



El 62% reclamaciones tramitadas sobre compras online y publicidad interactiva se resuelven por acuerdo de mediación en menos de diez días

- El número de entidades que han sido acreditadas con el Sello de Confianza Online ha aumentado un 117% desde enero de 2009
- Supuestos errores de facturación y retrasos en la entrega son los principales motivos de reclamaciones por comercio electrónico
- Confianza Online lanza su segunda campaña de publicidad

Madrid, 7 de junio de 2010. El 62% de las reclamaciones tramitadas por la Secretaría de Confianza Online sobre compras electrónicas y publicidad interactiva, se resuelven en un plazo no superior a 10 días mediante un acuerdo de mediación online.

La posibilidad de acudir a este sistema extrajudicial de resolución de controversias gratuito, rápido y eficaz, reconocido por la Comisión Europea, es una de las ventajas que tiene el consumidor que accede a una página web que incluye el Sello de Confianza Online (www.confianzaonline.es), un distintivo que permite identificar a las entidades que cumplen toda una serie de requisitos éticos y legales, recogidos en el Código Ético de Confianza Online. Actualmente, son cerca de 500 entidades adheridas las que ya han sido acreditadas con este Sello, que pretende aumentar la confianza de los consumidores en el comercio electrónico y la publicidad interactiva y garantizar la protección del menor, la accesibilidad y usabilidad, así como la protección de datos.

Según datos desde sus orígenes en 2003, la Secretaría Técnica de Confianza Online ha tramitado 7.201 reclamaciones, de las cuales 6.962 estaban relacionadas con el comercio electrónico y 239 con la publicidad interactiva, cubriendo en algunos casos la protección de datos de carácter personal.

Entre los principales motivos de reclamaciones presentadas sobre comercio electrónico en 2010 (765) destacan el principio de legalidad del Código Ético de Confianza Online (32%) –referido a principios generales de los contratos con consumidores-, seguido por el incumplimiento de los plazos de entrega (32%), incidencias en la facturación (17%), garantía de bienes de consumo (7%) o errores de volcado de precios en los sitios web (4%). Respecto a las de publicidad interactiva (15), la principal razón ha sido la alegación de ilicitud de la publicidad engañosa (40%), seguida por las promociones mediante SMS o por la letra pequeña de los contratos (34%).

Además de las reclamaciones, la Secretaría Técnica ha atendido desde 2003, 11.900 consultas, para conocer, entre otros, información sobre el procedimiento de tramitación de reclamaciones, plazos de mediación y compromisos asumidos por las entidades adheridas.

Nueva campaña de publicidad

Confianza Online ha puesto en marcha una campaña de comunicación nacional durante los meses de mayo y junio con presencia en Internet, televisión, radio, prensa y revistas. El objetivo es expandir las buenas prácticas en Internet y generar confianza en los internautas hacia todos los sitios que tengan el Sello pudiendo navegar, comprar o compartir información con total tranquilidad. Pinchando en el sello se podrá comprobar la adhesión de dicha entidad y su compromiso ético hacia sus clientes. Además, empresas y organismos sin importar el tamaño de los mismos, se verán beneficiados por un mismo servicio al cliente.

Según el último informe de la Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) sobre comercio electrónico B2C, 2 de cada 3 compradores online ya buscan un sello de calidad en las páginas web a la hora de realizar sus compras o ceder sus datos privados a terceros.

Confianza Online, constituida en Asociación

Entre las novedades de 2009, destaca la constitución de Confianza Online en Asociación con personalidad jurídica propia con nuevos Estatutos y Reglamento del Régimen interior, que ha quedado conformada por una nueva estructura fundacional: los socios privados siguen siendo la Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional (AECEM-FECEMD) y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL) y como socio público Confianza Online sigue contando con el apoyo del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, a través de la Entidad Pública Empresarial red.es.

El Código Ético de CONFIANZA ONLINE sigue siendo el elemento vertebrador de la Asociación. Por su parte, el órgano de control de su aplicación sigue estando encarnado en los dos únicos sistemas de resolución extrajudicial de controversias existentes en España reconocidos por la Comisión Europea por cumplir los requisitos de la Recomendación de 30 de marzo de 1998, que son el Jurado de la Publicidad de AUTOCONTROL y la Junta Arbitral Nacional de Consumo, previa mediación de AECEM. El Código ha sido reconocido como Código Tipo por la Agencia Española de Protección de Datos, por el Consejo de Consumidores y Usuarios y por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, habiendo obtenido en 2005 el Distintivo Público de Confianza en Línea otorgado por el Gobierno.

IMÁGENES DE LIBRE DISPOSICIÓN PARA TELEVISIONES Y MEDIOS DIGITALES:

- Entrevistas a Anders Kjong, Consejero delegado Ventura 24; Gustavo García, CEO BuyVIP España y Mayte Carreño, Country Manager Spain de PopGom, empresas que cuentan con el sello de Confianza Online.

Datos Satélite:

FECHA:07/06/2010

TRAMO HORARIO: 17:45- 17:55 hle
SATÉLITE: HISPASAT 1C
TRANSPONDER: 60
FRECUENCIA DE BAJADA: 12.092V
SYMBOL RATE: 27.500
FEC: ¾

FPT

ftp://vnews.file.flumotion.com

USUARIO: redesvnews

CONTRASEÑA: videonoticias

CARPETA: CONFIANZA_ONLINE

FORMATO: MPEG2

PIEZA EDITADA Y LOCUTADA PARA MEDIOS DIGITALES (2' aprox.):

www.vnews.com.es

USUARIO: redpuntoes

CONTRASEÑA: videonoticias1

SECCIÓN: Sociedad de la Información

FORMATOS : WINDOWS MEDIA, FLASH Y MPEG:2

PIEZAS DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD DE CONFIANZA ONLINE:

<http://www.confianzaonline.es/descarga>

Más información:

Confianza Online: jon.ubiria@confianzaonline.es. Tel.: 913091347.

AECEM: emartinez@roatan.es. Tel.: 91 563 67 80

AUTOCONTROL: marina.gordillo@autocontrol.es. Tel.: 913096637.

red.es: prensa@red.es Tel.: 914179865

