



SWEEP FIAGC 2021 – INFORME FINAL

Ventas en línea/Comercio a distancia

SWEEP 2021 (fiscalización /revisión de los sitios web de las empresas)

Ventas en línea/Comercio a distancia

Octubre de 2021





I - Nota introductoria

En el ámbito de los Estatutos de la FIAGC, la Presidencia Pro Tempore de Portugal sugirió la realización de un ejercicio de *Sweep* (fiscalización de los sitios web de las empresas) bajo el tema –**Ventas en línea/Comercio a distancia** (tema de la campaña de información de FIAGC) que tuvo lugar en diciembre de 2020) a realizarse en tres sectores de actividad:

- Ropa y Calzado;
- Artículos de cosmética y cuidado personal
- Telecomunicaciones: teléfonos móviles, tabletas y ordenadores portátiles.

La acción SWEEP cubrió sitios web de diferentes plataformas de comercio electrónico que van desde tiendas electrónicas de un tipo de producto o servicio hasta mercados en línea que ofrecen una amplia gama de productos o servicios y que también están abiertos a comerciantes externos.

Los sitios web fueron seleccionados en función de criterios, como popularidad, participación de mercado, número de visitas, número de quejas y denuncias de consumidores recibidas, sanciones impuestas al proveedor, con el fin de captar los principales mercados y problemas principales.

Se definió para analizar un mínimo de 2 sitios web para cada sector de actividad, pudiendo ser sitios web nacionales y plataformas internacionales por forma a lograr un enfoque transfronterizo. Además, las autoridades participantes tenían autonomía para verificar un mayor número de sitios web, si así lo deseaban.

El ejercicio SWEEP se realizó entre el 6 y el 10 de septiembre de 2021, con un total de 9 países participantes, que verificaron 60 sitios web, una muestra muy significativa, considerando que esta fue la primera acción SWEEP realizada en el ámbito de la FIAGC.

Al ser la primera vez que se lleva a cabo una acción de SWEEP en el ámbito de FIAGC, este primer enfoque tenía como objetivo realizar un seguimiento global, por lo que se incluyeron una amplia gama de temas, con el fin de identificar en este primer análisis qué los temas eran los más problemáticos.

Se seleccionaron los siguientes temas:

- I - Información general (proporcionada al consumidor) sobre el sitio web y los comerciantes.
- II - Transparencia de precios.
- III - Promociones u ofertas "ventajosas".
- IV- Problemas de entrega.
- V – Garantía Legal.
- VI - Derecho de desistimiento o retracto.
- VII - Devolución de pagos.
- VIII – Reclamaciones.
- IX- Términos y condiciones.
- X- Resolución alternativa de disputas del consumidor.
- XI - Conclusión de la evaluación.



II - Países participantes

SWEEP FIAGC - Países participantes

País:

Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Honduras, Perú, Portugal, República Dominicana, Uruguay

Nombre de la Agencia:

Argentina:

Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje del Consumo

<https://www.argentina.gob.ar/produccion/defensadelconsumidor>

Chile:

Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)

<https://www.sernac.cl/portal/617/w3-channel.html>

Colombia:

Superintendencia de Industria y Comercio (SIC)

<https://www.sic.gov.co/>

Costa Rica:

Dirección de Apoyo al Consumidor del Ministerio de Economía, Industria y Comercio

<https://www.meic.go.cr/meic/web/41/consumidor.php>

Honduras:

Dirección General de Protección al Consumidor

<https://sde.gob.hn/proteccion-al-consumidor/>

Perú:

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI)

<https://www.gob.pe/indecopi>

Portugal:

Direção-Geral do Consumidor

<https://www.consumidor.gov.pt/>

República Dominicana:

Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor (Pro Consumidor)

<https://proconsumidor.gob.do/>

Uruguay:

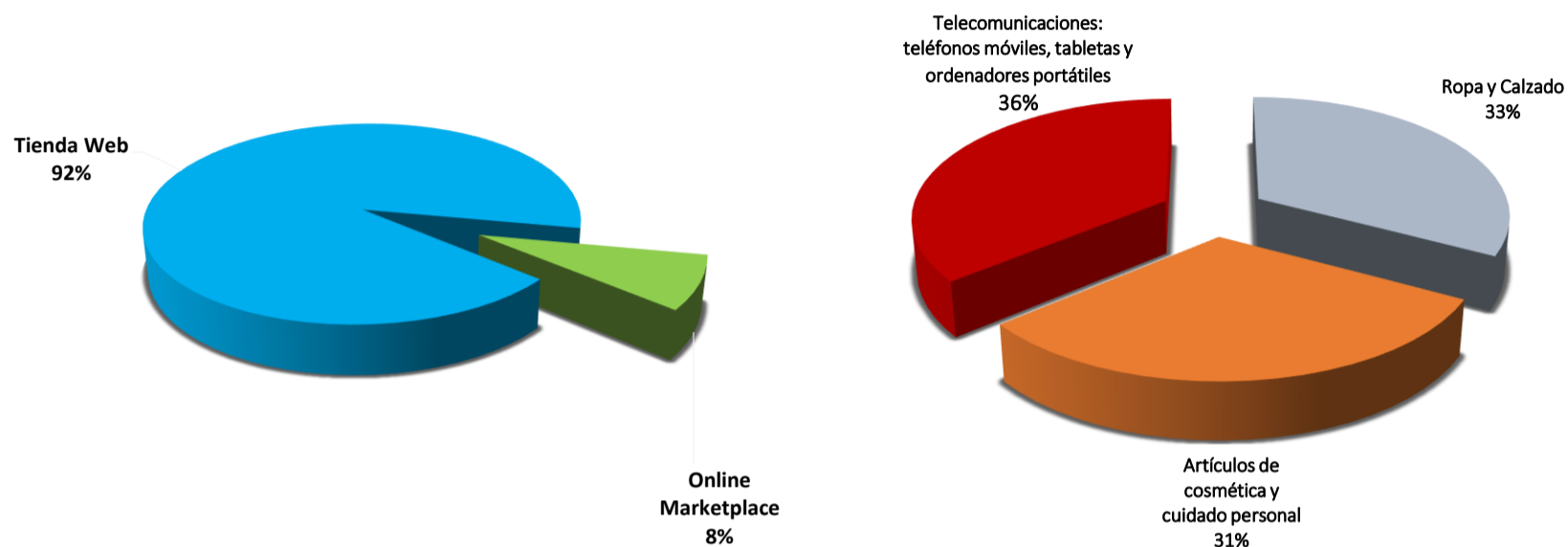
Dirección General de Comercio – Área Defensa del Consumidor

<https://www.gub.uy/ministerio-economia-finanzas/area-defensa-consumidor>



III - Resultados generales de la acción SWEEP

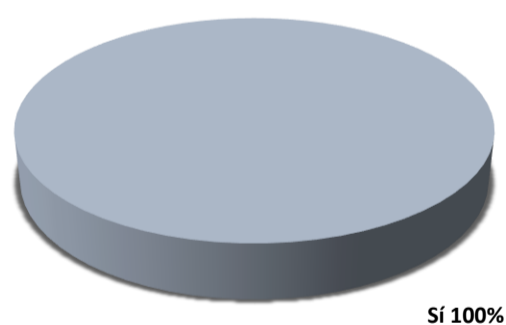
En total, como se mencionó anteriormente, se verificaron **60 sitios web**, la gran mayoría eran tiendas en línea (tienda electrónica) operadas por la misma empresa que ofrece los productos. Por sectores, se analizaron 20 sitios web de confección y calzado, 19 sitios web de cosmética y 22 sitios web en el área de productos de telecomunicaciones.



Información general (proporcionada al consumidor) sobre el sitio web y las empresas

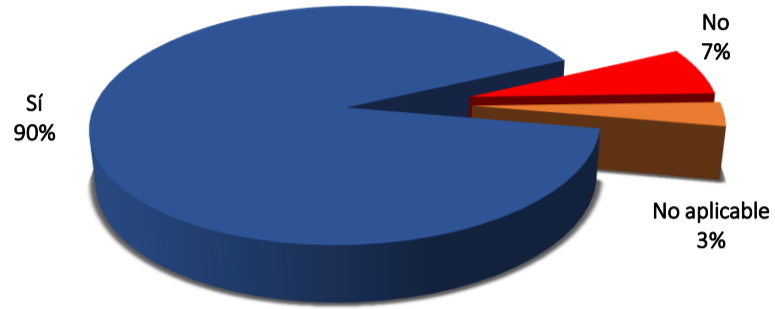
Con respecto al primer capítulo de preguntas sobre información general proporcionada por los operadores económicos a los consumidores, la evaluación es en general positiva, observándose una mayoría de respuestas positivas. En cuanto a la información sobre los datos de contacto, se encontró que los casos de omisión se detectaron solo en el sector de vestuario y calzado.

¿Se proporciona al consumidor información clara y comprensible sobre: ¿Nombre de la empresa?





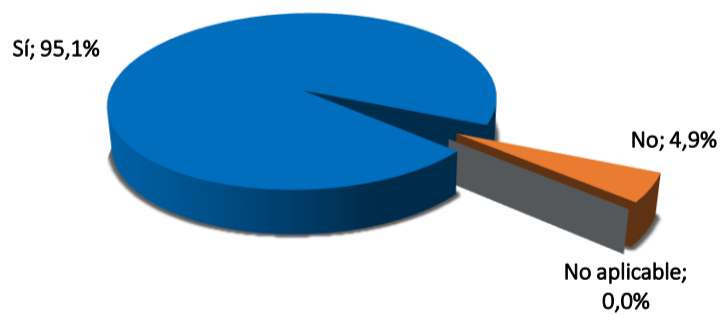
¿Se proporciona al consumidor información clara y comprensible sobre: dirección geográfica de la empresa?



¿Se proporciona al consumidor información clara y comprensible sobre: ¿Dirección geográfica del lugar de actividad si es diferente de la dirección del establecimiento?

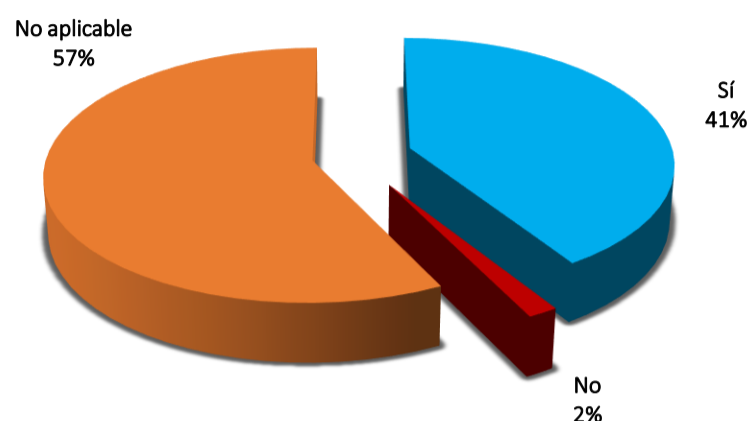


¿Se proporciona al consumidor información clara y comprensible sobre: datos de contacto en caso de consultas, reclamos u otros (¿por ejemplo, número de teléfono, dirección de correo electrónico?)





¿Se proporciona al consumidor información clara y comprensible sobre: Si aplicable (online marketplace) la dirección geográfica y la identidad del comerciante/empresa en cuyo nombre actúa?



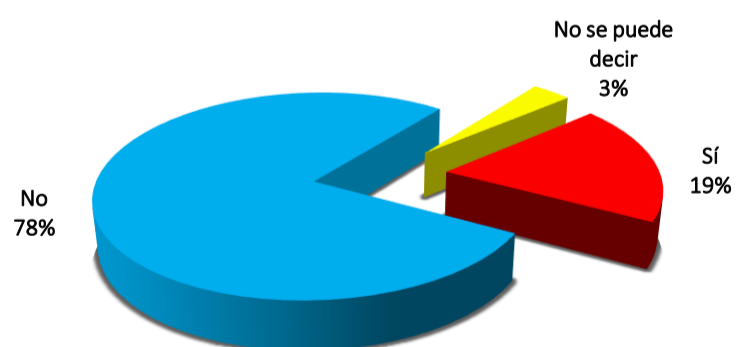
Transparencia de precios

En el capítulo sobre transparencia de precios, se encontró que con respecto a la primera pregunta - los casos en los que el precio final es más alto que el precio presentado inicialmente, representan una porción relevante de la muestra (19%). Además, la mayoría de estos casos (73%) se detectaron en el sector de la ropa y el calzado.

En cuanto a la información sobre medios de pago, se constató que todos los casos de omisión se detectaron en el sector de la cosmética y el cuidado personal.

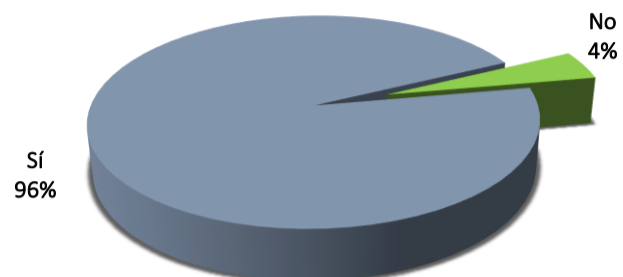
Con respecto al consentimiento expreso de los consumidores para pagos adicionales por servicios adicionales, se encontró que en el 31% de los casos, los operadores económicos no solicitan el consentimiento. De estos casos de omisión, se encontró que se detectaron mayoritariamente en los sectores de artículos de telecomunicaciones (58%) y en los sectores de productos cosméticos (33%).

¿El precio total que se muestra (en el momento antes de que el consumidor haga su pedido) es más alto que el precio que la empresa mostró en la invitación de compra inicial?

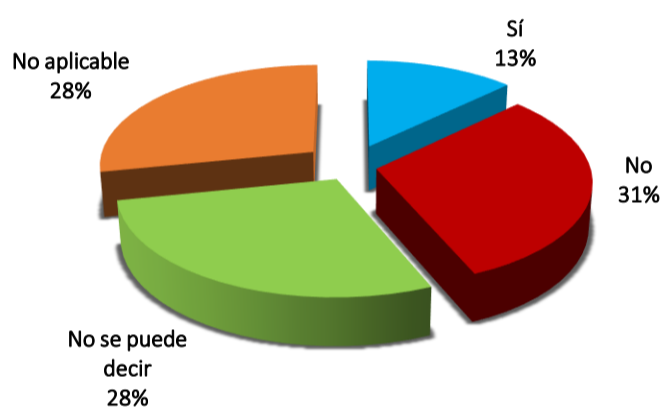




¿La plataforma informa correctamente sobre los métodos de pago?



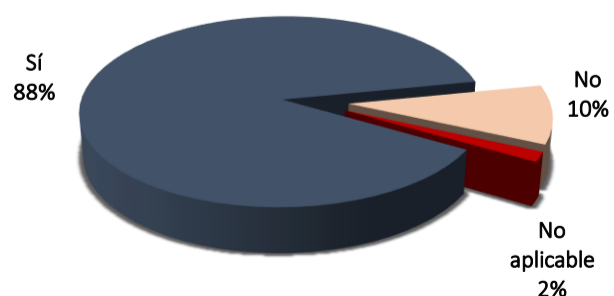
¿La empresa solicita el consentimiento expreso del consumidor para cualquier pago adicional por servicios adicionales (incluido los costos, gastos y/o impuestos en los que se pueda incurrir eventualmente), antes de que el consumidor esté sujeto al contrato u oferta?



