

# COMPRAS SEGURAS POR INTERNET



**29**

*de mayo*

**2020**

*Lima/Perú*

# INDECOPI

## VIDEOCONFERENCIA “COMPRAS SEGURAS POR INTERNET”

INDECOPI, Lima, 2020.

Área: Ciencias Sociales

Formato: E-Book

Páginas: 19

Copyright © 2020

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

Escuela Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual

Calle De la Prosa N° 104 – San Borja, Lima, Perú.

Teléfono: (51-1) 224-7800

Correo electrónico: [escuela@indecopi.gob.pe](mailto:escuela@indecopi.gob.pe)

Síguenos: Indecopi Oficial

Sitio web: [www.indecopi.gob.pe](http://www.indecopi.gob.pe)

Transcripción escrita de la exposición oral desarrollada en la videoconferencia “Compras Seguras por Internet”

**Autora:** Rocío de Lily Llanos Navarro

Comisión de Protección al Consumidor N° 2

**Ortografía, sintaxis y edición:** Andres G. Sanchez, Francesca Lizarzaburu.

**Supervisión y revisión de la edición:** José Purizaca Vega, Director de la Escuela Nacional del Indecopi.

**Diseño, diagramación y digitalización e-book:** Andres G. Sanchez Bravo

Editado en junio 2020. Primera edición digital.

**E-Book.** Esta publicación se puede consultar en

<http://www.escuela-indecopi.edu.pe>

La versión electrónica permite a los profesionales e interesados en el tema compartir información y material relacionado, para mejorar la experiencia de aprendizaje multimedia y el intercambio de conocimientos.

La información contenida en este documento puede ser reproducida, mencionando los créditos y las fuentes de origen respectivas.

Indecopi adopta en sus textos la terminología clásica del masculino genérico para referirse a hombres y mujeres. Este recurso busca dar uniformidad, fluidez y sencillez para la lectura del documento. No disminuye de modo alguno el compromiso institucional en materia de equidad de género.

Las ideas, afirmaciones y opiniones expresadas por los expositores y/o autores, son de su exclusiva responsabilidad y no necesariamente reflejan las opiniones del Indecopi.

Nota del editor: En la transcripción oral a texto de las exposiciones, se ha respetado la variedad del español y el carácter coloquial utilizado por los ponentes.



## **CONSEJO DIRECTIVO**

**Ivo Sergio Gagliuffi Piercechi**  
*Presidente*

**Fernando Martín De la Flor Belaunde**  
*Consejero*

**Teresa Mera Gómez**  
*Consejera*

**Hania Pérez de Cuellar Lubienska**  
*Consejera*

**Lilian del Carmen Rocca Carbajal**  
*Consejera*

## **CONSEJO CONSULTIVO**

**María Matilde Schwalb Helguero**

**Lieneke María Schol Calle**

**Ana Inés Amelia Temple Arciniega**

**Alberto Nabeta Ito**

**César Calvo Cervantes**

## **GERENTE GENERAL**

**Francisco Javier Coronado Saleh**

## **DIRECTOR DE LA ESCUELA NACIONAL DEL INDECOPI**

**José Carlos Purizaca Vega**

# CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	<b>05</b>
¿QUÉ ES EL COMERCIO ELECTRÓNICO?	<b>05</b>
TIENDA ONLINE	<b>06</b>
EL MARKETPLACE	<b>07</b>
LAS PLATAFORMAS DE ECONOMÍA COLABORATIVA	<b>08</b>
RECOMENDACIONES PARA LOS CONSUMIDORES EN EL CONTACTO INICIAL CON EL PROVEEDOR VIRTUAL: CONO- CE A TU VENDEDOR	<b>09</b>
RECOMENDACIONES PARA LOS CONSUMIDORES AL REVISAR LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES DE LOS PROVEEDORES VIRTUALES : ¿ACEPTAR, ACEPTAR, ACEPTAR?	<b>11</b>
RECOMENDACIONES PARA LOS CONSUMIDORES, A FIN DE REALI- ZAR PAGOS DIGITALES SEGUROS	<b>13</b>
RECOMENDACIONES PARA LOS CONSUMIDORES, A FIN DE QUE PROTEJAN SUS DATOS PERSONALES	<b>15</b>
NUEVA REGULACIÓN EN TIEMPOS DE COVID -19	<b>16</b>
RECOMENDACIONES FINALES PARA LAS EMPRESAS	<b>17</b>
RECOMENDACIONES FINALES PARA LOS CONSUMIDORES	<b>18</b>

## EXPOSITORA

**ROCÍO DE LILY LLANOS NAVARRO**  
COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 2

## Rocío de Lily Llanos Navarro

Buenas noches con todos. Agradezco a la Escuela por invitarme a este webinar para conversar sobre "Compras Seguras por Internet". En principio, comentarles que lo aquí expresado corresponde a mis propias opiniones y forman parte de mi experiencia personal, y en ese sentido, no vinculan a otra persona, funcionario o área del Indecopi.

### Introducción

La charla de hoy tiene varios objetivos. Principalmente, absolver algunas de las consultas que hemos recibido de nuestros usuarios a través de la plataforma en Facebook del Indecopi, en la que nos hemos podido dar cuenta que existen muchos reclamos vinculados precisamente con el comercio electrónico.

En efecto, en el marco de este Estado de Emergencia Sanitaria que estamos viviendo, existen muchas empresas que han empezado a vender por internet pero que no han ido cumpliendo con los plazos de entrega ofrecidos, y también hemos tomado conocimiento de algunas personas que se han visto afectadas por haber sufrido algún tipo fraude por internet.

En ese sentido, la charla de hoy tiene como objetivo conversar sobre algunas recomendaciones para los consumidores que compran por internet, así como recomendaciones para las empresas que comienzan a incursionar en el comercio electrónico.

Y para ello es que vamos a conversar inicialmente sobre estos tópicos que ustedes pueden ver en pantalla. En primer lugar, sobre el desarrollo del comercio electrónico, posteriormente, sobre cuáles son las medidas que como consumidores podríamos adoptar en ese contacto inicial que tenemos con la empresa, así como durante el proceso de compra.

