

CÓDIGO ÉTICO

Proyecto de Promoción del Comercio Electrónico

Enero de 2000

**ROBOTIKER
AIMME
CETEMMSA
IAT
IBIT**

REGISTRO DE CAMBIOS DEL DOCUMENTO.

Ver.	Rev.	Fecha	Responsable	Comentarios
1	0	21-1-2000	ROBOTIKER	Versión inicial

ÍNDICE

	pág.
REGISTRO DE CAMBIOS DEL DOCUMENTO.....	ii
ÍNDICE.....	iii
1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. ASPECTOS LEGALES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.	2
2.1. Propiedad Intelectual.....	2
2.2. Transacciones comerciales electrónicas.....	3
2.3. Responsabilidades en internet.....	3
3. CÓDIGO ÉTICO PARA UNA TIENDA ELECTRÓNICA.	7
3.1. Condiciones de utilización de los servicios de Comercio Electrónico.	7
3.2. Garantía de privacidad o confidencialidad.	8
3.3. Realización de pedidos.	8
3.4. Propiedad intelectual.....	9
3.5. Exoneraciones.	9
3.6. Política de privacidad.	9
3.7. Seguridad del comercio.....	10
3.8. Condiciones de uso.....	11
4. CÓDIGO ÉTICO PARA UN CENTRO COMERCIAL ELECTRÓNICO.....	12
4.1. Etiqueta de conformidad.	12
4.2. Condiciones de utilización de los servicios de Comercio Electrónico del centro comercial.	12
4.3. Garantía de privacidad o confidencialidad.	14
4.4. Admisión de una tienda en el centro comercial.....	14
4.5. Asociación de Arbitraje.....	15

4.6.	Realización de pedidos.	17
4.7.	Propiedad intelectual.....	17
4.8.	Exoneraciones.	17
4.9.	Política de privacidad.	18
4.10.	Seguridad del comercio.....	19
4.11.	Condiciones de uso.....	19
5.	CÓDIGO ÉTICO PARA UN PROVEEDOR DE SERVICIOS DE	
	INTERNET.....	21
5.1.	Disponibilidad.....	21
5.2.	Seguridad.....	21
5.3.	Privacidad.	22
5.4.	Histórico.	22

1. INTRODUCCIÓN.

El objetivo de este documento es recoger los patrones generales de comportamiento que se esperan de los proveedores del Proyecto de Promoción del Comercio Electrónico, de forma que se garantice a los potenciales clientes la confiabilidad del proveedor y a estos últimos una competencia limpia.

El documento está dividido en tres partes; en la primera de ellas se especifican los aspectos legales del Comercio Electrónico que se han tenido en cuenta para definir el código ético, y en la segunda y tercera parte ya se especifica el código ético a emplear en el caso concreto de una tienda electrónica (E-shop) y de un centro comercial electrónico (E-mall) respectivamente.

2. ASPECTOS LEGALES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.

2.1. Propiedad Intelectual

Todo sitio web tiene tres elementos susceptibles de ser protegidos a través de los derechos de autor: el contenido, el diseño gráfico y el código fuente.

- El contenido puede estar constituido por obras independientes, que gozan de protección jurídica, pero también pueden contener otra serie de datos que, a pesar de no poder considerarse como obras protegidas, debido a su distribución y ordenación de una manera singular, dan lugar a una creación intelectual tal y como se recoge en el artículo 12 de la Ley de propiedad intelectual.
- En el Comercio Electrónico, las imágenes que representan a los productos, así como los diversos elementos gráficos utilizados en el diseño de las páginas web, juegan un papel muy importante en la elaboración del site comercial, y en muchos casos, estas imágenes conllevan la inversión de mucho dinero y horas de trabajo. Es por ello, por lo que estos elementos son susceptibles de ser protegidos como obras de propiedad intelectual.
- En cuanto al código fuente, el desarrollo de las páginas web mediante el lenguaje de marcas HTML, goza de la protección de los derechos de autor, tal y como se recoge en el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual al hacer referencia a los programas de ordenador.