Promociones u ofertas "ventajosas"

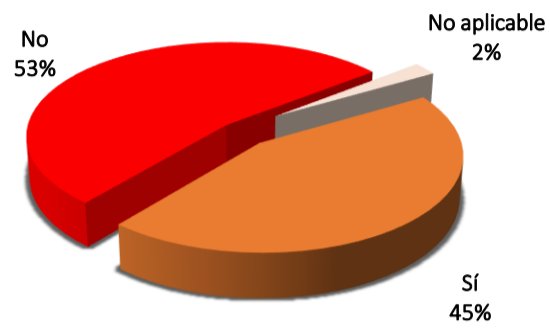
En el capítulo de promociones u ofertas ventajosas, se destacan los resultados con respecto a la indicación del período de validez de la promoción / oferta - se encontró que en el 53% de los casos esta información no se pone a disposición del consumidor. En cuanto a la omisión de esta información, los resultados mostraron que los casos detectados atraviesan los 3 sectores analizados.

¿La empresa anuncia / muestra precios especiales ventajosos (por ejemplo, 'descuento', 'menos X% hoy', 'ahorre X € o X%', 'desde x €' 'precio especial' o 'oferta de valor de hoy')? ¿De la información mostrada por el comerciante se desprende claramente cómo se determina la supuesta ventaja / descuento de precio?





¿La empresa evaluada indica claramente a los consumidores el plazo o validez de la oferta o descuento que se está anunciando?



¿El precio que se muestra en la invitación inicial a la compra contiene los gastos de envío o postales aplicables, o cuando estos gastos no pueden calcularse razonablemente por adelantado, la empresa informa de forma clara e inteligible sobre el hecho de que dichos gastos adicionales pueden pagarse?

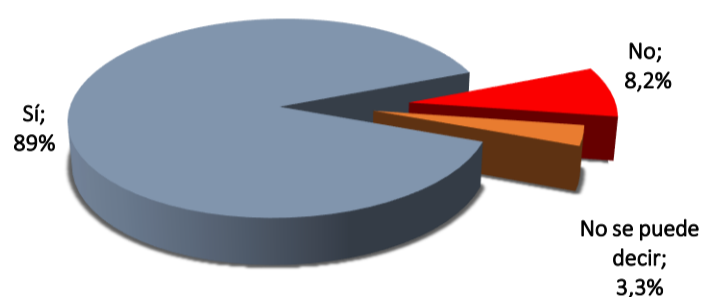




Problemas de entrega

En cuanto a la información sobre entregas, se detectaron 5 casos en los que los operadores económicos no facilitan información. Si bien, en términos porcentuales es un valor residual (8% respecto a la muestra total), considerando que se trata de ventas a distancia, todos los casos de omisión de esta información constituyen un riesgo para los consumidores. Cabe señalar también que la mayoría de los casos (80%) de omisión de esta información se detectaron en el sector de productos de telecomunicaciones.

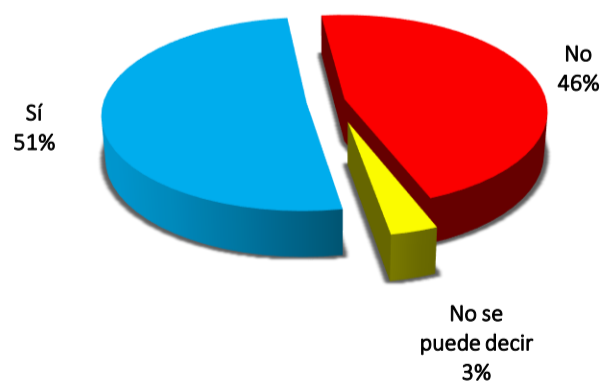
Antes de que el consumidor esté vinculado por el contrato, ¿se le proporciona al consumidor información clara y comprensible sobre las modalidades de entrega y el plazo en el que el comerciante se compromete a entregar la mercancía?



Garantía Legal

Los resultados obtenidos en relación a la información facilitada al consumidor de forma clara y comprensible sobre las garantías de los bienes demuestran que una parte significativa (28) de los casos en los que se omite dicha información. De estos 28 casos, se encontró que el 43% se detectó en el sector de confección y calzado, el 32% en el sector de cosméticos y el 25% en el sector de productos de telecomunicaciones.

Antes de que el consumidor esté finalice el proceso de compra, ¿se le proporciona información clara y comprensible sobre la existencia de una garantía legal de conformidad de los bienes?

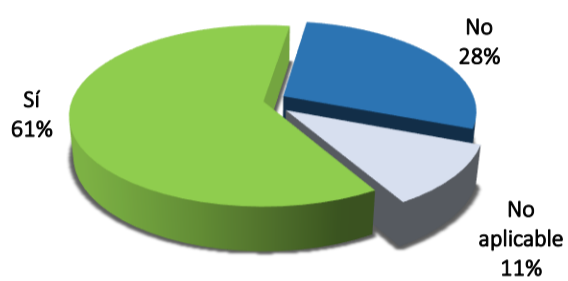




Derecho de desistimiento o retracto

En el universo de la muestra en el que es de aplicación el derecho de desistimiento, se encontró que en el 32% (13 casos) de los casos la información no se presenta de forma clara y comprensible para los consumidores. De estos 13 casos, el 54% se detectaron en el sector de productos de telecomunicaciones y el 31% en el sector de productos cosméticos.

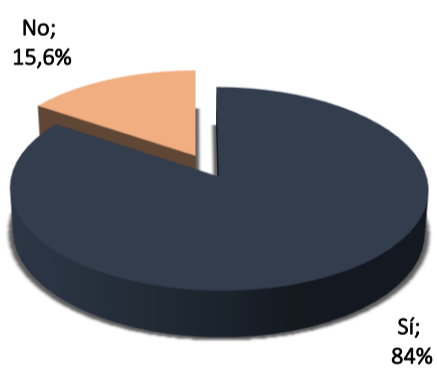
¿El sitio web informa y permite el ejercicio del derecho de desistimiento? En caso afirmativo, ¿se pone a disposición del consumidor de forma clara y comprensible?



Devolución de pagos

En cuanto a la información sobre devolución de pagos, hubo una mayor prevalencia (71%) de omisión de esta información en el sector de telecomunicaciones.

¿La empresa proporciona información sobre devolución de pagos y cómo los consumidores pueden ejercer este derecho?

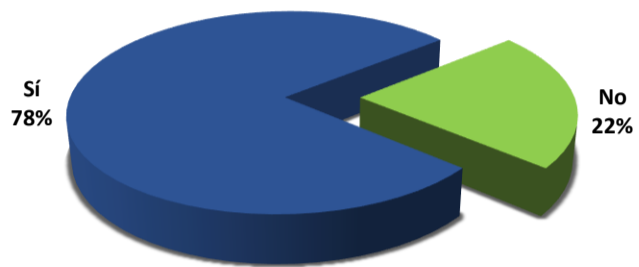




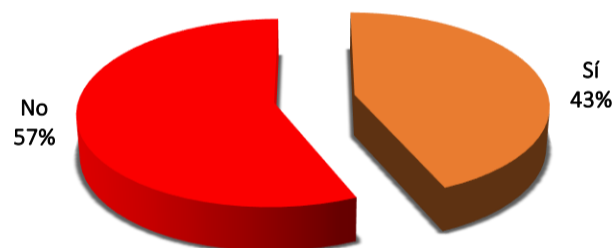
Reclamaciones

Con respecto al tema de las quejas, se encontró un número significativo de casos en los que no se proporcionan los medios para que los consumidores presenten una queja. También cabe señalar que existe una mayor prevalencia (72%) de estas situaciones en el sector de las telecomunicaciones.

¿El sitio web informa y proporciona los medios por los cuales el consumidor puede presentar una queja? En caso afirmativo especifique si dichos medios por los cuales el consumidor puede presentar una petición, queja y/o reclamo permiten al comerciante o proveedores llevar un registro y hacer un seguimiento a cada una de las peticiones, quejas y/o reclamos que hacen los consumidores en línea



¿El sitio web proporciona un buzón de sugerencias o comentarios?

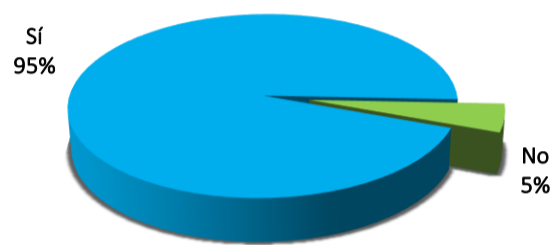




Términos y condiciones

En cuanto al tema de términos y condiciones, los resultados obtenidos son manifiestamente positivos, destacando el sector cosmético, en el que no se detectó ningún caso en el que los términos y condiciones no se presenten de manera visible y accesible.

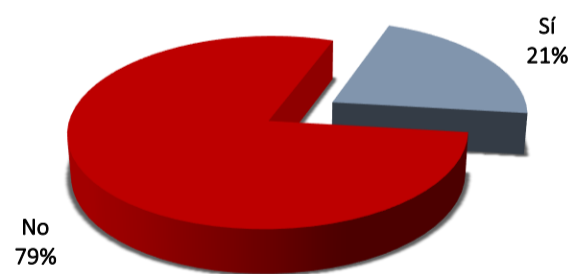
¿Los términos y condiciones son fácilmente visibles y accesibles para el consumidor?



Resolución alternativa de disputas del consumidor

En cuanto a los resultados sobre la existencia de una referencia explícita a la Resolución Alternativa de disputas, además de la abrumadora mayoría de respuestas negativas, también es importante resaltar que es transversal a los tres sectores verificados.

¿Existe alguna referencia explícita a un sistema de resolución de disputas aplicable?



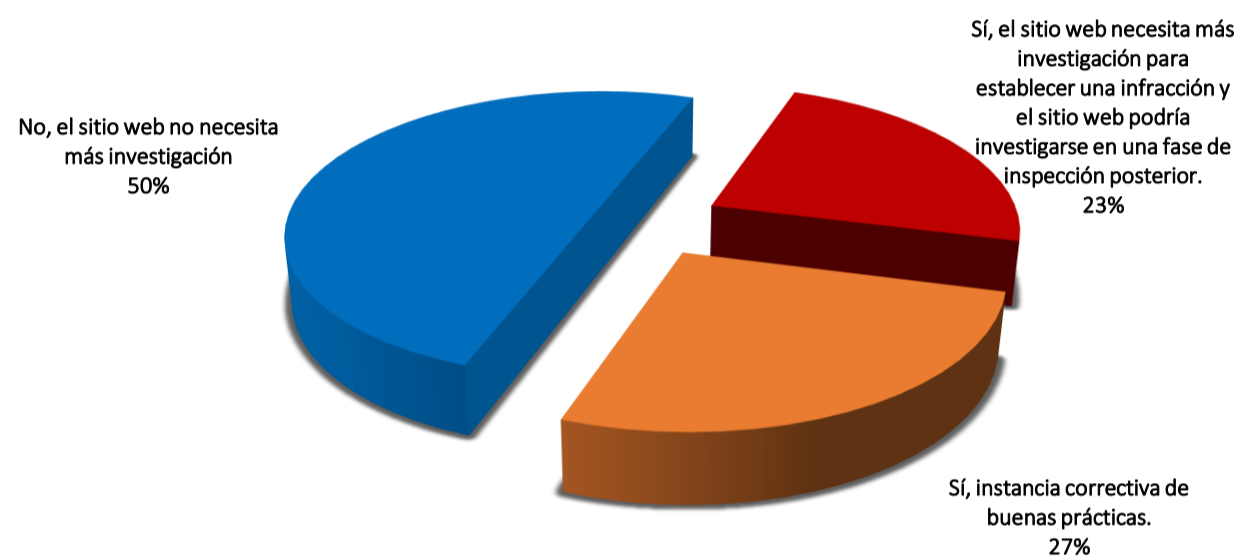


IV – Evaluación general

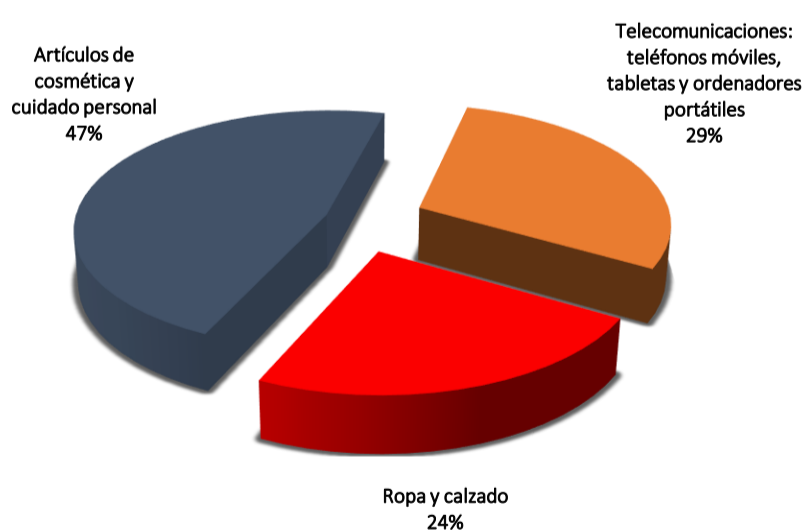
En la evaluación general, los resultados muestran que el 50% de los sitios web verificados no requieren más pasos, es decir, una investigación más profunda o una instancia correctiva de buenas prácticas.

En cuanto a los casos señalados para mayor investigación o instancia correctiva, los resultados muestran que son transversales a los tres sectores, con una ligera prevalencia de los sectores de ropa y calzado y, telecomunicaciones:

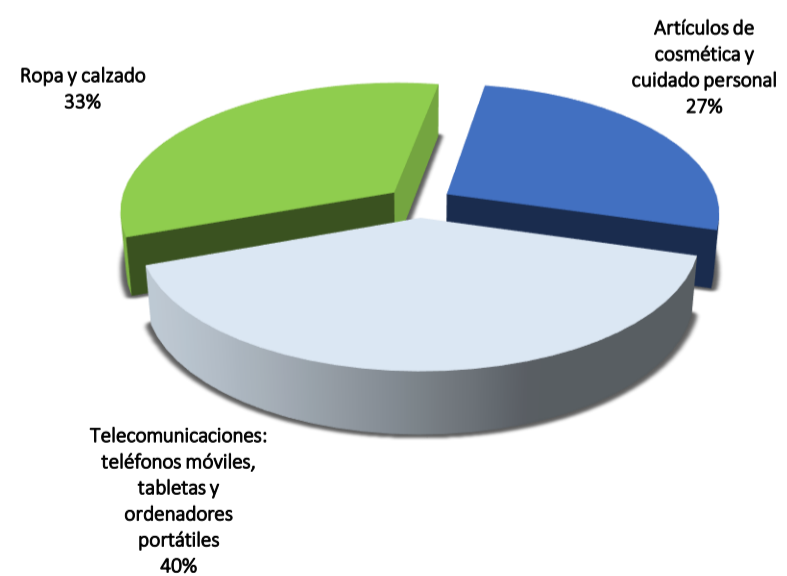
¿El sitio web necesita más investigación?