### ¿Qué es el comercio electrónico?

El comercio electrónico no es tan reciente como se piensa. Ya en el año 1998, la Organización Mundial del Comercio (OMC) empleaba una definición bastante amplia, y señalaba que con la expresión "comercio electrónico" incluía la producción, distribución, comercialización, venta o entrega de bienes y servicios por medios electrónicos. Y, en ese sentido, esta palabra de "medios electrónicos" es bastante clave porque esta definición de comercio electrónico de 1998, incluía también, por ejemplo, las compras por teléfono.

Ustedes recordarán esos comerciales de televisión en los que se publicitaban productos, y aparecían algunos números de teléfono a los cuales los consumidores debían llamar para acceder a algún tipo de oferta o promoción. Bueno, esta definición de comercio electrónico incluía también la compra por teléfono, y al considerar como e-commerce a toda aquella etapa de producción, distribución, comercialización y venta por medios electrónicos, es posible advertir que la definición de 1998 era bastante amplia.

Ya 15 años después, en el año 2013, la Organización Mundial del Comercio hace una nueva definición de lo que es el comercio electrónico y lo restringe únicamente a la compra o venta de bienes o servicios realizada a través de redes informáticas, por métodos específicamente diseñados para recibir o colocar pedidos, esto es, al comercio realizado a través de la Web, de Extranet o el intercambio electrónico de datos.

Y, es más, en esta nueva definición se señala expresamente que dentro de este concepto de comercio electrónico ya no se incluían las compras por teléfono que mencionábamos anteriormente, ni tampoco a las compras que se realizan a través de correo electrónico. Visualicen ustedes a un usuario que envía un correo electrónico a una empresa haciéndole un pedido de compra. Algunas personas podrían entender que esto también formaría parte del comercio electrónico. Pero en el año 2013, la OMC fue bastante clara señalando que este tipo de compras no calificaba como comercio electrónico, pues para que haya e-commerce se requiere, por un lado, que se utilicen redes informáticas, y por otro lado, que se empleen métodos específicamente diseñados para recibir o colocar pedidos.

Quizá todos los presentes alguna vez hemos comprado por internet, ingresando a una página web, es decir, a una tienda virtual, en la cual está bastante identificado quien es el proveedor, y que este proveedor va a ser el que se va a encargar de la comercialización y entrega del producto que está vendiendo, y por tanto, va a ser responsable del mismo.

Este tipo de comercio electrónico viene de los años '90, y ya en el 2020 podemos decir que es una forma tradicional de realizar comercio electrónico, porque con el paso del tiempo esa modalidad de comercio electrónico se ha ido sofisticando, y se ha sofisticado en el sentido de que ahora existen otro tipo de formas de vender por internet que no consisten únicamente en tiendas virtuales. Así encontramos los marketplace y también las plataformas en base a modelos de economía colaborativa.

Creo que todos hemos podido utilizar alguna vez una plataforma de economía colaborativa, porque en algún momento hemos ordenado algún producto a través de Glovo o Rappi, o tal vez empleando alguna aplicación de taxi.

### Tienda Online

Empecemos con la tienda online. Las tiendas virtuales o e-store consisten en sitios web con una pasarela de pagos activa, que permite la concreción de transacciones a través del Internet.

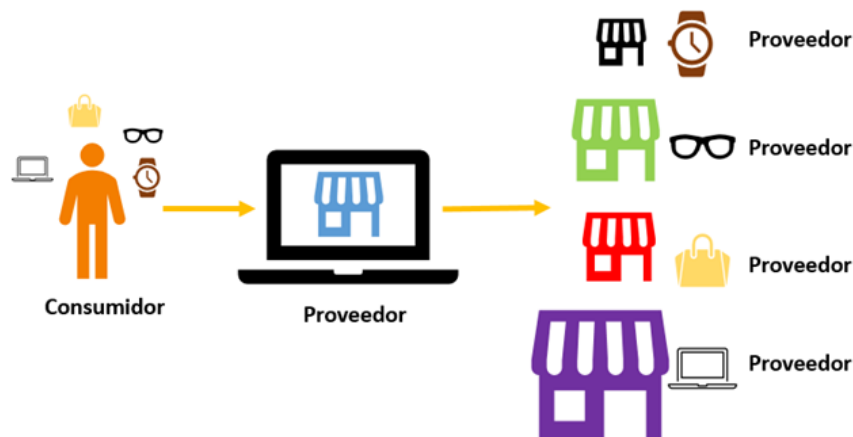


En la tienda online encontramos a un consumidor y a un proveedor que cuenta con una página web. Esta relación entre consumidor y el proveedor titular de una página web es una relación que se denomina una relación de consumo, y es una relación bastante similar a la que puede ocurrir en un comercio físico, en la cual un consumidor va a una tienda y adquiere un producto. En este supuesto, también el consumidor está yendo a una tienda solo que ya no acude a un establecimiento físico sino a un establecimiento virtual, que es en este caso, una página web.

La relación de consumo entre el consumidor que adquiere un producto en esta página web, es una relación de consumo que es de alguna manera, vigilada por el Indecopi, porque si existe algún problema en cualquiera de las etapas de contratación de este producto o servicio, el consumidor tiene la vía de poder acudir ante el Indecopi para presentar un reclamo o interponer una denuncia administrativa contra dicho proveedor.

## El Marketplace

Luego tenemos el marketplace. El marketplace es bastante similar a una tienda online solo que existe una diferencia: No nos encontramos frente a un único proveedor. El titular de la página web es un proveedor pero no es quien necesariamente se va encargar de la entrega del producto, no es la empresa que ha fabricado el producto, ni es la empresa que va a ser responsable de brindar la garantía al producto.



Por ejemplo, tenemos a este consumidor que desea comprar estos cuatro productos hipotéticos, y que pretende adquirirlos dentro de un marketplace. Un marketplace bastante popular en nuestro país es Linio, por ejemplo. Pero aquí en este ejemplo, el consumidor no está adquiriendo el producto directamente del titular del sitio virtual, que podría ser Linio, sino que está comprando estos cuatro productos a cuatro proveedores individuales independientes. Entonces, el consumidor debe tener bastante identificado cuando compra a través de marketplace, que no le está comprando al titular de la página web, sino que le está comprando a los otros proveedores que, de alguna manera, se encuentran promocionando sus productos a través del marketplace.