Con objeto de evitar un posible plagio es posible utilizar la técnica denominada “marca de agua digital”. Este sistema consiste en la inclusión de un grupo de bits de identificación en el archivo del objeto original, lo cual permite detectar copias de este fichero en la Red mediante una herramienta de búsqueda.

2.2. Transacciones comerciales electrónicas

El desarrollo de la actividad de Comercio Electrónico implica el pago del impuesto de actividades económicas (IAE) para la venta o comercio a nivel nacional y/o internacional, el pago de los impuestos de exportación de productos y del I.V.A.

Sobre la venta de productos/servicios a través de la Red es aplicable la Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios, lo cual implica que las cláusulas de exoneración o limitación de responsabilidad se consideran nulas salvo en el caso de que el comprador integre el producto adquirido en su sistema productivo o de prestación de servicios.

Las garantías aplicables son aquellas proporcionadas por los fabricantes de los productos, por lo que el distribuidor únicamente será responsable de los desperfectos causados por la manipulación, el transporte o almacenamiento de los productos así como de los artículos importados por la empresa desde países no comunitarios.

Será de gran utilidad conservar los datos de todos los proveedores, con objeto de poder facilitárselos al cliente en el menor tiempo posible en el caso de que se produzcan daños derivados de defectos del producto.

2.3. Responsabilidades en internet

Toda actuación delictiva a través de Internet puede derivar en la asignación de responsabilidad civil y/o penal.

Es recomendable incluir cláusulas de renuncia de responsabilidad antes situaciones indeseables. Algunas de las cláusulas que pueden introducirse en un contrato on-line se enumeran a continuación:

- Identificación de las partes contratantes.
- Código de usuario.

- Fecha de la operación.
- Características del producto/servicio.
- Precio del producto/servicio.
- Gastos de envío.
- Modalidades de pago, entrega y ejecución
- Plazo de validez de la oferta o precio.
- Dirección geográfica del establecimiento del proveedor donde el consumidor puede presentar sus reclamaciones.
- Información relativa a los servicios de postventa y las garantías de los productos.
- Para contratos de duración superior a un año o indeterminada indicar las condiciones de rescisión de contrato.
- Plazos de entrega o ejecución.
- Legislación aplicable.
- Arbitraje y competencia jurisdiccional.
- Validez del formulario como prueba de aceptación.

Ejemplos

- “Para mayores de 18 años”
- “Sin validez fuera de España”
- “Se aplican restricciones”

- “La empresa declina cualquier tipo de responsabilidad con respecto a toda información no gestionada por ella y que se halle fuera de este web (accesible a través de los enlaces de interés)”

Con respecto a la publicidad engañosa, el Artículo 282 del Código Penal español es aplicable también a los productos comercializados a través de Internet. El contenido de dicho artículo es el siguiente:

“Serán castigados con la pena de prisión de seis meses a un año o una multa de seis a dieciocho meses los fabricantes o comerciantes que, en sus ofertas o publicidad de productos o servicios, hagan alegaciones falsas o manifiesten características inciertas sobre los mismos, de modo que puedan causar un perjuicio grave y manifiesto a los consumidores, sin perjuicio de la pena que corresponda aplicar por la comisión de otros delitos”.

Por último, al diseñar una campaña de promoción a través de la Red con repercusión mundial se han de considerar los posibles conflictos que pueden surgir en los diferentes países al tratar temas delicados como el sexo, la religión o la cultura, al publicitar productos nocivos como el tabaco o el alcohol o bien ante pública objetivo especial (niños, minusválidos, etc.).

Con objeto de evitar conflictos en países donde la imagen de la empresa puede verse seriamente dañada, es importante consultar con asesores extranjeros o consulados sobre las posibles consecuencias de la campaña.

También se puede incluir una cláusula arbitral siguiendo el siguiente modelo:

“Para cualquier conflicto surgido con el presente contrato, ambas partes se comprometen a someterse, con renuncia a su fuero propio, al arbitraje de XXXX el cual decidirá sobre el asunto o litigio planteado. Este arbitraje se realizará conforme a la Ley de Arbitraje del 5 de Diciembre de 1988.

