

## PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR *ON-LINE* ENTRE OS PAÍSES-MEMBROS DA ALADI

O presente documento foi elaborado pela Secretaria-Geral da ALADI, em cumprimento da “Atividade 15 – Comércio Eletrônico”, correspondente ao Programa de Atividades 2023 da Associação.

Por meio deste Estudo, busca-se tomar conhecimento de alguns aspectos vinculados à proteção do consumidor no entorno digital, no âmbito dos países-membros da ALADI, a fim de propor linhas de ação tendentes a gerar, aprofundar e fortalecer práticas que promovam a confiança dos consumidores *on-line*, a fim de impulsionar e facilitar o comércio eletrônico regional.

A Secretaria-Geral elaborou um “Questionário em matéria de proteção do consumidor *on-line*” (Anexo 1 do presente documento), oportunamente remetido aos países-membros, a fim de coletar a informação pertinente, objeto de avaliação deste Estudo.

A análise aborda questões como a existência ou não de um marco legal específico regulador das relações de consumo, a existência de um órgão ou instituição criado especificamente para velar pelo cumprimento dessas normas, os mecanismos de reclamações ou denúncias, as dificuldades identificadas para a efetiva implementação dos direitos dos consumidores, as fraquezas e os obstáculos enfrentados pelas PMEs, o nível de conhecimento dos consumidores *on-line* em matéria de proteção de direitos, publicidade e divulgação, entre outros aspectos.

Na data da publicação do presente Estudo, os países que forneceram a informação requerida foram a Bolívia, Brasil, Chile, Equador e México.

Em consequência, a Secretaria-Geral elaborou o presente documento constituído pelos seguintes capítulos:

- **Capítulo I:** Avaliação por país, dos principais aspectos relacionados à proteção ao consumidor *on-line*.
- **Capítulo II:** Quadro comparativo em matéria de proteção do consumidor *on-line*.
- **Capítulo III:** Principais considerações decorrentes do Estudo.

- **Capítulo IV:** Possíveis ações para a proteção do consumidor *on-line* no âmbito da ALADI.
- **Anexo 1:** Questionário em matéria de proteção do consumidor *on-line*.
- **Anexo 2:** Respostas dos países ao Questionário em matéria de proteção do consumidor *on-line*.

## CAPÍTULO I: AVALIAÇÃO POR PAÍS DOS PRINCIPAIS ASPECTOS RELACIONADOS À PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR *ON-LINE*

O Capítulo I contém uma avaliação dos principais aspectos relacionados à proteção do consumidor *on-line*, organizados por país, com a informação fornecida por eles, em resposta ao Questionário em matéria de proteção do consumidor *on-line* que consta do Anexo 1 e registrada no Anexo 2 do presente documento.

### BOLÍVIA

1. **MARCO NORMATIVO REGULADOR DAS RELAÇÕES DE CONSUMO E DIREITOS DO CONSUMIDOR EM GERAL:** Dispõe de normas.
2. **MARCO NORMATIVO ESPECÍFICO REGULADOR DAS RELAÇÕES DE CONSUMO E DIREITOS DO CONSUMIDOR NO ENTORNO DIGITAL:** Não dispõe.
3. **ÓRGANO/AGÊNCIA/INSTITUIÇÃO ESPECÍFICA DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR:** Vice-Ministério de Defesa dos Direitos do Usuário e Consumidor.
4. **SITE ESPECÍFICO E CENTRALIZADO EM MATÉRIA DE RELAÇÕES DE CONSUMO (PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO):** Plataforma Digital de atendimento do usuário e consumidor (ONDDUC).  
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.vdduc2.app>
5. **CANAIS DISPONÍVEIS PARA REALIZAR DENÚNCIAS<sup>1</sup>:** Presencial, telefônico e web.
6. **CANAL MAIS UTILIZADO PARA REALIZAR DENÚNCIAS:** Presencial.

---

<sup>1</sup> Entende-se por denúncia: que qualquer pessoa possa levar ao conhecimento da autoridade competente uma situação que adverte que presumivelmente viola as normas ou as boas práticas (ex. uma publicidade enganosa em uma página web).

7. **DENÚNCIAS MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO DOMÉSTICO E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES DENUNCIADAS:** Compras de produtos defeituosos. Não se informa sobre ações para minimizar as situações denunciadas.
8. **DENÚNCIAS MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO TRANSFRONTEIRIÇO E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES DENUNCIADAS:** Falta de entrega do produto adquirido. Não se informa sobre ações para minimizar as situações denunciadas.
9. **CANAIS DISPONÍVEIS PARA REALIZAR RECLAMAÇÕES<sup>2</sup>:** Presencial, telefônico e web.
10. **CANAL MAIS UTILIZADO PARA REALIZAR RECLAMAÇÕES:** Presencial.
11. **RECLAMAÇÕES MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO DOMÉSTICO E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES RECLAMADAS:** As características do produto não coincidem estritamente com o oferecido, atraso na entrega, problemas com as devoluções. Ações para minimizar essas situações: orientação legal e verificações quando é estabelecida a localização da loja física em território boliviano.
12. **RECLAMAÇÕES MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO TRANSFRONTEIRIÇO E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES RECLAMADAS:** Serviços de espetáculos. Ações para minimizar essas situações: orientação legal.
13. **DIFICULDADES IDENTIFICADAS PARA A EFETIVA IMPLEMENTAÇÃO DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR ON-LINE:** Relativas ao conhecimento que os consumidores têm sobre seus direitos.
14. **SOLUÇÕES ÀS DIFICULDADES IDENTIFICADAS:** Não se informa sobre possíveis soluções.
15. **NÍVEL DE CONHECIMENTO DOS CONSUMIDORES ON-LINE SOBRE OS DIREITOS QUE OS ASSISTEM:** Insuficiente.

---

<sup>2</sup> Entende-se por reclamação a possibilidade de solucionar problemas, desconformidades ou descumprimentos gerados em uma relação de consumo específica (ex. a compra de um produto defeituoso).

- 16. NÍVEL DE CONHECIMENTO DAS PMES SOBRE BOAS PRÁTICAS EM MATÉRIA DE CONSUMO ON-LINE:** Insuficiente.
- 17. FRAQUEZAS OU OBSTÁCULOS DAS PMES:** Encontrar clientes, ter presença digital, ganhar presença virtual.
- 18. PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO TRADICIONAL VS. PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR *ON-LINE*:** A proteção do consumidor tradicional é IGUAL à proteção do consumidor *on-line*.
- 19. ACORDOS/TRATADOS QUE INCLUEM OU CONTEMPLAM A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR *ON-LINE*:** Não se informa.
- 20. AÇÕES QUE A ALADI PODERIA LEVAR ADIANTE:**
- Facilitar a cooperação entre países para identificar e solucionar problemas comuns.
  - Promover campanhas de educação e conscientização para consumidores/usuários.
  - Desenvolver guias/manuais.
  - Impulsionar as PMEs para potencializar sua oferta de produtos e serviços.

## BRASIL

- 1. MARCO NORMATIVO REGULADOR DAS RELAÇÕES DE CONSUMO E DIREITOS DO CONSUMIDOR EM GERAL:** Dispõe de normas.
- 2. MARCO NORMATIVO ESPECÍFICO REGULADOR DAS RELAÇÕES DE CONSUMO E DIREITOS DO CONSUMIDOR NO ENTORNO DIGITAL:** Dispõe de normas.
- 3. ÓRGÃO/AGÊNCIA/INSTITUIÇÃO ESPECÍFICA DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR:** Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC).
- 4. SITE ESPECÍFICO E CENTRALIZADO EM MATÉRIA DE RELAÇÕES DE CONSUMO (PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO):**  
<https://www.gov.br/mj/pt/assuntos/seus-direitos/consumidor/>

5. **CANAIS DISPONÍVEIS PARA REALIZAR DENÚNCIAS<sup>3</sup>**: Presencial, telefônico e web.
6. **CANAL MAIS UTILIZADO PARA REALIZAR DENÚNCIAS**: Não dispõem dessa informação.
7. **DENÚNCIAS MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO DOMÉSTICO E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES DENUNCIADAS**: Dificuldade/retraso em devolução de montantes pagos/reembolso/retenção de pagamentos. Oferta não cumprida/serviço não proporcionado/venda ou publicidade enganosa. Cobranças indevidos/abusivas para modificar ou cancelar o contrato. Ações para minimizar essas situações: desenvolvimento e monitoramento de plataforma para solução de litígios ([www.consumidor.gov.br](http://www.consumidor.gov.br)) e monitoramento do mercado de consumo e instauração do procedimento administrativo sancionador.
8. **DENÚNCIAS MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO TRANSFRONTEIRIÇO E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES DENUNCIADAS**: Não dispõem de informação sobre denúncias no comércio eletrônico transfronteiriço. Não obstante, consideram ações pertinentes: divulgação de material informativo, monitoramento do mercado de consumo, celebração de Acordos de Cooperação Técnica, participação em fóruns e organismos estrangeiros e adoção das melhores práticas internacionais.
9. **CANAIS DISPONÍVEIS PARA REALIZAR RECLAMAÇÕES<sup>4</sup>**: Presencial, telefônico, web e Defensoria do Povo.
10. **CANAL MAIS UTILIZADO PARA REALIZAR RECLAMAÇÕES**: Não dispõem dessa informação.
11. **RECLAMAÇÕES MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO DOMÉSTICO E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES RECLAMADAS**: Dificuldade/retraso em devolução de montantes pagos/reembolso/retenção de pagamentos. Oferta não cumprida/serviço não proporcionado/venda ou publicidade enganosa. Cobranças indevidas/abusivas para modificar ou cancelar o contrato. Ações para minimizar essas situações: desenvolvimento e monitoramento de plataforma

---

<sup>3</sup> Entende-se por denúncia: que qualquer pessoa possa levar ao conhecimento da autoridade competente uma situação que adverte que provavelmente viola as normas ou as boas práticas (ex. uma publicidade enganosa em uma página web).

<sup>4</sup> Entende-se por reclamação a possibilidade de solucionar problemas, desconformidades ou descumprimentos gerados em uma relação de consumo específica (ex. a compra de um produto defeituoso).

para solução de litígios ([www.consumidor.gov.br](http://www.consumidor.gov.br)) e monitoramento do mercado de consumo e instauração do procedimento administrativo sancionador.

