

COMPRAR POR INTERNET ES AÚN UN RIESGO

Un estudio de la Asociación de Usuarios de la Comunicación pone de relieve la desprotección del comprador en la Red.

Las compras a través de Internet deben recorrer todavía un largo trecho para ofrecer a los consumidores todas las garantías que la Ley les reconoce. Esta es, al menos, la conclusión a la que llega un estudio realizado por la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) sobre los derechos de los usuarios en el comercio electrónico.

El estudio pone de relieve aspectos como los siguientes:

- Los vendedores y anunciantes infrautilizan todavía las posibilidades audiovisuales de Internet. Más de la mitad de las páginas web analizadas (de una muestra superior a las 1.000 direcciones) desperdician el “efecto escaparate” que supone mostrar los productos promocionados. El recurso a posibilidades como las páginas animadas o los reclamos sonoros es todavía muy minoritario.
- Las informaciones sobre el precio de los productos son en muchos casos insuficientes: no se mencionan los gastos de envío, no se incluye IVA, etc.
- El pago con tarjeta es el más extendido, pero son escasas las menciones a sistemas de seguridad en las transacciones, la petición de firmas digitales, las garantías de confidencialidad, etc.
- Los vendedores no suelen especificar en sus páginas web de venta derechos básicos del consumidor en el campo de las ventas a distancia como los relativos a la devolución del producto, al periodo de garantía, el plazo de validez de la oferta, las modalidades de entrega y ejecución, etc.
- Tampoco especifican en sus páginas derechos básicos del consumidor en el campo de la protección de la intimidad como es el consentimiento expreso para la utilización de sus datos personales, para la cesión de esos datos a terceros o para su uso con fines distintos a los inicialmente señalados al recabar los datos.
- En cuanto a los menores, son escasas las páginas de venta en Internet que aconsejan a los menores consultar a sus padres antes de proporcionar datos personales o de la familia, a pesar de que el Código Ético de las empresas del sector del correo electrónico insta a

facilitar el derecho de los padres al acceso, cancelación o determinación de los datos sobre sus hijos. Esta inhibición contribuye a agravar la impunidad con la que los menores pueden acceder a través de Internet a una gran parte de los contenidos para adultos que circulan por la Red.

La AUC confía en que esta situación de indefensión se vea paliada por la implantación progresiva Código Ético elaborado por las empresas de correo electrónico, y reclama que la próxima modificación de la Ley de Datos de Carácter Personal (LORTAD) sea más clara y decidida en la defensa de los intereses de los consumidores.