En el supuesto de que el arbitraje no se realizara por mutuo acuerdo o fuese declarado nulo, todas las partes implicadas se someterán a los

juzgados y tribunales de la ciudad de YYYYYY, renunciando a su propio fuero si este fuera otro.”

3. CÓDIGO ÉTICO PARA UNA TIENDA ELECTRÓNICA.

3.1. Condiciones de utilización de los servicios de Comercio Electrónico.

1. La empresa será la responsable única de todos los contenidos recogidos en su tienda virtual, así como de la veracidad de la información que en ella aparezca.
2. La tienda poseerá mecanismos particulares para la distribución de sus productos, y cualquier problema que pueda generarse en este proceso deberá ser solucionado entre comprador y vendedor.
3. El comercio o empresa dispondrá de un *Centro de Atención al Cliente* donde se comunicarán y solucionarán cuantas dudas o problemas sean de su responsabilidad.
4. En todas las operaciones de compraventa en línea realizadas, el comprador se encontrará amparado y protegido por la legislación de ventas a distancia, la cual deberá ser explícitamente aceptada por las tiendas y cumplida en todos sus términos.
5. Las compras realizadas en línea mediante la utilización de una tarjeta de crédito para el pago serán cargadas en la cuenta del comprador. En caso de que por cualquier circunstancia excepcional la tienda no pudiera aceptar el pedido, se le comunicará al comprador, por correo electrónico, en un plazo máximo de 24 horas laborables y se le abonará en su cuenta la devolución del importe correspondiente.
6. No se servirán pedidos en Apartados de Correos.
7. La información que el comprador introduzca para realizar sus compras será confidencial y se encriptará utilizando las máximas medidas de seguridad.

El usuario de la tienda se compromete expresamente a no realizar ninguna de las siguientes actividades

1. Destruir, alterar, inutilizar de cualquier forma los datos o documentos electrónicos de la tienda o de terceros. Estos actos pueden constituir un delito de daños, previsto en el artículo 264.2 del Código Penal.
2. Utilizar el sistema para intentar acceder a áreas restringidas de los sistemas informáticos de la tienda o de terceros.
3. Introducir programas, virus, macros, applets, controles ActiveX o cualquier otro dispositivo lógico o secuencia de caracteres que puedan causar cualquier tipo de alteración en los sistemas informáticos de la tienda o de terceros.

La tienda se reserva el derecho a denegar en cualquier momento y sin necesidad de preaviso el acceso de cualquier usuario.

3.2. Garantía de privacidad o confidencialidad.

1. Toda la información proporcionada por el usuario será confidencial y sólo se utilizará con fines estadísticos.
2. La dirección de correo electrónico proporcionada por el usuario únicamente será utilizada para la comunicación electrónica en relación a cualquiera de los servicios solicitados por él previamente y proporcionados por la tienda.
3. No se facilitarán los datos del usuario a ninguna otra persona u organización.

3.3. Realización de pedidos.

1. Queda reservado el derecho de no servir parte de los productos solicitados en caso de falta de existencias. Se notificará al comprador de este hecho vía correo electrónico.

2. Para la devolución de algún producto de los incluidos en un pedido una vez recibidos, habrá que referirse a la política de devolución de productos de la empresa vendedora.

3.4. Propiedad intelectual.

La tienda le informa que la totalidad del contenido (no limitado) texto, los artículos, las fotografías, imágenes gráficos, audio, video-clips, marcas, logos, pertenecen en propiedad o mediante licencia a la tienda, y está protegido entre otros medios por las marcas, patentes, derechos de autor regulados por la ley Española.

El usuario utilizará el contenido para usos personales y no comerciales. No podrá efectuar los actos (de forma no limitativa) enunciados a continuación: copiar, adaptar, modificar publicar y transmitir, crear obras derivadas, vender o comunicar públicamente.

Si el usuario desea utilizar el contenido o el diseño en alguna de sus formas no permitidas, podrá solicitar el debido permiso contactando con la tienda.