- 12. RECLAMAÇÕES MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO **TRANSFRONTEIRIÇO** E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES RECLAMADAS:** Não dispõem dessa informação.
- 13. DIFICULDADES IDENTIFICADAS PARA A EFETIVA IMPLEMENTAÇÃO DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR *ON-LINE*:**  
Ausência de fronteiras entre consumidores e vendedores/ofereentes, determinadas negociações realizadas em algumas plataformas não são consideradas como relações de consumo, falta de consenso jurisprudencial quanto a determinar quem deve responder objetiva e solidariamente pelas infrações, venda de produtos falsos ou inseguros.
- 14. SOLUÇÕES ÀS DIFICULDADES IDENTIFICADAS:** Estabelecer exigências às plataformas digitais em relação ao acesso dos vendedores/ofereentes e monitorar mais ativamente os bens e serviços ofertados.
- 15. NÍVEL DE CONHECIMENTO DOS CONSUMIDORES *ON-LINE* SOBRE OS DIREITOS QUE LHESS ASSISTEM:** Insuficiente, devido a condições socioeconômicas, o uso de meios digitais não está generalizado na população e desconhecimento de direitos do consumidor.
- 16. NÍVEL DE CONHECIMENTO DAS PMES SOBRE BOAS PRÁTICAS EM MATÉRIA DE CONSUMO *ON-LINE*:**  
Suficiente/Adequado.
- 17. FRAQUEZAS OU OBSTÁCULOS DAS PMES:** Orçamento mais restringido que as grandes empresas para implementar medidas que atendam as demandas dos consumidores.
- 18. PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO TRADICIONAL VS. PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR *ON-LINE*:** A proteção do consumidor tradicional é MAIOR à proteção do consumidor *on-line*.
- 19. ACORDOS/TRATADOS QUE INCLUEM OU CONTEMPLAM A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR *ON-LINE*:** Resolução GMC Nº 37/2019 do Grupo Mercado Comum.

## 20. AÇÕES QUE A ALADI PODERIA LEVAR ADIANTE: *Benchmarking*.

### CHILE

1. **MARCO NORMATIVO REGULADOR DAS RELAÇÕES DE CONSUMO E DIREITOS DO CONSUMIDOR EM GERAL:** Dispõe de normas.
2. **MARCO NORMATIVO ESPECÍFICO REGULADOR DAS RELAÇÕES DE CONSUMO E DIREITOS DO CONSUMIDOR NO ENTORNO DIGITAL:** Dispõe de normas.
3. **ÓRGANO/AGÊNCIA/INSTITUIÇÃO ESPECÍFICA DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR:** Serviço Nacional do Consumidor.
4. **SITE ESPECÍFICO E CENTRALIZADO EM MATÉRIA DE RELAÇÕES DE CONSUMO (PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO):** <https://www.sernac.cl/portal/604/w3-propertyvalue-20982.html>
5. **CANAIS DISPONÍVEIS PARA REALIZAR DENÚNCIAS<sup>5</sup>:** Presencial, telefônico e web.
6. **CANAL MAIS UTILIZADO PARA REALIZAR DENÚNCIAS:** Web.
7. **DENÚNCIAS MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO DOMÉSTICO E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES DENUNCIADAS:** Reclamações contra fornecedores do *retail* relacionados a lojas de pequenas e médias empresas, reclamações contra fornecedores relacionados a lojas por departamento e reclamações a empresas de transporte aéreo. Ações para minimizar essas situações: monitoramento da conduta dos fornecedores *on line*, identificação de estratégias em app ou interfaces que impulsionam a comprar produtos não desejados, uso de ferramentas tecnológicas para fiscalização de serviços e supervisão de riscos, monitoramento de eventuais infrações por parte de plataformas de comércio eletrônico.

---

<sup>5</sup> Entende-se por denúncia que qualquer pessoa possa levar ao conhecimento da autoridade competente uma situação que adverte que provavelmente viola as normas ou as boas práticas (ex. uma publicidade enganosa em uma página web).

8. **DENÚNCIAS MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO **TRANSFRONTEIRIÇO** E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES DENUNCIADAS:** Não dispõem de dados relacionados ao comércio internacional, não podendo o Serviço Nacional do Consumidor (SERNAC) utilizar suas faculdades fora do território nacional.
9. **CANAIS DISPONÍVEIS PARA REALIZAR RECLAMAÇÕES<sup>6</sup>:** Presencial, telefônico e web.
10. **CANAL MAIS UTILIZADO PARA REALIZAR RECLAMAÇÕES:** Web.
11. **RECLAMAÇÕES MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO **DOMÉSTICO** E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES RECLAMADAS:** Sem informação.
12. **RECLAMAÇÕES MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO **TRANSFRONTEIRIÇO** E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES RECLAMADAS:** Reclamações contra fornecedores do *retail* relacionados a lojas de pequenas e médias empresas, reclamações contra fornecedores relacionadas a lojas por departamento e reclamações a empresas de transporte aéreo. Sem informação sobre ações para minimizar essas situações.
13. **DIFICULDADES IDENTIFICADAS PARA A EFETIVA IMPLEMENTAÇÃO DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR *ON-LINE*:** As relações transfronteiriças são um grande desafio para as agências de proteção do consumidor, muitas vezes as empresas que comercializam em nível continental são transnacionais.
14. **SOLUÇÕES ÀS DIFICULDADES IDENTIFICADAS:** Estabelecer acordos de cooperação entre as agências de proteção do consumidor dos diferentes países.
15. **NÍVEL DE CONHECIMENTO DOS CONSUMIDORES *ON-LINE* SOBRE OS DIREITOS QUE LHESS ASSISTEM:** Suficiente/Adequado.
16. **NÍVEL DE CONHECIMENTO DAS PMES SOBRE BOAS PRÁTICAS EM MATÉRIA DE CONSUMO *ON-LINE*:** Suficiente/Adequado.

---

<sup>6</sup> Entende-se por reclamação a possibilidade de solucionar problemas, desconformidades ou descumprimentos gerados em uma relação de consumo específica (ex. a compra de um produto defeituoso).

- 17. FRAQUEZAS OU OBSTÁCULOS DAS PMES:** Um dos desafios é a formalização das transações.
- 18. PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO TRADICIONAL VS. PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR *ON-LINE*:** A proteção do consumidor tradicional é IGUAL à proteção do consumidor *on-line*.
- 19. ACORDOS/TRATADOS QUE INCLUEM OU CONTEMPLAM A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR *ON-LINE*:** Desconhece-se o número exato de tratados que a incluem.
- 20. AÇÕES QUE A ALADI PODERIA LEVAR ADIANTE:** Gerar instâncias para que os países-membros compartilhem experiências, boas práticas e legislação para abordar o tema de forma conjunta.

#### EQUADOR

- 1. MARCO NORMATIVO REGULADOR DAS RELAÇÕES DE CONSUMO E DIREITOS DO CONSUMIDOR EM GERAL:** Dispõe de normas.
- 2. MARCO NORMATIVO ESPECÍFICO REGULADOR DAS RELAÇÕES DE CONSUMO E DIREITOS DO CONSUMIDOR NO ENTORNO DIGITAL:** Não dispõem de um marco legal específico.
- 3. ÓRGÃO/AGÊNCIA/INSTITUIÇÃO ESPECÍFICA DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR:** Ministério da Produção, Comércio Exterior, Investimentos e Pesca.
- 4. SITE WEB ESPECÍFICO E CENTRALIZADO EM MATÉRIA DE RELAÇÕES DE CONSUMO (PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO):**  
<https://www.produccion.gob.ec/wpcontent/uploads/2019/08/A2-LEY-ORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pdf>  
[www.gob.ec](http://www.gob.ec)

5. **CANAIS DISPONÍVEIS PARA REALIZAR DENÚNCIAS<sup>7</sup>**: Presencial e web.
6. **CANAL MAIS UTILIZADO PARA REALIZAR DENÚNCIAS**: Sem informação.
7. **DENÚNCIAS MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO DOMÉSTICO E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES DENUNCIADAS**: Publicidade enganosa, solicitação de devolução de bens e serviços, mal serviço. Ações para minimizar essas situações: programas de capacitação para corrigir más práticas comerciais.
8. **DENÚNCIAS MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO TRANSFRONTEIRIÇO E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES DENUNCIADAS**: Sem informação.
9. **CANAIS DISPONÍVEIS PARA REALIZAR RECLAMAÇÕES<sup>8</sup>**: Presencial e web.
10. **CANAL MAIS UTILIZADO PARA REALIZAR RECLAMAÇÕES**: Presencial e web.
11. **RECLAMAÇÕES MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO DOMÉSTICO E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES RECLAMADAS**: Aplicação de garantias por vício oculto, serviços financeiros, encomendas e transportes aéreos. Ações concretas para minimizar essas situações: audiências de intermediação e programas de capacitação.
12. **RECLAMAÇÕES MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO TRANSFRONTEIRIÇO E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES RECLAMADAS**: Sem informação.
13. **DIFICULDADES IDENTIFICADAS PARA A EFETIVA IMPLEMENTAÇÃO DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR ON-LINE**: Que a lei somente contempla um artigo.
14. **SOLUÇÕES ÀS DIFICULDADES IDENTIFICADAS**: Reforma da Lei e do Regulamento.

---

<sup>7</sup> Entende-se por denúncia que qualquer pessoa possa levar ao conhecimento da autoridade competente uma situação que adverte que provavelmente viola as normas ou as boas práticas (ex. uma publicidade enganosa em uma página web).

<sup>8</sup> Entende-se por reclamação a possibilidade de solucionar problemas, desconformidades ou descumprimentos gerados em uma relação de consumo específica (ex. a compra de um produto defeituoso).

15. **NÍVEL DE CONHECIMENTO DOS CONSUMIDORES *ON-LINE* SOBRE OS DIREITOS QUE LHES ASSISTEM:** insuficiente.
16. **NÍVEL DE CONHECIMENTO DAS PMES SOBRE BOAS PRÁTICAS EM MATÉRIA DE CONSUMO *ON-LINE*:** insuficiente.
17. **FRAQUEZAS OU OBSTÁCULOS DAS PMES:** Pouco conhecimento das normas legais vigentes.
18. **PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO TRADICIONAL VS. PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR *ON-LINE*:** A proteção do consumidor tradicional é MAIOR à proteção do consumidor *on-line*.
19. **ACORDOS/TRATADOS QUE INCLUEM OU CONTEMPLAM A PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR *ON-LINE*:** Sem informação.
20. **AÇÕES QUE A ALADI PODERIA LEVAR ADIANTE:** Criação de políticas comuns.