Es bastante conveniente que existan los marketplace porque con la fuerza, con la potencia que tiene el internet, muchos comercios que quizás no tienen la logística o la inversión suficiente para poder desarrollar una tienda virtual, pueden hacerlo a través del marketplace, apalancándose de alguna manera, con una plataforma que es mucho más grande y que genera mucha más publicidad, y que por tanto, puede redituales muchas más ventas.

¿Cuál es el problema? El problema sucede que muchas tiendas online que tradicionalmente nacieron como tiendas virtuales en nuestro país, y que son reconocidas como tiendas online, con el paso del tiempo se han sofisticado también y ahora no sólo actúan como tiendas online, sino que ahora cuentan con su tienda online, y al mismo tiempo, en la misma página web, han desarrollado sus marketplaces. Eso quiere decir que un consumidor que ingresa a esa página web pensaría que le está comprando al titular de la página web, entendiendo que sigue actuando como tienda virtual, pero en realidad, le está comprando a alguno de esos proveedores individuales que se están apalancando con esa marketplace.

Entonces, es bastante importante identificar a quien le estoy comprando el producto que estoy adquiriendo, porque a partir de ello vamos a poder identificar al proveedor responsable.

## Las Plataformas de Economía Colaborativa

Luego tenemos esta otra forma de desarrollar el comercio electrónico que es a través de las plataformas de economía colaborativa.

La economía colaborativa es reciente. En el año 2007, Ray Algar acuña el término de consumo colaborativo. ¿Y por qué lo hace? Porque en esa época empiezan a existir plataformas como Wikipedia o como TripAdvisor en donde algunos consumidores dejaban sus opiniones y sus experiencias de compra.

Por ejemplo, en el caso de TripAdvisor, los consumidores podían indicar cómo les fue en tal hospedaje, cómo los recibieron en tal restaurante, cuál era el trato que les brindaron, sus opiniones, otorgar estrellas, o cualquier otra calificación, y de alguna manera, van generando trazabilidad en internet para que otros consumidores que van a acudir a ese negocio cuenten con una idea de cuál va a ser la experiencia de compra que ellos podrían recibir.

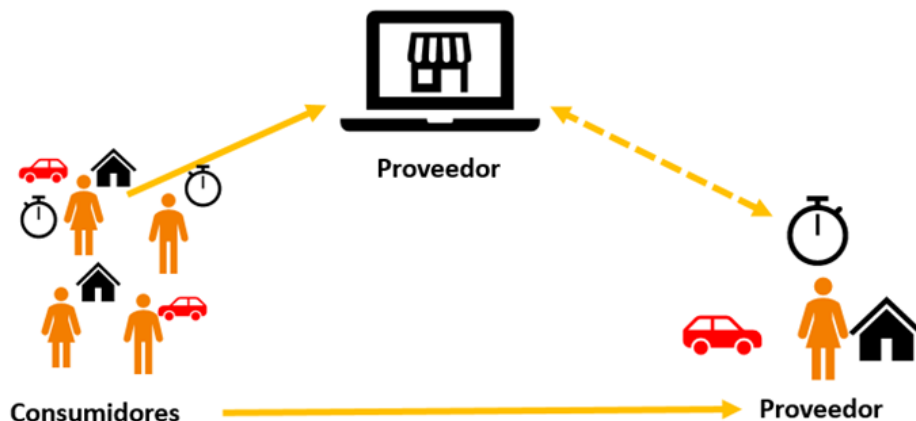
El consumo colaborativo en el caso de Wikipedia es bastante interesante. Wikipedia es una enciclopedia gigantesca que es completada por muchos usuarios alrededor del mundo. Entonces podemos ver un consumo colaborativo, de ayuda entre pares el cual se denomina peer to peer porque van a ser todos estos usuarios de internet quienes van a ir colaborando unos con otros para contribuir a generar una plataforma que beneficie a todos.

Este consumo colaborativo aplicado al comercio, da pie a la economía colaborativa, y esta economía colaborativa ha creado plataformas tan grandes como las plataformas que tenemos de taxis, o plataformas para hospedarse como Airbnb, y es una economía que se basa, principalmente, en la existencia de bienes subutilizados.

¿Qué es un bien subutilizado? Por ejemplo, alguno de ustedes tiene quizás un espacio en su casa, una habitación que no la utiliza o que la tiene vacía en casa, y quizá existe otra persona en el mundo que está viajando a Perú y quiere hospedarse. Entonces, sabemos que probablemente si esta persona se hospeda en la casa de alguno de nosotros va a pagar muchísimo menos de lo que desembolsaría en un hotel.

¿Qué bienes subutilizados vemos normalmente en el día a día en las plataformas de economía colaborativa, en las que vemos a diario? Por ejemplo, en Airbnb, una habitación extra en un domicilio; en las plataformas de taxi, es el vehículo que no estoy empleando; o, en muchas otras plataformas, inclusive mi propio tiempo libre. Por ejemplo, si yo tengo un vehículo y no lo estoy utilizando, y además tengo un poco de tiempo libre, y quizá existe hay otra persona que necesite transportarse, entonces ya como consumidor con estos bienes subutilizados como mi vehículo y mi propio tiempo, puedo acceder a una plataforma de taxi y eventualmente comenzar a prestar este servicio de taxi. De igual manera si lo que tengo como bien subutilizado es mi propio tiempo, puedo emplear las plataformas como Glovo o Rappi, para dedicarme a trasladar alimentos de un lugar a otro, en beneficio de una persona que no cuenta con dicho tiempo libre y que requiere del traslado del alimento.





Entonces, aquí en las plataformas de economía colaborativa podemos ver al titular de la página web, de la aplicación o de la plataforma, quien desarrolla una relación de consumo con estos consumidores que presentan necesidades que no están siendo satisfechas por el mercado, y por el otro lado, vemos a una persona que cuenta con estos bienes en exceso y que no los está utilizando, y que quizá no le están trayendo ningún tipo de beneficio.

Entonces, existe un nexo entre estos dos tipos de consumidores porque, de alguna manera, se necesitan, y de ahí nace esta colaboración. Ellos se colaboran entre sí, porque como consumidor deficitario no requiero ser el propietario de la casa, para poder disfrutar de los beneficios del hospedaje al cual accedo a través de una plataforma intermedia. Eso es básicamente lo que se denomina economía colaborativa.