3.5. Exoneraciones.

La tienda es responsable único de todos los contenidos recogidos en su tienda virtual así como de la veracidad de la información que en ella parece.

3.6. Política de privacidad.

La tienda recoge la siguiente información anónima del usuario: nombre del dominio, número de IP e información de las páginas a las que se accede (para analizar las tendencias y realizar estadísticas para mejorar el servicio). Esta información no identifica al usuario.

Cookies son pequeños ficheros de texto que un servidor Web escribe en el disco del usuario. No son programas que pueden dañar los ficheros del usuario. Contienen un identificador que se utiliza para registrar las páginas que el usuario visita. Con esto se obtiene qué páginas se visitan y cuáles no,

y con ello se comprueba la efectividad de la información que contiene el Web para de esta manera mejorarlo.

Si no se quieren recibir las cookies se puede configurar el navegador para que avise cuando llega una cookie, dándole la opción al usuario de rechazarla.

La tienda recoge a través de un **formulario** información que se proporciona de forma voluntaria como la dirección de correo, el nombre, dirección, teléfono, etc. Esta información se utiliza con propósitos de marketing.

Los datos proporcionados por los usuarios serán incluidos en una base de datos de la tienda. Conforme a la legislación vigente usted tiene derecho a acceder a dicha información y a rectificar o cancelar sus datos dirigiéndose a la tienda. En ningún caso se destinarán estos datos a otros fines ni se entregarán a terceras partes, de acuerdo con los principios de protección de datos de la LORTAD (Ley Orgánica 5/1992, de 29 de octubre, de regulación del tratamiento Automatizado de los Datos de carácter personal).

3.7. Seguridad del comercio.

La tienda ofrece seguridad en las compras mediante:

- una identificación positiva: mediante el uso de certificados, el navegador del usuario confirma la identidad de la tienda antes de que la transmisión de datos se efectúe.
- seguridad en la transmisión de los datos. Los datos viajan encriptados gracias a la utilización del protocolo estándar SSL.

Señales en el navegador sobre la seguridad:

- la URL que identifica la página empezará con https:// en vez de http://
- si se utiliza el navegador de microsoft aparece el candado cerrado en vez de abierto

- si se utiliza el navegador de netscape aparece la llave entera en vez de partida

3.8. Condiciones de uso.

Los pedidos realizados serán firmes una vez que el comprador los acepta.

La tienda posee mecanismos particulares de distribución de sus productos, y cualquier problema que pueda generarse en este proceso deberá ser solucionado entre comprador y vendedor.

En todas las operación de compraventa el comprador se encuentra protegido por la legislación de ventas a distancia que la empresa vendedora se compromete explícitamente a aceptar y cumplir en todos sus términos.

La empresa se compromete a avisar por correo electrónico si el pedido no puede ser servido.

Si la empresa de transporte es elegida por el cliente, el comercio no se hace responsable de pérdidas o daños.

Política de devolución: La devolución de los bienes adquiridos estará sujeta a las condiciones de devolución particulares del comercio/tienda.

4. CÓDIGO ÉTICO PARA UN CENTRO COMERCIAL ELECTRÓNICO.

4.1. Etiqueta de conformidad.

Toda empresa que perteneciendo al centro comercial, cumpla con lo

ventas a distancia, la cual deberá ser explícitamente aceptada por las tiendas y cumplida en todos sus términos.

6. Las compras realizadas en línea mediante la utilización de una tarjeta de crédito para el pago serán cargadas en la cuenta del comprador. En caso de que por cualquier circunstancia excepcional la tienda no pudiera aceptar el pedido, se le comunicará al comprador, por correo electrónico, en un plazo máximo de 24 horas laborables y se le abonará en su cuenta la devolución del importe correspondiente.
7. No se servirán pedidos en Apartados de Correos.
8. La información que el comprador introduzca para realizar sus compras será confidencial y se encriptará utilizando las máximas medidas de seguridad.

