



Secretaria-Geral

ALADI/SEC/Estudo 247/ Rev. 2  
26 de junho de 2024

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



## Índice

<b>CAPÍTULO I:</b> AVALIAÇÃO POR PAÍS DOS PRINCIPAIS ASPECTOS RELACIONADOS À PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR ON-LINE.....	<b>3</b>
<b>CAPÍTULO II:</b> QUADRO COMPARATIVO EM MATÉRIA DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR ON-LINE.....	<b>39</b>
<b>CAPÍTULO III:</b> PRINCIPAIS CONSIDERAÇÕES DECORRENTES DO ESTUDO.....	<b>41</b>
<b>CAPÍTULO IV:</b> POSSÍVEIS AÇÕES PARA A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR ON-LINE NO ÂMBITO DA ALADI.....	<b>50</b>
<b>ANEXO 1</b> .....	<b>51</b>
<b>ANEXO 2</b> .....	<b>56</b>

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.

Este documento (revisado 2), incorpora as informações enviadas por Cuba.

Portanto, no momento da publicação deste Estudo, Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Cuba, Equador, México, Panamá, Peru e Uruguai tinham encaminhado as informações solicitadas.

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 AO 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.

### ARGENTINA

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 AO CONSUMIDOR:** Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje del Consumo
4. **SITE WEB ESPECÍFICO E CENTRALIZADO EM MATÉRIA DE RELAÇÕES DE CONSUMO (PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO):**  
<https://www.argentina.gob.ar/economia/comercio/defensadelconsumidor>
5. **CANAIS DISPONÍVEIS PARA REALIZAR DENÚNCIAS<sup>1</sup>:** Web

---

<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).

6. **CANAL MAIS UTILIZADO PARA REALIZAR DENÚNCIAS** : Ventanilla Única Federal (VUF)
7. **DENÚNCIAS MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO DOMÉSTICO E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES DENUNCIADAS**: Não há dados estatísticos que diferenciem denúncia de reclamação. Por esse motivo, as informações são fornecidas no número 11.
8. **DENÚNCIAS MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO TRANSFRONTEIRIÇO E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES DENUNCIADAS**: Não há estatísticas que permitam obter detalhes.
9. **CANAIS DISPONÍVEIS PARA REALIZAR RECLAMAÇÕES<sup>2</sup>**: Web
10. **CANAL MAIS UTILIZADO PARA REALIZAR RECLAMAÇÕES**: Ventanilla Única Federal (VUF).
11. **RECLAMAÇÕES MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO DOMÉSTICO E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES RECLAMADAS**: Descumprimento de ofertas, promoções e/ou bonificações. Cumprimento parcial ou defeituoso da prestação do serviço. Falta de entrega do bem. Os setores de maior incidência são os serviços financeiros, de seguros e de comunicações; o setor têxtil, calçados e couro. Ações para minimizar essas situações: Ingresso de reclamações mediante *Ventanilla Única Federal* e gestão mediante os canais adequados. Medidas de fiscalização, punição, educação e sensibilização levadas adiante pela Dirección Nacional de Defensa del Consumidor.
12. **RECLAMAÇÕES MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO TRANSFRONTEIRIÇO E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES RECLAMADAS**: Não há estatísticas que permitam obter detalhes.

---

<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).

- 13. DIFICULDADES IDENTIFICADAS PARA A EFETIVA IMPLEMENTAÇÃO DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR ON-LINE:** Relativas à falta de recursos técnicos e humanos para atender à quantidade de reclamações. Falta de regulamentação específica, especialmente nas assimetrias entre consumidores e fornecedores.
- 14. SOLUÇÕES ÀS DIFICULDADES IDENTIFICADAS:** Regulamentar (de forma legislativa ou mediante resoluções administrativas) as operações realizadas por meio do comércio eletrônico.
- 15. NÍVEL DE CONHECIMENTO DOS CONSUMIDORES ON-LINE SOBRE SEUS DIREITOS:** Suficiente/Adequado.
- 16. NÍVEL DE CONHECIMENTO DAS PMES SOBRE BOAS PRÁTICAS EM MATÉRIA DE CONSUMO ON-LINE:** Insuficiente.
- 17. FRAQUEZAS OU OBSTÁCULOS DAS PMES:** A falta de regulamentação da intermediação no comércio eletrônico, em detrimento dos direitos dos consumidores e fornecedores.
- 18. PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO TRADICIONAL VS. PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR ON-LINE:** A proteção do consumidor tradicional é MENOR à proteção do consumidor on-line.
- 19. ACORDOS/TRATADOS QUE INCLUEM OU CONTEMPLAM A PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR ON-LINE:** Não se informa.
- 20. AÇÕES QUE A ALADI PODERIA LEVAR ADIANTE:**
- Promover a cooperação regional, gerando espaços de discussão e encontro para a troca de experiências.
  - Realizar estudos e pesquisas, elaborar relatórios.
  - Contribuir para o avanço da regulação do comércio transfronteiriço.

## 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. **ÓRGÃO/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>3</sup>:** Presencial, telefônico e web.
6. **CANAL MAIS UTILIZADO PARA REALIZAR DENÚNCIAS:** Presencial.
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.

---

<sup>3</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).

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>4</sup>:** Presencial, telefônico e web.
10. **CANAL MAIS UTILIZADO PARA REALIZAR RECLAMAÇÕES:** Presencial.
11. **DENÚNCIAS 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. **DENÚNCIAS 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 SEUS DIREITOS:** Insuficiente.

---

<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).

**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>5</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

---

<sup>5</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).

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>6</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 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. DENÚNCIAS MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO **TRANSFRONTEIRIÇO** E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES RECLAMADAS:** Não dispõem dessa informação.

---

<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).

- 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 SEUS DIREITOS:** 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 N° 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>7</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

---

<sup>7</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).

ferramentas tecnológicas para fiscalização de serviços e supervisão de riscos, monitoramento de eventuais infrações por parte de plataformas de comércio eletrônico.

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>8</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. **DENÚNCIAS 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.

---

<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).

- 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 SEUS DIREITOS:** Suficiente/Adequado.
- 16. NÍVEL DE CONHECIMENTO DAS PMES SOBRE BOAS PRÁTICAS EM MATÉRIA DE CONSUMO ON-LINE:** Suficiente/Adequado.
- 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.

## COLÔMBIA

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 AO CONSUMIDOR:** Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia (SIC).
4. **SITE WEB ESPECÍFICO E CENTRALIZADO EM MATÉRIA DE RELAÇÕES DE CONSUMO (PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO):**  
<https://www.sic.gov.co/tema/proteccion-del-consumidor>
5. **CANAIS DISPONÍVEIS PARA REALIZAR DENÚNCIAS<sup>9</sup>:** Presencial, web e correio eletrônico.
6. **CANAL MAIS UTILIZADO PARA REALIZAR DENÚNCIAS:** web e correio eletrônico.
7. **DENÚNCIAS MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO DOMÉSTICO E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES DENUNCIADAS:** Falta de informação. Publicidade enganosa. Falta de qualidade no serviço pós-venda. Ações para minimizar essas situações: Diretrizes para a publicidade on-line. Programas de capacitação. Pauta mediante

---

<sup>9</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).

circulares. Inspeções a páginas web. Medidas para cumprir as normas de proteção ao consumidor. Ferramentas informáticas como mecanismo de solução de controvérsias.

8. **DENÚNCIAS MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO **TRANSFRONTEIRIÇO** E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES DENUNCIADAS:** Não dispõem dessas informações.
9. **CANAIS DISPONÍVEIS PARA REALIZAR RECLAMAÇÕES<sup>10</sup>:** 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:** Não dispõem dessas informações.
12. **RECLAMAÇÕES MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO TRANSFRONTEIRIÇO E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES RECLAMADAS:** Não dispõem dessas informações.
13. **DIFICULDADES IDENTIFICADAS PARA A EFETIVA IMPLEMENTAÇÃO DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR ON-LINE:** Desafios de inspeção, vigilância e controle de bens e serviços comercializados mediante plataformas eletrônicas, como a impossibilidade de controlar os produtos oferecidos e a identidade do vendedor.
14. **SOLUÇÕES ÀS DIFICULDADES IDENTIFICADAS:** Inspeções on-line, ferramentas informáticas de monitoramento, vigilância preventiva, aplicativos informáticos para solicitações de consumidores, campanhas educativas.

---

<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).

**15. NÍVEL DE CONHECIMENTO DOS CONSUMIDORES ON-LINE SOBRE SEUS DIREITOS:** Bom.

**16. NÍVEL DE CONHECIMENTO DAS PMES SOBRE BOAS PRÁTICAS EM MATÉRIA DE CONSUMO ON-LINE:** Insuficiente.

**17. FRAQUEZAS OU OBSTÁCULOS DAS PMES:** Falta de confiança do consumidor, recursos limitados, dificuldades com a segurança e a privacidade, falta de conhecimentos técnicos, concorrência assimétrica com empresas de maior porte, limitação na capacidade de concorrer em virtude das regulações e dos encargos administrativos.

**18. PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO TRADICIONAL VS. PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR ON-LINE:** A proteção do consumidor tradicional é MENOR à proteção do consumidor on-line.