## MÉXICO

1. **MARCO NORMATIVO REGULADOR DAS RELAÇÕES DE CONSUMO E DIREITOS DO CONSUMIDOR EM GERAL:** Dispõe de normas.
2. **MARCO NORMATIVO ESPECÍFICO REGULADOR DAS RELAÇÕES DE CONSUMO E DIREITOS DO CONSUMIDOR NO ENTORNO DIGITAL:** Dispõe de normas.
3. **ÓRGÃO/AGÊNCIA/INSTITUIÇÃO ESPECÍFICA DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR:** Procuradoria Federal do Consumidor (Profeco).
4. ***SITE* ESPECÍFICO E CENTRALIZADO EM MATÉRIA DE RELAÇÕES DE CONSUMO (PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO):**  
<https://www.gob.mx/profeco>

5. **CANAIS DISPONÍVEIS PARA REALIZAR DENÚNCIAS<sup>9</sup>**: Presencial, telefônico, web e correio eletrônico.
6. **CANAL MAIS UTILIZADO PARA REALIZAR DENÚNCIAS**: Correio eletrônico, telefone e redes sociais.
7. **DENÚNCIAS MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO DOMÉSTICO E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES DENUNCIADAS**: descumprimento de ofertas, promoções e preços; descumprimento de termos e condições; publicidade enganosa; páginas fraudulentas. Ações para minimizar essas situações: procedimentos por infrações à lei, Ações Coletivas por meio da representação legal de uma coletividade de consumidores, monitoramento de lojas virtuais, distintivo digital Profeco, alertas aos consumidores, materiais educativos.
8. **DENÚNCIAS MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO TRANSFRONTEIRIÇO E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES DENUNCIADAS**: Publicidade enganosa, páginas fraudulentas estrangeiras, descumprimento à entrega do produto. Ações para minimizar essas situações: cooperação com organismos multilaterais e com agências internacionais para identificar condutas problemáticas, melhores práticas, desafios comuns, trocar informação e construir capacidades conjuntas.
9. **CANAIS DISPONÍVEIS PARA REALIZAR RECLAMAÇÕES**: Presencial, telefônico e web.
10. **CANAL MAIS UTILIZADO PARA REALIZAR RECLAMAÇÕES<sup>10</sup>**: Presencial.
11. **RECLAMAÇÕES MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO DOMÉSTICO E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES RECLAMADAS**: Negativa à entrega do produto ou serviço, à mudança ou devolução e à devolução de depósito. Ações concretas para minimizar essas situações: procedimentos por infrações à lei, Ações Coletivas mediante representação legal de uma coletividade de consumidores procedimentos conciliatórios e de arbitragem, materiais informativos e educativos.

---

<sup>9</sup> Entende-se por denúncia que qualquer pessoa possa levar ao conhecimento da autoridade competente uma situação que adverte que provavelmente viola as normas ou as boas práticas (ex. uma publicidade enganosa em uma página web).

<sup>10</sup> Entende-se por reclamação a possibilidade de solucionar problemas, desconformidades ou descumprimentos gerados em uma relação de consumo específica (ex. a compra de um produto defeituoso).

- 12. RECLAMAÇÕES MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO TRANSFRONTEIRIÇO E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES RECLAMADAS:** Aquisição de bens, produtos ou serviços vendidos e distribuídos no México. Para consumidores que residem no estrangeiro: reclamações sobre tempos compartilhados (negativa do fornecedor a cancelar o contrato), companhias aéreas (cancelamento e atraso de voos). Ações concretas para minimizar essas situações: assessoria e conciliação entre as partes, cooperação com organismos multilaterais e com agências internacionais para identificar condutas problemáticas, melhores práticas, desafios comuns, trocar informações e construir capacidades conjuntas.
- 13. DIFICULDADES IDENTIFICADAS PARA A EFETIVA IMPLEMENTAÇÃO DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR *ON-LINE*:** A natureza dinâmica do entorno digital, a inteligência artificial utilizada pelos fornecedores *on-line*, o desenho enganoso, a proteção da privacidade e da informação dos consumidores, entre outros.
- 14. SOLUÇÕES ÀS DIFICULDADES IDENTIFICADAS:** Regulação específica para determinar responsabilidades dos atores, melhoras na cooperação intersetorial das agências governamentais, canais de cooperação e coordenação da política digital, e cooperação internacional.
- 15. NÍVEL DE CONHECIMENTO DOS CONSUMIDORES *ON-LINE* SOBRE OS DIREITOS QUE LHESS ASSISTEM:** Insuficiente.
- 16. NÍVEL DE CONHECIMENTO DAS PMES SOBRE BOAS PRÁTICAS EM MATÉRIA DE CONSUMO *ON-LINE*:** Não contam com informação.
- 17. FRAQUEZAS OU OBSTÁCULOS DAS PMES:** Não contam com informação.
- 18. PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO TRADICIONAL VS. PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR *ON-LINE*:** A proteção do consumidor tradicional é MAIOR à proteção do consumidor *on-line*.
- 19. ACORDOS/TRATADOS QUE INCLUEM OU CONTEMPLAM A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR *ON-LINE*:**

- Tratado Integral e Progressista de Associação Transpacífico (TIPAT).
- Tratado de Livre Comércio entre México e Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicarágua (TLC com a América Central).
- Tratado de Livre Comércio México-Panamá.
- Protocolo Adicional à Aliança do Pacífico.
- Tratado entre México e Estados Unidos da América e Canadá (TMEC).

**20. AÇÕES QUE A ALADI PODERIA LEVAR ADIANTE:** Reconhecer a proteção do consumidor como uma área de oportunidade para incrementar a confiança dos consumidores na região e cooperar em fóruns regionais mediante os grupos de trabalho específicos.

## CAPITULO II: QUADRO COMPARATIVO EM MATÉRIA DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR *ON-LINE*

O Capítulo II apresenta um quadro que cumpre o objetivo de contrastar de maneira comparativa algumas das categorias que fazem parte do Capítulo I.

O critério para a seleção dessas categorias obedece a que os conteúdos delas são claros e breves e permitem comparar, de forma direta, fácil e rápida, as semelhanças ou diferenças existentes.

Posteriormente, no Capítulo III, serão apresentadas as principais considerações decorrentes de conferir a informação coletada e aprofundar-se-á com respeito à análise das categorias que não fazem parte do quadro comparativo, em virtude de que contêm elementos de estudo mais substantivos que requerem outro critério de avaliação.

CATEGORIAS	PAÍSES				
	BOLÍVIA	BRASIL	CHILE	EQUADOR	MÉXICO
Marco normativo regulador das relações de consumo em GERAL	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM
Marco normativo ESPECÍFICO das relações do consumo no comércio eletrônico	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM
Órgão/Agência/Instituição específica de proteção do consumidor	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM
Site específico em matéria de relações de consumo	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM
Canal mais utilizado para denúncias	Presencial	Sem informação	Web	Sem informação	E-mail Telefone Redes sociais
Canal mais utilizado para reclamações	Presencial	Sem informação	Web	Presencial e Web	Presencial
Nível de conhecimento dos direitos dos consumidores <i>on-line</i>	Insuficiente	Insuficiente	Suficiente/ Adequado	Insuficiente	Insuficiente

CATEGORIAS	PAÍSES				
	BOLÍVIA	BRASIL	CHILE	EQUADOR	MÉXICO
Nível de conhecimento de boas práticas por parte das PMEs	Insuficiente	Suficiente/ Adequado	Suficiente/ Adequado	Insuficiente	Sem informação
Proteção do consumidor no comércio <u>tradicional</u> , em consideração com a proteção ao consumidor <i>on-line</i>	Igual	Maior	Igual	Maior	Maior
Acordos/Tratados que incluem a proteção do consumidor <i>on-line</i>	Sem informação	SIM	SIM	Sem informação	SIM

## CAPÍTULO III: PRINCIPAIS CONSIDERAÇÕES DECORRENTES DO ESTUDO

### 1. Marco normativo

Observa-se que os países avaliados (Bolívia, Brasil, Chile, Equador e México) dispõem de um marco normativo regulador das relações de consumo em geral.

Quanto à existência de um marco normativo específico que regule as relações de consumo no comércio eletrônico, Brasil, Chile e México contam com disposições normativas específicas.

A Bolívia manifestou que trabalha em uma norma que incentive a tomada de decisões informada e facilite o direito de livre escolha dos consumidores, fornecendo informação de qualidade sobre os produtos e os serviços ofertados *on-line*.

### 2. Órgão, Agência ou Instituição específica de proteção do consumidor

A totalidade dos países avaliados dispõem de um órgão específico com competências próprias em matéria de proteção dos direitos do consumidor.

### 3. Site específico em matéria de relações de consumo

A totalidade dos países que fazem parte do presente Estudo contam com um *site* com informação específica em matéria de relações de consumo.

### 4. Denúncias

- a. Em relação aos canais mais utilizados para realizar denúncias, a informação coletada resulta bastante divergente. A esse respeito, na Bolívia o canal mais utilizado é o presencial, no Chile, a web e no México, o correio eletrônico, o telefone e as redes sociais. Brasil e Equador ainda não contam com esses dados.
- b. Levando em consideração a informação fornecida pelos países, podemos estabelecer que as denúncias mais recorrentes no âmbito do comércio eletrônico **doméstico** referem-se a:
  - Produtos defeituosos ou mau serviço.
  - Denúncias vinculadas a empresas de transporte aéreo.
  - Dificuldade ou atraso na devolução de montantes pagos/reembolso.
  - Descumprimento de ofertas/promoções e preços/serviços não fornecidos.
  - Cobranças indevidas/abusivas para cancelar ou modificar o contrato.
  - Publicidade enganosa.
  - Páginas fraudulentas.
- c. Quanto às denúncias mais reiterativas no comércio eletrônico **transfronteiriço**, destacam-se:
  - Descumprimento na entrega do produto.

- Publicidad enganosa.
- Páginas fraudulentas.

## 5. Reclamações

- Da informação obtida emana que as modalidades presencial e web são as mais utilizadas para realizar reclamações.  
No caso do Equador, registram-se ambas as opções, enquanto que na Bolívia e no México assinala-se a modalidade presencial como a mais utilizada e no Chile a preferência é por meio da web.
- As reclamações mais recorrentes no âmbito do comércio eletrônico **doméstico** referem-se a:
  - As características do produto não coincidem com o ofertado.
  - Vinculados a empresas de transporte aéreo.
  - Dificuldade, atraso ou negativa na devolução de montantes pagos/reembolso.
  - Descumprimento de ofertas/promoções e preços/serviços não fornecidos.
  - Cobranças indevidas/abusivas para cancelar ou modificar o contrato.
  - Publicidade enganosa.
- Quanto às reclamações mais reiterativas no comércio eletrônico **transfronteiriço**, destacam-se:
  - Tempos compartilhados (negativa a cancelar o contrato).
  - Cancelamento e atrasos de voos.
  - Vinculados a pequenas e médias empresas.
  - Serviços de espetáculos.

## 6. Dificuldades identificadas para a efetiva implementação dos direitos do consumidor *on-line*

Levando em consideração a informação fornecida pelos países, realiza-se levantamento das seguintes dificuldades:

- O desafio que significam as relações transfronteiriças para as agências de proteção do consumidor.
- Determinadas negociações realizadas em algumas plataformas não são consideradas relações de consumo, por exemplo, o caso de algumas plataformas digitais dedicadas à oferta de alojamentos a particulares e turísticos.
- Dificuldade para determinar quem deve responder objetiva e solidariamente pelas infrações.
- Dificuldades decorrentes do desconhecimento dos direitos dos consumidores.
- A natureza dinâmica do entorno digital (uso de inteligência artificial, desenho enganoso, entre outros).
- Proteção da privacidade e da informação dos consumidores.

- Questões normativas. Neste item, fazemos referência concretamente ao caso do Equador, que mencionou como dificuldade “que a lei unicamente contempla um único artigo”.