El usuario del centro comercial se compromete expresamente a no realizar ninguna de las siguientes actividades

1. Destruir, alterar, inutilizar de cualquier forma los datos o documentos electrónicos del centro comercial o de terceros. Estos actos pueden constituir un delito de daños, previsto en el artículo 264.2 del Código Penal.
2. Utilizar el sistema para intentar acceder a áreas restringidas de los sistemas informáticos del centro comercial o de terceros.
3. Introducir programas, virus, macros, applets, controles ActiveX o cualquier otro dispositivo lógico o secuencia de caracteres que puedan causar cualquier tipo de alteración en los sistemas informáticos del centro comercial o de terceros.

El centro comercial se reserva el derecho a denegar en cualquier momento y sin necesidad de preaviso el acceso de cualquier usuario.

4.3. Garantía de privacidad o confidencialidad.

4. Toda la información proporcionada por el usuario será confidencial y sólo se utilizará con fines estadísticos.
5. La dirección de correo electrónico proporcionada por el usuario únicamente será utilizada para la comunicación electrónica en relación a cualquiera de los servicios solicitados por él previamente y proporcionados por el centro comercial.
6. No se facilitarán los datos del usuario a ninguna otra persona u organización.

4.4. Admisión de una tienda en el centro comercial.

Previamente a la aceptación de la empresa dentro del centro comercial, se habrá comprobado en el registro mercantil su identidad jurídica.

Toda empresa que desee registrarse como tienda dentro del centro comercial deberá estar de acuerdo con las siguientes condiciones exigibles para su funcionamiento:

- Compromiso de mantener su tienda virtual actualizada durante un mínimo de 6 meses, transcurridos los cuales puede decidir, si así lo desea, darse de baja en el centro comercial.
- Compromiso de actualizar su tienda virtual periódicamente, como mínimo cada tres meses, y por supuesto, cada vez que haya una modificación en los precios de sus productos o se oferte un nuevo servicio/producto.
- Compromiso de servir los pedidos pendientes en el plazo de tiempo que se estime adecuado para el buen funcionamiento del centro comercial. Este plazo podría ser de 30 días, que es el plazo establecido en la normativa europea, nacional y autonómica que regula la venta a distancia.
- Compromiso de notificar a sus clientes de la imposibilidad de cursar un pedido en caso de no disponer de existencias. No estará permitido que

las empresas vendedoras acepten pedidos que luego no sean capaces de servir a sus clientes en el plazo de entrega estipulado.

- Compromiso de responder a las sugerencias, quejas y reclamaciones que sus clientes les notifiquen en el plazo más breve posible de tiempo.
- Conformidad con la política de ofertas y promociones a nivel de todo el centro comercial. Esta política será establecida y supervisada por la Asociación de Arbitraje.
- Conformidad con que el sistema mantenga una copia de todos los pedidos que se realicen en su tienda virtual durante un período de 1 año, con la finalidad de aportarlos en caso de posibles conflictos con clientes.
- Para toda empresa que desee darse de baja como empresa vendedora en el centro comercial se seguirá manteniendo la copia de todos los pedidos realizados en su tienda hasta que transcurra el período de 1 año, con la finalidad de aportarlos en caso de posibles conflictos con clientes.

4.5. Asociación de Arbitraje.

La Asociación de Arbitraje (AA) tiene como misión resolver los problemas y conflictos que puedan aparecer en el funcionamiento del centro comercial. Esta asociación está formada por una agrupación voluntaria de las empresas vendedoras y el administrador del centro comercial.

Las funciones principales de la AA son las siguientes:

- Definir los parámetros más adecuados para el funcionamiento del servicio de venta electrónica, como por ejemplo el plazo de entrega de los pedidos a los clientes (normalmente, será de 30 días), el plazo y las condiciones de devolución de los productos, el plazo para la atención de las reclamaciones recibidas por las tiendas, etc.
- Definir y supervisar el funcionamiento de la política de ofertas y promociones a nivel de todo el centro comercial