**19. ACORDOS/TRATADOS QUE INCLUEM OU CONTEMPLAM A PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR ON-LINE:**

**Tratados de Livre Comércio em vigor com cláusulas de proteção ao consumidor no comércio eletrônico:**

- Protocolo Adicional ao Acordo-Quadro da Aliança do Pacífico
- Acordo de Livre Comércio entre Colômbia e Canadá
- Acordo de Livre Comércio entre Colômbia e Chile
- Acordo de Livre Comércio entre Colômbia e Coreia
- Acordo de Livre Comércio entre Colômbia e Costa Rica
- Tratado de Livre Comércio entre Colômbia e El Salvador, Guatemala e Honduras
- Acordo de Promoção Comercial entre Colômbia e Estados Unidos da América
- Acordo de Livre Comércio entre Colômbia e Israel
- Acordo de Livre Comércio entre Colômbia e os Estados AELC (EFTA)
- Acordo Comercial entre a União Europeia, Colômbia, Peru e Equador

**Tratados de Livre Comércio assinados com cláusulas de proteção ao consumidor no comércio eletrônico:**

- Acordo Comercial entre Panamá e Colômbia
- Acordo Comercial entre Cingapura e a Aliança do Pacífico

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

- Cooperação mediante organizações internacionais

## CUBA

1. **MARCO NORMATIVO REGULADOR DAS RELAÇÕES DE CONSUMO E DIREITOS DO CONSUMIDOR EM GERAL:** Não dispõe de normas.
2. **MARCO NORMATIVO ESPECÍFICO REGULADOR DAS RELAÇÕES DE CONSUMO E DIREITOS DO CONSUMIDOR NO ENTORNO DIGITAL:** Não dispõe de normas.
3. **ÓRGÃO/AGÊNCIA/INSTITUIÇÃO ESPECÍFICA DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR:** Ainda não criado.
4. **SITE ESPECÍFICO E CENTRALIZADO EM MATÉRIA DE RELAÇÕES DE CONSUMO (PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO):** Não há.
5. **CANAIS DISPONÍVEIS PARA REALIZAR DENÚNCIAS<sup>11</sup>:** Presencial, telefônico e web.
6. **CANAL MAIS UTILIZADO PARA REALIZAR DENÚNCIAS:** Não se especifica.
7. **DENÚNCIAS MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO DOMÉSTICO E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES DENUNCIADAS:** Desabastecimento. Dificuldade ou atraso na devolução de montantes pagos/reembolso. Dificuldade com os prazos de entrega. Ações para minimizar essas situações: há um grupo de trabalho em nível nacional que executa ações para o desenvolvimento do comércio eletrônico em Cuba.

---

<sup>11</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).

- 8. DENÚNCIAS MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO **TRANSFRONTEIRIÇO** E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES DENUNCIADAS:** Ausências ou limitações no acesso a canais de pagamentos internacionais utilizados pelas principais plataformas internacionais resultado do bloqueio econômico a Cuba do governo dos EEUU. Altos custos de envio. Demora na distribuição doméstica. Ações para minimizar essas situações: Trabalha-se na implementação de aplicações de pagamento cubanas com integração a plataformas internacionais. Continua-se com o pedido pelo fim das medidas de embargo econômico. Estão sendo gerenciadas novas facilidades de tratamento aduaneiro.
- 9. CANAIS DISPONÍVEIS PARA REALIZAR RECLAMAÇÕES<sup>12</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:** Demora na entrega dos pedidos. Entrega de ordens incompletas. Retraso nas devoluções de dinheiro em caixa. Ações para minimizar essas situações: há um grupo de trabalho em nível nacional que executa ações para o desenvolvimento do comércio eletrônico em Cuba.
- 12. RECLAMAÇÕES MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO **TRANSFRONTEIRIÇO** E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES RECLAMADAS:** Não foram recebidas reclamações. Ações para minimizar essas situações: Há um grupo de trabalho em nível nacional que executa ações para o desenvolvimento do comércio eletrônico em Cuba.

---

<sup>12</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).

13. **DIFICULDADES IDENTIFICADAS PARA A EFETIVA IMPLEMENTAÇÃO DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR ON-LINE:** O insuficiente acesso de financiamento para a aquisição de tecnologias, desenvolvimento de softwares e aquisição de produtos.
14. **SOLUÇÕES ÀS DIFICULDADES IDENTIFICADAS:** Há um grupo de trabalho em nível nacional que executa ações para o desenvolvimento do comércio eletrônico em Cuba.
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*:** Insuficiente.
17. **FRAQUEZAS OU OBSTÁCULOS DAS PMES:** Pouco conhecimento no manejo das tecnologias. Pouco acesso a plataformas de pagamento internacionais.
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:** Capacitação.

## 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>13</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.

---

<sup>13</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).

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>14</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. **DENÚNCIAS 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.
15. **NÍVEL DE CONHECIMENTO DOS CONSUMIDORES ON-LINE SOBRE SEUS DIREITOS:** insuficiente.
16. **NÍVEL DE CONHECIMENTO DAS PMES SOBRE BOAS PRÁTICAS EM MATÉRIA DE CONSUMO ON-LINE:** insuficiente.

---

<sup>14</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:** 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>15</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,

---

<sup>15</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).

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**<sup>16</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:** 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.
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

---

<sup>16</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).

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 intersectorial das agências governamentais, canais de cooperação e coordenação da política digital, e cooperação internacional.

**15. NÍVEL DE CONHECIMENTO DOS CONSUMIDORES ON-LINE SOBRE SEUS DIREITOS:** 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.

PANAMÁ

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 AO CONSUMIDOR:** Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO) e Dirección General de Comercio Electrónico del Ministerio de Comercio e Industrias (DGCE).
4. **SITE WEB ESPECÍFICO E CENTRALIZADO EM MATÉRIA DE RELAÇÕES DE CONSUMO (PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO):**  
[www.acodeco.gob.pa](http://www.acodeco.gob.pa)
5. **CANAIS DISPONÍVEIS PARA REALIZAR DENÚNCIAS**<sup>17</sup>: Presencial, telefônico, correio eletrônico e web.
6. **CANAL MAIS UTILIZADO PARA REALIZAR DENÚNCIAS:** Telefônico.
7. **DENÚNCIAS MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO DOMÉSTICO E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES DENUNCIADAS:** Publicidade enganosa. Falta de informação. Cobrança de valor diferente daquele que foi

---

<sup>17</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).

informado. Ações para minimizar essas situações: educar os consumidores quanto a seus direitos, verificar o cumprimento das normas, atender às denúncias e punir, caso necessário.

8. **DENÚNCIAS MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO **TRANSFRONTEIRIÇO** E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES DENUNCIADAS:** Atendem-se denúncias apenas no âmbito nacional.
9. **CANAIS DISPONÍVEIS PARA REALIZAR RECLAMAÇÕES**<sup>18</sup>: Presencial 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:** Veracidade da publicidade. Falta de informação. Descumprimento do serviço. Ações para minimizar essas situações: educar os consumidores quanto a seus direitos, verificar o cumprimento das normas, atender às denúncias e resolver a reclamação.
12. **RECLAMAÇÕES MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO **TRANSFRONTEIRIÇO** E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES RECLAMADAS:** Atendem-se reclamações apenas no âmbito nacional.
13. **DIFICULDADES IDENTIFICADAS PARA A EFETIVA IMPLEMENTAÇÃO DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR ON-LINE:** Desconhecimento das normas que protegem o consumidor, empresas não habilitadas para o comércio, empresas que não contam com local ou domicílio físico de onde realizar notificações.
14. **SOLUÇÕES ÀS DIFICULDADES IDENTIFICADAS:** Recomendar que as transações on-line sejam realizadas com empresas devidamente cadastradas e com domicílio físico, e reforçar a orientação e a educação do consumidor.

---

<sup>18</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 SEUS DIREITOS:** Não se informa.

**16. NÍVEL DE CONHECIMENTO DAS PMES SOBRE BOAS PRÁTICAS EM MATÉRIA DE CONSUMO ON-LINE:** Não se informa.

**17. FRAQUEZAS OU OBSTÁCULOS DAS PMES:** Não se informa.

**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:**

- Acordo de Coordenação e Cooperação Regional entre os países-membros do Conselho Centro-Americano de Proteção ao Consumidor.
- Declaração no XVII Fórum Ibero-Americano de Agências Governamentais de Proteção ao Consumidor.

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

- Realizar capacitações.
- Emitir relatórios de resultados de ações realizadas.
- Gerar materiais educativos para divulgação dos direitos dos consumidores.

PERU

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 AO CONSUMIDOR:** Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI).
4. **SITE WEB ESPECÍFICO E CENTRALIZADO EM MATÉRIA DE RELAÇÕES DE CONSUMO (PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO):**  
[www.consumidor.gob.pe](http://www.consumidor.gob.pe)
5. **CANAIS DISPONÍVEIS PARA REALIZAR DENÚNCIAS**<sup>19</sup>: Presencial e web.
6. **CANAL MAIS UTILIZADO PARA REALIZAR DENÚNCIAS:** Não dispõem dessas informações.
7. **DENÚNCIAS MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO DOMÉSTICO E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES DENUNCIADAS:** Não dispõem dessas informações.

---

<sup>19</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).