## **7. Soluções às dificuldades identificadas**

Entre as possíveis soluções manifestadas pelos países para atender as dificuldades identificadas, destacam-se:

- Reformar as normas internas (Lei e Regulamento), no caso específico da dificuldade manifestada pelo Equador.
- Regulação específica para determinar as responsabilidades dos sujeitos participantes.
- Orientação legal aos consumidores.
- Cooperação e coordenação internacional.
- Cooperação entre as agências de proteção dos diferentes países.
- Monitoramento das lojas virtuais e dos bens e serviços ofertados.
- Estabelecer exigências às plataformas digitais quanto ao acesso dos vendedores/ofereentes.
- Plataformas para a solução de litígios.
- Uso de ferramentas tecnológicas para fiscalizar serviços e supervisionar riscos.
- Ações coletivas mediante a representação legal de uma coletividade de consumidores.
- Cooperação com organismos multilaterais e com agências internacionais para identificar condutas problemáticas e melhores práticas.
- Programas de capacitação.
- Divulgação de material informativo.
- Participação em fóruns e organismos estrangeiros.
- Adoção de boas práticas internacionais.

## **8. Nível de conhecimento dos consumidores *on-line* sobre os direitos que lhes assistem**

O país que manifestou um nível de conhecimento suficiente/adequado dos consumidores *on-line* quanto aos direitos que lhes assistem foi o Chile.

Bolívia, Brasil, Equador e México o consideram insuficiente.

Brasil apresentou os motivos da insuficiência e entende que esta obedece: a determinadas condições socioeconômicas, a que o uso dos meios digitais não está plenamente divulgado na população e ao desconhecimento dos direitos do consumidor.

## **9. As PMEs e as relações de consumo *on-line***

Quanto ao nível de conhecimento das PME's com respeito às boas práticas em matéria de consumo *on-line*, Brasil e Chile informaram que as PME's apresentam um nível suficiente/adequado de conhecimento, enquanto que Bolívia e Equador manifestaram insuficiência. No caso do México, não é apresentada informação.

No tocante às dificuldades ou obstáculos que as PME's enfrentam, os países assinalaram:

- Encontrar clientes, ter presença virtual (Bolívia).
- Orçamento restringido das PME's para atender as demandas dos consumidores, em comparação com as grandes empresas (Brasil).
- A formalização das transações como um desafio (Chile).
- O pouco conhecimento das normas legais vigentes (Equador).

#### **10. Proteção do consumidor no comércio tradicional em comparação com a proteção do consumidor *on-line***

Bolívia e Chile consideram que a proteção do consumidor no comércio tradicional é equiparável ou se encontra em condições de igualdade com respeito à proteção do consumidor *on-line* ou nos entornos virtuais.

Nesse sentido, Chile manifesta que a lei de proteção dos direitos do consumidor não estabelece limitações quanto à forma em que é realizada a contratação.

Brasil, Equador e México consideram que o grau de proteção do consumidor no comércio tradicional é maior, com respeito ao consumidor *on-line*.

Em consequência, Brasil manifesta que no comércio tradicional é mais fácil identificar e rastrear os vendedores/ofertantes, bem como reparar os eventuais danos.

No caso do Equador, que não tem normas específicas na matéria, considera que dispõe de poucas referências legais para satisfazer as necessidades de demandas relacionadas ao comércio eletrônico.

México argumenta que, embora o marco legal de proteção do consumidor seja o mesmo para o comércio tradicional que para o comércio *on-line* e que o comércio *on-line* beneficie os consumidores pelo seu imediatismo, disponibilidade de produtos e serviços, a proteção do consumidor no comércio tradicional é maior devido a que os consumidores têm maior certeza do domicílio físico do fornecedor, há menor dificuldade para identificar os fornecedores, bem como menos riscos de serem vítimas de condutas enganosas.

#### **11. Acordos, Tratados que incluem ou contemplam a proteção do consumidor *on-line***

Havendo consultado os países em relação aos Acordos ou Tratados que assinaram, que contêm disposições que incluem ou contemplam a proteção do consumidor *on-line*, foram coletadas as seguintes respostas:

Bolívia e Equador: Sem informação.

Chile: Desconhece o número exato de Tratados que as incluem.

Brasil: Resolução GMC Nº 37/2019 do Grupo Mercado Comum.

México:

- Tratado Integral e Progressista de Associação Transpacífico (TIPAT).
- Tratado de Livre Comércio entre México e Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicarágua (TLC com a América Central).
- Tratado de Livre Comércio México-Panamá.
- Protocolo Adicional à Aliança do Pacífico.
- Tratado entre México e Estados Unidos da América e Canadá (TMEC).

## CAPÍTULO IV: POSSÍVEIS AÇÕES PARA A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR *ON-LINE* NO ÂMBITO DA ALADI

A Secretaria-Geral reconhece a importância de realizar ações concretas que se traduzam em avanços significativos em matéria de proteção do consumidor *on-line*, entendendo que fomentar a confiança dos consumidores no mercado digital promove, estimula e incentiva o comércio eletrônico tanto doméstico quanto transfronteiriço, gerando benefícios econômicos para os países e para a região.

Nessa linha de ação, a Resolução 87 correspondente à Décima Nona Reunião do Conselho de Ministros, celebrada em 18 de agosto de 2023, encomendou ao Comitê de Representantes da ALADI que, com o apoio da Secretaria-Geral, impulse uma agenda de trabalho em matéria de comércio eletrônico em temas como a proteção dos direitos dos consumidores.

Como resultado da avaliação dos diversos aspectos incluídos neste Estudo e vinculados à proteção do consumidor *on-line*, é possível identificar algumas ações suscetíveis de fazerem parte das Atividades da Associação:

- Capacitar os consumidores e as empresas, em particular as PMEs.
- Promover as boas práticas comerciais e divulgar os benefícios de sua implementação.
- Divulgar os direitos e as obrigações que regem o comércio eletrônico.
- Facilitar instâncias e mecanismos para a cooperação internacional.
- Articular ações para a implementação de lineamentos e padrões comuns.
- Gerar espaços tendentes à complementação e à convergência regulatória a fim de alcançar graus equivalentes de proteção do consumidor.
- Colaborar para estabelecer um sólido marco jurídico e institucional.
- Contribuir para o desenho de políticas públicas.

Nessa linha de trabalho, o Grupo de Trabalho Agenda Digital constituiria o âmbito ou espaço propício para a promoção e o desenvolvimento das possíveis ações mencionadas, tendentes a incrementar o comércio intrarregional e a diminuir a brecha digital entre os países-membros, com vistas a promover o desenvolvimento econômico e social da região.

## ANEXO 1

### QUESTIONÁRIO EM MATÉRIA DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR ON-LINE

Nº	PERGUNTAS
1	<p>Dispõe o país de um marco legal que regule as relações de consumo e/ou a defesa dos direitos do consumidor em geral?</p> <p>SIM</p> <p>NÃO</p> <p>Caso a resposta seja SIM, por favor indique as normas correspondentes.</p> <p>Caso a resposta seja NÃO, por favor indique os motivos pelos quais ainda não contam com normas.</p>
2	<p>Dispõe o país de um marco legal <u>específico</u> para as relações de consumo on-line e/ou proteção dos direitos do consumidor <i>on-line</i>/no âmbito do comércio eletrônico/no entorno digital?</p> <p>SIM</p> <p>NÃO</p> <p>Caso a resposta seja SIM, por favor indique as normas correspondentes.</p>
3	<p>Caso a resposta 2 implique que as disposições específicas para o consumidor <i>on-line</i> se encontram incorporadas nas normas gerais relativas ao consumidor, por favor identifique o/os artigo/s na disposição, que faça/m referência ao consumidor <i>on-line</i>.</p>
4	<p>Dispõe o consumidor de um <i>site</i> específico e centralizado que contenha as normas, informação e possibilidade de realizar gestões <i>on-line</i>, em matéria de relações de consumo?</p> <p>SIM</p> <p>NÃO</p> <p>Caso a resposta seja SIM, por favor indique a URL.</p> <p>Caso a resposta seja NÃO, por favor indique os motivos pelos quais não se conta com <i>site</i> específico.</p>
5	<p>Há a possibilidade de fazer <u>denúncias</u> sobre descumprimentos das normas em matéria de defesa do consumidor? Entende-se por denúncia que qualquer pessoa possa levar ao conhecimento da autoridade competente uma situação que adverte que presumivelmente viole as normas ou as boas práticas (e.g.</p>

Nº	PERGUNTAS
	<p>uma propaganda enganosa em uma página web).</p> <p>SIM</p> <p>NÃO</p> <p>Caso a resposta seja NÃO, por favor especifique os motivos pelos quais não há a possibilidade.</p>
6	<p>Caso a resposta 5 seja SIM, por favor marque os canais pelos quais podem ser realizadas as denúncias.</p> <p>a) Presencial.</p> <p>b) Telefônico.</p> <p>c) Web. Neste caso, por favor inclua o endereço eletrônico mediante a qual pode ser realizada a denúncia.</p> <p>d) Outros canais. Neste caso, por favor especifique.</p> <p>Qual o canal mais utilizado?</p>
7	<p>Por favor indique os três (3) tipos de denúncias mais recorrentes vinculados ao <u>comércio eletrônico doméstico (intrafronteiriço)</u>.</p> <p>a) Que ações concretas são realizadas para evitar ou diminuir essas situações?</p> <p>b) Em caso de não mencionar os itens solicitados, por favor mencionar os motivos pelos quais não se fornece essa informação.</p>
8	<p>Por favor indique os três (3) tipos de denúncias mais recorrentes vinculadas ao <u>comércio eletrônico internacional (transfronteiriço)</u>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪</li> <li>▪</li> <li>▪</li> </ul> <p>a) Que ações concretas são levadas adiante para evitar ou diminuir essas situações?</p> <p>b) Em caso de não mencionar os itens solicitados, por favor mencione os motivos pelos quais não se fornece essa informação.</p>
9	<p>Há a possibilidade de fazer <u>reclamações</u>? considerando-se como tal a possibilidade de solucionar problemas, desconformidades ou descumprimentos gerados em uma relação de consumo específica (e.g. um produto defeituoso).</p>