- Analizar la efectividad del Comercio Electrónico sustentado por el centro comercial. Para ello, se basará en la información estadística proporcionada para que cada empresa vendedora pueda realizar un seguimiento del funcionamiento de su tienda virtual, así como para que el propio centro comercial realice un seguimiento del funcionamiento global de su espacio comercial virtual.
- Resolver los conflictos planteados por ciertas quejas de los miembros del centro comercial sobre comportamientos ilícitos o inmorales detectados en la utilización de los servicios del centro comercial.
- Realizar un seguimiento periódico del buen funcionamiento del Centro de Atención al Cliente del centro comercial. Este seguimiento conlleva un análisis de las incidencias planteadas al Centro de Atención al Cliente de cada tienda virtual, con la finalidad de garantizar un buen funcionamiento del servicio de venta electrónica, satisfaciendo las expectativas de los clientes.
- Analizar las sugerencias planteadas por los usuarios del centro comercial, tanto las sugerencias relativas a los distintos servicios del centro comercial como las referentes al funcionamiento de cada tienda virtual (que son directamente enviadas a la empresa vendedora en cuestión). La finalidad de este análisis es doble:
 - Incluir nuevos servicios en el centro comercial que puedan ser de interés para los usuarios;
 - Mejorar el funcionamiento de los servicios ofrecidos, dotándoles de mayor funcionalidad o consiguiendo que sean más sencillos de utilizar.
- Resolución de conflictos. Caso de que estos no puedan resolverse por los cauces normales, se recurrirá a la Asociación Española de Arbitraje Tecnológico (ARBITEC) o a cualquier Tribunal de Arbitraje de los existentes en este país que se considere oportuno.

4.6. Realización de pedidos.

- Queda reservado el derecho de no servir parte de los productos solicitados en caso de falta de existencias. Se notificará al comprador de este hecho vía correo electrónico.
- Para la devolución de algún producto de los incluidos en un pedido una vez recibidos, habrá que referirse a la política de devolución de productos de la empresa vendedora.

4.7. Propiedad intelectual.

El centro comercial le informa que la totalidad del contenido (no limitado) texto, los artículos, las fotografías, imágenes gráficas, audio, video-clips, marcas, logos, pertenecen en propiedad o mediante licencia al centro comercial, y está protegido entre otros medios por las marcas, patentes, derechos de autor regulados por la ley Española.

El usuario utilizará el contenido para usos personales y no comerciales. No podrá efectuar los actos (de forma no limitativa) enunciados a continuación: copiar, adaptar, modificar publicar y transmitir, crear obras derivadas, vender o comunicar públicamente.

Si el usuario desea utilizar el contenido o el diseño en alguna de sus formas no permitidas, podrá solicitar el debido permiso contactando con el centro comercial.

4.8. Exoneraciones.

Cada comercio es responsable único de todos los contenidos recogidos en su tienda virtual así como de la veracidad de la información que en ella parece, no siendo el centro comercial responsable en forma alguna de estos contenidos.

El centro comercial rechaza la responsabilidad que se derive de la mala utilización de los contenidos y se reserva el derecho de actualizarlos cuando

quiera, eliminarlos, limitar o impedir el acceso a ellos de manera temporal o definitiva.

4.9. Política de privacidad.

El centro comercial recoge la siguiente información anónima del usuario: nombre del dominio, número de IP e información de las páginas a las que se accede (para analizar las tendencias y realizar estadísticas para mejorar el servicio). Esta información no identifica al usuario.

Cookies son pequeños ficheros de texto que un servidor Web escribe en el disco del usuario. No son programas que pueden dañar los ficheros del usuario. Contienen un identificador que se utiliza para registrar las páginas que el usuario visita. Con esto se obtiene qué páginas se visitan y cuáles no, y con ello se comprueba la efectividad de la información que contiene el Web para de esta manera mejorarlo.

Si no se quieren recibir las cookies se puede configurar el navegador para que avise cuando llega una cookie, dándole la opción al usuario de rechazarla.

El centro comercial recoge a través de un **formulario** información que se proporciona de forma voluntaria como la dirección de correo, el nombre, dirección, teléfono, etc. Esta información se utiliza con propósitos de marketing. Para realizar las compras el usuario deberá proporcionar el número de la tarjeta de crédito o de una cuenta bancaria.