8. **DENÚNCIAS MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO **TRANSFRONTEIRIÇO** E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES DENUNCIADAS:** Não dispõem dessas informações.
9. **CANAIS DISPONÍVEIS PARA REALIZAR RECLAMAÇÕES**<sup>20</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:** Falta de idoneidade. Operações não reconhecidas em transações. Atendimento de reclamações. Ações para minimizar essas situações: procedimento de mediação ou conciliação entre as partes, serviços de denúncia administrativa e/ou arbitragem de consumo e divulgação de informação para prevenir controvérsias.
12. **RECLAMAÇÕES MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO **TRANSFRONTEIRIÇO** E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES RECLAMADAS:** Falta de idoneidade. Ações para minimizar essas situações: troca de informações sobre etiquetagem de produtos, acompanhamento de reclamações, divulgação de boas práticas, análise da legislação a fim de adaptá-la às necessidades do comércio eletrônico e verificação do cumprimento, pelas empresas, das obrigações de proteção ao consumidor.
13. **DIFICULDADES IDENTIFICADAS PARA A EFETIVA IMPLEMENTAÇÃO DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR ON-LINE:** Dificuldade das micro e pequenas empresas para adotar os padrões internacionais em matéria de proteção ao consumidor; opinião do setor privado de que as normas de comércio eletrônico não são necessárias e de que sua implementação é custosa; a não adoção de uma postura clara do Poder Legislativo e que os projetos de lei não adotaram as recomendações emitidas pelas instituições técnicas.

---

<sup>20</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).

**14. SOLUÇÕES ÀS DIFICULDADES IDENTIFICADAS:** Promover o diálogo entre o setor público e o privado, a fim de considerar a regulação como oportunidade de dar segurança jurídica ao comércio eletrônico.

**15. NÍVEL DE CONHECIMENTO DOS CONSUMIDORES ON-LINE SOBRE SEUS DIREITOS:** Suficiente/Adequado.

**16. NÍVEL DE CONHECIMENTO DAS PMES SOBRE BOAS PRÁTICAS EM MATÉRIA DE CONSUMO ON-LINE:** Insuficiente.

**17. FRAQUEZAS OU OBSTÁCULOS DAS PMES:** Concorrência com os comerciantes informais que oferecem produtos mediante plataformas de comércio eletrônico e transações realizadas à margem das disposições tributárias; percepção das PMEs de que implementar medidas de segurança implicaria custos, fazendo mais caros seus produtos e serviços.

**18. PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO TRADICIONAL VS. PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR ON-LINE:** Não se informa.

**19. ACORDOS/TRATADOS QUE INCLUEM OU CONTEMPLAM A PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR ON-LINE:**

- CPTPP
- Aliança do Pacífico
- Tratados com os Estados Unidos
- Tratados com a União Europeia
- Tratados com o Reino Unido
- Tratados com a Austrália
- Tratados com a Coreia do Sul
- Outros

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

- Promover a implementação de mecanismos de solução de conflitos transfronteiriços.
- Estabelecer a necessidade de contar com escritórios regionais e não centralizados pelos operadores de comércio eletrônico nos países onde trabalham.

URUGUAI

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 AO CONSUMIDOR:** Unidad Defensa del Consumidor (UDECO).
4. **SITE WEB ESPECÍFICO E CENTRALIZADO EM MATÉRIA DE RELAÇÕES DE CONSUMO (PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO):**  
<https://www.gub.uy/ministerio-economia-finanzas/unidad-defensa-consumidor>
5. **CANAIS DISPONÍVEIS PARA REALIZAR DENÚNCIAS<sup>21</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:** Publicidade enganosa, não entrega do produto, cobrança indevida/abusiva e falta de informação. Ações para minimizar essas situações: fiscalização e procedimentos administrativos punitivos na hipótese de infração ou de violação às normas.

---

<sup>21</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).

8. **DENÚNCIAS MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO **TRANSFRONTEIRIÇO** E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES DENUNCIADAS:** Publicidade enganosa, cobrança indevida/abusiva e falta de informação. Ações para minimizar essas situações: fiscalização e procedimentos administrativos punitivos na hipótese de infração ou de violação às normas, desde que seja possível cumprir o devido processo.
9. **CANAIS DISPONÍVEIS PARA REALIZAR RECLAMAÇÕES<sup>22</sup>:** 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:** Não entrega do produto, descumprimento na prestação do serviço, direito de arrependimento. Ações concretas para minimizar essas situações: realizações de mediações entre consumidores e fornecedores.
12. **RECLAMAÇÕES MAIS RECORRENTES NO COMÉRCIO ELETRÔNICO **TRANSFRONTEIRIÇO** E AÇÕES PARA EVITAR OU DIMINUIR AS SITUAÇÕES RECLAMADAS:** Não entrega do produto, descumprimento na prestação do serviço e rescisão de pleno direito. Ações concretas para minimizar essas situações: realizações de mediações entre consumidores e fornecedores.
13. **DIFICULDADES IDENTIFICADAS PARA A EFETIVA IMPLEMENTAÇÃO DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR ON-LINE:** Falta de informação sobre a identidade, domicílio e meios de contato do fornecedor. Falta de informação sobre normas sanitárias e bromatológicas para a comercialização de alimentos e medicamentos. Falta de controles adequados sobre a identidade

---

<sup>22</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).

e o domicílio dos fornecedores. Falta de mecanismos nas plataformas, para soluções em linha dos conflitos entre fornecedores e consumidores. Impossibilidade de realizar procedimentos ou notificações a uma empresa por não contar com domicílio digital. Aumento de fraudes financeiros.

- 14. SOLUÇÕES ÀS DIFICULDADES IDENTIFICADAS:** Aplicar inteligência artificial nas plataformas de intermediação para identificar os fornecedores, para detectar roubos em linha e fornecedores-fantasma. Controlar o cumprimento das normas. Controlar as habilitações sanitárias, bromatológicas e de segurança de produtos das plataformas para a venda de certos bens em linha. Criar convênios internacionais para aplicar normas domésticas de proteção ao consumidor para todos os fornecedores.
- 15. NÍVEL DE CONHECIMENTO DOS CONSUMIDORES ON-LINE SOBRE SEUS DIREITOS:** Insuficiente.
- 16. NÍVEL DE CONHECIMENTO DAS PMES SOBRE BOAS PRÁTICAS EM MATÉRIA DE CONSUMO ON-LINE:** Insuficiente.
- 17. FRAQUEZAS OU OBSTÁCULOS DAS PMES:** Falta de assessoramento legal antes de iniciar um empreendimento, falta de digitalização de alguns processos (meios de pagamento, plataformas de compra e venda, logística), falta de pessoal que compareça às audiências de mediação, falta de iniciativa para se relacionar com outras PMEs para criar plataformas comuns.
- 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:**

- ACE 18 MERCOSUL
- ACE 73 Uruguai-Chile
- TLC MERCOSUL-Cingapura

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

- Trabalhar na criação de dados que possibilitem realizar um diagnóstico quantitativo sobre o tema da proteção ao consumidor em linha no comércio transfronteiriço.
- Promover as plataformas de resolução de conflitos de consumo transfronteiriço.
- Promover que as agências de defesa do consumidor dos países da ALADI eliminem barreiras para ingressar reclamações de consumidores estrangeiros.
- Promover a cooperação entre as agências para a fiscalização de denúncias e para a resolução de conflitos transfronteiriços.
- Promover o uso de ferramentas informáticas comuns, como inteligência artificial, para gerir reclamações e denúncias on-line.

## **CAPÍTULO 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										
	ARGENTINA	BOLÍVIA	BRASIL	CHILE	COLÔMBIA	CUBA	EQUADOR	MÉXICO	PANAMÁ	PERU	URUGUAI
Marco normativo regulador das relações de consumo e direitos do consumidor em geral	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM
Marco normativo ESPECÍFICO das relações do consumo no comércio eletrônico	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM
Órgão/Agência/Instituição específica de proteção do consumidor	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM
Site específico em matéria de relações de consumo	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM
Canal mais utilizado para denúncias	Web	Presencial	Sem informação	Web	Web e correio eletrônico	Sem informação	Sem informação	E-mail Telefone Redes sociais	Telefônico	Sem informação	Web
Canal mais utilizado para reclamações	Web	Presencial	Sem informação	Web	Web	Web	Presencial e Web	Presencial	Presencial	Web	Web
Nível de conhecimento dos direitos dos consumidores <i>on-line</i>	Suficiente/ Adequado	Insuficiente	Insuficiente	Suficiente/ Adequado	Bom	Insuficiente	Insuficiente	Insuficiente	Sem informação	Suficiente/ Adequado	Insuficiente
Nível de conhecimento de boas práticas por parte das PMEs	Insuficiente	Insuficiente	Suficiente/ Adequado	Suficiente/ Adequado	Insuficiente	Insuficiente	Insuficiente	Sem informação	Sem informação	Insuficiente	Insuficiente
Proteção do consumidor no comércio <i>tradicional</i> , em consideração com a proteção ao consumidor <i>on-line</i>	Menor	Igual	Maior	Igual	Menor	Igual	Maior	Maior	Maior	Sem informação	Maior
Acordos/Tratados que incluem a proteção do consumidor <i>on-line</i>	Sem informação	Sem informação	SIM	SIM	SIM	Sem informação	Sem informação	SIM	SIM	SIM	SIM

## CAPÍTULO III: PRINCIPAIS CONSIDERAÇÕES DECORRENTES DO ESTUDO

### 1. Marco normativo

Dos países avaliados (Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Cuba, Equador, México, Panamá, Peru e Uruguai), somente Cuba não dispõe 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, Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, México, Panamá e Uruguai 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*.

Cuba manifestou que não dispõe de normas específicas.

O Peru informou que, nas normas gerais, não existem disposições específicas para o consumidor *on-line*.

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

Os países avaliados, exceto Cuba, dispõem de um órgão específico com competências próprias em matéria de proteção dos direitos do consumidor.