Ahora veamos algunas recomendaciones para los consumidores que realicen compras por internet.

### **Recomendaciones para los consumidores en el contacto inicial con el proveedor virtual: "Conoce a tu vendedor"**

#### *Identifica a la empresa*

La principal recomendación es que conozcan a la empresa a la que le están comprando. Ya hemos visto anteriormente en esta presentación, que existen marketplace y tiendas online, y también existen sitios web que al mismo tiempo actúan como marketplace y como tienda online. Entonces, muchas veces uno puede creer que le está comprando al Marketplace, pero en realidad estás comprándole a otro tipo de empresa que de alguna manera, se está apalancando con este marketplace.

Entonces, como consumidores, identifiquemos muy bien a la empresa a la que le estamos comprando, y esto lo podemos determinar al momento en que nos encontramos adquiriendo el producto o contratando el servicio. Por ejemplo, en los marketplaces, en la descripción del producto, se brinda la información del proveedor efectivo del producto; y luego, en el carrito de compras, también se brinda esta información. Sin embargo, se ha identificado que algunas veces por la prisa muchos consumidores no llegan a identificar esta información. En ese sentido, debemos ser responsables y diligentes cuando realizamos estas compras para saber con qué empresa estamos contratando.

### *Compra formal*

Siempre compra formal, ese es el segundo consejo. ¿Por qué es importante que nosotros compremos formal?

Cuando nosotros hacemos una compra, y esto ocurre mucho en el social commerce, que es el comercio electrónico a través de redes sociales, el consumidor sabe que está adquiriendo un producto a una persona que quizá no le va a entregar una boleta de venta, que quizá no le va a brindar el comprobante de pago, a una empresa o negocio que probablemente no cuente con un libro de reclamaciones virtual.

Entonces, si uno ve ese tipo de alertas, si ya sé que estoy comprándole a una empresa que no me va a dar el comprobante de pago, uno como consumidor ya debería tener una alerta de que quizá si esta empresa no está cumpliendo con las normas tributarias, probablemente, tampoco vaya a cumplir con la entrega del producto que estoy adquiriendo. Entonces, ¿a quién le estoy comprando?

Si entro a la página web del comercio en el que pretendo adquirir un producto, y no veo el Libro de Reclamaciones Virtual alojado en la página de inicio, ya debería saber yo como consumidor que si ocurriese algún inconveniente durante la entrega del producto, no voy a contar con una herramienta digital de fácil acceso, como es el Libro de Reclamaciones, en donde completar mi reclamo. Y son estas circunstancias las que deberían activar en el consumidor una alerta que me invite a preguntarme, ¿a qué tipo de empresa le estoy comprando?

Por eso es importante que, en el contacto inicial, antes de iniciar la compra y como consumidores seamos diligentes y verifiquemos ese tipo de información, y optemos por siempre comprar formal.

### *Reputación Digital*

Nosotros hemos conversamos sobre la importancia del consumo colaborativo en el comercio ya que permitió el surgimiento de las plataformas de economía colaborativa, y ha sido precisamente este consumo colaborativo el que nos permite saber cuál es la reputación digital de la empresa, qué es lo que nos pueden decir los otros consumidores que han comprado en esta misma empresa, cuál es la opinión que tienen, qué es lo que están relatando en el Facebook o en el Instagram de la empresa a la que pretendemos comprarle.

Y es bastante curioso porque hace unos días una usuaria nos escribió lo siguiente. Este es un comentario real que fue publicado por una usuaria en el Facebook del Indecopi: "He leído tantas quejas contra "Z" en sus redes por las demoras en las entregas y la falta de comunicación de una reprogramación y/o devolución del dinero cobrado, si hubiera leído todo eso antes, no habría realizado pedido alguno, ahora sabrá Dios cuando me lleguen a entregar, pero igual como siempre ya el cobro a la tarjeta está hecho."

Es bastante interesante ver cómo muchas veces podemos ser conscientes de que, si nos hubiésemos detenido unos segundos antes de realizar una compra o antes de darle clic al botón de pagar, quizá no hubiésemos realizado esa compra porque nos hubiéramos enterado de que esa empresa no estaba actuando de manera correcta en el mercado. Y en ese momento, antes de vincularnos con una empresa que no viene cumpliendo, podríamos como consumidores, haber adoptado otra decisión de consumo, y contratado con otro tipo de empresa.

## Recomendaciones para los consumidores al revisar los Términos y Condiciones de los proveedores virtuales: “¿Aceptar, aceptar, aceptar?”

### *Revisa los Términos y Condiciones*

Se repite bastante que los consumidores en general no leemos los términos y condiciones que publican las páginas web. Uno entra a un sitio virtual y puede encontrar en los términos y condiciones, una gran cantidad de palabras en numerosas cláusulas, y quizás muchos consumidores no nos detenemos a leer exactamente qué es lo que están colocando las empresas en estos términos y condiciones, y esto es bastante preocupante.

Por ejemplo, en el caso de los hot days, estos días en los cuales existen ofertas gigantescas en internet, se ha notado que los comercios cambian sus términos y condiciones especialmente para estos de Cyber Days, por ejemplo, o para los Black Fridays, y ello se debe principalmente a que al realizar grandes ofertas, estas empresas esperen incrementar sus pedidos de compra, y deban ajustar sus plazos de entrega u otros beneficios, al tipo de oferta que vienen lanzando.

Además, es importante que revisemos los términos y condiciones porque allí también vamos a encontrar la información sobre la garantía del producto que estamos adquiriendo.

Imaginen ustedes, ven a dos empresas en el mercado que les están ofreciendo el mismo producto al mismo precio, pero una les ofrece el producto con una garantía de 6 meses y la otra empresa les ofrece el mismo producto al mismo precio, pero con una garantía de 1 año. Entonces, si ustedes no ingresan a revisar los términos y condiciones para saber cuál es la garantía de este producto, ¿cómo podrían tomar una decisión de consumo informada? Probablemente, si es que sé que esta empresa me está ofreciendo una garantía de 1 año, voy a ir a comprarle a ese negocio me está garantizando que el producto no va a presentar defectos de fábrica por un período mayor de tiempo, lo que me haría pensar que si esta empresa es capaz de brindar tal garantía, probablemente su producto sea realmente idóneo.

