna.
Tiempo para su ejercicio	5 días hábiles contados a partir de la entrega del bien o la celebración del contrato	5 días hábiles siguientes a la fecha en que el consumidor conoció de la operación fraudulenta o no solicitada, o en que debió haber recibido el producto o lo recibió defectuoso o sin que correspondiera a lo solicitado.	Antes de la iniciación, dando aviso a la aerolínea o agencia con al menos 24 horas de antelación a la realización del viaje.

	RETRACTO	REVERSIÓN	DESISTIMIENTO
Excepciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prestación de servicios que inician con el acuerdo de las partes. 2. Bienes cuyo precio está sujeto a fluctuaciones. 3. Bienes personalizados o a la medida. 4. Bienes que caducan o perecen con rapidez. 5. Apuestas y loterías. 6. Bienes de uso personal 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Regulación especial de reversión. 2. Bienes adquiridos por métodos tradicionales. 3. Operaciones donde productor, proveedor y la entidad emisora del instrumento de pago electrónico no están en Colombia. 	No aplica en el caso de tarifas promocionales, salvo que así sea ofrecido por el transportador.
Término reembolso	30 días calendario desde el ejercicio del derecho.	15 días hábiles para que los participantes del proceso de pago hagan la reversión.	¿Plazo máximo de 30 días? ¿En caso de haberse pagado en efectivo ó horas hábiles? La orden a la entidad financiera dentro de los 5 días hábiles siguientes.
Deducciones	No se admiten.	No se admiten.	Máximo el 10% del valor recibido por tarifa, excluyendo tasas, impuestos y tarifas admon.

*Fuente: SIC

SANCIONES

El incumplimiento de la regulación de protección de datos personales puede resultar en la imposición de multas hasta de 2.000 SMLMV por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio, así como eventualmente en la suspensión de la operación de datos personales y el cierre definitivo de la misma.

El incumplimiento de la regulación de protección al consumidor puede resultar en la imposición de multas hasta de 2.000 SMLMV por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio, así como el cierre temporal del establecimiento de comercio hasta por 180 días.

CONTACTOS:

Mauricio Jaramillo

Socio

mjaramillo@gomezpinzon.com

Tecnología, Comunicaciones &
Protección de Datos.

Andrés Fernández de Castro

Director

afernandezdecastro@gomezpinzon.com

Tecnología, Comunicaciones &
Protección de Datos

Valentina Manrique

Asociada Senior

vmanrique@gomezpinzon.com

Competencia. Propiedad Intelectual.

Gómez-Pinzón

DESDE 1992