No caso de Cuba, está prevista sua criação, uma vez que seja aprovada a norma reitora.

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

Exceto Cuba, os demais 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
- Argentina, Chile e Uruguai: web

- Colômbia: web e correio eletrônico
  - México: correio eletrônico, telefone e redes sociais
  - Panamá: telefone
  - Brasil, Cuba, Equador e Peru: 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 e informação enganosa.
  - Páginas fraudulentas.
  - Falta de qualidade no serviço pós-venda.
  - Falta de entrega do produto.
- c. Quanto às denúncias mais reiterativas no comércio eletrônico **transfronteiriço**, destacam-se:
- Descumprimento na entrega do produto
  - Publicidade enganosa
  - Páginas fraudulentas
  - Falta de informação
  - Cobrança indevida/abusiva

## 5. Reclamações

- a. Das informações obtidas surge que a modalidade web é a mais utilizada para fazer reclamações, seguida da modalidade presencial.
- Na Argentina, Chile, Colômbia, Cuba, Peru e Uruguai, o canal mais utilizado é a web.
  - Na Bolívia, México e Panamá, a modalidade presencial é a mais frequente.
  - No Equador, as duas opções (Web e presencial) são registradas em igual proporção.

b. As reclamações mais recorrentes no âmbito do comércio eletrônico **doméstico** referem-se a:

- As características do produto não coincidem com o ofertado.
- Dificuldade, atraso ou negativa na devolução de montantes pagos/reembolso (direito de arrependimento).
- Descumprimento de ofertas/promoções e preços/serviços não fornecidos.
- Cobranças indevidas/abusivas para cancelar ou modificar o contrato.
- Publicidade enganosa.
- Falta de entrega do bem/descumprimento do serviço.
- Falta de informação.
- Problemas no atendimento de reclamações.
- Áreas de maior incidência: vinculadas a empresas de transporte aéreo, serviços financeiros, de seguros e comunicações, têxtil e couros.

c. 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.
- Falta de idoneidade.
- Falta de entrega do produto/descumprimento na prestação do serviço.

## 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.
- Insuficiência de recursos técnicos e humanos para atender às reclamações geradas.
- O insuficiente acesso de financiamento para a aquisição de tecnologias, desenvolvimento de software e aquisição de produtos.
- Os desafios que supõem a inspeção, a vigilância e o controle de bens e serviços comercializados mediante plataformas eletrônicas:

impossibilidade de controlar os produtos oferecidos e a identidade do vendedor.

- 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 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”.
- Empresas não habilitadas para o comércio ou que não contam com domicílio físico.
- Dificuldade das micro e pequenas empresas para cumprir os padrões internacionais em matéria de proteção ao consumidor.
- Concretamente, no caso específico do Peru, a posição adotada pelo setor privado que considera a regulação existente (normas gerais) é suficiente para proteger os consumidores on-line.
- Falta de informação de dados sobre a identidade do fornecedor, domicílio, se a empresa é formal ou não, meios de contato e notificação para reclamações administrativas ou judiciais, etc.).
- Falta de mecanismos próprios das plataformas ou setores para a solução on-line dos conflitos entre fornecedores e consumidores.
- Falta de informação sobre normas sanitárias ou bromatológicas para a comercialização de alimentos e medicamentos.
- Incremento de fraudes financeiros a partir do crescimento do comércio eletrônico pós-pandemia.

## 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.
- Criação de um grupo de trabalho nacional que executa ações para o desenvolvimento do comércio eletrônico, no caso específico manifestado por Cuba.

- Regulação específica para determinar as responsabilidades dos sujeitos participantes e as operações realizadas no âmbito do comércio eletrônico.
- 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.
- Realização de inspeções para verificar o cumprimento normativo (ações de vigilância preventiva).
- 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, como inteligência artificial.
- 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.
- Promover o diálogo entre o setor público e o privado a fim de considerar a regulação como uma oportunidade de oferecer segurança jurídica a esta forma de comércio.
- Controlar as habilitações sanitárias, bromatológicas e de segurança de produtos das plataformas, para a venda de certos bens on-line (alimentos, cosméticos, medicamentos, brinquedos, etc.).
- Convênios internacionais para poder aplicar normas domésticas de proteção ao consumidor para todos os fornecedores, sejam nacionais ou estrangeiros.

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

Argentina, Chile e Peru manifestaram que os consumidores on-line têm um nível de conhecimento suficiente/adequado sobre seus direitos.

Bolívia, Brasil, Cuba, Equador, México e Uruguai informaram que o nível de conhecimento é insuficiente; a Colômbia qualificou o nível como bom e o Panamá não forneceu essa informação.

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 PMEs com respeito às boas práticas em matéria de consumo *on-line*, Brasil e Chile informaram que as PMEs apresentam um nível suficiente/adequado de conhecimento, enquanto que Argentina, Bolívia, Colômbia, Cuba, Equador, Peru e Uruguai manifestaram insuficiência. No caso de México e Panamá não é apresentada informação.

No tocante às dificuldades ou obstáculos que as PMEs enfrentam, os países assinalaram:

- Falta de regulamentação, que vulnera os direitos de consumidores e fornecedores que utilizam as plataformas digitais (Argentina).
- Encontrar clientes, ter presença virtual (Bolívia).
- Orçamento restringido das PMEs para atender as demandas dos consumidores, em comparação com as grandes empresas (Brasil).
- Formalização das transações como um desafio (Chile).
- Falta de confiança do consumidor, falta de conhecimentos técnicos, concorrência assimétrica com empresas de maior porte, recursos limitados, segurança e privacidade, e regulações e encargos administrativos podem limitar a capacidade de concorrência (Colômbia).
- O pouco conhecimento no manejo das tecnologias e o pouco acesso às passarelas de pagamento internacionais (Cuba).
- Pouco conhecimento das normas legais vigentes (Equador).
- Dificuldade para oferecer produtos concorrentes com comerciantes informais (Peru).
- Não procurar assessoramento antes de abrir um empreendimento; falta de digitalização dos processos empresariais, como meios de pagamentos, plataformas de compra e venda e de logística, e falta de iniciativa para se vincular entre PMEs com o objetivo de utilizar plataformas comuns para resolver conflitos em linha e gerir reclamações (Uruguai).

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

Bolívia, Chile e Cuba 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, e Cuba entende que tanto no comércio tradicional quanto no comércio *on-line* o consumidor encontra-se em desvantagem em relação ao fornecedor.

Brasil, Equador, México, Panamá e Uruguai 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/ofereentes, 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.

Argentina e Colômbia informaram que a proteção do consumidor no comércio tradicional é menor que a proteção do consumidor *on-line*.

Argentina manifesta que, embora a proteção seja menor, as normas em vigor consagram o princípio de equiparação de direitos, que zela por tratamento igualitário.

Já a Colômbia argumenta que isto é devido à assimetria da informação que os consumidores recebem nos entornos digitais, e que os tornam mais vulneráveis frente ao comércio tradicional.

## 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:

Argentina, Bolívia, Cuba e Equador: Sem informação.

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

Brasil: Resolução GMC N° 37/2019 do Grupo Mercado Comum.

Colômbia:

Tratados de Livre Comércio em vigor com cláusulas de proteção ao consumidor no comércio eletrônico:

- Protocolo Adicional ao Acordo-Quadro da Aliança do Pacífico
- Acordo de Livre Comércio entre Colômbia e Canadá
- Acordo de Livre Comércio entre Colômbia e Chile
- Acordo de Livre Comércio entre Colômbia e Coreia
- Acordo de Livre Comércio entre Colômbia e Costa Rica
- Tratado de Livre Comércio entre Colômbia e El Salvador, Guatemala

e

Honduras

- Acordo de Promoção Comercial entre Colômbia e Estados Unidos da América
- Acordo de Livre Comércio entre Colômbia e Israel
- Acordo de Livre Comércio entre Colômbia e os Estados AELC (EFTA)
- Acordo Comercial entre a União Europeia, Colômbia, Peru e Equador

Tratados de Livre Comércio assinados com cláusulas de proteção ao consumidor no comércio eletrônico:

- Acordo Comercial entre Panamá e Colômbia
- Acordo Comercial entre Cingapura e a Aliança do Pacífico

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).

#### Panamá:

- Acordo de Coordenação e Cooperação Regional entre os países-membros do Conselho Centro-Americano de Proteção ao Consumidor. (CONCADECO). Assinado em 29/9/2023.
- Declaração no XVII Fórum Ibero-Americano de Agências Governamentais de Proteção ao Consumidor. Assinada em 4/11/2023.

#### Peru:

- Disposições sobre proteção ao consumidor on-line em 10 de 22 acordos comerciais, dentre os quais, o CPTPP, a Aliança do Pacífico e os tratados com os Estados Unidos, a União Europeia, Reino Unido, Austrália, Coreia do Sul, entre outros.
- De forma bilateral, estão sendo negociados um capítulo de comércio eletrônico no TLC com Hong Kong e outro no processo de otimização com a China. Espera-se que possuam disposições de proteção ao consumidor em linha.
- Na esfera regional, é elaborado marco normativo geral de comércio eletrônico para a Comunidade Andina, e participa-se das negociações sobre Comércio Eletrônico no âmbito da OMC, onde também vem sendo considerada a necessidade de proteger o consumidor on-line.