En los términos y condiciones encontramos, además, las políticas de cambios y devoluciones. Si es que, por ejemplo, estoy comprando una prenda y he elegido mal la talla de la prenda de vestir, en los términos y condiciones voy a poder saber si la empresa me va a permitir realizar el cambio del producto por uno con la talla adecuada; de ser así, cuál es el período en el que puedo realizar dicho cambio; o si en caso ya no desee el producto, si la empresa me va a devolver lo que estoy pagando, y de ser así, en cuánto tiempo me va a devolver lo abonado.

Toda esta información que varía de empresa en empresa, la vamos a encontrar aquí en los Términos y Condiciones, y entonces, si nosotros leemos con anticipación estas cláusulas, y por ejemplo, nos enteramos de que de no contar con el producto que hemos elegido, la empresa nos va a extornar lo abonado con nuestra tarjeta de crédito, en treinta (30) días e inclusive luego de que ya se nos haya cargado la compra a nuestro estado de cuenta, probablemente, vayamos a detenernos de adquirir el producto en esta empresa, y optemos por realizar la compra en otro comercio, o lo adquiramos con otra modalidad de pago, como es el pago a contra entrega.

### *Revisa minuciosamente la descripción del producto*

Al inicio habíamos comentado lo importante que resulta el revisar minuciosamente la descripción del producto, porque en los marketplaces, aquí nos podemos enterar sobre la empresa que realmente nos está vendien-

do el producto: Si es el titular de la página web a la cual yo he ingresado, o si en realidad es otra empresa que se está apalancando con esta página web.

Además, en la "Descripción del Producto" podemos encontrar información sobre la forma de pago permitida para este producto. Hemos encontrado, también algunos reclamos vinculados con supermercados que señalan que los consumidores, por ejemplo, han comprado diez (10) productos en la página web de supermercado, y pagaron con sus tarjetas de crédito por estos diez (10) productos, pero cuando el delivery del supermercado llegó a su domicilio, solo les trajo ocho (8) productos de los diez que habían pedido, y que en algunos casos, ha sucedido que ha transcurrido un mes desde la compra, y todavía el supermercado no les ha devuelto lo cobrado en exceso por esos dos (2) productos que no les entregó.

En este supuesto, en el que estamos comprando varios productos en nuestro carrito de compras, por ejemplo, se puede visualizar lo importante que resulta leer los términos y condiciones ya que allí nos podemos informar sobre el periodo de devolución que maneja la empresa a la que le estamos comprando los productos. Como veíamos, puede ocurrir que una empresa que me ha cobrado por todos los productos elegidos, no cuente con algunos de estos, y que me informe en los términos y condiciones que la devolución va a demorar quince (15) días hábiles o quizás más, en extornarme lo que me cobró. Si tomamos conocimiento de este tipo de información publicada en los términos y condiciones, como consumidor quizás lo mejor sería optar por la opción de pago contra entrega, señalando en la plataforma del supermercado que nosotros haremos el pago en el momento en que los productos lleguen a nuestro domicilio, en donde haremos uso del pago electrónico, el cual es un medio de pago digital seguro en estos momentos de Emergencia Sanitaria, y de esta forma, solo haremos el pago de los productos que realmente han llegado a nuestros hogares.

Sucede también que en esta Sección podemos encontrar información sobre los plazos de entrega. Por ejemplo, algunas empresas que estuvieron vendiendo en el mes de abril, indicaban que entregarían los productos en cinco días o diez días hábiles desde la fecha de compra, manteniendo de alguna manera las condiciones que empleaban antes del Estado de Emergencia Sanitaria, sin embargo, otras empresas estuvieron informando que entregarían los productos una vez superado el Estado de Emergencia Sanitaria.

Ha sucedido entonces que este Estado de Emergencia Sanitaria ha sido ampliado, y que por ejemplo, algunos consumidores reclamaban que no se les hubiera entregado el producto adquirido aun cuando la empresa les habría informado una fecha exacta de entrega, y cuando se revisan los términos y condiciones se observa que esta fecha de entrega informada estaba supeditada a que no se amplíe el Estado de Emergencia.

Además, también en la "Descripción del Producto" podemos encontrar información sobre si la compra que estamos realizando incluye los costos de envío del producto; si existen algunas restricciones por la zona de entrega en que domiciliamos; quizás, si la entrega se realiza en un plazo mucho más corto en determinadas zonas, o de repente si es a nivel nacional, se nos indica un plazo mayor.

En suma, todas estas condiciones deben ser revisadas adecuadamente por un consumidor antes de realizar la compra y de inclusive escoger el producto que desea adquirir.

*Antes de pagar...*

Antes de dar clic en el botón "Pagar" debemos verificar que el precio que nos están cobrando coincida con el precio que fue anunciado.

Además, es importante que constatemos que el producto que estamos adquiriendo coincide con el que elegimos. Por ejemplo, un consumidor nos comunicó en el Facebook del Indecopi que había visualizado una promoción de 2x1 en una página web, y que debido a dicha promoción, optó por adquirir este producto; sin embargo, cuando recibe el producto se da cuenta que solo le estaban entregando un (1) producto y no la promoción de 2x1, lo que le lleva a cuestionarse: ¿cuál es la promoción 2x1 por la que yo me decidí, si solo me están vendiendo un producto?.

En este supuesto, quizás lo que debió hacer este consumidor fue cargar dos productos al carrito de compras, y no seleccionar solo uno (1), y antes de proceder con el pago, verificar si le estaban vendiendo dos (2) productos o solo uno, observando que se le estuvieran aplicando los descuentos informados.

Adicionalmente, es sumamente importante que antes de pagar, guardemos toda la información que hemos ido verificando hasta este momento, por ejemplo, a través de capturas de pantalla de cada uno de los pasos que estamos dando, y sobre todo de la información que aparece en nuestro carrito de compras.

#### *Al pagar*

Al momento de pagar se recomienda que se utilice una tarjeta "monedero" la cual es ideal para compras por internet. Así, si por algún error en el sistema del portal web (página web o plataforma) o fraude, la información de nuestra tarjeta bancaria es expuesta, y somos objeto de algún tipo de fraude, solo arriesgaríamos el monto con el que contemos en nuestra tarjeta monedero y no el total de nuestra cuenta bancaria.