Sí, instancia correctiva de buenas prácticas



Sí, el sitio web necesita más investigación en una fase de inspección posterior.





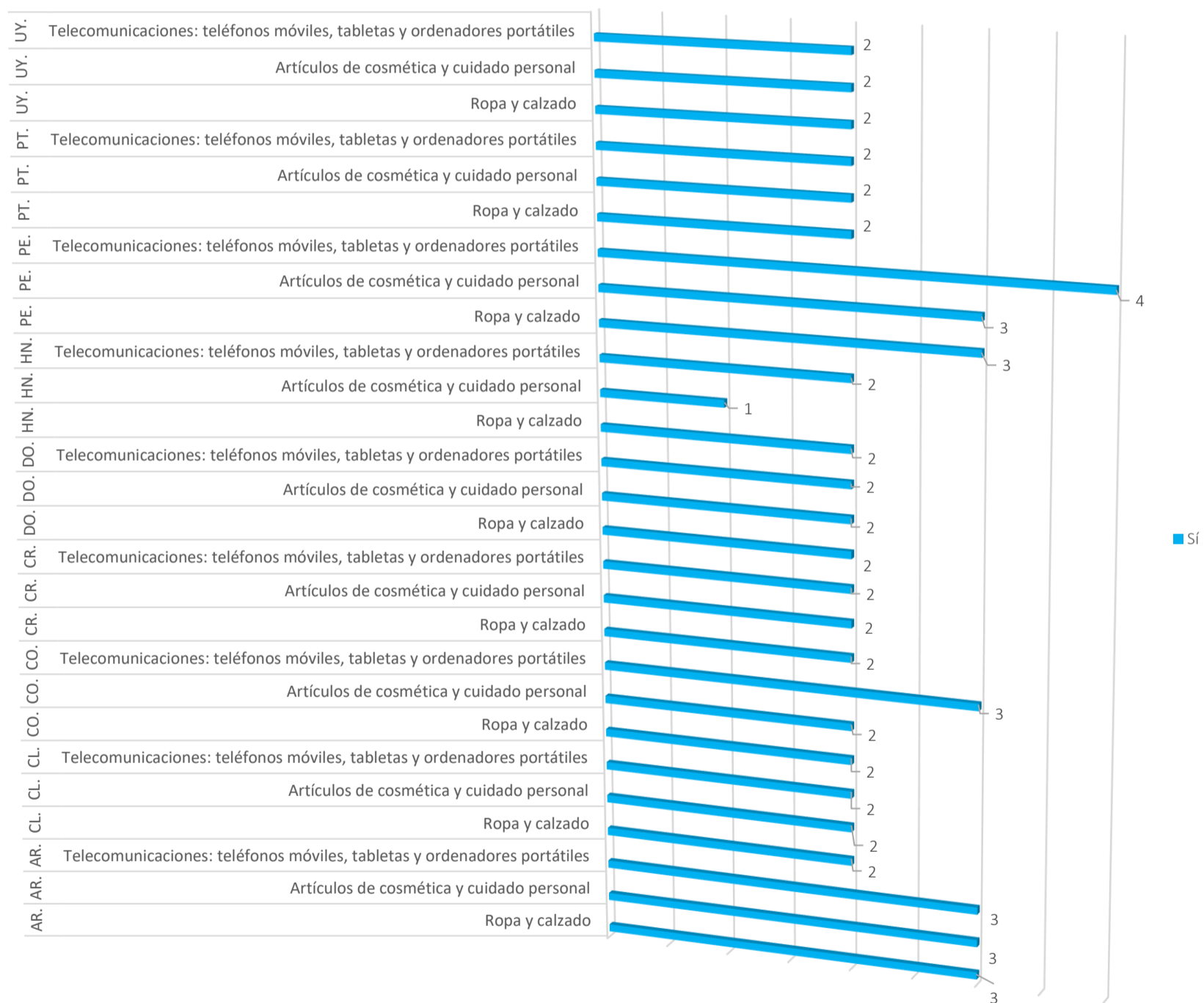
V - Archivos adjuntos

Análisis estadístico desagregado

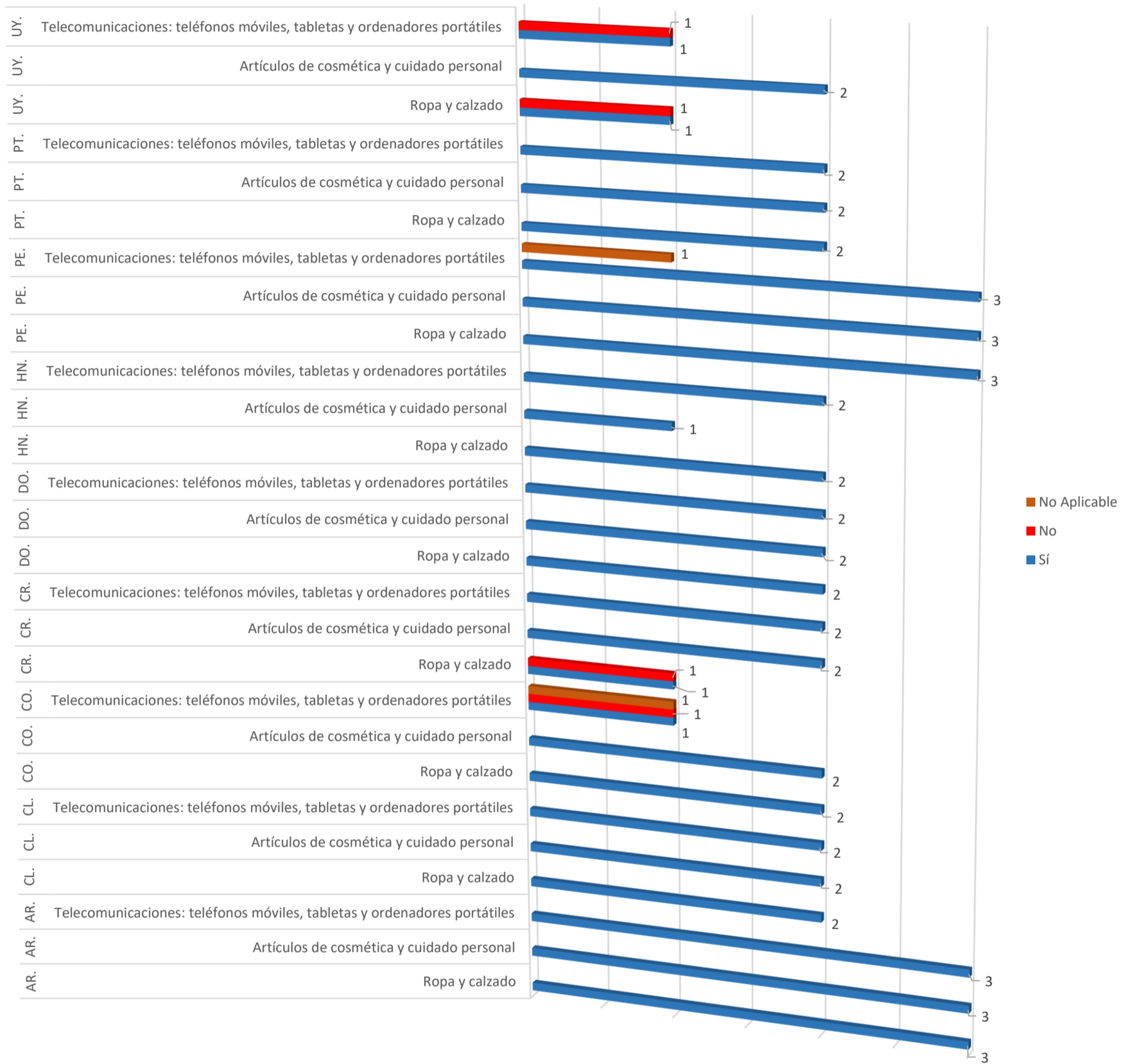
Este anexo presenta los datos calculados (absolutos) organizados por país y sector analizado.

I - Información general (proporcionada al consumidor) sobre el sitio web y las empresas

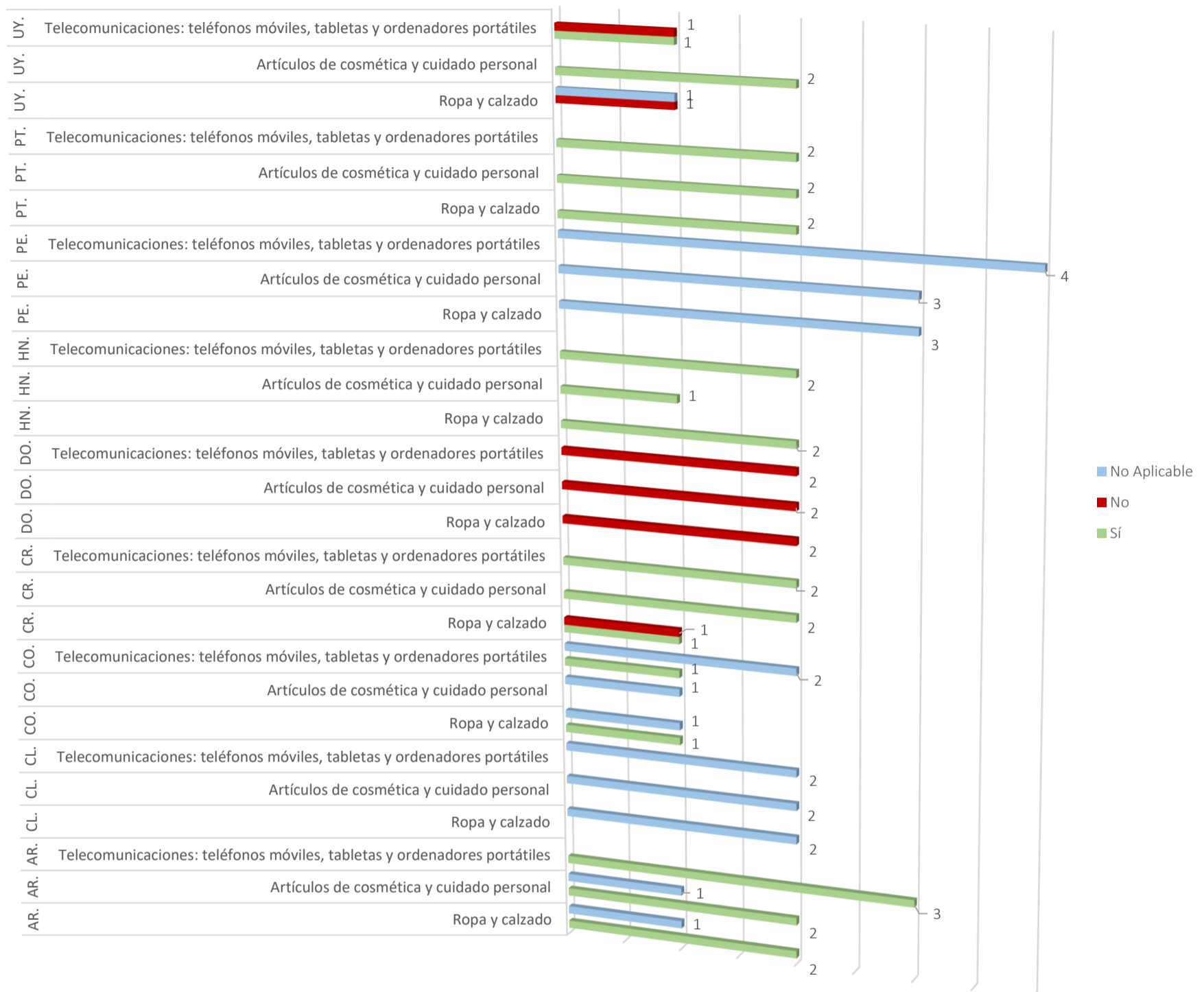
¿Se proporciona al consumidor información clara y comprensible sobre: Nombre de la empresa?



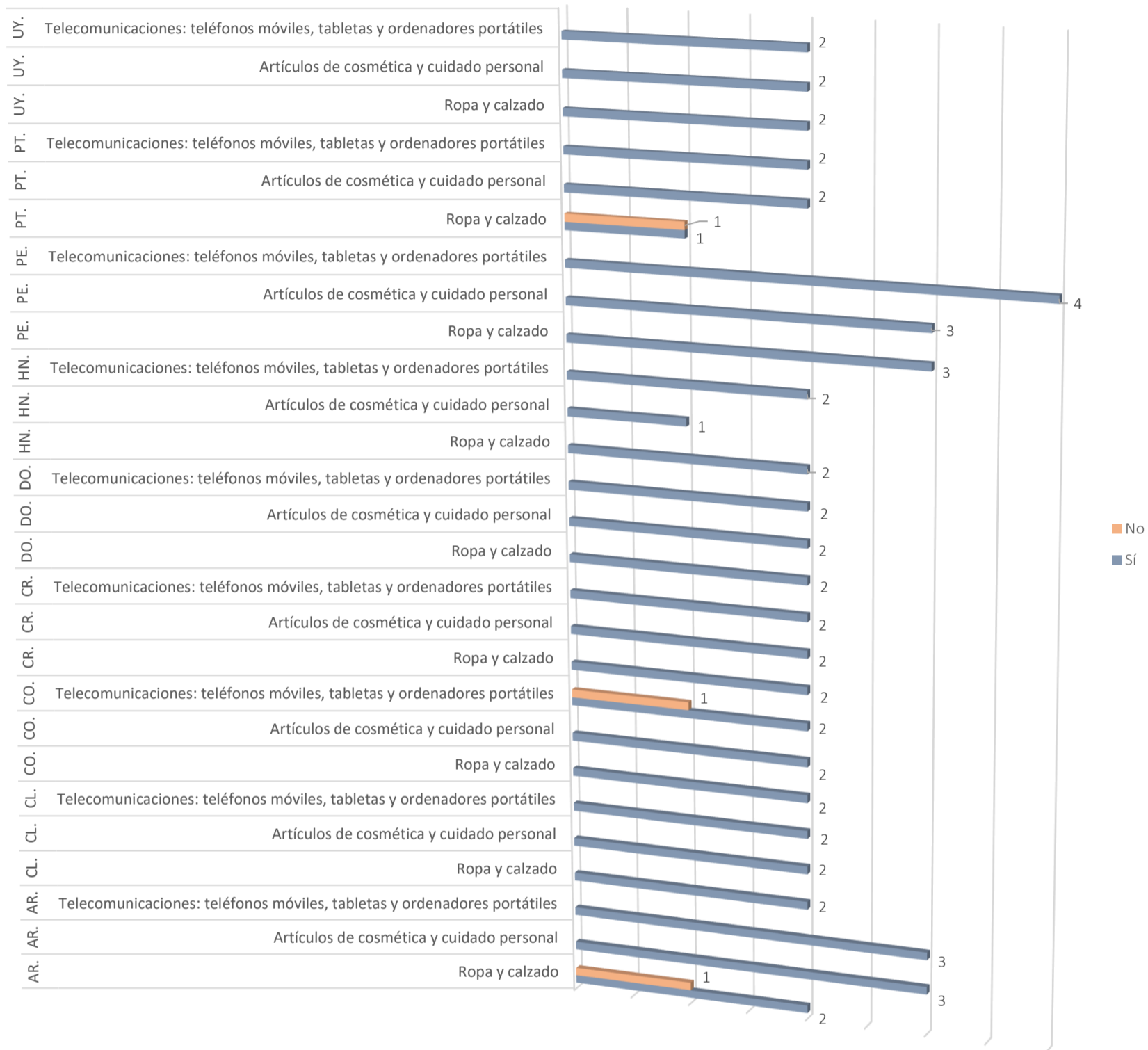
¿Se proporciona al consumidor información clara y comprensible sobre: Dirección geográfica de la empresa?