Los datos proporcionados por los usuarios serán incluidos en un fichero automatizado. Conforme a la legislación vigente usted tiene derecho a acceder a dicho fichero y a rectificar o cancelar sus datos dirigiéndose a la dirección del centro comercial. En ningún caso se destinarán estos datos a otros fines ni se entregarán a terceras partes, de acuerdo con los principios de protección de datos de la LORTAD (Ley Orgánica 5/1992, de 29 de octubre, de regulación del tratamiento Automatizado de los Datos de carácter personal).

4.10.Seguridad del comercio.

El centro comercial ofrece seguridad en las compras (en aquellas tiendas que aloja) mediante:

- una identificación positiva: mediante el uso de certificados, el navegador del usuario confirma la identidad del centro comercial antes de que la transmisión de datos se efectúe.
- seguridad en la transmisión de los datos. Los datos viajan encriptados gracias a la utilización del protocolo estándar SSL.

Señales en el navegador sobre la seguridad:

- la URL que identifica la página empezará con https:// en vez de http://
- si se utiliza el navegador de microsoft aparece el candado cerrado en vez de abierto
- si se utiliza el navegador de netscape aparece la llave entera en vez de partida

4.11.Condiciones de uso.

Los pedidos realizados serán firmes una vez que el comprador los acepta.

Cada tienda posee mecanismos particulares de distribución de sus productos, no siendo imputable al centro comercial ningún problema que pueda generarse en este proceso y que en todo caso, deberá ser solucionado entre comprador y vendedor.

En todas las operación de compraventa el comprador se encuentra protegido por la legislación de ventas a distancia que las empresas vendedoras se comprometen explícitamente a aceptar y cumplir en todos sus términos.

La empresa se compromete a avisar por correo electrónico si el pedido no puede ser servido.

Si la empresa de transporte es elegida por el cliente, el comercio no se hace responsable de pérdidas o daños.

Política de devolución: La devolución de los bienes adquiridos estará sujeta a las condiciones de devolución particulares de cada comercio/tienda.

5. CÓDIGO ÉTICO PARA UN PROVEEDOR DE SERVICIOS DE INTERNET.

En el ámbito de Comercio Electrónico, la empresa que desea implantar una aplicación de Comercio Electrónico, normalmente deberá contratar con un proveedor de servicios de Internet (en adelante ISP – Internet Service Provider) un almacenamiento para las páginas Web, en caso de una tienda virtual, o un espacio de almacenamiento de archivos para el caso de transferencia de ficheros EDI entre empresas.

El contratante de este servicio se compromete a no revenderlo, salvo autorización expresa.

Para que se considere que un ISP esté capacitado para ofrecer dichos servicios es necesario que se comprometa a cumplir una serie de requisitos que se detallan a continuación.

5.1. Disponibilidad.

El ISP se compromete a disponer de recursos y equipos suficientes para poder subsanar cualquier error que pueda aparecer en su sistema el mismo día en el que ha ocurrido el error. Estos equipos serían: un SAI para prevenir caídas de tensión y un sistema redundante para tolerancia a fallos.

5.2. Seguridad.

El ISP debe de contar con avanzados sistemas de protección para no sufrir ataques que puedan llegar a acceder a la información confidencial sobre clientes o transacciones realizadas (FIREWALL).

El ISP debe de contar con una copia de seguridad diaria. Debe de almacenar una copia por cada día de la semana y dos mensuales, en lugares distintos.

5.3. Privacidad.

El ISP debe contar con mecanismos de seguridad suficientes para proporcionar una confidencialidad completa en las transacciones. En caso de que el ISP tenga que acceder a un dato por petición expresa del peticionario, se comprometerá a no divulgarlo.

El ISP no usará para sus propios fines ni de terceros ninguna información almacenada en sus servidores que sea propiedad de la empresa (emails, ficheros, bases de datos, etc.).

5.4. Histórico.

El ISP se compromete a mantener un listado histórico de todas las transacciones realizadas y almacenar toda la información posible para detectar el origen de posibles problemas.