Es ese sentido que recomendamos que para estas compras por internet, no se emplee la tarjeta de débito en donde tenemos nuestros ahorros o en donde recibimos nuestro sueldo, porque allí nos estaríamos exponiendo muchísimo más a cualquier tipo de contingencia.

Adicionalmente, debemos revisar también cual es el tipo de pago que estamos haciendo, si es directo o es en cuotas, y finalmente después de haber comprado, ingresemos a nuestro estado de cuenta para asegurarnos que realmente nos hayan debitado o cargado, el monto que nos han informado que sería cobrado.

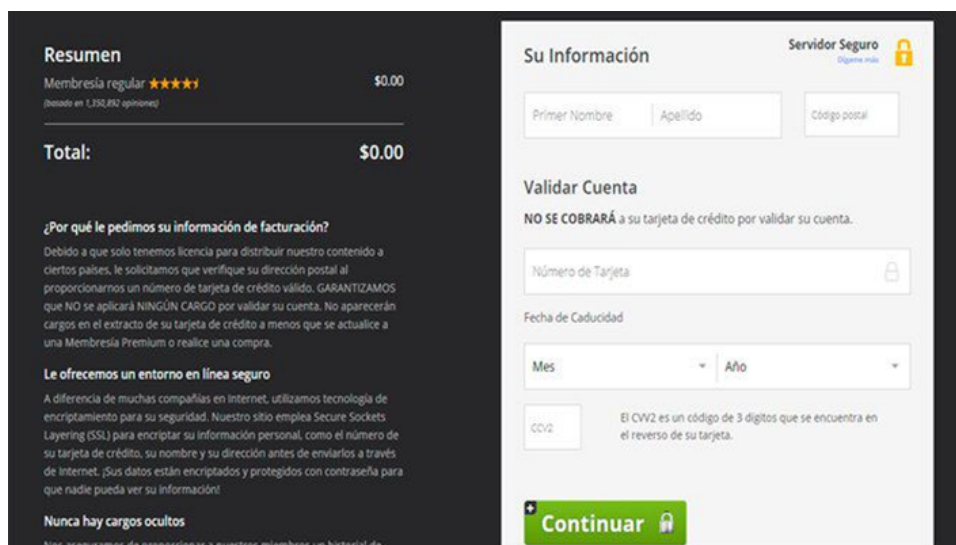
#### **Recomendaciones para los consumidores, a fin de realizar pagos digitales seguros**

En línea con lo que veníamos revisando, ustedes habrán podido notar lo importante que es realizar pagos seguros. Por ejemplo, nosotros hemos visto que existen algunos mensajes de textos que envían personas inescrupulosas señalando que un banco está actualizando sus datos.

Ustedes pueden ver en la pantalla una página de verificación de un banco, que no corresponde a la página oficial de este banco. Lo mismo sucede con este otro banco cuya página web ha sido clonada. Y la pregunta que surge es ¿cómo se da cuenta el consumidor de cuál es la página verdadera del Banco? En este último supuesto, por ejemplo, verificamos que en lugar de figurar la extensión ".com" aparece la extensión ".nom"; por lo que, como consumidores debemos encontrarnos muy atentos a identificar a qué página web estamos ingresando.

Otra forma de retirar u obtener datos, que es utilizada por personas inescrupulosas es a través de mensajes en los que se señala que van a otorgar recompensas a ciertos usuarios. En este supuesto, las personas reciben este mensaje e ingresan al vínculo que les ha sido enviado, pueden visualizar una página web en donde por ejemplo, se les empieza a pedir información y datos de sus cuentas bancarias.

Y es que en realidad, todas estas modalidades de phishing que aparecen en internet pretenden finalmente llegar a una página como la que visualizan en pantalla:



Fuente: Web  
 Hipervínculo: <https://larepublica.pe/verificador/2020/05/10/facebook-phishing-es-falso-que-hp-esta-regalando-laptops-es-phishing/>

Una vez que uno le da click a algunos de estos enlaces se encuentra con este tipo de páginas que prometen ser seguras, y en donde se le empieza a pedir a las personas que completen sus números de cuentas bancarias, que brinden información de su tarjeta de crédito e inclusive les piden el CVV.

Uno podría decir "yo no caería en eso", "para mí sería bastante obvio", pero déjenme comentarles que muchas personas caen en eso, y la gran pregunta sería ¿ustedes pueden asegurar que algún familiar no va a caer en este tipo de engaño? Este es un tema muy importante que también se debería conversar en casa.

Se ha señalado en estos días que precisamente en esta época de cuarentena, se habían duplicado los ataques cibernéticos a dispositivos móviles. Esto está muy relacionado con algunas noticias que circulaban respecto a los bonos universales, ya que algunas personas que habían sido beneficiadas no podían realizar el cobro debido a estos fraudes. Como ustedes ven, estas acciones son muy recurrentes y cada día son más convincentes.

Antes se nos mencionaba muchísimo lo importante que era revisar los candados de seguridad que aparecen al costado de la ruta de las páginas web, pero como ustedes pueden ver Brian Krebs, experto en seguridad, señala que casi la mitad de todas las páginas fraudulentas tienen el símbolo del candado junto al URL de sus sitios web.

Por ejemplo, esta página clonada y falsa de un banco cuenta con el candado de seguridad, por lo que, en realidad, visualizar este candado no nos asegura que la página sea fiable ni nos garantiza que estamos frente a una conexión segura.