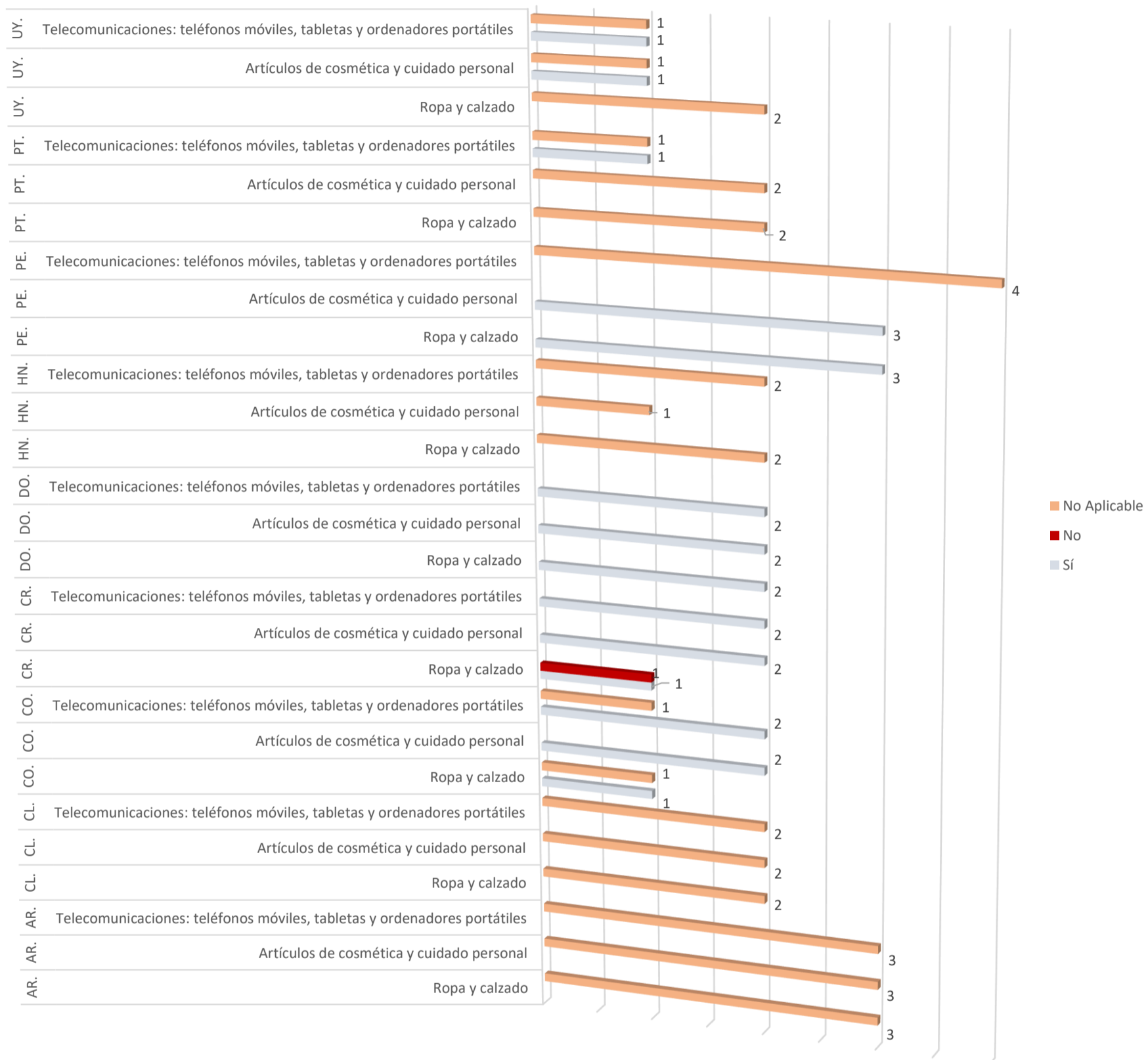
¿Se proporciona al consumidor información clara y comprensible sobre: Dirección geográfica del lugar de actividad si es diferente de la dirección del establecimiento?



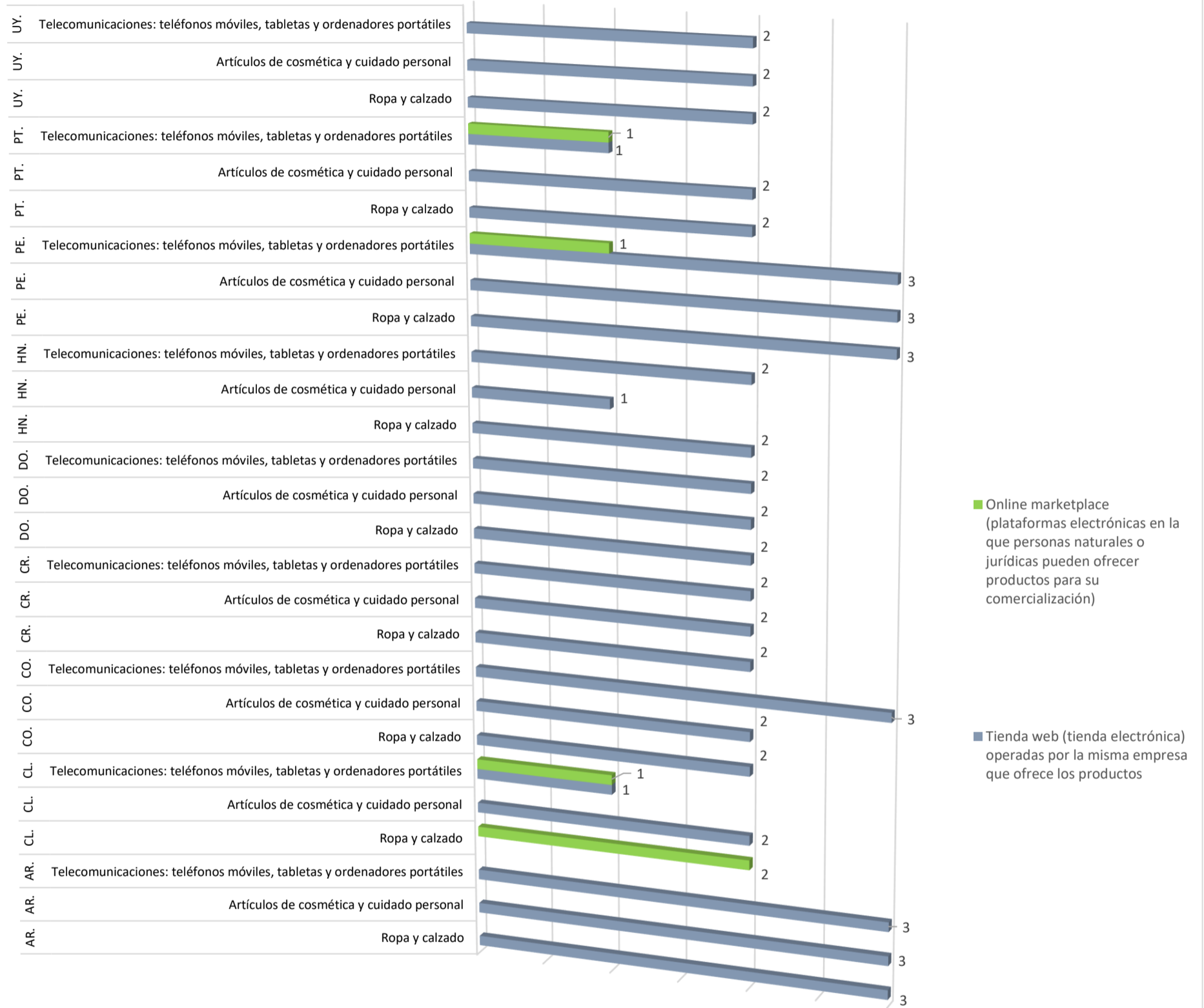
¿Se proporciona al consumidor información clara y comprensible sobre: Datos de contacto en caso de consultas, reclamos u otros (por ejemplo, número de teléfono, dirección de correo electrónico)



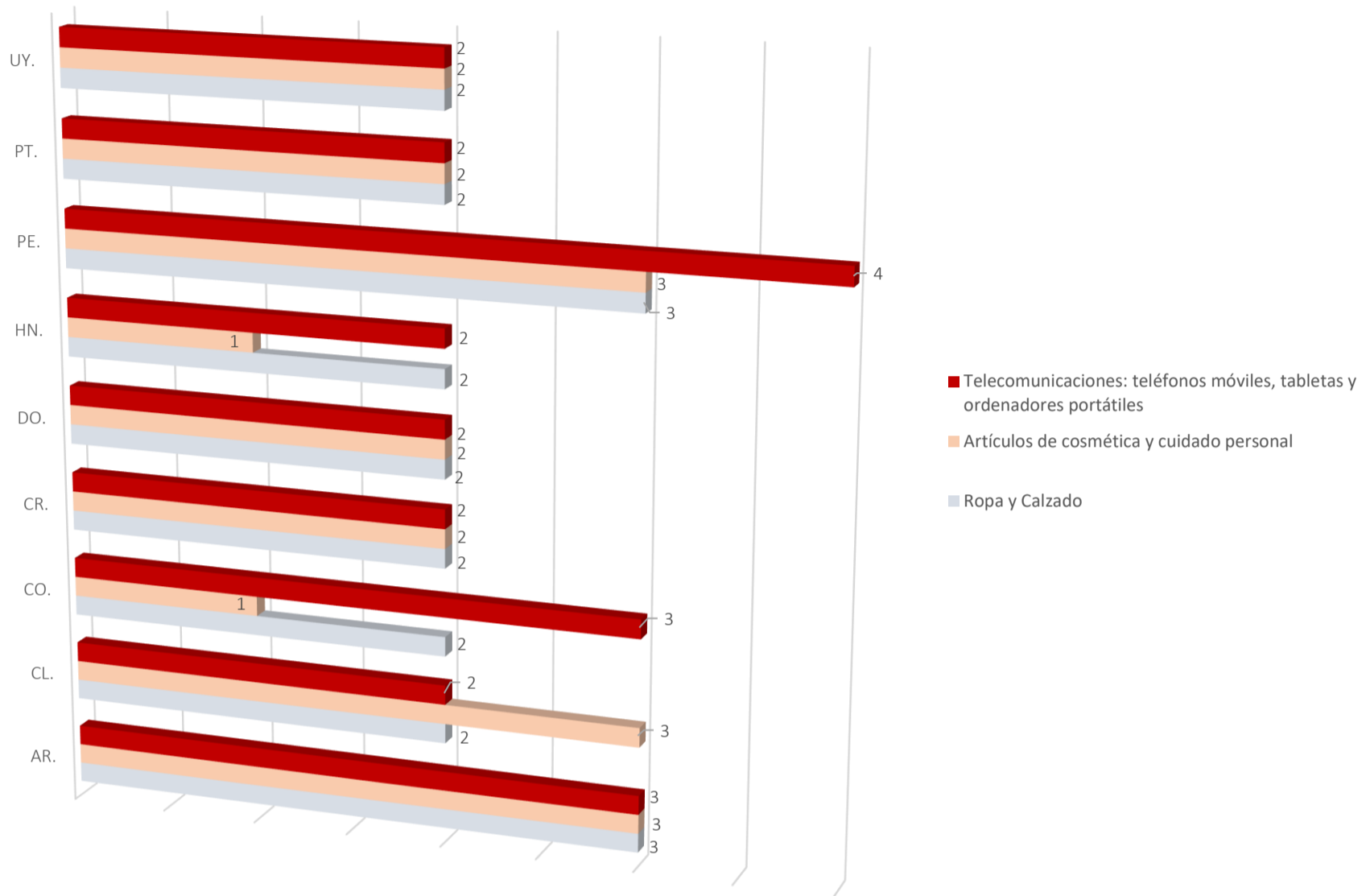
¿Se proporciona al consumidor información clara y comprensible sobre: Si aplicable (online marketplace) la dirección geográfica y la identidad del comerciante/empresa en cuyo nombre actúa.



¿Qué tipo de canal de comercio electrónico se va a barrer el sitio web?