Nº	PERGUNTAS
	<p>SIM</p> <p>NÃO</p> <p>Caso a resposta seja NÃO, por favor especifique os motivos pelos quais não existe a possibilidade.</p>
10	<p>Caso a resposta 9 seja SIM, por favor marque os canais pelos quais podem ser feitas as reclamações.</p> <p>a) Presencial.</p> <p>b) Telefônico.</p> <p>c) Web. Neste caso, por favor inclua o endereço eletrônico mediante o qual pode ser feita a reclamação.</p> <p>d) Outros canais. Neste caso, por favor especifique.</p> <p>Qual o canal mais utilizado?</p>
11	<p>Por favor indique os três (3) tipos de reclamações mais denunciados, vinculados ao <u>comércio eletrônico doméstico (intrafronteiriço)</u>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪</li> <li>▪</li> <li>▪</li> </ul> <p>a) Que ações concretas são levadas adiante para solucionar essas reclamações?</p> <p>b) Em caso de não mencionar os itens solicitados, por favor mencione os motivos pelos quais não se fornece essa informação.</p>
12	<p>Por favor indique os três (3) tipos de reclamações mais denunciados, vinculados ao <u>comércio eletrônico internacional (transfronteiriço)</u>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪</li> <li>▪</li> <li>▪</li> </ul> <p>a) Que ações concretas são levadas adiante para solucionar essas reclamações?</p> <p>b) Em caso de não mencionar os itens solicitados, por favor mencione os motivos pelos quais não se fornece essa informação.</p>
13	<p>a) Que dificuldades são advertidas para a efetiva implementação da proteção dos direitos do consumidor <i>on-line</i>?</p> <p>b) Quais poderiam ser as alternativas para dar solução às dificuldades mencionadas?</p>

Nº	PERGUNTAS
14	<p>Identifique algumas fraquezas ou obstáculos especificamente das PMEs, em matéria de relações de consumo <i>on-line</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪</li> <li>▪</li> </ul>
15	<p>Está prevista nas normas nacionais a conformação de um órgão/agência/instituição nacional, específico de proteção do consumidor, que zele pelo cumprimento das normas existentes?</p> <p>SIM</p> <p>NÃO</p> <p>Caso a resposta seja SIM, por favor indique a URL do órgão/agência/instituição nacional (caso exista).</p>
16	<p>O órgão/entidade referido na pergunta 15 tem sido efetivamente criado e está implementando suas funções e objetivos?</p> <p>Caso a resposta seja SIM, por favor indique o nome da entidade competente.</p> <p>Caso a resposta seja NÃO, por favor indique os motivos pelos quais não se conta ainda com essa entidade.</p>
17	<p>Considera que a proteção do consumidor no âmbito do comércio tradicional é:</p> <p>MAIOR</p> <p>IGUAL</p> <p>MENOR</p> <p>que a proteção do consumidor <i>on-line</i>?</p> <p>Por favor justifique sua resposta.</p>
18	<p>Considera que o nível de conhecimento que <u>têm as Pmes</u> sobre relações de consumo <i>on-line</i>, quanto às boas práticas em matéria de comércio eletrônico, é:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Muito bom</li> <li>b) Bom</li> <li>c) Suficiente/ Adequado</li> <li>d) Insuficiente</li> </ul>
19	<p>Considera que o nível de conhecimento que <u>têm os consumidores <i>on-line</i></u>, quanto aos direitos que os assistem, é:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Muito bom</li> <li>b) Bom</li> <li>c) Suficiente/ Adequado</li> </ul>

Nº	PERGUNTAS
	d) Insuficiente
20	<p>Que Acordos e/ou Tratados assinados pelo seu país contemplam ou incluem a proteção do consumidor <i>on-line</i>?</p> <p>Por favor mencione o instrumento jurídico e identifique o/os artigo/s específico/s.</p>
21	<p>Do seu ponto de vista, de que maneira a ALADI poderia colaborar nas ações relacionadas à proteção do consumidor <i>on-line</i> no comércio internacional (transfronteiriço)?</p>

## ANEXO 2

### RESPOSTAS DOS PAÍSES AO QUESTIONÁRIO EM MATÉRIA DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR *ON-LINE*

A Secretaria-Geral elaborou o seguinte quadro que contém a informação fornecida pelos países (Bolívia, Brasil, Chile, Equador e México), em resposta ao questionário que consta agregado como Anexo 1 do presente documento.

Cabe precisar que essa informação foi organizada em categorias e subcategorias, com o fim de ordená-la por campos temáticos, para facilitar seu tratamento. Não obstante, os dados contidos no quadro são os estritamente fornecidos pelos países, pelo que não inclui um processo de interpretação da informação por parte da Secretaria-Geral.

<b>BOLÍVIA</b>			
<b>CATEGORIAS</b>	<b>SUBCATEGORIAS</b>	<b>RESPOSTAS</b>	<b>INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR</b>
<b>MARCO NORMATIVO REGULADOR</b>	<b>das relações de consumo e direitos do consumidor EM GERAL</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Constituição: art. 75.</li><li>▪ Lei Nº 453 de 4/12/2013 “Lei Geral dos Direitos das Usuárias e dos Usuários e das Consumidoras e dos Consumidores”.</li></ul>	
	<b>ESPECÍFICO das relações de consumo e direitos do consumidor no comércio eletrônico</b>	Não se dispõe.	Trabalha-se na projeção de uma norma que incentive a tomada de decisões informada e facilite o direito de livre escolha dos consumidores, fornecendo informação de qualidade sobre os produtos e

BOLÍVIA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
			serviços ofertados <i>on-line</i> .
ÓRGÃO/AGÊNCIA/ INSTITUIÇÃO ESPECÍFICA DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR	Prevista sua criação nas normas nacionais	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Decreto Supremo 065.</li> <li>▪ <a href="https://www.justicia.gob.bo/portal/index.php">https://www.justicia.gob.bo/portal/index.php</a></li> </ul>	
	Efetivamente criado e implementando suas funções e objetivos.	Vice-Ministério de Defesa dos Direitos do Usuário e Consumidor.	
PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO	Site específico e centralizado em matéria de relações de consumo	Plataforma Digital de atendimento do usuário e do consumidor (ONDDUC) <a href="https://play.google.com/store/apps/details?id=com.vdduc2.app">https://play.google.com/store/apps/details?id=com.vdduc2.app</a>	Contém normas vigentes com respeito aos direitos dos usuários e consumidores; e permite realizar denúncias <i>on-line</i> .
DENÚNCIAS	Possibilidade de denunciar descumprimentos das normas em matéria de defesa do consumidor	Sim.	
	Canais mediante os quais podem ser efetuadas denúncias	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Presencial</li> <li>b) Telefônica</li> <li>c) Web:</li> </ul>	

BOLÍVIA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		<a href="https://play.google.com/store/apps/details?id=com.vdduc2.app">https://play.google.com/store/apps/details?id=com.vdduc2.app</a>  No âmbito da Autoridade de Regulação e Fiscalização de Telecomunicações e Transportes. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Linha gratuita de proteção do usuário: 800-10-6000</li> <li>▪ ChaTT Bot: 71533208</li> <li>▪ Portal web: <a href="http://www.mireclamo.bo">www.mireclamo.bo</a></li> <li>▪ Formulário de reclamações e consultas na web: <a href="http://www.att.gob.bo">www.att.gob.bo</a></li> </ul> Presencial: Escritórios Centrais, Regionais, Terminais Terrestre e Aeroportos.	
	<b>Canal mais utilizado</b>	Presencial.	
	<b>Tipos de denúncias mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico DOMÉSTICO</b>	Compra de produtos defeituosos.	
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações denunciadas no item anterior</b>	Sem informação.	
	<b>Tipos de denúncias mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico TRANSFRONTEIRIÇO</b>	Falta de entrega do produto adquirido.	
	<b>Ações concretas</b>	Sem informação.	

BOLÍVIA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	para evitar ou diminuir as situações denunciadas no item anterior		
RECLAMAÇÕES	Possibilidade de fazer reclamações em matéria de defesa do consumidor	Sim.	Normas aplicáveis: Regulamento de Procedimentos de Reclamações, de Revisão e Regime Sancionador do Centro de Atendimento ao Usuário e ao Consumidor.
	Canais mediante os quais podem ser efetuadas reclamações	a) Presencial b) Telefônica c) Web: <a href="https://play.google.com/store/apps/details?id=com.vdduc2.app">https://play.google.com/store/apps/details?id=com.vdduc2.app</a>  No âmbito da Autoridade de Regulação e Fiscalização de Telecomunicações e Transportes. ▪ Linha gratuita de proteção do usuário: 800-10-6000 ▪ ChaTT Bot: 71533208 ▪ Portal web: <a href="http://www.mireclamo.bo">www.mireclamo.bo</a> ▪ Formulário de reclamações e consultas na web: <a href="http://www.att.gob.bo">www.att.gob.bo</a> Presencial: Escritórios Centrais, Regionais, Terminais Terrestre e Aeroportos.	
	Canal mais utilizado	Presencial.	
	Tipos de reclamações	▪ Por vendas <i>on-line</i> com respeito às características do	

<b>BOLÍVIA</b>			
<b>CATEGORIAS</b>	<b>SUBCATEGORIAS</b>	<b>RESPOSTAS</b>	<b>INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR</b>
	<b>mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico DOMÉSTICO</b>	produto que não coincidem estritamente com o ofertado. ▪ Retraso de entrega. ▪ Problemas com as devoluções.	
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações reclamadas no item anterior</b>	▪ Orientação legal. ▪ Verificações quando é estabelecida a localização da loja física em território boliviano.	
	<b>Tipos de reclamações mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico TRANSFRONTEIRIÇO</b>	Serviços de espetáculo requeridos.	
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações reclamadas no item anterior</b>	Orientação legal.	
<b>DIFICULDADES</b>	<b>Na implementação dos direitos do consumidor <i>on-line</i></b>	Relativas ao conhecimento que os consumidores têm sobre seus direitos, observam-se resultados em relação à percepção que eles têm sobre a vulneração dos referidos direitos.	
	<b>Possíveis soluções às dificuldades mencionadas</b>	Sem informação.	
<b>CONSUMIDORES ON-LINE</b>	<b>Nível de conhecimento dos direitos que lhes assistem</b>	Insuficiente.	
<b>AS PMES E AS RELAÇÕES DE CONSUMO ON-LINE</b>	<b>Nível de conhecimento de boas práticas por</b>	Insuficiente.	