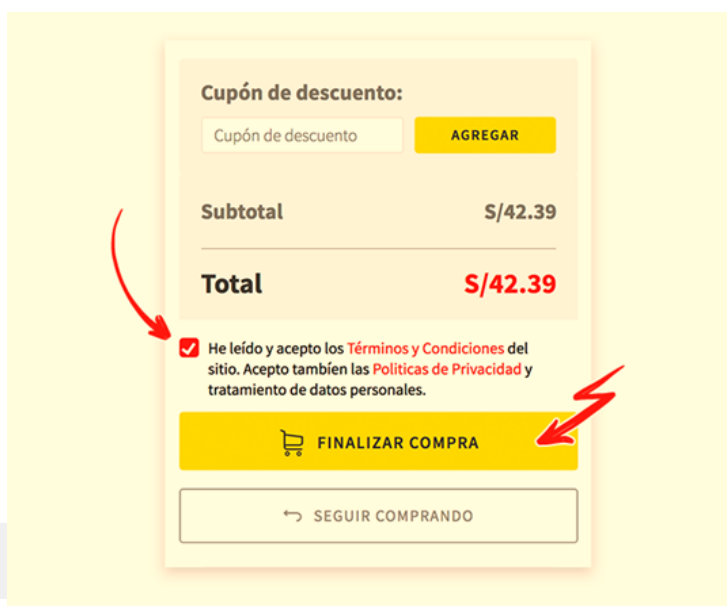
Lo que ha pasado es que Google bloqueaba ese tipo de páginas clonadas y falsas, cuando las detectaba, entonces lo que empezaron a hacer estas personas inescrupulosas fue clonar la página y encriptar los datos de tal manera que podía hacer creer al usuario que se estaba conectando a un espacio seguro.

También se nos recomendaba mucho que revisáramos que una página cuente con las iniciales "https://" en

donde "s" era un signo de seguridad, pero como ustedes pueden ver esta página clonada también cuenta con la misma inicial "s", por lo que ello, tampoco nos asegura encontrarnos frente a una página fiable.

Entonces ¿qué podemos hacer para evitar caer en estos ataques? Principalmente, deberíamos fijarnos en el dominio: Que por ejemplo no tenga la extensión ".nom" u otra parecida, sino ".com". La otra recomendación es que bajo ninguna circunstancia, ingresemos a los enlaces que nos solicitan información a través de vínculos enviados vía sms o vía nuestras redes sociales, a fin de evitar ser víctimas de cualquier ataque.

### Recomendaciones para los consumidores, a fin de que protejan sus datos personales



Fuente: Web

Hipervínculo: <https://metrofood.vteximg.com.br/arquivos/fig7-m.png?v=636715958163530000>

A veces, cuando estamos haciendo una compra por internet, encontramos una pantalla como esta en la cual se nos indica el monto a pagar y en donde uno da clic a los términos de condiciones, y acepta las Políticas de Privacidad y tratamiento de Datos Personales, porque uno ya desea finalizar la compra. En este supuesto, ocurre que posteriormente vamos a tener algunos inconvenientes porque no hemos leído que en este tipo de contenido señala que también estamos aceptando el tratamiento de datos personales, y luego cuando estamos recibiendo llamadas telefónicas incesantes a nuestro móvil, nos preguntamos ¿qué pasó?, ¿por qué?, ¿quién me llamó?, ¿cómo sabe mi nombre?

Esta situación nos preocupa porque nosotros no sabemos cómo es que estas empresas que nos están llamando cuentan con conocimiento de nuestros datos, pero quizás no tenemos en cuenta de que hemos autorizado esta llamada cuando hemos dado clic de manera muy rápida y automática al momento en el que estamos comprando. Hacemos "aceptar, aceptar, aceptar", pero finalmente no sabemos qué es lo que estamos aceptando.

Es importante señalar que la Ley de Protección de Datos Personales nos permite revocar el consentimiento de recibir llamadas telefónicas, entonces ¿cuál es el procedimiento para revocar mi consentimiento?

Sucede que estas empresas que venden por internet, tienen que informar también en sus términos y condiciones de qué manera un consumidor puede revocar su consentimiento. Entonces, si deseamos revocar nuestro consentimiento, lo que tenemos que hacer es ingresar al enlace de Política de Privacidad y tratamiento de Datos Personales que se encuentra al momento en que realizamos el pago, como en los Términos y Condiciones de la página web, e identificar este procedimiento a fin de saber a qué correo electrónico tenemos que enviar nuestra solicitud de revocación de tratamiento de datos personales.

Debemos tener en cuenta que no solamente son llamadas telefónicas, sino que el spam telefónico también se da por mensajes de móvil.

Ahora quizás a algunos de ustedes les ha pasado que les llaman y no escuchan nada, es un sonido en blanco que dura unos tres (3) segundos, y luego de ello, cuelgan, y así pasa a lo largo del día y de la semana. Puede ser desesperante. ¿verdad? En ese momento, lo que está pasando es que no es una persona real la que le está llamando sino unos bots, con la única finalidad de saber a qué hora usted está disponible para recibir llamadas, a qué hora usted contesta la llamada porque eso es lo que registran estos bots, a fin que posteriormente, a esa hora promedio en que Ud. atiende la llamada, una persona real se comuniquen con Ud.

Estamos expuestos a todo este tipo de comunicaciones, y por ello, es importante que nosotros sepamos a quiénes les estamos dando nuestros datos, y si no hemos dado nuestro consentimiento y estamos siendo objeto de este tipo de llamadas incesantes, tenemos la vía de la denuncia. Y podemos reclamar porque el spam telefónico constituye un método comercial agresivo y engañoso, y en ese sentido, en nuestro país, se han prohibido las llamadas, los mensajes telefónicos, los mensajes de texto a celulares, correos electrónicos enviados por las empresas con una finalidad netamente comercial, sin contar con la autorización del consumidor. Esto es sancionado por el Indecopi.

Les comento que el Indecopi cuenta con el WhastApp "No insista" que es este número 999 273 647, al cual ustedes pueden remitir una captura de pantalla del teléfono que los estuviera llamando, indicándonos el producto que le han estado ofreciendo, y si tuvieran una grabación de esa llamada telefónica sería mucho mejor.

Tomemos en cuenta, entonces, estas recomendaciones para que realicemos compras seguras por internet, y en el marco de la nueva regulación en tiempos de Covid-19, ahora revisaremos estas nuevas disposiciones temporales.

### **Nueva Regulación en tiempos de Covid-19**

En este tiempo de Covid-19 nacieron muchas regulaciones para el comercio en general, y también regulaciones para el comercio electrónico. Este es por ejemplo el Protocolo de Comercio Electrónico que fue aprobado por la Resolución Ministerial N° 137-2020-PRODUCE y que fue posteriormente modificado, precisamente porque al inicio solamente permitía el comercio electrónico de grandes empresas, pero ahora ha sido modificado para permitir el comercio electrónico de PYMES.