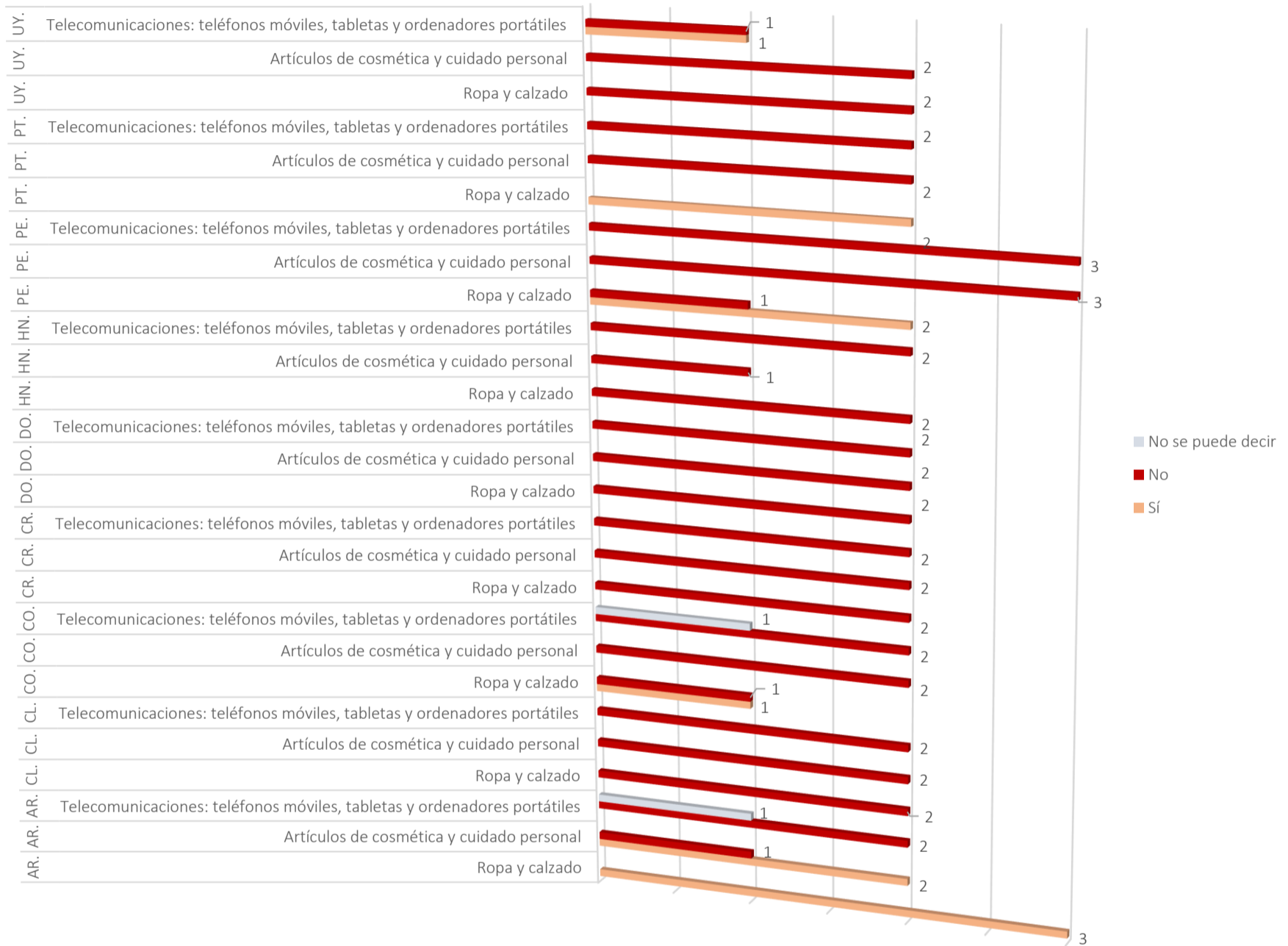


Qué tipo de productos ofrece el sitio web?

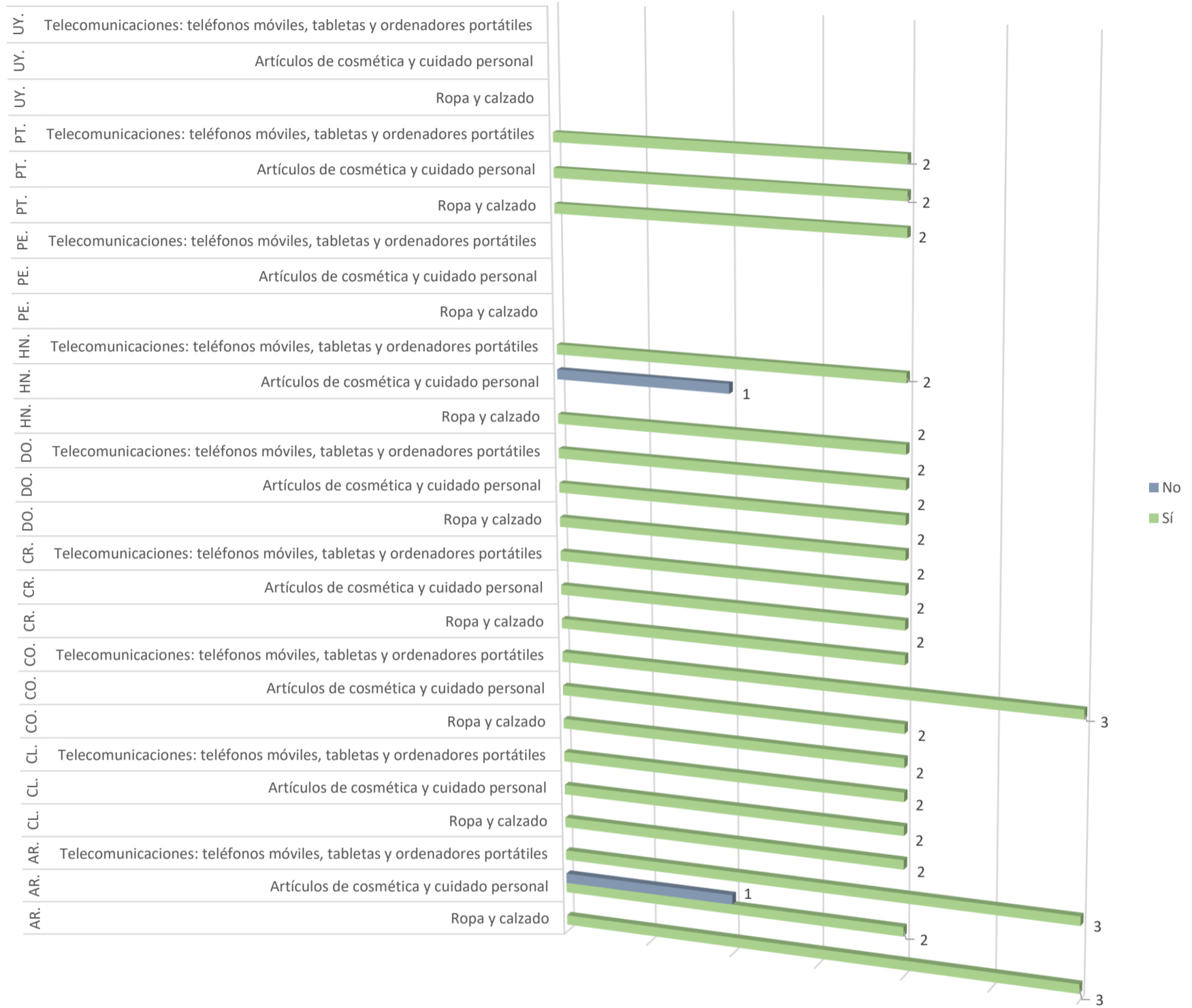


II - Transparencia de precios

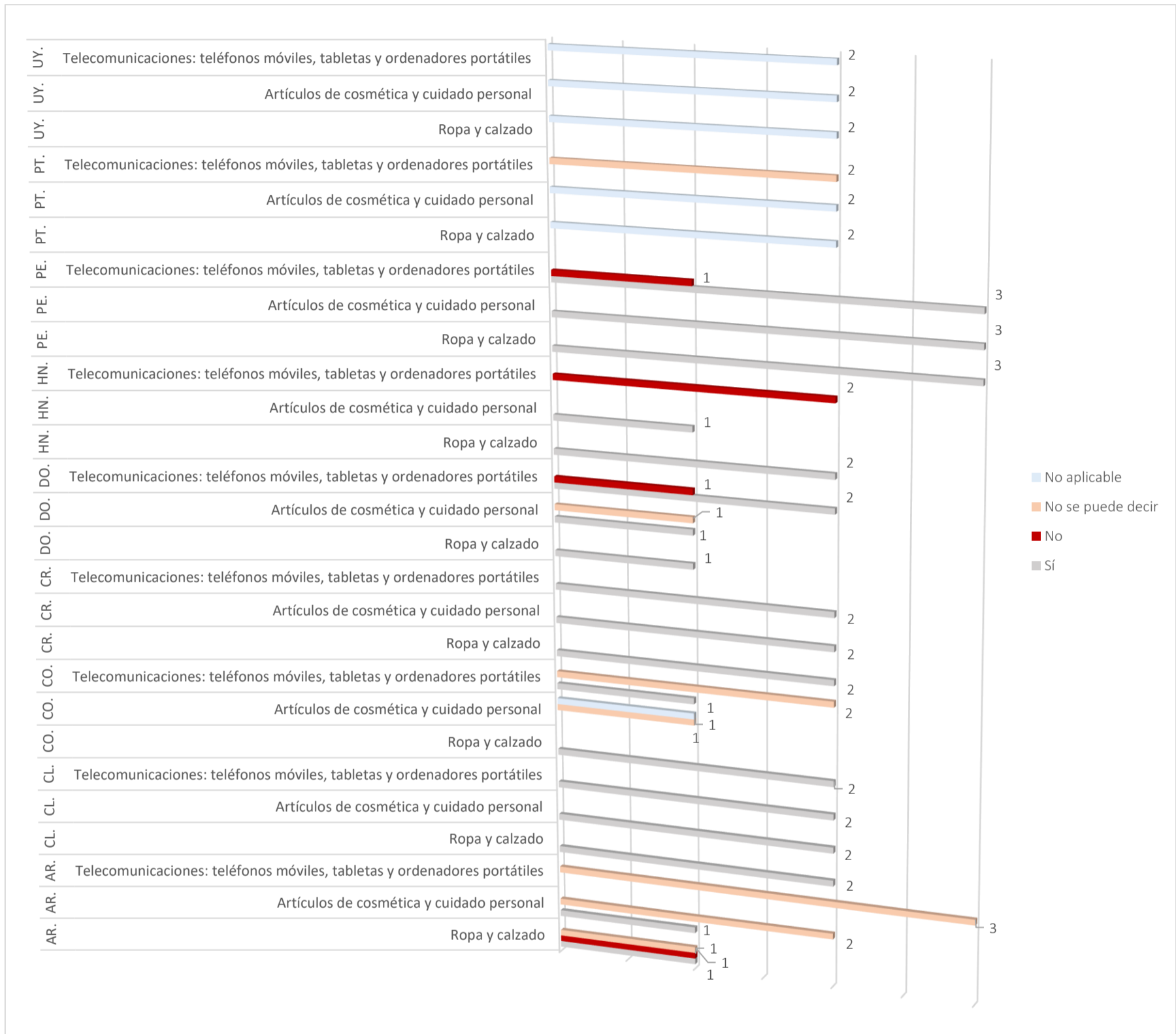
¿El precio total que se muestra (en el momento antes de que el consumidor haga su pedido) es más alto que el precio que la empresa mostró en la invitación de compra inicial?



¿La plataforma informa correctamente sobre los métodos de pago?

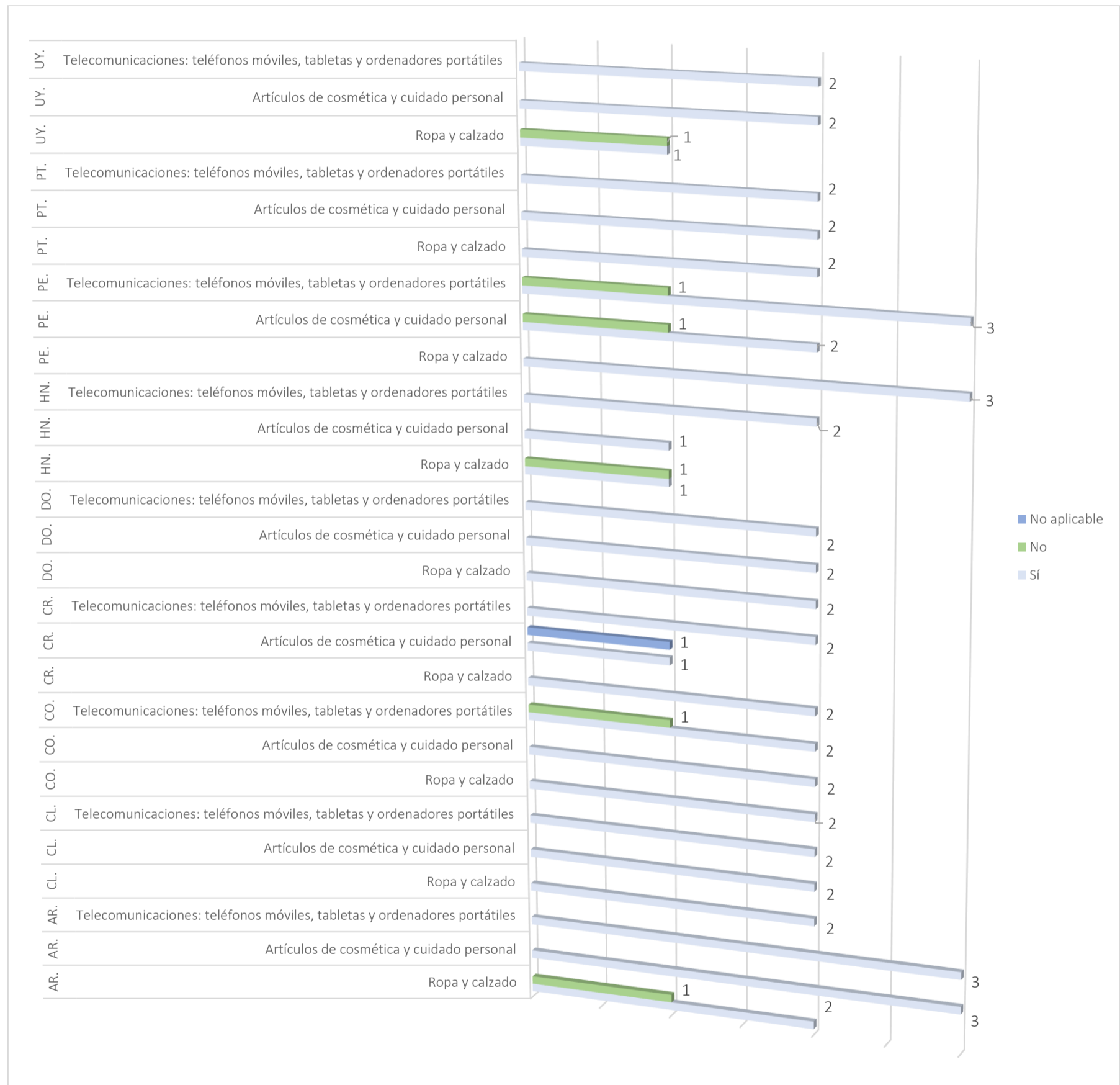


¿La empresa solicita el consentimiento expreso del consumidor para cualquier pago adicional por servicios adicionales (incluido los costos, gastos y/o impuestos en los que se pueda incurrir eventualmente), antes de que el consumidor esté sujeto al contrato u oferta?

