

Todo lo que debes saber sobre la nueva normativa de ecommerce

La **revolución legal** ha llegado al ecosistema de la venta por Internet desde que el pasado 13 de junio entrara en vigor, en España, la nueva **Ley General para la Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios**, una nueva **normativa de ecommerce** que trae cambios sustanciales para las empresas de comercio electrónico, venta a distancia y telefónica.



Conscientes de la necesidad de que tienen las empresas que operan en **Internet** para adaptarse a esta nueva normativa, la **Asociación Española de la Economía Digital (Adigital)** ha elaborado una guía con el objetivo final de aclarar todas las dudas y ambigüedades que pueda generar la ley, ayudar a las empresas a facilitar su implantación para que en realidad sepan cómo puede afectarles esta nueva **normativa de ecommerce** en su actividad diaria.

Desde **Increnta**, hemos querido hacer un resumen de los principales puntos más calientes de la nueva **normativa de ecommerce**, que más van a afectar a las empresas de comercio electrónico, venta a distancia y telefónica.

Claves de la nueva normativa de ecommerce

1- Obligaciones de información previa y posterior a la realización del pedido

Los aspectos sobre los que una **empresa de ecommerce** debe informar al comprador antes de una venta online o a distancia se han ampliado notablemente, con un único objetivo: reforzar la **protección de los consumidores**. La nueva normativa obligará a informar sobre:

- Características principales de los bienes y servicios

La información a ofrecer sobre las características principales de los **bienes y servicios** dependerá de la complejidad del producto o servicio puesto a la venta, siendo necesario informar, en cualquier caso, sobre cualquier posible **restricción de la oferta**.

- Identidad del vendedor

Además del **nombre comercial**, será necesario informar de la denominación social de la empresa vendedora, en caso que sea una sociedad, y del nombre y apellidos, en caso

de que se trate de una persona física. También será necesario informar del número de identificación fiscal, los datos de la inscripción en [el Registro Mercantil](#) o registro en pueda estar inscrito y los datos de la autorización administrativa que, en su caso, fuese necesario obtener para el ejercicio de la **actividad**.

- La dirección completa del establecimiento y la sede del vendedor

En el caso concreto de los marketplaces o appstores, la entidad titular del **marketplace o del appstore** debe permitir que se pueda acceder a la **información** sobre los vendedores correctamente.

- Precio (incluido impuestos y tasas)

Si no pudiese calcular el **precio** de antemano (igual es necesario elaborar un presupuesto) la nueva **normativa de ecommerce** obliga a informar sobre la forma en que se determina el **precio**, así como todos los **gastos adicionales de transporte, entrega o postales**. Si el contrato es de duración indeterminada, el precio debe incluir el total de los costes por período de facturación y los costes mensuales. La clave en este punto es la siguiente: **si no se informa adecuadamente sobre estos gastos, el consumidor no tendrá la obligación de abonarlos**.

[En ecommerce, si no se informa sobre un gasto adicional, el consumidor no debe abonarlo.](#)

- procedimientos de pago, entrega y ejecución

Si el vendedor señala un plazo de tiempo como, por ejemplo **10 días o dos semanas** desde la realización del pedido, se está informando correctamente.

2- Entrega de bienes y prestación de servicios

La nueva normativa de ecommerce dicta que si en el contrato no se establece otra cosa, el plazo máximo de entrega es de 30 días naturales a partir del día siguiente de la realización del pedido.

Si no se cumple el plazo de entrega acordado el consumidor debe señalar al vendedor un nuevo plazo adicional. Si se incumple, el plazo de entrega inicial o el nuevo plazo señalado por el consumidor, éste tiene derecho a resolver el contrato y solicitar que se le devuelvan todas las cantidades que haya abonado. En caso de retraso injustificado en la devolución de las cantidades abonadas, el consumidor puede reclamar que se le pague el doble de la suma adeudada, además de reservarse el derecho a exigir una indemnización por daños y perjuicios.

De no hallarse disponible el bien o servicio solicitado, es facultad del vendedor suministrar, sin aumento de precio, un bien o servicio de características similares de la misma o superior calidad.

Si se produce algún daño en los bienes durante el transporte, es responsabilidad del vendedor los daños que se hayan ocasionado en los bienes, e incluso de su pérdida, si se ha producido durante el transporte. No obstante, si es el consumidor quien se encarga del

transporte de los bienes o un transportista elegido por él, es responsabilidad del consumidor los daños y las pérdidas que se puedan producir desde el momento en que el vendedor entrega los bienes.

3- Derecho de desentimiento

Es uno de los **puntos clave de la nueva normativa**. Este derecho no es más que la facultad que tiene el consumidor de dejar sin efecto el pedido realizado y devolver lo que haya comprado sin necesidad de justificar su decisión.

[El derecho de desentimiento es la facultad del consumidor de dejar sin efecto un pedido](#)

La nueva ley ha ampliado el **plazo obligatorio de devolución** de 7 días hábiles a 14 naturales, aunque en el caso de que el propio vendedor no informe al consumidor de la existencia de este derecho, el plazo pasa a ser de 12 meses.

Por otro lado, **el consumidor debe ser informado de manera “clara, precisa y adecuada”** sobre diferentes aspectos relacionados con las devoluciones: cómo se puede devolver lo comprado, quién soportará los costes de devolución, en qué casos el consumidor no podrá acogerse a este **derecho**.

La nueva **normativa de ecommerce** obliga al vendedor a facilitar, antes del pedido, un documento (o formulario) a través del cual se pueda ejercitar el **derecho de desistimiento**. ¿Hay casos en los que no existe derecho de desistimiento? Existen supuestos en los que no existe el **derecho de desentimiento**, como por ejemplo servicios de alojamiento para fines distintos del de servir de vivienda, grabaciones sonoras o de vídeo precintadas, entrega de bebidas alcohólicas cuyo precio haya sido acordado en el momento de celebrar el contrato de venta y que no puedan ser entregadas antes de 30 días, y cuyo valor real dependa de **fluctuaciones** del mercado que el empresario no pueda controlar,...

4- Llamadas comerciales

Se prohíbe la realización de **llamadas comerciales**:

- **Festivos, fines de semana y laborables** entre las **21:00 horas y las 9:00 horas**.
- **Automatizadas**, sin el consentimiento expreso previo del consumidor y usuario.

Las **llamadas comerciales** deben realizarse desde un número de teléfono identificable y especificar:

- La **identidad del vendedor** o la identidad de la persona por cuenta de quien se efectúa la llamada (empresa).
- Indicar al inicio la **finalidad comercial** de la misma.
- Informar al receptor de su **derecho a manifestar su oposición a recibir nuevas ofertas**.
- Informar del **origen de los datos** cuando procedan de fuentes accesibles al público.

5- Atención al cliente

Se debe poner a disposición del consumidor un **número de teléfono para resolver dudas en relación con un contrato, el coste de la llamada no puede ser superior a la tarifa básica**. Es decir, dicha tarifa no puede incorporar un importe adicional en beneficio del vendedor.

Hay que poner a disposición de los clientes información sobre la dirección postal, número de teléfono y número de fax o dirección de correo electrónico a través de los cuales puedan interponer sus **quejas y reclamaciones**. También se debe dar respuesta, en el plazo más breve posible y en todo caso en el plazo máximo de un mes desde la presentación de la reclamación y para los casos en que no resuelva la reclamación comunicar, en su caso, la adhesión y la forma de acceso a mecanismos extrajudiciales de resolución de reclamaciones.

[Fuente: Increnta, julio 2014](#)