¿Qué es importante en este comercio electrónico? En principio en ningún local se debería atender directamente al público, lo que se está pidiendo es que se haga exclusivamente deliverys.

Además, se señala que se debe evitar el uso de documentación física. Por eso es que cuando una empresa le va a llevar a ustedes el producto, lo que debería procurar hacer es previo consentimiento del consumidor,



tomarle una fotografía de la entrega del mismo para que de esta manera no se tenga que recurrir a la firma de los cargos de entrega.

Asimismo, se indica que se deben mantener condiciones sanitarias como: Encontrarse autorizado por la entidad competente, contar con el Protocolo de Comercio Electrónico, y cumplirlo, guardando por ejemplo, el distanciamiento no menor a dos metros, usar equipo de protección personal y evitar la contaminación cruzada que ocurre cuando es el conductor quien está repartiendo los productos. En este último supuesto, en el caso de los envíos, se prevé que el conductor sea solo quien transporte los productos, y que sea otra persona quien se encargue de la entrega del producto.

Adicionalmente, se establece el deber de las empresas de proteger a sus trabajadores haciendo una vigilancia permanente de la salud de estos, por ejemplo, verificando la temperatura de sus trabajadores. Si cuenta con un trabajador que está laborando por un número elevado de horas, debe observar cuáles son los riesgos ergonómicos y psicosociales que podrían generarse en ese trabajador. Evidentemente, se prefiere realizar reuniones de manera virtual y no de manera física, y que la empresa procure evitar que sus trabajadores empleen medios de transporte masivo.

### **Recomendaciones Finales para las empresas**

Las recomendaciones que podemos brindar a las empresas no se restringen al ámbito de la nueva regulación en tiempos de Covid-19, sino que en atención a lo que hemos expuesto anteriormente, y a los reclamos que hemos venido recibiendo en las redes sociales del Indecopi, es importante recordar a las empresas que deben procurar cuidar su reputación digital, ya que esta es la huella digital que dejan en internet.

No tener una reputación digital adecuada impide que una empresa pueda generar lovemark en sus consumidores. Las marcas que ustedes ven en la pantalla, se han preocupado por ofrecer producto de calidad, y han generado un vínculo con el consumidor que va más allá del nexo comercial, generando lovemark.

Pero nosotros estamos viendo a diario que muchas empresas en internet, contrariamente a esto, han venido perdiendo todo ese trabajo reputacional que habían logrado en años en que estuvieron cuidando su reputación digital, debido al descuido y a los tantísimos reclamos de los consumidores, que evidentemente enojados y afectados por la demora en los plazos de entrega, proceden a dejar una reseña negativa en las redes sociales de estas empresas. Y como ustedes saben, Internet nunca olvida, ya que este tipo de información se queda allí, y probablemente otro consumidor en el futuro lo vaya a leer.

¿Qué es lo que se está viendo? Y, ¿cuáles son los reclamos más frecuentes? Por ejemplo, no cumplir con el plazo de entrega informado como ya lo hemos estado hablando o vender productos sin tener stock. Hay empresas que han vendido cien (100) productos en internet, pero solamente tenían el stock para veinte (20) productos, o las empresas entregan un producto distinto al que están ofreciendo como hemos visto en el caso de la oferta 2x1.

Además, hemos visto numerosos reclamos por la cancelación de un producto, y que cuando esto sucede, la empresa no ha devuelto el monto que fue abonado. O reclamos de consumidores quejándose porque la empresa no cuenta con el libro de reclamaciones virtual, o porque ese libro de reclamaciones virtual no aparece en la página de inicio de la página web.

Las multas que se pueden imponer por este tipo de infracciones dependen también de la cantidad de usuarios que resulten afectados, y pueden ser desde una Amonestación hasta 450 UIT, que en soles equivalen a más de un (1) millón 900 mil soles.

De manera adicional a las multas, el Indecopi también impone medidas correctivas, las cuales permiten que el consumidor no se vea afectado por esta infracción que ha cometido la empresa y que regresemos al estado inicial, al estado antes de la infracción. Es decir, si la empresa no le está devolviendo al consumidor lo que ha abonado, se ordenaría como medida correctiva que se le devuelva lo abonado. También el Indecopi ordena el pago de costas y costos del procedimiento, así como la inscripción del infractor en el portal de Mira a Quién le Compras, que es el Registro de Infracciones y Sanciones del Indecopi.

Es importante recordar que muchas veces los consumidores señalan que es el Indecopi quien cobra estas multas, pero lo cierto es que estas multas son abonadas por las empresas directamente al tesoro público, y no al Indecopi.

Nosotros recomendamos a las empresas que en este marco de Estado de Emergencia Sanitaria nacional además de cumplir con la normativa de protección al consumidor, procuren invertir en el cuidado de su innovación, y protegerla con políticas de propiedad intelectual, o en el registro de marcas protegiendo sus signos distintivos; y a las empresas que aún no se encuentran en internet, procuren empezar a realizar su transformación digital, protegiendo de plano sus nombres de dominio, por ejemplo.

### **Recomendaciones Finales para los consumidores**

Finalmente, para aquellos consumidores que hayan sido afectados, y que quizás podrían encontrarse escuchando este webinar, les comento que contamos con el Reclama Virtual que es una aplicación bastante fácil en un entorno amigable para que ustedes puedan allí registrar sus reclamos porque por ejemplo, una empresa no les ha contestado su reclamo en el Libro de Reclamaciones Virtual y ya transcurrieron los treinta (30) días calendario, o si es que cuenta con algún problema porque la empresa no ha cumplido con la fecha de entrega del producto que adquirió.

Además, si desea asesoría para presentar su denuncia, o alguna consulta, puede enviarnos un correo a [sacreclamo@indecopi.gob.pe](mailto:sacreclamo@indecopi.gob.pe), o comunicarse a nuestras líneas de atención telefónica: 224-7777 para Lima y 0800-4-4040 para provincias, de manera totalmente gratuita.

Con ello concluyo mi exposición. Muchísimas gracias por su atención.



EL PERÚ PRIMERO



Radi   
Indecopi

[www.indecopi.gob.pe/radio](http://www.indecopi.gob.pe/radio)

[www.indecopi.gob.pe](http://www.indecopi.gob.pe)