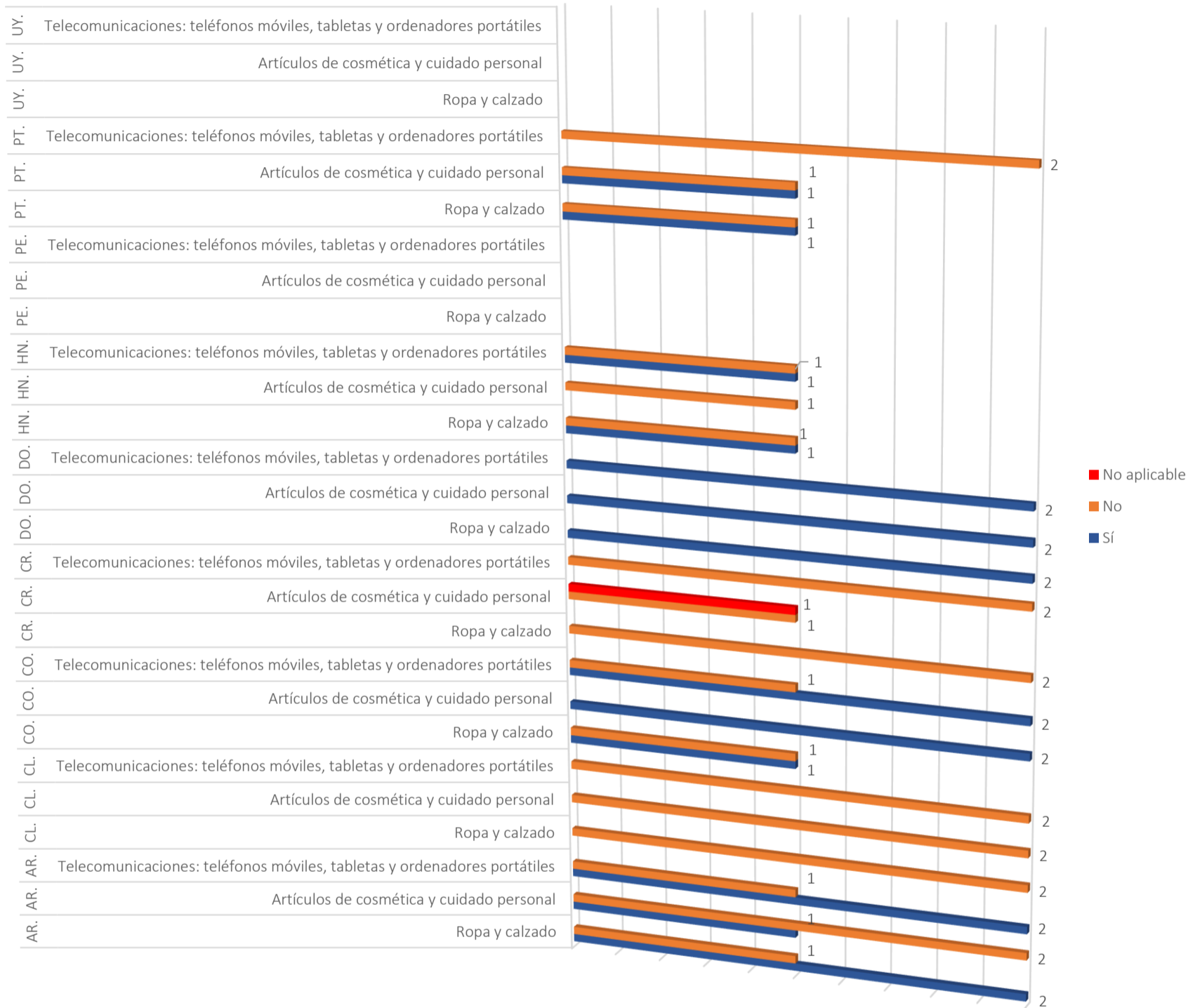


III - Promociones u ofertas "ventajosas"

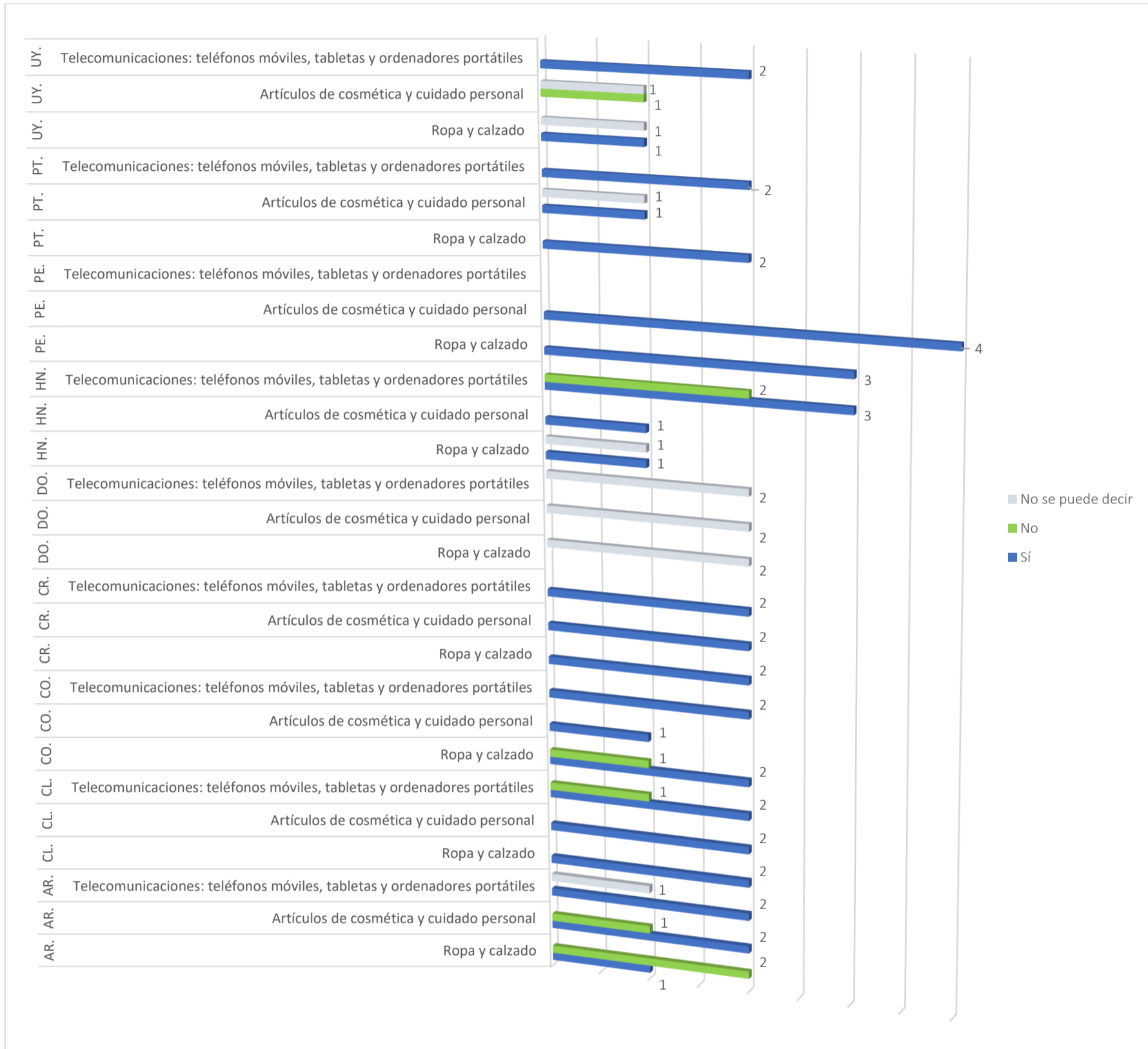
¿La empresa anuncia / muestra precios especiales ventajosos (por ejemplo, 'descuento', 'menos X% hoy', 'ahorre X € o X%', 'desde x €' 'precio especial' o 'oferta de valor de hoy')? ¿De la información mostrada por el comerciante se desprende claramente cómo se determina la supuesta ventaja / descuento de precio?



¿La empresa evaluada indica claramente a los consumidores el plazo o validez de la oferta o descuento que se está anunciando?



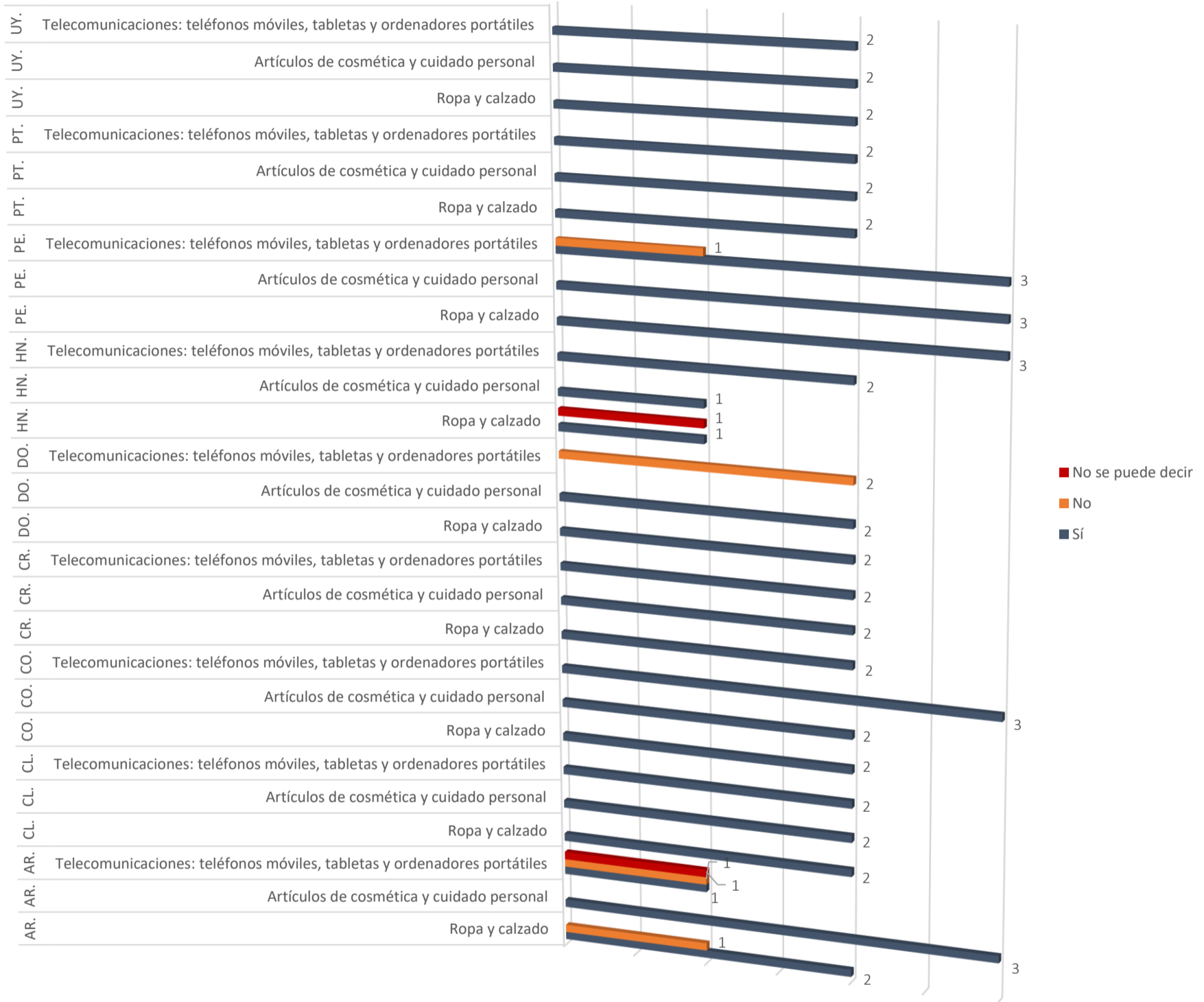
¿El precio que se muestra en la invitación inicial a la compra contiene los gastos de envío o postales aplicables, o cuando estos gastos no pueden calcularse razonablemente por adelantado, la empresa informa de forma clara e inteligible sobre el hecho de que dichos gastos adicionales pueden pagarse?





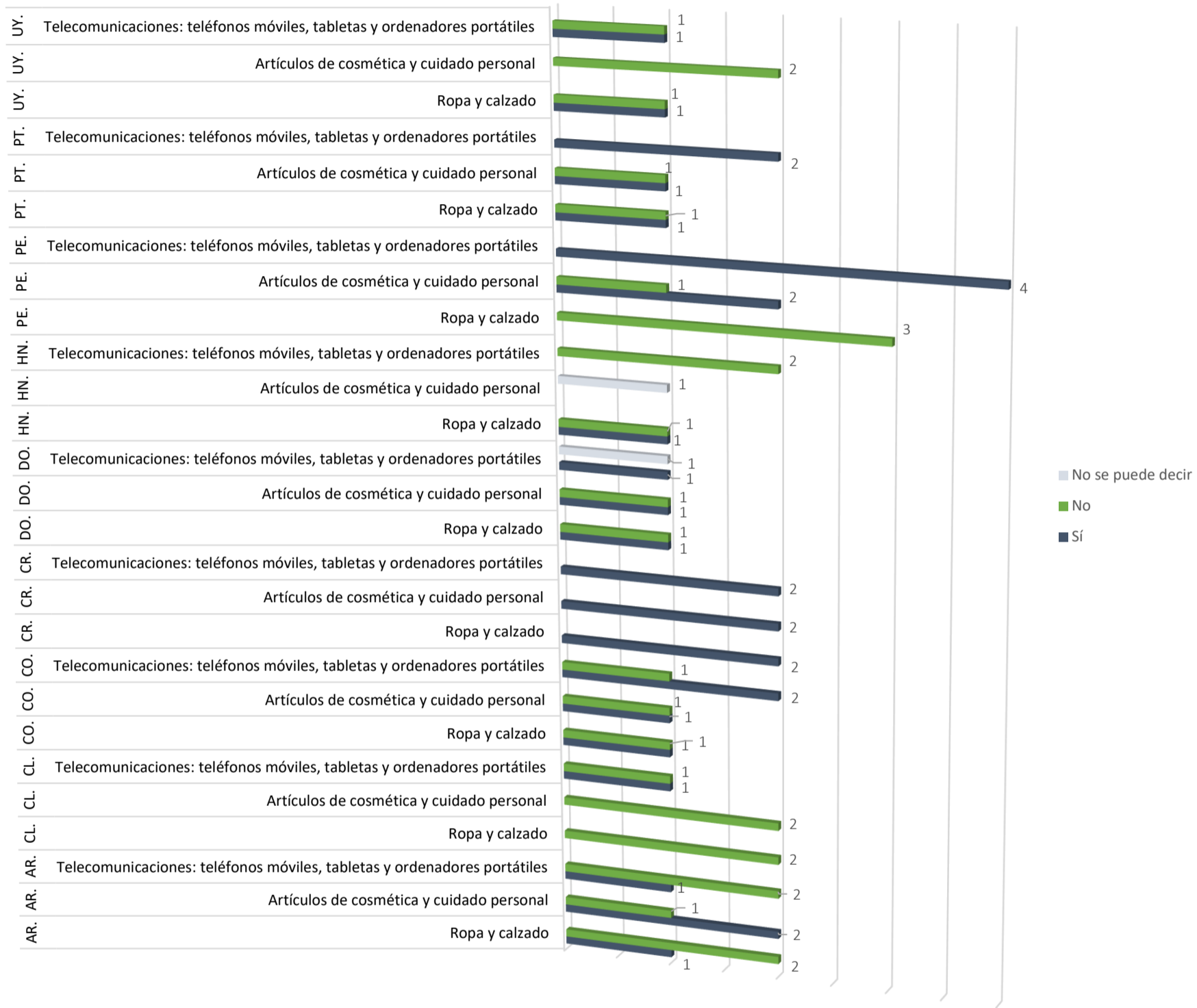
IV- Problemas de entrega

Antes de que el consumidor esté vinculado por el contrato, ¿se le proporciona al consumidor información clara y comprensible sobre las modalidades de entrega y el plazo en el que el comerciante se compromete a entregar la mercancía?