<b>BOLÍVIA</b>			
<b>CATEGORIAS</b>	<b>SUBCATEGORIAS</b>	<b>RESPOSTAS</b>	<b>INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR</b>
	parte das PMEs		
	Fraquezas ou obstáculos	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Encontrar clientes potenciais, falando de marketing digital.</li> <li>▪ Ter presença digital.</li> <li>▪ Ganhar presença virtual.</li> </ul>	
<b>A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO TRADICIONAL</b>	É considerada: <b>MAIOR IGUAL MENOR</b> à proteção do consumidor <i>on-line</i>	IGUAL.	Incrementaram-se as relações de consumo transfronteiriço e, portanto, é necessário estabelecer “mecanismos justos, efetivos, transparentes e imparciais para atender as reclamações dos consumidores”.
<b>ACORDOS/TRATADOS</b>	Que incluem ou contemplam a proteção do consumidor <i>on-line</i>	Sem informação.	
<b>AÇÕES QUE A ALADI PODERIA LEVAR ADIANTE</b>	Para a proteção do consumidor <i>on-line</i> no comércio internacional (transfronteiriço)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Facilitar a cooperação entre os países-membros para a identificação e a solução de problemas comuns relacionados ao comércio eletrônico e à proteção do consumidor/usuário.</li> <li>▪ Promover campanhas de educação e conscientização dirigidas aos consumidores/usuários, para que eles possam conhecer melhor seus direitos e tomar decisões informadas ao realizar transações <i>on-line</i>.</li> <li>▪ Desenvolver ferramentas e recursos técnicos, como guias ou manuais, para ajudar as pessoas a entenderem melhor os desafios relacionados à proteção do usuário <i>on-line</i> e a tomar medidas efetivas para enfrentá-los.</li> </ul>	

<b>BOLÍVIA</b>			
<b>CATEGORIAS</b>	<b>SUBCATEGORIAS</b>	<b>RESPOSTAS</b>	<b>INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR</b>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Impulsionar o comércio eletrônico como ferramenta Pmes com o objetivo de potencializar a oferta de produtos e serviços na região necessários para diversificar seus canais de venda e proteger os direitos do consumidor.</li> </ul>	

<b>BRASIL</b>			
<b>CATEGORIAS</b>	<b>SUBCATEGORIAS</b>	<b>RESPOSTAS</b>	<b>INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR</b>
<b>MARCO NORMATIVO REGULADOR</b>	<b>das relações de consumo e direitos do consumidor EM GERAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lei Nº 8.078/1990 - Código de Defesa do Consumidor.</li> </ul>	
	<b>ESPECÍFICO das relações de consumo e direitos do consumidor no comércio eletrônico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Decreto Nº 7.962/2013</li> <li>▪ Decreto Nº 10.271/2020</li> <li>▪ Lei Nº 12.965/2014 – Lei do Marco Civil de Internet.</li> <li>▪ Lei Nº 13.709/2018 – Lei Geral de Proteção de Dados.</li> </ul>	
<b>ÓRGÃO/AGÊNCIA/ INSTITUIÇÃO ESPECÍFICA</b>	<b>Prevista sua criação nas normas nacionais</b>	<p>Sim. Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC).</p>	<p>Criado por Decreto 10.417, de 7/7/2020.</p>

BRASIL			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR	Efetivamente criado e implementando suas funções e metas.	Sim.	
PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO	Site específico e centralizado em matéria de relações de consumo	<a href="https://www.gov.br/mj/pt/assuntos/seus-direitos/consumidor/">https://www.gov.br/mj/pt/assuntos/seus-direitos/consumidor/</a>	
DENÚNCIAS	Possibilidade de denunciar descumprimentos das normas em matéria de defesa do consumidor	Sim.	
	Canais mediante os quais podem ser efetuadas denúncias	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Presencial</li> <li>▪ Telefônico</li> <li>▪ Web: <a href="http://www.consumidor.gov.br">www.consumidor.gov.br</a></li> </ul>	O Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) congrega Procons, Ministério Público, Defensoria Pública e entidades civis de defesa do consumidor, que agem de forma articulada e integrada

BRASIL			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
			com a Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon).  ▪ A Secretaria Nacional do Consumidor recebe reclamações mediante: <a href="http://www.consumidor.gov.br">www.consumidor.gov.br</a>
	<b>Canal mais utilizado</b>	Não possuem essa informação.	
	<b>Tipos de denúncias mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico DOMÉSTICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dificuldade/atraso na devolução dos montantes pagos/reembolso/retenção de pagamentos.</li> <li>▪ Oferta não cumprida/serviço não prestado/venda enganosa/publicidade enganosa.</li> <li>▪ Cobranças indevidas/abusivas para alterar ou cancelar o contrato.</li> </ul>	
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações denunciadas no item anterior</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Desenvolvimento e monitoramento da plataforma de resolução de litígios <a href="http://www.consumidor.gov.br">www.consumidor.gov.br</a></li> <li>▪ Monitoramento do mercado de consumo e instauração do procedimento administrativo sancionador, com o fim de reprimir condutas que violam as regras nacionais de consumo.</li> </ul>	
	<b>Tipos de denúncias mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico TRANSFRONTEIRIÇO</b>	Não possuem essa informação.	

BRASIL			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações denunciadas no item anterior</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Divulgação de material informativo.</li> <li>▪ Monitoramento do mercado de consumo.</li> <li>▪ Celebração de Acordo de Cooperação Técnica com entidades brasileiras relacionadas ao tema, tal como a Autoridade Nacional de Proteção de Dados.</li> <li>▪ Participação em fóruns e organismos estrangeiros com fins de <i>benchmarking</i> e adoção das melhores práticas internacionais.</li> </ul>	Material informativo: <a href="https://www.gov.br/mj/pt-br/asuntos/sua-protecao/combate-a-pirataria/Cartilha%20e-commerce/cartilha-lancada.pdf">https://www.gov.br/mj/pt-br/asuntos/sua-protecao/combate-a-pirataria/Cartilha%20e-commerce/cartilha-lancada.pdf</a>
<b>RECLAMAÇÕES</b>	<b>Possibilidade de fazer reclamações em matéria de defesa do consumidor</b>	Sim.	
	<b>Canais mediante os quais é possível efetuar reclamações</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Presencial</li> <li>▪ Telefônico</li> <li>▪ Web: <a href="http://www.consumidor.gov.br">www.consumidor.gov.br</a>; Procons; MPF.</li> <li>▪ Outro canal: <i>Defensoría del Pueblo</i>.</li> </ul>	
	<b>Canal mais utilizado</b>	Não possui essa informação.	
	<b>Tipos de reclamações mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico DOMÉSTICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dificuldade/atraso na devolução dos montantes pagos/reembolso/retenção de pagamentos.</li> <li>▪ Oferta não cumprida/serviço não prestado/venda enganosa/publicidade enganosa.</li> <li>▪ Cobranças indevidas/abusivas para alterar ou cancelar o contrato.</li> </ul>	Brasil não possui dados de comércio eletrônico separados por intrafronteiriço e transfronteiriço pelo que informa-se sobre as reclamações em geral.
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Desenvolvimento e monitoramento da plataforma de resolução de litígios <a href="http://www.consumidor.gov.br">www.consumidor.gov.br</a></li> <li>▪ Monitoramento do mercado de consumo e instauração do</li> </ul>	

<b>BRASIL</b>			
<b>CATEGORIAS</b>	<b>SUBCATEGORIAS</b>	<b>RESPOSTAS</b>	<b>INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR</b>
	<b>reclamadas no item anterior</b>	procedimento administrativo sancionador, com o fim de reprimir condutas que violam as regras nacionais de consumo.	
	<b>Tipos de reclamações mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico TRANSFRONTEIRIÇO</b>	Não possuem essa informação.	
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações reclamadas no item anterior</b>	▪ Sem informação.	
<b>DIFICULDADES</b>	<b>Na implementação dos direitos do consumidor on-line</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ As novas formas de negócios que não delimitam fronteiras entre consumidores e vendedores/ofereentes.</li> <li>▪ Algumas negociações realizadas em determinadas plataformas não são consideradas como relações de consumo.</li> <li>▪ Não há um consenso jurisprudencial quanto a quem deve responder objetiva e solidariamente por infrações ao direito do consumidor.</li> <li>▪ Vendas de produtos falsos ou inseguros.</li> </ul>	
	<b>Possíveis soluções às dificuldades mencionadas</b>	As plataformas digitais deveriam ser mais exigentes quanto ao acesso dos vendedores/ofereentes e monitorar de forma mais ativa os bens e os serviços ofertados.	
<b>CONSUMIDORES ON-LINE</b>	<b>Nível de conhecimento dos direitos que lhes assistem</b>	Insuficiente.	Os motivos da insuficiência: Condições socioeconômicas, que o uso dos meios digitais

BRASIL			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
			não está plenamente disseminado na população, desconhecimento de direitos do consumidor.
AS PMES E AS RELAÇÕES DE CONSUMO <i>ON-LINE</i>	Nível de conhecimento de boas práticas pelas PMEs	Suficiente/Adequado.	Considerando a dimensão do país, houve avanços significativos que permitiriam alcançar o grau de suficiência. Não obstante, consideram que há muito a melhorar.
	Fraquezas ou obstáculos	Dispõem de um orçamento mais restrungido que as grandes empresas para implementar medidas que objetivem atender as demandas dos consumidores, por exemplo.	
A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO TRADICIONAL	É considerada: MAIOR IGUAL MENOR à proteção do consumidor <i>on-line</i>	MAIOR.	O mercado, as autoridades e os próprios consumidores ainda estão lidando com os desafios de um novo tipo de comércio, cuja regulação necessita ser fortalecida.  No comércio tradicional é mais fácil identificar e rastrear os vendedores/ofereentes, bem como a reparação de eventuais danos.
ACORDOS/TRATADOS	Que incluem ou contemplam a proteção do	Decreto Nº 10.271/2020, que incorporou a Resolução GMC Nº 37/2019, do Grupo Mercado Comum, ao direito brasileiro.	

BRASIL			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	consumidor <i>on-line</i>		
AÇÕES QUE A ALADI PODERIA LEVAR ADIANTE	Para a proteção do consumidor <i>on-line</i> no comércio internacional (transfronteiriço)	<i>Benchmarking.</i>	

CHILE			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
MARCO NORMATIVO REGULADOR	das relações de consumo e direitos do consumidor EM GERAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lei Nº 19.496 Proteção dos direitos do consumidor</li> <li>▪ Decreto Nº 6/2021 Regulamento de Comércio Eletrônico</li> </ul>	
	ESPECÍFICO das relações de consumo e direitos do consumidor no comércio eletrônico	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lei Nº 19.496 Proteção dos direitos do consumidor</li> <li>▪ Decreto Nº 6/2021 Regulamento de Comércio Eletrônico</li> <li>▪ A regulação do comércio eletrônico encontra-se imersa nas normas de proteção do consumidor. No entanto, o Chile ditou regulação específica em comércio eletrônico.</li> <li>▪ Disposições específicas em comércio eletrônico incorporadas nas normas gerais (art. 30 Lei Nº</li> </ul>	

CHILE			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		19.496 e art. 3, inciso 1 letras a e b da referida Lei).	
ÓRGÃO/AGÊNCIA/ INSTITUIÇÃO ESPECÍFICA DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR	Prevista sua criação nas normas nacionais	Sim. <a href="https://www.sernac.cl/portal/617/w3-channel.html">https://www.sernac.cl/portal/617/w3-channel.html</a>	
	Efetivamente criado e implementando suas funções e objetivos.	Sim. Serviço Nacional do Consumidor.	
PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO	Site específico e centralizado em matéria de relações de consumo	<a href="https://www.sernac.cl/portal/604/w3-propertyvalue-20982.html">https://www.sernac.cl/portal/604/w3-propertyvalue-20982.html</a>	
DENÚNCIAS	Possibilidade de denunciar descumprimentos das normas em matéria de defesa do consumidor	Sim.	
	Canais mediante os quais podem ser efetuadas denúncias	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Presencial</li> <li>▪ Telefônico</li> <li>▪ Web: <a href="https://www.sernac.cl/app/consumidor/">https://www.sernac.cl/app/consumidor/</a></li> </ul>	