#### Uruguai:

- ACE 18 MERCOSUL: Normativa específica: Resolução GMC 37/19
- ACE 73 Uruguai-Chile: Artigo 8.6, Capítulo 8 "Comércio eletrônico"
- TLC MECOSUL-Cingapura. Capítulo 12.5

## 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, impulsione 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 <i>on-line</i> 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>

Nº	PERGUNTAS
	Caso a resposta seja NÃO, por favor indique os motivos pelos quais não se conta com <i>site</i> específico.
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. 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> </ul>

N°	PERGUNTAS
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪</li> <li>a) Que ações concretas são levadas adiante para evitar ou diminuir essas situações?</li> <li>b) Em caso de não mencionar os itens solicitados, por favor mencione os motivos pelos quais não se fornece essa informação.</li> </ul>
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> <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> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Presencial.</li> <li>b) Telefônico.</li> <li>c) Web. Neste caso, por favor inclua o endereço eletrônico mediante o qual pode ser feita a reclamação.</li> <li>d) Outros canais. Neste caso, por favor especifique.</li> </ul> <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> <li>a) Que ações concretas são levadas adiante para solucionar essas reclamações?</li> </ul>

N°	PERGUNTAS
	<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 denunciadas, 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>
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>

Nº	PERGUNTAS
	<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> <p>a) Muito bom</p> <p>b) Bom</p> <p>c) Suficiente/ Adequado</p> <p>d) Insuficiente</p>
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> <p>a) Muito bom</p> <p>b) Bom</p> <p>c) Suficiente/ Adequado</p> <p>d) Insuficiente</p>
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 (Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Cuba, Equador, México, Panamá, Peru e Uruguai), 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>ARGENTINA</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 da Nação Argentina</li> <li>▪ Código Civil e Comercial da Nação Argentina</li> <li>▪ Lei 24.240 de Defesa do Consumidor</li> </ul>	
	<b>ESPECÍFICO das relações de</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Código Civil e Comercial da Nação Argentina (Lei 26.994, capítulo 3, título III, livro terceiro).</li> </ul>	

ARGENTINA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>consumo e direitos do consumidor no comércio eletrônico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lei de Defesa do Consumidor (Lei 24.240, capítulo VII).</li> <li>▪ Resolução SCI 270/2020: internaliza Resolução 37/2019 do Mercosul sobre Proteção ao Consumidor no Comércio Eletrônico.</li> <li>▪ Resolução 310/2020: internaliza Resolução 36/2019 do Mercosul sobre o princípio de equiparação de direitos no âmbito da contratação eletrônica.</li> <li>▪ Resolução 424/2020: obriga os fornecedores de bens e serviços que comerciam no entorno digital a publicarem, em seus sites web eu/ou aplicativos, link chamado “botão de arrependimento”.</li> <li>▪ Resolução 449/2020: obriga os fornecedores a informarem, em seus pontos de venda e em suas páginas web, todos os meios de pagamento que forem aceitos, sejam eletrônicos ou de qualquer outro tipo.</li> <li>▪ Resolução 1033/2021 de Parâmetros Mínimos Obrigatórios de Qualidade para os Serviços de Atendimento e Comunicação à Distância.</li> <li>▪ Resolução 274/2020: obriga os fornecedores a publicarem, em sus páginas web, link ao Guichê</li> </ul>	

ARGENTINA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		<p>Único Federal – “Ventanilla Única Federal (VUF)” para realizar reclamações.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Resolução 271/2020: exige aos fornecedores a publicação, em suas páginas web, do “Botão de cancelamento” (botón de baja), e a publicação de todas as vias dos contratos de adesão.</li> <li>▪ Resolução 139/2020, sobre Consumidores Hipervulneráveis.</li> <li>▪ Resolução 1015/2021: internaliza a Resolução 11/2021 do Mercosul sobre Proteção aos Consumidores Hipervulneráveis.</li> <li>▪ Resolução 464/2022: obriga os fornecedores a publicarem o link ao botão de “Alertas” da Dirección Nacional de Defensa del Consumidor, e um botão próprio com informações sobre seus processos de “Alertas e Retiros”</li> </ul>	
ÓRGÃO/AGÊNCIA/ INSTITUIÇÃO ESPECÍFICA DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR	Criação prevista nas normas nacionais	<a href="https://www.argentina.gob.ar/economia/comercio/defensadelconsumidor">https://www.argentina.gob.ar/economia/comercio/defensadelconsumidor</a>	
	Efetivamente criado e implementando suas funções e objetivos	Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo.	

ARGENTINA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
<b>PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO</b>	<b>Site específico e centralizado em matéria de relações de consumo</b>	<a href="https://www.argentina.gob.ar/economia/comercio/defensadelconsumidor">https://www.argentina.gob.ar/economia/comercio/defensadelconsumidor</a>	
<b>DENÚNCIAS</b>	<b>Possibilidade de denunciar descumprimentos às normas em matéria de defesa do consumidor</b>	Sim	
	<b>Canais para realizar denúncias</b>	Web	
	<b>Canal mais utilizado</b>	Ventanilla Única Federal (VUF) <a href="https://www.argentina.gob.ar/servicio/iniciar-un-reclamo-ante-la-direccion-nacional-de-defensa-del-consumidor-y-arbitraje-del">https://www.argentina.gob.ar/servicio/iniciar-un-reclamo-ante-la-direccion-nacional-de-defensa-del-consumidor-y-arbitraje-del</a>	
	<b>Tipos de denúncias mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico</b>	Não há dados estatísticos que diferenciem denúncia de reclamação. Por esse motivo, as informações são fornecidas no número 11.	

ARGENTINA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>DOMÉSTICO</b>		
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações denunciadas no item anterior</b>	Sem informação.	Em virtude da ausência de estatísticas.
	<b>Tipos de denúncias mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico TRANSFRONTEIRIÇO</b>	Não há estatísticas que permitam obter detalhes.	
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações denunciadas no item anterior</b>	Sem informação.	Em virtude da ausência de estatísticas.
<b>RECLAMAÇÕES</b>	<b>Possibilidade de fazer reclamações em matéria de defesa do consumidor</b>	Sim.	
	<b>Canais para realizar</b>	Web	

ARGENTINA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>reclamações</b>		
	<b>Canal mais utilizado</b>	Ventanilla Única Federal (VUF): <a href="https://www.argentina.gob.ar/servicio/iniciar-un-reclamo-ante-la-direccion-nacional-de-defensa-del-consumidor-y-arbitraje-del">https://www.argentina.gob.ar/servicio/iniciar-un-reclamo-ante-la-direccion-nacional-de-defensa-del-consumidor-y-arbitraje-del</a>	
	<b>Tipos de reclamações mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico DOMÉSTICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Descumprimento de ofertas, promoções e/ou bonificações.</li> <li>▪ Cumprimento parcial ou defeituoso da prestação do serviço.</li> <li>▪ Falta de entrega do bem.</li> <li>▪ Setores de maior incidência: serviços financeiros, de seguros e de comunicações; setor têxtil, calçados e couro.</li> </ul>	
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações reclamadas no item anterior</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ As reclamações ingressam à Ventanilla Única Federal e são geridas mediante canal adequado (COPREC, SNAC, etc.).</li> <li>▪ A Dirección Nacional de Defensa del Consumidor adota medidas vinculadas à fiscalização, punição, educação e sensibilização, dentre outras.</li> </ul>	
	<b>Tipos de reclamações mais recorrentes</b>	Não há estatísticas que permitam obter detalhes.	

ARGENTINA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>vinculadas ao comércio eletrônico TRANSFRONTEIRIÇO</b>		
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações reclamadas no item anterior</b>	Sem informação.	Em virtude da ausência de estatísticas.
<b>DIFICULDADES</b>	<b>Na implementação dos direitos do consumidor on-line</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Relativas à falta de recursos técnicos e humanos para atender à quantidade de reclamações.</li> <li>▪ Falta de regulamentação específica sobre intermediação no comércio eletrônico, especialmente nas assimetrias entre consumidores e fornecedores que utilizam as plataformas de comércio eletrônico.</li> </ul>	
	<b>Possíveis soluções às dificuldades mencionadas</b>	Regulamentar (de forma legislativa ou mediante resoluções administrativas) as operações realizadas por meio do comércio eletrônico.	
<b>CONSUMIDORES ON-LINE</b>	<b>Nível de conhecimento de seus direitos</b>	Suficiente/Adequado.	
<b>AS PMES E AS RELAÇÕES DE CONSUMO ON-LINE</b>	<b>Nível de conhecimento de</b>	Insuficiente.	