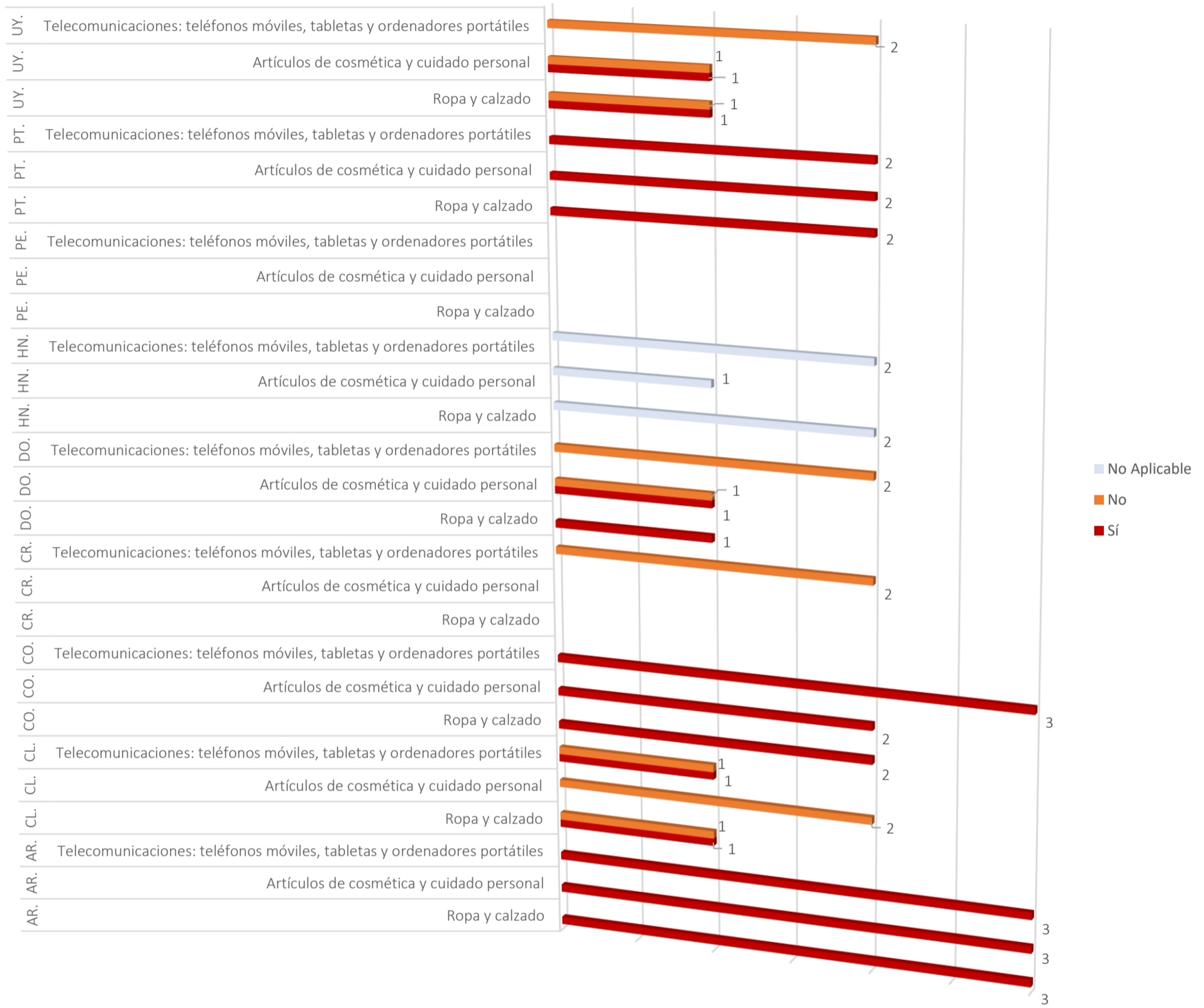
V – Garantía Legal (si es aplicable)

Antes de que el consumidor finalice el proceso de compra, ¿se le proporciona información clara y comprensible sobre la existencia de una garantía legal de conformidad de los bienes?



VI – Derecho de desistimiento o retracto (si es aplicable)

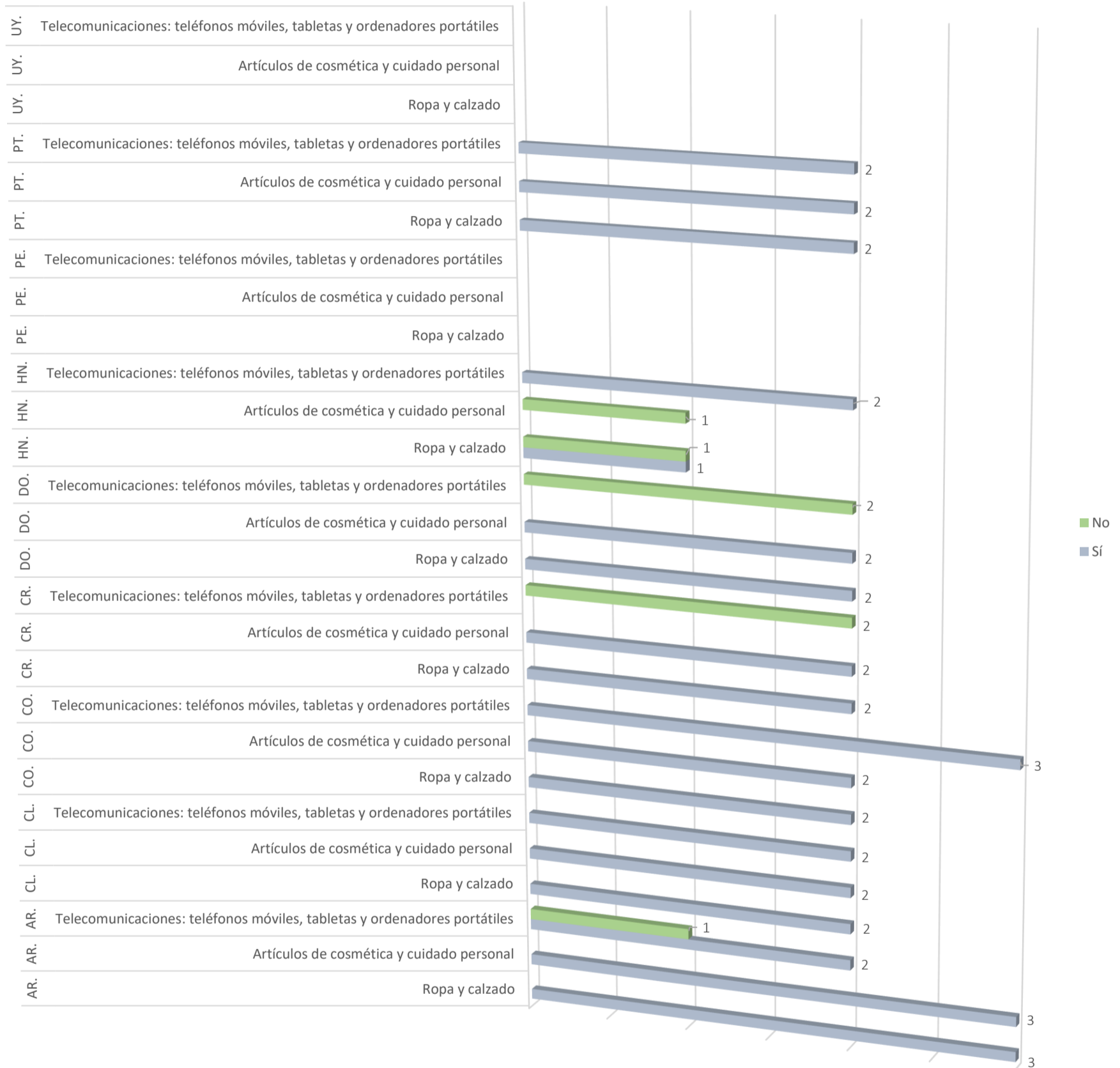
¿El sitio web informa y permite el ejercicio del derecho de desistimiento? En caso afirmativo, ¿se pone a disposición del consumidor de forma clara y comprensible?





VII- Devolución de pagos

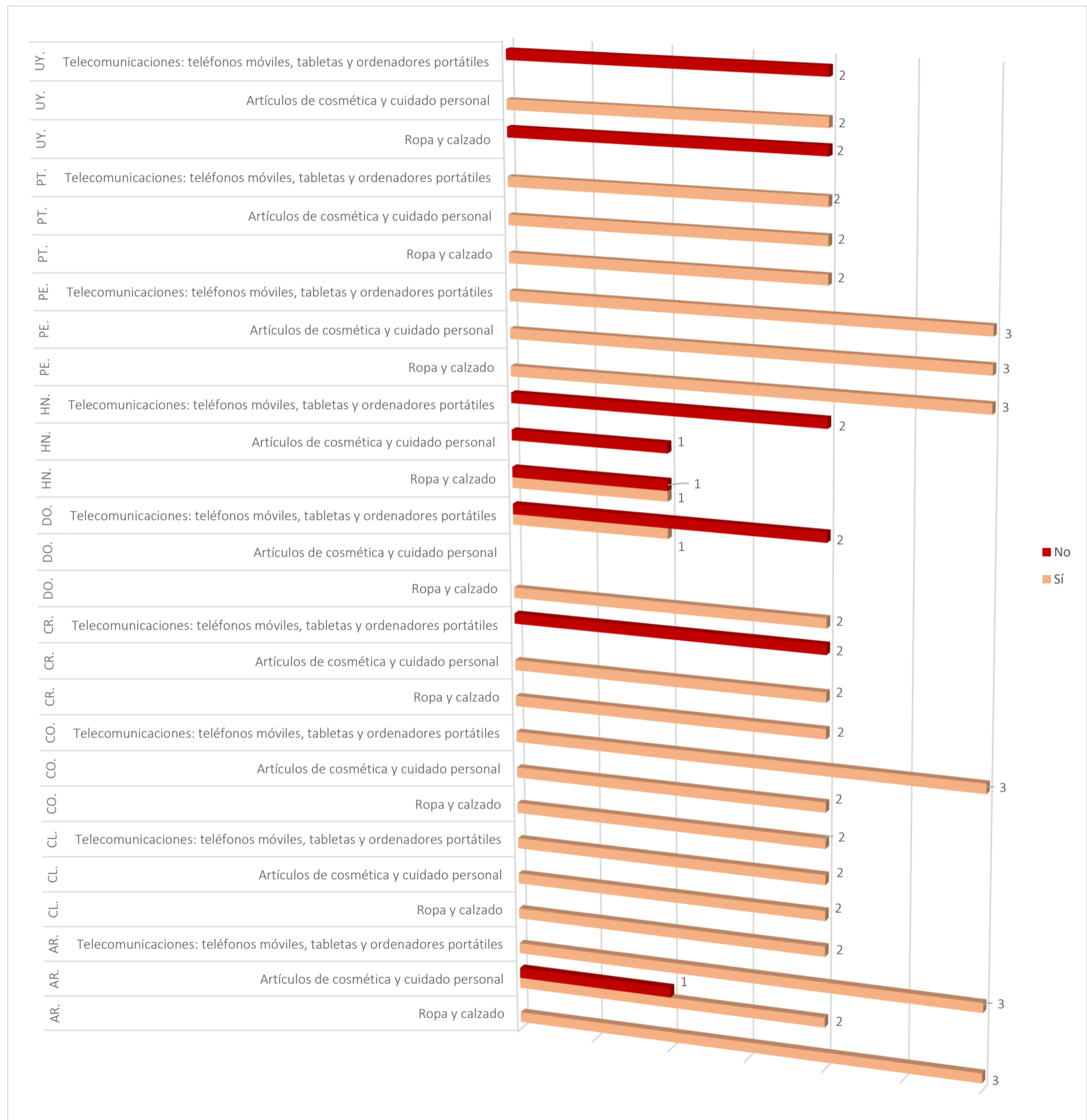
¿La empresa proporciona información sobre devolución de pagos y cómo los consumidores pueden ejercer este derecho?