CHILE			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>Canal mais utilizado</b>	Web.	
	<b>Tipos de denúncias mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico DOMÉSTICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reclamações contra fornecedores do Retail relacionados a lojas de pequenas e médias empresas.</li> <li>▪ Reclamações contra fornecedores relacionados a lojas por departamentos.</li> <li>▪ Reclamações contra empresas de Transporte Aéreo.</li> </ul>	
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações denunciadas no item anterior</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Monitoramento da conduta dos fornecedores <i>on-line</i>. Inclui a identificação de estratégias levadas adiante por app ou interfaces que impulsionam as pessoas a comprar produtos que não querem ou a registrar-se em plataformas que não desejam.</li> <li>▪ Uso de ferramentas tecnológicas modernas que aproveitam os avanços da ciência de dados, especialmente as que permitem processos de fiscalização de serviços e supervisão baseada em riscos.</li> <li>▪ Monitoramento permanente de eventuais infrações por parte de múltiplas plataformas de comércio eletrônico.</li> </ul>	
	<b>Tipos de denúncias mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico TRANSFRONTEIRIÇO</b>	Não dispõem de dados relacionados ao comércio internacional visto que o âmbito de aplicação normativa é exclusivamente territorial, não podendo o Serviço Nacional do Consumidor (SERNAC) desenvolver suas faculdades fora do território nacional.	
	<b>Ações concretas</b>	Não dispõem de dados relacionados ao comércio	

CHILE			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>para evitar ou diminuir as situações denunciadas no item anterior</b>	internacional visto que o âmbito de aplicação normativa é exclusivamente territorial, não podendo o Serviço Nacional do Consumidor (SERNAC) desenvolver suas faculdades fora do território nacional.	
<b>RECLAMAÇÕES</b>	<b>Possibilidade de fazer reclamações em matéria de defesa do consumidor</b>	Sim.	
	<b>Canais mediante os quais podem ser efetuadas reclamações</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Presencial</li> <li>▪ Telefônico</li> <li>▪ Web: <a href="https://www.sernac.cl/app/consumidor/">https://www.sernac.cl/app/consumidor/</a></li> </ul>	
	<b>Canal mais utilizado</b>	Web.	
	<b>Tipos de reclamações mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico DOMÉSTICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sem informação.</li> </ul>	
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações reclamadas no item anterior</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sem informação.</li> </ul>	
	<b>Tipos de reclamações mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reclamações contra fornecedores do Retail relacionados a lojas de pequenas e médias empresas.</li> <li>▪ Reclamações contra fornecedores relacionados a</li> </ul>	

CHILE			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>TRANSFRONTEIRIÇO</b>	lojas por departamentos. ▪ Reclamações contra empresas de Transporte Aéreo.	
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações reclamadas no item anterior</b>	▪ Sem informação	
<b>DIFICULDADES</b>	<b>Na implementação dos direitos do consumidor <i>on-line</i></b>	As relações transfronteiriças são um grande desafio para as agências de proteção do consumidor, muitas vezes as empresas são transacionais e comercializam em nível continental.	
	<b>Possíveis soluções às dificuldades mencionadas</b>	Estabelecer acordos de cooperação entre as agências de proteção do consumidor dos diferentes países, que permitam a efetiva persecução dos fornecedores que infrinjam as normas locais de proteção.	
<b>CONSUMIDORES <i>ON-LINE</i></b>	<b>Nível de conhecimento dos direitos que lhes assistem</b>	Suficiente/Adequado.	
<b>AS PMES E AS RELAÇÕES DE CONSUMO <i>ON-LINE</i></b>	<b>Nível de conhecimento de boas práticas por parte das PMEs</b>	Suficiente/.Adequado.	
	<b>Fraquezas ou obstáculos</b>	▪ Um dos principais desafios é a formalização das transações.	
<b>A PROTEÇÃO DO</b>	<b>É considerada:</b>	IGUAL.	A lei de proteção dos direitos do consumidor

CHILE			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
CONSUMIDOR NO COMÉRCIO TRADICIONAL	MAIOR IGUAL MENOR à proteção do consumidor <i>on-line</i>		não estabelece limitações quanto à forma em que é realizada a contratação.
ACORDOS/TRATADOS	Que incluem ou contemplam a proteção do consumidor <i>on-line</i>	Desconhece-se o número exato de tratados que o incluem de forma específica.	<a href="https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44667/1/S1900451_es.pdf">https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44667/1/S1900451_es.pdf</a> Pág. 31 e seguintes.
AÇÕES QUE A ALADI PODERIA LEVAR ADIANTE	Para a proteção do consumidor <i>on-line</i> no comércio internacional (transfronteiriço)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gerando instâncias para que seus países-membros compartilhem experiências, boas práticas e legislação para abordar de forma conjunta o tema.</li> </ul>	

EQUADOR			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
MARCO NORMATIVO REGULADOR	das relações de consumo e direitos do consumidor EM GERAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lei Orgânica de Defesa do Consumidor e seu Regulamento.</li> </ul>	

EQUADOR			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>ESPECÍFICO das relações de consumo e direitos do consumidor no comércio eletrônico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Não dispõem de um marco legal específico.</li> <li>▪ As disposições específicas para o consumidor <i>on-line</i> encontram-se incorporadas nas normas gerais (art. 45 da Lei Orgânica de Defesa do Consumidor).</li> </ul>	
<b>ÓRGÃO/AGÊNCIA/ INSTITUIÇÃO ESPECÍFICA DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR</b>	<b>Prevista sua criação nas normas nacionais</b>	Sim. <a href="https://www.producción.gob.ec">https://www.producción.gob.ec</a>	
	<b>Efetivamente criado e implementando suas funções e objetivos.</b>	Sim. Ministério da Produção, Comércio Exterior, Investimentos e Pesca.	
<b>PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO</b>	<b>Site específico e centralizado em matéria de relações de consumo</b>	<a href="https://www.produccion.gob.ec/wpcontent/uploads/2019/08/A2-LEY-ORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pdf">https://www.produccion.gob.ec/wpcontent/uploads/2019/08/A2-LEY-ORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pdf</a>  <a href="http://www.gob.ec">www.gob.ec</a>	
<b>DEÚNCIAS</b>	<b>Possibilidade de denunciar descumprimentos das normas em matéria de</b>	Sim.	

EQUADOR			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	defesa do consumidor		
	Canais mediante os quais é possível realizar denúncias	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Presencial</li> <li>▪ Web.</li> </ul>	
	Canal mais utilizado	Sem informação.	
	Tipos de denúncias mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico DOMÉSTICO	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Publicidade enganosa.</li> <li>▪ Solicitação de devolução de bens e serviços.</li> <li>▪ Mau serviço.</li> </ul>	
	Ações concretas para evitar ou diminuir as situações denunciadas no item anterior	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Programas de capacitação para corrigir más práticas comerciais.</li> </ul>	
	Tipos de denúncias mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico TRANSFRONTEIRIÇO	Sem informação.	Não aplica considerando o tipo de normas levando em conta que em outros países a norma está mais orientada à defesa do consumo <i>on-line</i> .
	Ações concretas para evitar ou diminuir as situações denunciadas no item anterior	Sem informação.	
RECLAMAÇÕES	Possibilidade de	Sim.	

EQUADOR			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	efetuar reclamações em matéria de defesa do consumidor		
	Canais mediante os quais é possível realizar reclamações	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Presencial</li> <li>▪ Web</li> </ul>	
	Canal mais utilizado	Ambos (presencial e web).	
	Tipos de reclamações mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico DOMÉSTICO	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aplicação de Garantias por vício oculto</li> <li>▪ Serviços financeiros.</li> <li>▪ Encomendas e transportes aéreos.</li> </ul>	
	Ações concretas para evitar ou diminuir as situações reclamadas no item anterior	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Audiências de intermediação e programas de capacitação.</li> </ul>	
	Tipos de reclamações mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico TRANSFRONTEIRIÇO	Sem informação.	
	Ações concretas	Sem informação.	

EQUADOR			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	para evitar ou diminuir as situações reclamadas no item anterior		
DIFICULDADES	Na implementação dos direitos do consumidor <i>on-line</i>	Que a lei somente contempla um único artigo.	
	Possíveis soluções às dificuldades mencionadas	Reforma à Lei e ao Regulamento.	
CONSUMIDORES <i>ON-LINE</i>	Nível de conhecimento dos direitos que lhes assistem	Insuficiente.	
AS PMES E AS RELAÇÕES DE CONSUMO <i>ON-LINE</i>	Nível de conhecimento de boas práticas por parte das Pmes	Insuficiente.	
	Fraquezas ou obstáculos	Pouco conhecimento das Normas Legais Vigentes.	
A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO TRADICIONAL	É considerada: MAIOR IGUAL MENOR à proteção do consumidor <i>on-line</i>	MAIOR.	Não há normas específicas sobre a matéria e são poucas as referências legais para satisfazer as necessidades de demandas relacionadas ao comércio eletrônico.
ACORDOS/TRATADOS	Que incluem ou contemplam a proteção do consumidor <i>on-line</i>	Sem informação.	

EQUADOR			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
AÇÕES QUE A ALADI PODERIA LEVAR ADIANTE	Para a proteção do consumidor <i>on-line</i> no comércio internacional (transfronteiriço)	Criação de políticas comuns.	

MÉXICO			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
MARCO NORMATIVO REGULADOR	das relações de consumo e direitos do consumidor EM GERAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A Constituição Política dos Estados Unidos Mexicanos (art. 28).</li> <li>▪ Lei Federal de Proteção do Consumidor (LFPC).</li> <li>▪ Normas Oficiais Mexicanas (NOM) em matéria de proteção do consumidor.</li> <li>▪ Lei de Aviação Civil.</li> <li>▪ Lei Federal de Telecomunicações e Radiodifusão que outorgam direitos específicos aos consumidores destas indústrias.</li> <li>▪ Lei Geral de Saúde.</li> <li>▪ Lei para Regular as Instituições de Tecnologia Financeira.</li> </ul>	

MÉXICO			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lei de Proteção e Defesa do Usuário de Serviços Financeiros.</li> </ul>	
	<b>ESPECÍFICO das relações de consumo e direitos do consumidor no comércio eletrônico</b>	<p>Sim. Lei Federal de Proteção do Consumidor (LFPC)</p>	Os artigos específicos que protegem o consumidor <i>on-line</i> no comércio eletrônico são art. 76 Bis que conformam o Capítulo VIII BIS dos Direitos dos Consumidores nas Transações efetuadas mediante o Uso de Meios Eletrônicos, Ópticos ou de qualquer outra tecnologia.
<b>ÓRGÃO/AGÊNCIA/ INSTITUIÇÃO ESPECÍFICA DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR</b>	<b>Prevista sua criação nas normas nacionais</b>	Sim.	
	<b>Efetivamente criado e implementando suas funções e objetivos.</b>	<p>Sim. Procuradoria Federal do Consumidor (Profeco).</p>	Em matéria de serviços financeiros: Comissão Nacional para a Proteção e a Defesa dos Usuários de Serviços Financeiros (Condusef) <a href="https://www.condusef.gob.mx">https://www.condusef.gob.mx</a>
<b>PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO</b>	<b>Site específico e centralizado em matéria de relações de consumo</b>	<p>Sim. <a href="https://www.gob.mx/profeco">https://www.gob.mx/profeco</a></p>	
<b>DENÚNCIAS</b>	<b>Possibilidade de denunciar descumprimentos das normas em matéria de defesa do consumidor</b>	Sim.	