ARGENTINA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	boas práticas por parte das PMEs		
	Fraquezas ou obstáculos	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A falta de regulamentação da intermediação no comércio eletrônico traz uma vantagem para os intermediários, em detrimento dos direitos de consumidores e fornecedores que utilizam essas plataformas (vantagens em publicidade, informação, determinação de preços, imposição de mecanismos de envio e comunicação, dentre outros).</li> </ul>	
<b>A PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO TRADICIONAL</b>	<b>É considerada: MAIOR IGUAL MENOR à proteção do consumidor on-line</b>	MENOR.	As normas estabelecem que a proteção deve ser garantida em igual proporção conforme Diretrizes para a Proteção do Consumidor das Nações Unidas e Resolução SCI 310/2020, que internaliza a Resolução GMC 36/2019 do Mercosul e que estabelece "14. Princípio de equiparação de direitos. Os Estados Partes devem esforçar-se para fomentar a confiança no comércio eletrônico, mediante a formulação de políticas transparentes e eficazes. No âmbito da contratação eletrônica, reconhece-se e garante-se um grau de proteção não

ARGENTINA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
			<p>inferior ao outorgado em outras modalidades de comercialização.". Na prática, porém, existe grande desvantagem na proteção do consumidor. Por exemplo, o consumidor tem acesso a menos informação, como características básicas do produto (difíceis de conhecer quando não se vê o produto) ou informação que é apenas acessível de forma digital e que está sob controle do fornecedor; informação sobre os contratos (é frequente a falta de entrega de cópia dos contratos ou a entrega de contratos proforma); informação relativa a meios de geração de confiança (Internet facilita a geração de confiança pela aparência dos portais, mas o comércio tradicional pode utilizar outros meios para gerar confiança que permite maior resguardo dos consumidores); velocidade das transações e horários, que dificultam a reflexão dos consumidores, bem como o devido controle do Estado e, por vezes, dos próprios fornecedores do serviço.</p>

ARGENTINA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
<b>ACORDOS/TRATADOS</b>	<b>Que incluem ou contemplam a proteção ao consumidor on-line</b>	Sem informação.	
<b>AÇÕES QUE A ALADI PODERIA LEVAR ADIANTE</b>	<b>Para a proteção do consumidor on-line no comércio internacional (transfronteiriço)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Promover a cooperação regional, gerando espaços de discussão e encontro para troca de experiências relativas ao tema.</li> <li>▪ Realizar estudos e pesquisas, elaborar relatórios.</li> <li>▪ Contribuir para o avanço da regulação do comércio transfronteiriço.</li> </ul>	

BOLÍVIA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
<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 serviços ofertados <i>on-line</i> .
<b>ÓRGÃO/AGÊNCIA/ INSTITUIÇÃO ESPECÍFICA DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR</b>	<b>Prevista sua criação nas normas nacionais</b>	<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>	
	<b>Efetivamente criado e implementando suas funções e objetivos</b>	Vice-Ministério de Defesa dos Direitos do Usuário e Consumidor.	

BOLÍVIA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
<b>PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO</b>	<b>Site específico e centralizado em matéria de relações de consumo</b>	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> .
<b>DENÚNCIAS</b>	<b>Possibilidade de denunciar descumprimentos das normas em matéria de defesa do consumidor</b>	Sim.	
	<b>Canais mediante os quais podem ser efetuadas denúncias</b>	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>	

<b>BOLÍVIA</b>			
<b>CATEGORIAS</b>	<b>SUBCATEGORIAS</b>	<b>RESPOSTAS</b>	<b>INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR</b>
		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 para evitar ou diminuir as situações denunciadas no item anterior</b>	Sem informação.	

BOLÍVIA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
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. <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.	
	Canal mais utilizado	Presencial.	

BOLÍVIA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>Tipos de reclamações mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico DOMÉSTICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Por vendas <i>on-line</i> com respeito às características do produto que não coincidem estritamente com o ofertado.</li> <li>▪ Retraso de entrega.</li> <li>▪ Problemas com as devoluções.</li> </ul>	
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações reclamadas no item anterior</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Orientação legal.</li> <li>▪ Verificações quando é estabelecida a localização da loja física em território boliviano.</li> </ul>	
	<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</b>	Sem informação.	

<b>BOLÍVIA</b>			
<b>CATEGORIAS</b>	<b>SUBCATEGORIAS</b>	<b>RESPOSTAS</b>	<b>INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR</b>
	<b>mencionadas</b>		
<b>CONSUMIDORES <i>ON-LINE</i></b>	<b>Nível de conhecimento dos direitos que lhes assistem</b>	Insuficiente.	
<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>	Insuficiente.	
	<b>Fraquezas ou obstáculos</b>	<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>	<b>É considerada: MAIOR IGUAL MENOR à proteção do consumidor <i>on-line</i></b>	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>	<b>Que incluem ou contemplam a</b>	Sem informação.	

BOLÍVIA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	proteção do consumidor <i>on-line</i>		
<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>▪ 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> <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>	

BRASIL			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
<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 DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR</b>	<b>Prevista sua criação nas normas nacionais</b>	Sim. Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC).	Criado por Decreto 10.417, de 7/7/2020.
	<b>Efetivamente criado e implementando suas funções e metas.</b>	Sim.	
<b>PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO</b>	<b>Site específico e centralizado em matéria de relações de consumo</b>	<a href="https://www.gov.br/mj/pt/assuntos/seus-direitos/consumidor/">https://www.gov.br/mj/pt/assuntos/seus-direitos/consumidor/</a>	

BRASIL			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
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>	<p>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 com a Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon).</p> <p>▪ A Secretaria Nacional do Consumidor recebe reclamações mediante: <a href="http://www.consumidor.gov.br">www.consumidor.gov.br</a></p>
	Canal mais utilizado	Não possuem essa informação.	

BRASIL			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<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.	
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações</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</li> </ul>	Material informativo: <a href="https://www.gov.br/mj/pt-br/asuntos/sua-">https://www.gov.br/mj/pt-br/asuntos/sua-</a>

BRASIL			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>denunciadas no item anterior</b>	<p>entidades brasileiras relacionadas ao tema, tal como a Autoridade Nacional de Proteção de Dados.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Participação em fóruns e organismos estrangeiros com fins de <i>benchmarking</i> e adoção das melhores práticas internacionais.</li> </ul>	<a href="http://protecao/combate-a-pirataria/Cartilha%20e-commerce/carthila-lancada.pdf">protecao/combate-a-pirataria/Cartilha%20e-commerce/carthila-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 se informa sobre as reclamações em geral.

BRASIL			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações reclamadas 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 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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sem informação.</li> </ul>	
<b>DIFICULDADES</b>	<b>Na implementação dos direitos do consumidor <i>on-line</i></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</li> </ul>	

BRASIL			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		deve responder objetiva e solidariamente por infrações ao direito do consumidor. ▪ Vendas de produtos falsos ou inseguros.	
	<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 <i>ON-LINE</i></b>	<b>Nível de conhecimento dos direitos que lhes assistem</b>	Insuficiente.	Os motivos da insuficiência: Condições socioeconômicas, que o uso dos meios digitais não está plenamente disseminado na população, desconhecimento de direitos do consumidor.
<b>AS PMES E AS RELAÇÕES DE CONSUMO <i>ON-LINE</i></b>	<b>Nível de conhecimento de boas práticas pelas PMEs</b>	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.
	<b>Fraquezas ou obstáculos</b>	Dispõem de um orçamento mais restringido que as grandes empresas para implementar medidas que objetivem atender as demandas dos consumidores, por exemplo.	

BRASIL			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
<b>A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO TRADICIONAL</b>	<b>É considerada: MAIOR IGUAL MENOR à proteção do consumidor <i>on-line</i></b>	MAIOR.	<p>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.</p> <p>No comércio tradicional é mais fácil identificar e rastrear os vendedores/ofereentes, bem como a reparação de eventuais danos.</p>
<b>ACORDOS/TRATADOS</b>	<b>Que incluem ou contemplam a proteção do consumidor <i>on-line</i></b>	Decreto Nº 10.271/2020, que incorporou a Resolução GMC Nº 37/2019, do Grupo Mercado Comum, ao direito brasileiro.	
<b>AÇÕES QUE A ALADI PODERIA LEVAR ADIANTE</b>	<b>Para a proteção do consumidor <i>on-line</i> no comércio internacional (transfronteiriço)</b>	<i>Benchmarking.</i>	

CHILE			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
<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 N° 19.496 Proteção dos direitos do consumidor</li> <li>▪ Decreto N° 6/2021 Regulamento de Comércio Eletrônico</li> </ul>	
	<b>ESPECÍFICO das relações de consumo e direitos do consumidor no comércio eletrônico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lei N° 19.496 Proteção dos direitos do consumidor</li> <li>▪ Decreto N° 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 N° 19.496 e art. 3, inciso 1 letras a e b da referida Lei).</li> </ul>	
<b>ÓRGÃO/AGÊNCIA/ INSTITUIÇÃO ESPECÍFICA DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR</b>	<b>Prevista sua criação nas normas nacionais</b>	<p>Sim.</p> <p><a href="https://www.sernac.cl/portal/617/w3-channel.html">https://www.sernac.cl/portal/617/w3-channel.html</a></p>	
	<b>Efetivamente criado e implementando suas funções e objetivos.</b>	<p>Sim.</p> <p>Serviço Nacional do Consumidor.</p>	

CHILE			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
<b>PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO</b>	<b>Site específico e centralizado em matéria de relações de consumo</b>	<a href="https://www.sernac.cl/portal/604/w3-propertyvalue-20982.html">https://www.sernac.cl/portal/604/w3-propertyvalue-20982.html</a>	
<b>DENÚNCIAS</b>	<b>Possibilidade de denunciar descumprimentos das normas em matéria de defesa do consumidor</b>	Sim.	
	<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="https://www.sernac.cl/app/consumidor/">https://www.sernac.cl/app/consumidor/</a></li> </ul>	
	<b>Canal mais utilizado</b>	Web	
	<b>Tipos de denúncias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reclamações contra fornecedores do Retail</li> </ul>	

CHILE			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico DOMÉSTICO</b>	<p>relacionados a lojas de pequenas e médias empresas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <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</b>	Não dispõem de dados relacionados ao comércio internacional visto que o âmbito de aplicação normativa é exclusivamente territorial,	

CHILE			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>comércio eletrônico TRANSFRONTEIRIÇO</b>	não podendo o Serviço Nacional do Consumidor (SERNAC) desenvolver suas faculdades fora do território nacional.	
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações denunciadas no item anterior</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>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</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sem informação.</li> </ul>	

CHILE			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>vinculadas ao comércio eletrônico DOMÉSTICO</b>		
	<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 TRANSFRONTEIRIÇO</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 reclamadas no item anterior</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sem informação</li> </ul>	
<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	

CHILE			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		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 perseguição 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 CONSUMIDOR NO COMÉRCIO TRADICIONAL</b>	<b>É considerada: MAIOR IGUAL MENOR à proteção do</b>	IGUAL.	A lei de proteção dos direitos do consumidor não estabelece limitações quanto à forma em que é realizada a contratação.