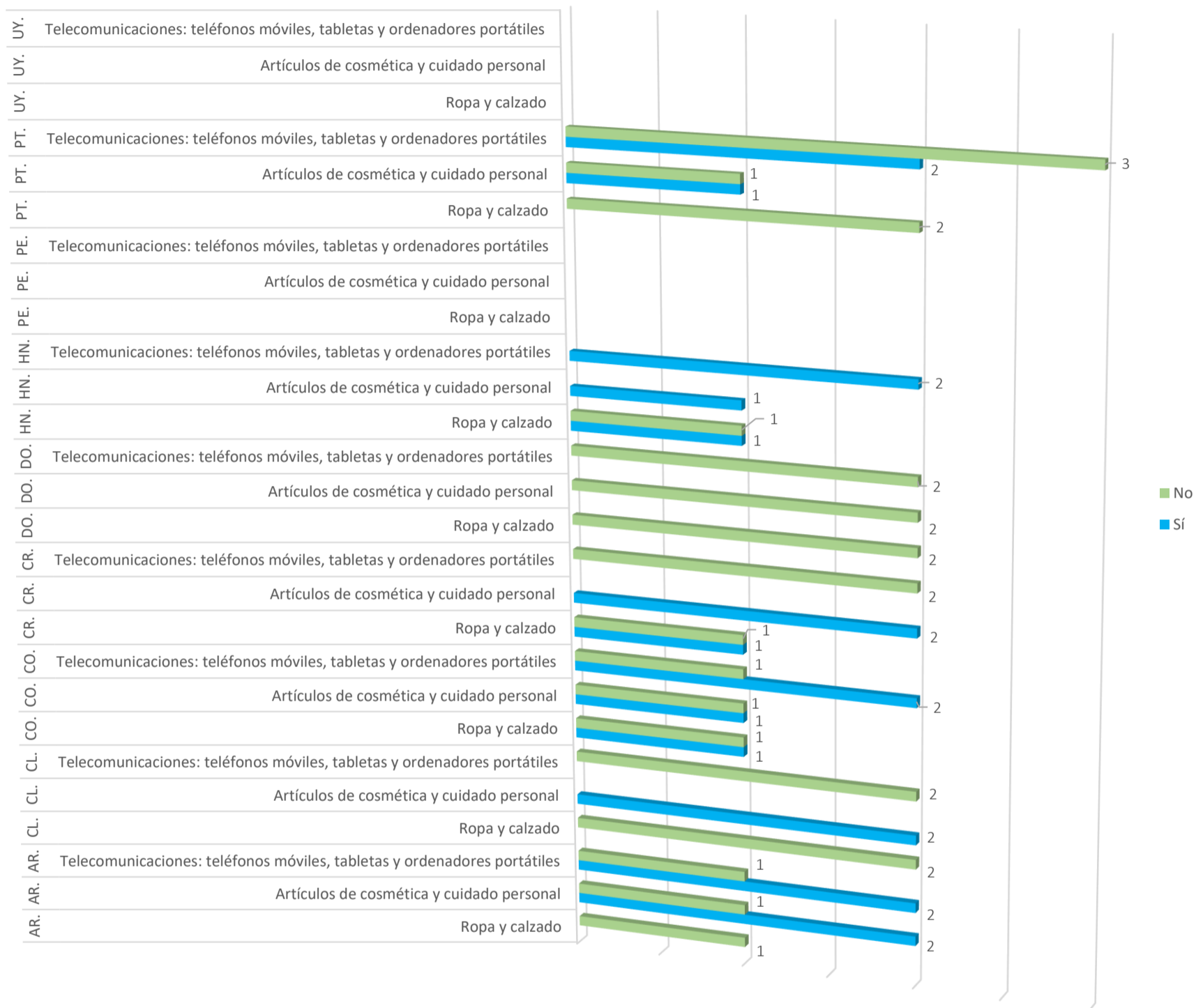


VIII - Reclamaciones

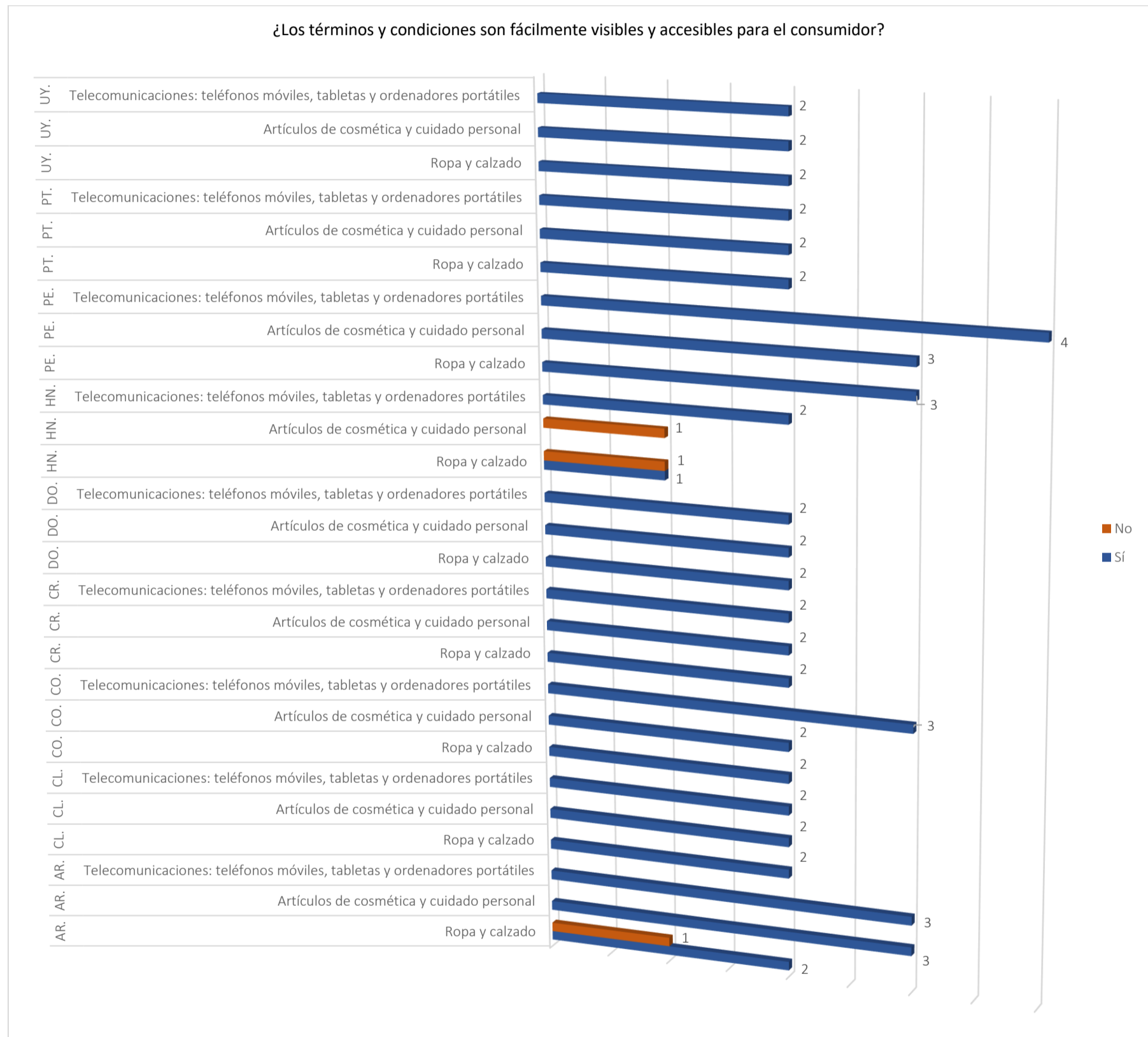
¿El sitio web informa y proporciona los medios por los cuales el consumidor puede presentar una queja? En caso afirmativo especifique si dichos medios por los cuales el consumidor puede presentar una petición, queja y/o reclamo permiten al comerciante o proveedores llevar un registro y hacer un seguimiento a cada una de las peticiones, quejas y/o reclamos que hacen los consumidores en línea.



El sitio web proporciona un buzón de sugerencias o comentarios?

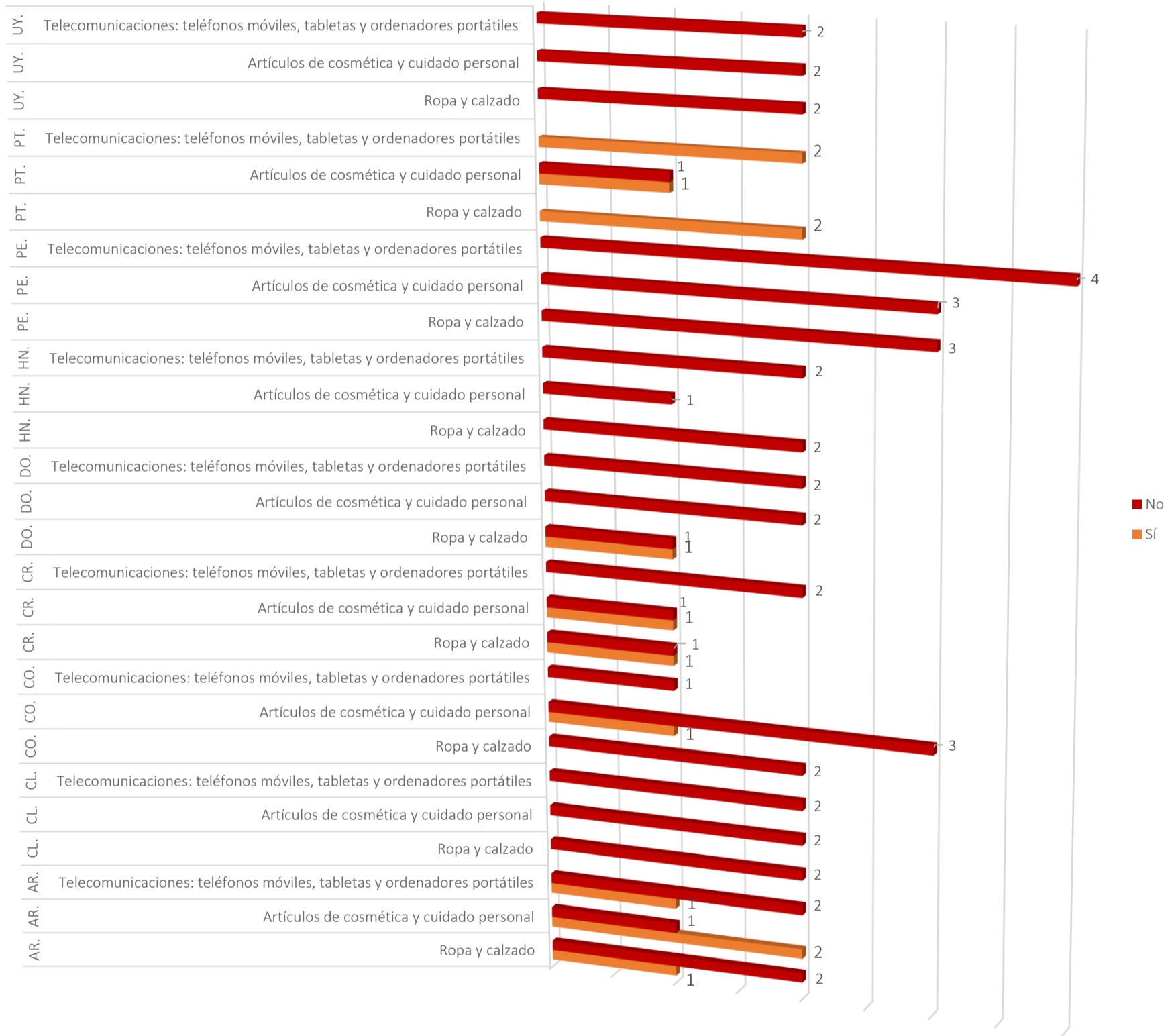


IX- Términos y condiciones

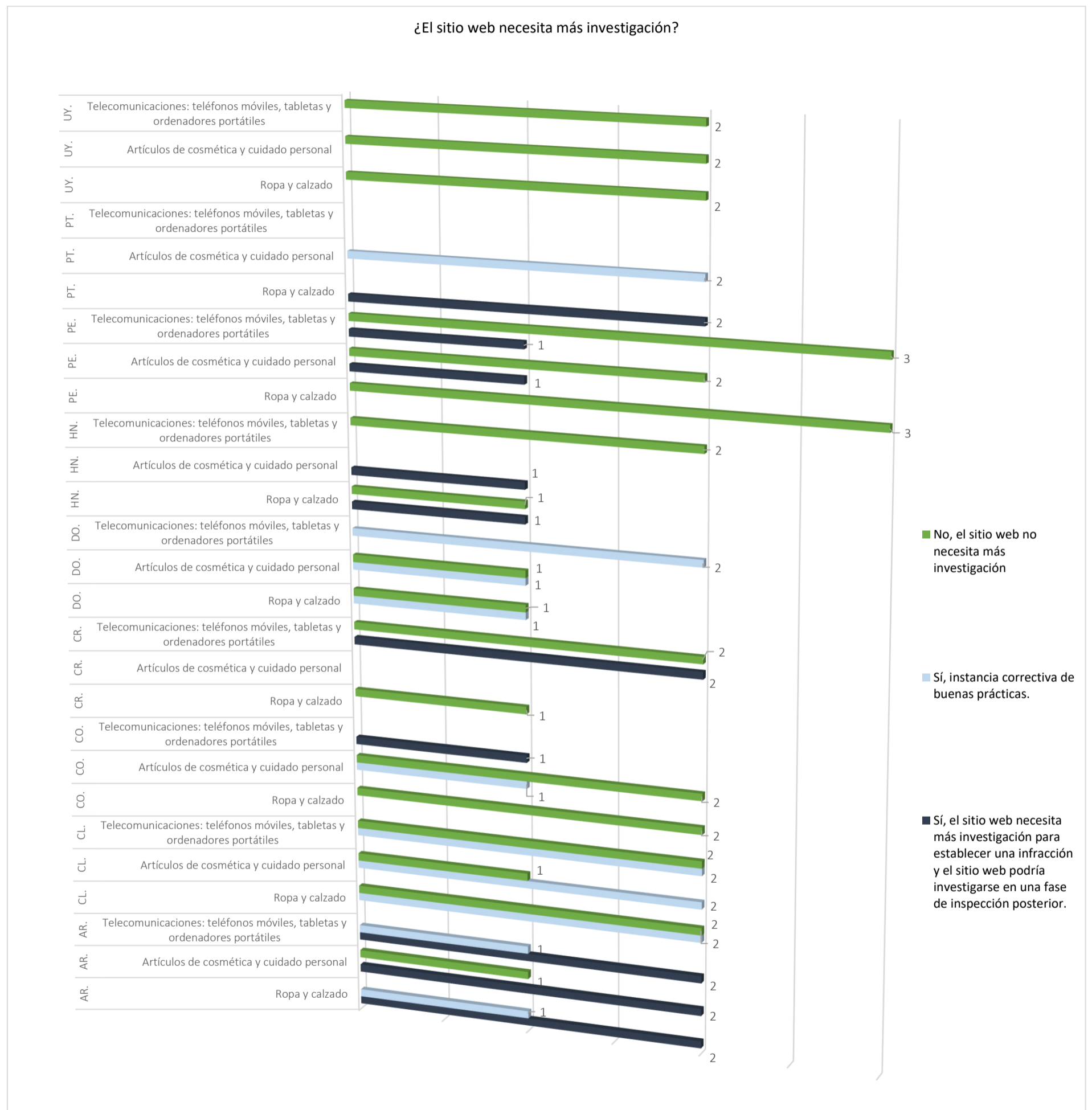


X - Resolución alternativa de disputas del consumidor

¿Existe alguna referencia explícita a un sistema de resolución de disputas aplicable?



XI - Conclusión de la evaluación





Conclusiones finales y propuestas

En primer lugar, es importante resaltar que este informe no contiene los comentarios específicos y las respectivas pantallas de impresión extraídas durante el ejercicio SWEEP, considerando que esta información es confidencial y corresponde a las respectivas agencias y autoridades realizar las diligencias posteriores de investigación en los casos aplicables. Se pretende que este informe final pueda ser difundido en toda la red FIAGC con los resultados globales y las principales conclusiones.

Después de analizar los resultados, se identificaron como los **temas más problemáticos** los siguientes:

- **Transparencia de precios:** la cuestión relacionada con el consentimiento expreso para pagos adicionales por servicios adicionales, en particular en los sectores de productos de telecomunicaciones y cosméticos.
- **Promociones u ofertas ventajosas** - el tema relacionado con la información sobre la vigencia de la promoción / oferta, es transversal a los 3 sectores analizados.
- **Garantía Legal** - se encontró una tasa de 46% para la omisión de esta información a los consumidores, siendo transversal a los 3 sectores analizados.
- **Devolución de pagos** - omisión detectada en esta información, con especial predominio en el sector de productos de telecomunicaciones.

Propuestas

- Cabe señalar también que, en cuanto al tema de **términos y condiciones**, los resultados son positivos, sin embargo, es importante en **una etapa posterior analizar el contenido de los términos y condiciones y llevar a cabo el marco respectivo con la legislación aplicable en cada país.**
- El principal objetivo de este primer ejercicio SWEEP en la red FIAGC estuvo orientado a un primer seguimiento de tendencias y prácticas comerciales en el entorno digital. Consciente de los resultados, se sugiere como actividades futuras **la realización de ejercicios similares de SWEEP, orientados a temas específicos, como los identificados ahora como los más problemáticos, sin perjuicio de abarcar otros sectores de la actividad económica.** Creemos que los ejercicios SWEEP son, por regla general, una excelente herramienta para identificar los riesgos potenciales para los consumidores en un entorno digital - siendo una fuente de información complementaria a las quejas recibidas por agencias y autoridades - en la definición de una matriz de riesgos que oriente las prioridades de las agencias de protección al consumidor.

FIAGC, 26 de octubre de 2021