<b>MÉXICO</b>			
<b>CATEGORIAS</b>	<b>SUBCATEGORIAS</b>	<b>RESPOSTAS</b>	<b>INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR</b>
	<b>Canais mediante os quais podem ser efetuadas denúncias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Presencial</li> <li>▪ Telefônico</li> <li>▪ Web: <a href="http://telefonodelconsumidor.gob.mx">http://telefonodelconsumidor.gob.mx</a></li> <li>▪ Outros: mediante correio eletrônico:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Denúncias estabelecimentos comerciais: <a href="mailto:denunciasprofeco@profeco.gob.mx">denunciasprofeco@profeco.gob.mx</a></li> <li>- Denúncias combustíveis: <a href="mailto:denunciasgasolina@profeco.gob.mx">denunciasgasolina@profeco.gob.mx</a></li> <li>- Denúncias Gás LP: <a href="mailto:denunciasgaslp@profeco.gob.mx">denunciasgaslp@profeco.gob.mx</a></li> <li>- Denúncia Publicidade Enganosa: <a href="mailto:denunciapublicitaria@profeco.gob.mx">denunciapublicitaria@profeco.gob.mx</a></li> <li>- Denúncias telecomunicações: <a href="mailto:denuncias.telecom@profeco.gob.mx">denuncias.telecom@profeco.gob.mx</a></li> </ul> </li> </ul>	<p>Mais informações sobre queixas e denúncias: <a href="https://www.gob.mx/profeco/articulos/proceso-y-requisitos-de-quejas-y-denuncias">https://www.gob.mx/profeco/articulos/proceso-y-requisitos-de-quejas-y-denuncias</a></p> <p>Ações coletivas: <a href="https://acolectivas.profeco.gob.mx/">https://acolectivas.profeco.gob.mx/</a></p>
	<b>Canal mais utilizado</b>	Correio eletrônico, telefone e redes sociais.	
	<b>Tipos de denúncias mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico DOMÉSTICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Descumprimento de ofertas, promoções e preços.</li> <li>▪ Descumprimento de termos e condições.</li> <li>▪ Publicidade enganosa.</li> <li>▪ Páginas fraudulentas.</li> </ul>	
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações denunciadas no item anterior</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Procedimentos por infrações à lei.</li> <li>▪ Representação legal de uma coletividade de consumidores mediante as Ações Coletivas.</li> <li>▪ Monitoramento de Lojas Virtuais.</li> <li>▪ Distintivo Digital Profeco.</li> <li>▪ Emissão de alertas aos consumidores.</li> </ul>	

<b>MÉXICO</b>			
<b>CATEGORIAS</b>	<b>SUBCATEGORIAS</b>	<b>RESPOSTAS</b>	<b>INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR</b>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Criação de materiais educativos.</li> </ul>	
	<b>Tipos de denúncias mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico TRANSFRONTEIRIÇO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Publicidade enganosa. (falta de informação e meios de contato com o fornecedor).</li> <li>▪ Páginas fraudulentas estrangeiras.</li> <li>▪ Descumprimento na entrega do produto.</li> </ul>	
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações denunciadas no item anterior</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cooperação com organismos multilaterais para identificar condutas comerciais problemáticas e melhores prática em matéria de proteção dos consumidores e desafios comuns.</li> <li>▪ Cooperação com agências internacionais com atribuições homólogas a fim de trocar informações e construir capacidades conjuntas.</li> </ul>	Os organismos multilaterais citados são: a Rede Internacional de Proteção ao Consumidor e Aplicação da Lei e o Foro Ibero-Americano das Agências Governamentais de Proteção ao Consumidor.
<b>RECLAMAÇÕES</b>	<b>Possibilidade de fazer reclamações em matéria de defesa do consumidor</b>	Sim.	
	<b>Canais mediante os quais é possível fazer reclamações</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Presencial.</li> <li>▪ Telefônico.</li> <li>▪ Web: <a href="http://telefonodelconsumidor.gob.mx">http://telefonodelconsumidor.gob.mx</a></li> </ul> Se a pessoa estiver no estrangeiro: <a href="https://www.gob.mx/profeco/documentos/concilia-desde-el-extranjero">https://www.gob.mx/profeco/documentos/concilia-desde-el-extranjero</a>	
	<b>Canal mais utilizado</b>	Presencial.	
	<b>Tipos de reclamações mais recorrentes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Negativa à entrega do produto ou serviço.</li> <li>▪ Negativa à troca ou devolução.</li> </ul>	

<b>MÉXICO</b>			
<b>CATEGORIAS</b>	<b>SUBCATEGORIAS</b>	<b>RESPOSTAS</b>	<b>INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR</b>
	<b>vinculadas ao comércio eletrônico DOMÉSTICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Negativa à devolução de depósito.</li> </ul>	
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações reclamadas no item anterior</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Procedimentos por infrações à lei.</li> <li>▪ Representação legal de uma coletividade de consumidores por meio das Ações Coletivas.</li> <li>▪ Procedimentos conciliatórios e de arbitragem.</li> <li>▪ Criação de materiais informativos e educativos.</li> </ul>	
	<b>Tipos de reclamações mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico TRANSFRONTEIRIÇO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Não há certeza do número de queixas no comércio eletrônico.</li> <li>▪ Para os consumidores que residem no estrangeiro que adquirem bens, produtos ou serviços no México, as reclamações referem-se a:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tempos Compartilhados (negativa do fornecedor a cancelar o contrato).</li> <li>- Companhias aéreas (cancelamento e atrasos de voos).</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ As reclamações referem-se geralmente à aquisição de bens, produtos ou serviços vendidos e distribuídos no México.</li> </ul>
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações reclamadas no item anterior</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Assessoria e conciliação entre as partes, por meio de correio eletrônico, mediante o Programa de Conciliação a Residentes no Estrangeiro.</li> <li>▪ Cooperação com organismos multilaterais para identificar condutas comerciais problemáticas e melhores práticas em matéria de proteção dos consumidores e desafios comuns.</li> <li>▪ Cooperação com agências internacionais com atribuições homólogas a fim de trocar informações e construir capacidades conjuntas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ O Departamento de Residentes no Estrangeiro leva adiante o Programa Conciliação a Residentes no Estrangeiro (CARE), cujo fim é receber reclamações de mexicanos e estrangeiros contra um fornecedor mexicano.</li> <li>▪ Os organismos multilaterais citados são: a Rede Internacional de Proteção ao Consumidor e Aplicação da Lei e o Foro Ibero-Americano das Agências Governamentais de Proteção ao</li> </ul>

MÉXICO			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
			Consumidor.
DIFICULDADES	Na implementação dos direitos do consumidor <i>on-line</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A natureza dinâmica do entorno digital que coloca a prova os marcos legais e as ferramentas técnicas das agências de proteção do consumidor.</li> <li>▪ A inteligência artificial utilizada pelos fornecedores <i>on-line</i>.</li> <li>▪ O desenho enganoso (<i>dark patterns</i>).</li> <li>▪ A proteção da privacidade e da informação dos consumidores, entre outros.</li> </ul>	
	Possíveis soluções às dificuldades mencionadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gerar uma regulação específica para determinar as responsabilidades dos atores (plataforma e fornecedores) no comércio <i>on-line</i>.</li> <li>▪ Melhorar a cooperação intersetorial entre agências governamentais.</li> <li>▪ Estabelecer canais de cooperação e coordenação da política digital.</li> <li>▪ Cooperação internacional para enfrentar problemas comuns derivados do comércio transfronteiriço.</li> </ul>	
CONSUMIDORES <i>ON-LINE</i>	Nível de conhecimento dos direitos que lhes assistem	Insuficiente.	
AS PMES E AS RELAÇÕES DE CONSUMO <i>ON-LINE</i>	Nível de conhecimento de boas práticas por parte das PMEs	Não contam com informações que permitam identificar fraquezas ou obstáculos.	
	Fraquezas ou obstáculos	Não contam com informações que permitam identificar fraquezas ou obstáculos.	
A PROTEÇÃO DO	É considerada:	MAIOR.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ O marco legal de proteção do consumidor é</li> </ul>

<b>MÉXICO</b>			
<b>CATEGORIAS</b>	<b>SUBCATEGORIAS</b>	<b>RESPOSTAS</b>	<b>INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR</b>
<b>CONSUMIDOR COMÉRCIO TRADICIONAL</b>	<b>NO MAIOR IGUAL MENOR à proteção do consumidor <i>on-line</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Isto é devido a:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Que os consumidores têm a certeza do domicílio físico do fornecedor.</li> <li>- Dificuldade para identificar os fornecedor.</li> <li>- Riscos de ser vítima de condutas enganosas.</li> <li>- Problemas associados aos desenhos das interfaces dos usuários.</li> </ul> </li> </ul>	<p>o mesmo para o comércio tradicional que para o comércio <i>on-line</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ O comércio <i>on-line</i> beneficia os consumidores pelo seu imediatismo, disponibilidade de produtos e serviços e comodidade de seu uso.</li> </ul>
<b>ACORDOS/TRATADOS</b>	<b>Que incluem ou contemplam a proteção ao consumidor <i>on-line</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tratado Integral e Progressista de Associação Transpacífico (TIPAT).</li> <li>▪ Tratado de Livre Comércio entre México e Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicarágua (TLC com a América Central).</li> <li>▪ Tratado de Livre Comércio México-Panamá</li> <li>▪ Protocolo Adicional à Aliança do Pacífico</li> <li>▪ Tratado entre México e Estados Unidos da América e Canadá (TMEC).</li> </ul>	
<b>AÇÕES QUE A ALADI PODERIA LEVAR ADIANTE</b>	<b>Para a proteção do consumidor <i>on-line</i> no comércio internacional (transfronteiriço)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reconhecer a proteção do consumidor em geral e do consumidor <i>on-line</i> específico, como uma área de oportunidade para incrementar a confiança dos consumidores no comércio da região.               <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cooperar com fóruns regionais como o Foro Ibero-Americano das Agências Governamentais de Proteção ao Consumidor por meio de grupos de trabalho específicos sobre comércio e proteção do consumidor <i>on-line</i>.</li> </ul> </li> </ul>	

---