CHILE			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<i>consumidor on-line</i>		
<b>ACORDOS/TRATADOS</b>	<b>Que incluem ou contemplam a proteção do consumidor <i>on-line</i></b>	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.
<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>▪ Gerando instâncias para que seus países-membros compartilhem experiências, boas práticas e legislação para abordar de forma conjunta o tema.</li> </ul>	

COLÔMBIA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
<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 1480 de 2011 (Estatuto do Consumidor).</li> <li>▪ Decreto 1074 de 2015 (regulamentar lei 1480).</li> <li>▪ Circular Única da Superintendencia de Industria y Comercio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A Lei 1480 é aplicável a todas as relações de consumo em setores da economia, onde não existe regulação especial. Contém disposições direcionadas a proteger os consumidores em ambientes tanto tradicionais quanto digitais.</li> <li>▪ A Circular Única contém instruções para implementar as normas acima referidas.</li> </ul>
	<b>ESPECÍFICO das relações de consumo e direitos do consumidor no comércio eletrônico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Capítulo V da Lei 1480: “Ventas que utilizan Métodos No Tradicionales o a Distancia”.</li> <li>▪ Capítulo VI “Protección al Consumidor de Comercio Electrónico”.</li> <li>▪ Capítulo 37 do Decreto 1074 regulamenta “las ventas que utilizan métodos no tradicionales y las ventas a distancia”.</li> <li>▪ Capítulo 51 do Decreto 1074 regulamenta “la reversión del pago”.</li> <li>▪ Lei 527 de 1999: acesso e uso das mensagens de dados, do comércio eletrônico e das assinaturas digitais, e entidades de certificação.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Capítulo V, Lei 1480: artigos 46 a 48.</li> <li>▪ Capítulo VI, Lei 1480: artigos 49 a 54.</li> <li>▪ Decreto 1074: artigo 2.2.2.37.1 e seguintes; e artigo 2.2.2.51.1 e seguintes.</li> </ul>
<b>ÓRGÃO/AGÊNCIA/ INSTITUIÇÃO ESPECÍFICA DE PROTEÇÃO AO</b>	<b>Prevista sua criação nas normas nacionais</b>	<p>Sim.</p> <p><a href="https://www.sic.gov.co/tema/proteccion-del-consumidor">https://www.sic.gov.co/tema/proteccion-del-consumidor</a></p>	

COLÔMBIA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
CONSUMIDOR	Efetivamente criado e implementando suas funções e objetivos	Sim. Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) de Colombia.	
PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO	Site específico e centralizado em matéria de relações de consumo	Portal da Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia (SIC). <a href="https://www.sic.gov.co/tema/proteccion-del-consumidor">https://www.sic.gov.co/tema/proteccion-del-consumidor</a>	
DENÚNCIAS	Possibilidade de denunciar descumprimentos às normas em matéria de defesa do consumidor	Sim.	
	Canais para realizar denúncias	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Presencial</li> <li>▪ Web</li> <li>▪ Correio eletrônico</li> </ul>	
	Canal mais utilizado	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Web e correio eletrônico</li> </ul>	
	Tipos de denúncias mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico DOMÉSTICO	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Falta de informação</li> <li>▪ Publicidade e informação enganosa</li> <li>▪ Falta de qualidade no serviço pós-venda</li> </ul>	Correspondente ao ano 2023.

COLÔMBIA			
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>▪ Diretrizes para a publicidade on-line, com critérios que devem seguir os comerciantes na publicidade de seus produtos e serviços on-line.</li> <li>▪ Programas de capacitação e divulgação direcionados a consumidores e comerciantes.</li> <li>▪ Diretrizes por meio de circulares, para garantir a satisfação dos consumidores.</li> <li>▪ Visitas de inspeção a páginas web onde se comercializam bens e serviços mediante comércio eletrônico, para verificar o cumprimento das normas.</li> <li>▪ Organizar as medidas necessárias para cumprir as normas de proteção ao consumidor.</li> <li>▪ Ferramenta SIC FACILITA, como mecanismo para a solução de controvérsias. Plataforma que funciona como bate-papo virtual para alcançar acordos sobre reclamações realizadas, dispensando instâncias judiciais.</li> </ul>	As ações referidas são levadas adiante pela Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia (SIC).
	<b>Tipos de denúncias mais recorrentes vinculadas ao</b>	Sem informação.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se os produtores, distribuidores ou fornecedores de bens e serviços se encontrarem em território de outro</li> </ul>

COLÔMBIA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>comércio eletrônico TRANSFRONTEIRIÇO</b>		Estado, não serão submetidos às disposições da Lei 1480, salvo estipulação expressa em contrato celebrado. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se um negócio jurídico for celebrado com fornecedor ou fabricante estrangeiro sem filial ou representação legal no país, e sem ter pactuado de forma expressa aplicação da lei colombiana, essa relação de consumo ficará fora do âmbito de aplicação das normas nacionais.</li> </ul>
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações denunciadas no item anterior</b>	Sem informação.	
<b>RECLAMAÇÕES</b>	<b>Possibilidade de fazer reclamações em matéria de defesa do consumidor</b>	Sim.	
	<b>Canais para realizar reclamações</b>	Web	Mediante serviços SIC FACILITA: <a href="http://sicfacilita.sic.gov.co/SICFacilita/">http://sicfacilita.sic.gov.co/SICFacilita/</a>
	<b>Canal mais utilizado</b>	Web	
	<b>Tipos de reclamações</b>	Sem informação.	

COLÔMBIA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico DOMÉSTICO</b>		
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações reclamadas no item anterior</b>	Sem informação.	
	<b>Tipos de reclamações mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico TRANSFRONTEIRIÇO</b>	Sem informação.	
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações reclamações no item anterior</b>	Sem informação.	
<b>DIFICULDADES</b>	<b>Na implementação dos direitos do consumidor on-line</b>	Desafios de inspeção, vigilância e controle de bens e serviços comercializados mediante plataformas eletrônicas, como a impossibilidade de controlar os produtos oferecidos e a identidade do vendedor.	

COLÔMBIA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>Possíveis soluções às dificuldades mencionadas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Inspeções on-line ou “sweeps” para verificar o cumprimento normativo dos portais eletrônicos.</li> <li>▪ Ferramenta “Observer”, que permite monitorar os diversos cenários digitais em que interagem produtores, fornecedores e consumidores.</li> <li>▪ Vigilância preventiva (PREVENSIC).</li> <li>▪ Aplicação “SIC a la Mano”, que permite aos consumidores apresentarem de forma expedita suas solicitações.</li> <li>▪ Campanhas educacionais vinculadas, entre outras, à publicidade mediante influenciadores.</li> </ul>	As ações referidas são levadas adiante pela Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia (SIC).
<b>CONSUMIDORES ON-LINE</b>	<b>Nível de conhecimento de seus direitos</b>	Bom.	
<b>AS PMES E AS RELAÇÕES DE CONSUMO ON-LINE</b>	<b>Nível de conhecimento de boas práticas por parte das PMEs</b>	Insuficiente.	
	<b>Fraquezas ou obstáculos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Falta de confiança do consumidor.</li> <li>▪ Recursos limitados.</li> <li>▪ Segurança e privacidade.</li> </ul>	

COLÔMBIA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Falta de conhecimentos técnicos.</li> <li>▪ Concorrência assimétrica com empresas de maior porte.</li> <li>▪ Regulações e encargos administrativos podem limitar sua capacidade de concorrência.</li> </ul>	
<b>A PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO TRADICIONAL</b>	<b>É considerada: MAIOR IGUAL MENOR à proteção do consumidor on-line</b>	MENOR.	A proteção do consumidor é menor à proteção dos consumidores que realizam transações eletrônicas. Isto porque a assimetria na informação que os consumidores recebem dos fornecedores ou produtores é maior em entornos digitais, fazendo-os mais vulneráveis frente ao comércio tradicional. Nesse sentido, o Estatuto do Consumidor confere certos direitos adicionais aos consumidores que operam no comércio eletrônico.
<b>ACORDOS/TRATADOS</b>	<b>Que incluem ou contemplam a proteção ao consumidor on-line</b>	<b>Tratados de Livre Comércio vigentes com cláusulas de proteção ao consumidor no comércio eletrônico.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Protocolo Adicional ao Acordo-Quadro da Aliança do Pacífico.</li> <li>▪ Acordo de Livre Comércio entre Colômbia e</li> </ul>	

COLÔMBIA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		<p>Canadá.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Acordo de Livre Comércio entre Colômbia e Chile.</li> <li>▪ Acordo de Livre Comércio entre Colômbia e Coreia.</li> <li>▪ Acordo de Livre Comércio entre Colômbia e Costa Rica.</li> <li>▪ Tratado de Livre Comércio entre Colômbia e El Salvador, Guatemala e Honduras.</li> <li>▪ Acordo de Promoção Comercial entre Colômbia e Estados Unidos da América.</li> <li>▪ Acordo de Livre Comércio entre Colômbia e Israel.</li> <li>▪ Acordo de Livre Comércio entre Colômbia e os Estados AELC (EFTA).</li> <li>▪ Acordo Comercial entre a União Europeia, Colômbia, Peru e Equador.</li> </ul> <p><b>Tratados de Livre Comércio assinados com cláusulas de proteção ao consumidor no comércio eletrônico.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Acordo Comercial entre Panamá e Colômbia.</li> </ul>	

COLÔMBIA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Acordo Comercial entre Cingapura e a Aliança do Pacífico.</li> </ul>	
<b>AÇÕES QUE A ALADI PODERIA LEVAR ADIANTE</b>	<b>Para a proteção do consumidor on-line no comércio internacional (transfronteiriço)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A cooperação com outras autoridades de proteção ao consumidor mediante organizações internacionais favorece a interação transfronteiriça e promove o intercâmbio de experiências e de boas práticas.</li> <li>▪ Poderiam ser abordados temas como obstáculos para prevenir enganos e condutas ilegais, bem como desafios sobre limitações jurídicas das autoridades para enfrentar o comércio digital.</li> </ul>	

CUBA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
<b>MARCO NORMATIVO REGULADOR</b>	<b>das relações de consumo e direitos do consumidor EM GERAL</b>	Não dispõe de normas.	Está aprovada no cronograma legislativo do país a apresentação de uma lei para dezembro do ano 2027. Regulam-se as relações de consumo e defesa dos direitos do consumidor mediante resoluções e procedimentos estabelecidos pelo Mincin: Resolução 54/2018 "Indicações para a organização e execução da proteção do consumidor no sistema de comércio interno".

CUBA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>ESPECÍFICO das relações de consumo e direitos do consumidor no comércio eletrônico</b>	Não dispõe de normas.	Neste momento contempla-se em: 1. Lei 149 de 2022. Da <i>Asamblea Nacional del Poder Popular</i> . Da proteção de dados pessoais. 2. Resolução 54 do ano 2018 do <i>Ministerio del Comercio Interior</i> . Resolvo TERCEIRO. 3. Resolução 42 de 2020 do <i>Ministerio del Comercio Interior</i> . Artigos 10, 11. 4. Resolução 49 de 2020 do <i>Ministerio del Comercio Interior</i> . Regulações gerais para a comunicação comercial e marketing no comércio interno varejista. 5. Resolução 51 de 2020 do <i>Ministerio del Comercio Interior</i> .
<b>ÓRGÃO/AGÊNCIA/ INSTITUIÇÃO ESPECÍFICA DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR</b>	<b>Prevista sua criação nas normas nacionais</b>	Prevista sua criação.	
	<b>Efetivamente criado e implementando suas funções e objetivos.</b>	Ainda não criado.	Será aprovado uma vez aprovada a norma reitora.
<b>PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO</b>	<b>Site web específico e centralizado em</b>	Não dispõe de um <i>site</i> específico.	Todas as entidades contam com a publicação de seus dados de contato para

CUBA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>matéria de relações de consumo</b>		que os consumidores possam efetuar suas reclamações por insatisfação com os bens de consumo e serviços comercializados. Não obstante, o <i>Ministerio del Comercio Interior</i> por meio do seu <i>site</i> recebe e processa todas as reclamações que recebe mediante seu <i>site</i> <a href="http://www.mincin.gob.cu">www.mincin.gob.cu</a>
<b>DENÚNCIAS</b>	<b>Possibilidade de denunciar descumprimentos das normas em matéria de defesa do consumidor</b>	Sim.	
	<b>Canais mediante os quais realizar denúncias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Presencial.</li> <li>▪ Telefônico.</li> <li>▪ Web.</li> </ul> <a href="https://bienestarpmincin.xutil.net/sysmincin/es-ES/mincin/tracker/login">https://bienestarpmincin.xutil.net/sysmincin/es-ES/mincin/tracker/login</a>	Outros canais: <a href="http://www.tiendascaribe.cu">www.tiendascaribe.cu</a> <a href="mailto:atencionalcliente@cimex.com.cu">atencionalcliente@cimex.com.cu</a> <a href="https://bienestarpalacio.presidencia.gob.cu/syspalacio/es-ES/palacio/cases/main">https://bienestarpalacio.presidencia.gob.cu/syspalacio/es-ES/palacio/cases/main</a>
	<b>Canal mais utilizado</b>	Não se especifica.	
	<b>Tipos de denúncias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Desabastecimento.</li> </ul>	

CUBA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico DOMÉSTICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dificuldade ou atraso na devolução de montantes pagos/reembolso.</li> <li>▪ Dificuldade com os prazos de entrega.</li> </ul>	
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações denunciadas no item anterior</b>	Há um grupo de trabalho em nível nacional que executa ações para o desenvolvimento do comércio eletrônico em Cuba.	
	<b>Tipos de denúncias mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico TRANSFRONTEIRIÇO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ausências ou limitações no acesso a canais de pagamentos internacionais utilizados pelas principais plataformas internacionais resultado do bloqueio econômico a Cuba do governo dos Estados Unidos.</li> <li>▪ Altos custos de envio.</li> <li>▪ Demora na distribuição doméstica.</li> </ul>	
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações denunciadas no item anterior</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Trabalha-se na implementação de aplicações de pagamento cubanas com integração a plataformas internacionais.</li> <li>▪ Continua-se com a reclamação do fim das medidas de penhora econômica.</li> <li>▪ Foram geridas novas facilidades de tratamento aduaneiras.</li> </ul>	

CUBA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
RECLAMAÇÕES	Possibilidade de fazer reclamações em matéria de defesa do consumidor	Sim.	
	Canais mediante os quais fazer reclamações	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Presencial.</li> <li>▪ Telefônico.</li> <li>▪ Web.</li> </ul> <a href="https://bienestaramincin.xutil.net/sysmincin/es-ES/mincin/tracker/login">https://bienestaramincin.xutil.net/sysmincin/es- ES/mincin/tracker/login</a>	
	Canal mais utilizado	Web.	
	Tipos de reclamações mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico DOMÉSTICO	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Demora na entrega das ordens.</li> <li>▪ Entrega de ordens incompletas.</li> <li>▪ Atrasos nas devoluções de dinheiro.</li> </ul>	
	Ações concretas para evitar ou diminuir as situações reclamadas no item anterior	Há um grupo de trabalho em nível nacional que executa ações para o desenvolvimento do comércio eletrônico em Cuba.	
	Tipos de	Não foram recebidas reclamações.	

CUBA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	reclamações mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico <b>TRANSFRONTEIRIÇO</b>		
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações reclamadas no item anterior</b>	Há um grupo de trabalho em nível nacional que executa ações para o desenvolvimento do comércio eletrônico em Cuba.	
<b>DIFICULDADES</b>	<b>Na implementação dos direitos do consumidor <i>on-line</i></b>	O insuficiente acesso de financiamento para a aquisição de tecnologias, desenvolvimento de softwares e aquisição de produtos.	
	<b>Possíveis soluções às dificuldades mencionadas</b>	Há um grupo de trabalho em nível nacional que executa ações para o desenvolvimento do comércio eletrônico em Cuba.	
<b>CONSUMIDORES <i>ON-LINE</i></b>	<b>Nível de conhecimento dos direitos que lhes assistem</b>	Insuficiente.	
<b>AS PMES E AS RELAÇÕES DE CONSUMO <i>ON-LINE</i></b>	<b>Nível de conhecimento de</b>	Insuficiente.	

CUBA			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	boas práticas por parte das PMEs		
	Fraquezas ou barreiras	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pouco conhecimento no manejo das tecnologias.</li> <li>▪ Pouco acesso a passarelas de pagamento internacionais.</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.	Seja no comércio tradicional ou <i>on-line</i> o consumidor encontra-se em desvantagem com respeito ao fornecedor.
<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)	Capacitação.	

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>	
	ESPECÍFICO das relações de consumo e direitos do consumidor no comércio eletrônico	<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>	
ÓRGÃO/AGÊNCIA/ INSTITUIÇÃO ESPECÍFICA DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR	Prevista sua criação nas normas nacionais	Sim. <a href="https://www.producción.gob.ec">https://www.producción.gob.ec</a>	
	Efetivamente criado e implementando suas funções e objetivos.	Sim. Ministério da Produção, Comércio Exterior, Investimentos e Pesca.	
PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO	Site específico e centralizado em matéria de relações de consumo	<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>	

EQUADOR			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
<b>DENÚNCIAS</b>	<b>Possibilidade de denunciar descumprimentos das normas em matéria de defesa do consumidor</b>	Sim.	
	<b>Canais mediante os quais é possível realizar denúncias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Presencial</li> <li>▪ Web</li> </ul>	
	<b>Canal mais utilizado</b>	Sem informação.	
	<b>Tipos de denúncias mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico DOMÉSTICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Publicidade enganosa.</li> <li>▪ Solicitação de devolução de bens e serviços.</li> <li>▪ Mau serviço.</li> </ul>	
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações denunciadas no item anterior</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Programas de capacitação para corrigir más práticas comerciais.</li> </ul>	
	<b>Tipos de denúncias</b>	Sem informação.	Não aplica considerando o

EQUADOR			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico TRANSFRONTEIRIