

PREPARACIÓN DE TIENDAS VIRTUALES EN EL CONTEXTO A LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Las tiendas virtuales deben de cumplir con normas legales de protección de los consumidores, protección de datos, normas técnicas y protocolos para la seguridad y protección al consumidor. Debe existir una asesoría legal e informática para el establecimiento de una tienda virtual segura.

La Ley de Protección al consumidor, establece la **seguridad** como un derecho del consumidor; incluye la seguridad en el tratamiento de datos personales y datos financieros; la seguridad debe de ser tanto informática como legal, a continuación algunas recomendaciones enfocadas principalmente para tiendas virtuales dirigidas al consumidor final “Business to Consumer (B2C)”.

Lo esencial en toda tienda virtual es la protección de datos del consumidor, deben implementar protocolos de seguridad en la transmisión de la información; el más común se denomina, SSL (Secure Sockets Layer) actualmente llamado TLS (Transport Layer Security), protege la transferencia de la información (más no su almacenamiento) ya que la misma se transfiere de forma cifrada y minimiza el riesgo de robo de información. Desde el punto de vista legal debemos de informar al consumidor de las políticas de privacidad y el tratamiento que se dará a la información.

La formalización de la venta se concreta con el consentimiento, en una relación contractual debe ser otorgado de manera indubitable por parte del usuario sea de forma expresa o tácita. Se recomienda utilizar contratos electrónicos denominados click wrap, en el cual el consumidor se identifica y expresa su consentimiento al dar click en el icono aceptar (icon clicking); o escribir la palabra acepto junto con click en el botón aceptar (type and click). Lo anterior puede reforzarse utilizando software de comprobación que el usuario es humano, por medio del software captcha o recaptcha.

El consentimiento del contrato y la aceptación por parte del usuario de los términos y condiciones debe ser indubitable, ser almacenado y reproducirse

posteriormente sin alteraciones, para el efecto se debe contar con servidores o una base de datos cifrada o encriptada.

Los métodos de procesamiento de pago es la parte total del e-commerce, para procesar los pagos se debe de adaptar una *pasarela de pago* adecuada para cada negocio; se recomienda, utilizar pasarelas de pago de terceros reconocidas, esto le dará seguridad al consumidor. El consumidor debe estar debidamente informado sobre el método de pago y el tratamiento de su información; dependiendo el método de pago, debe informarse si será redireccionado a otra página (como en caso de utilizar PayPal) si se utilizará una interfaz de integración de aplicaciones (API) que permite gestionar los pagos desde la misma tienda por parte de terceros. El consumidor debe de poder aceptar, elegir o rechazar el método de pago.

La tercerización de la pasarela de pago permite minimizar riesgos ya que el tratamiento de la información será realizado por el proveedor de la pasarela de pago (información que debe ser comunicada al consumidor en los términos y condiciones de la página web), debiendo de verificar que el proveedor del servicio cumpla Normas de Seguridad de Datos de la Industria de Tarjetas de Pago (PCI DSS). Es importante no olvidar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, pudiendo utilizar facturas electrónicas.

Como mencionó el presidente Kennedy¹ “*Todos somos, por definición consumidores, conforman el mayor grupo de la economía, afectan y son afectados por casi todas las decisiones públicas y privadas, (...)*”. La protección al consumidor es una forma de fidelización, lo mantendrá seguro y cómodo en nuestra tienda virtual y nos recomendará, no existiendo una mayor publicidad que la recomendación de nuestros propios consumidores.

Fernando J. Díaz Durán Corzo

Abogado

fdiazduranc@central-law.com



¹ Discurso del Presidente de John F. Kennedy en 1962 ante el Congreso de Estados Unidos al promulgar los derechos de los consumidores.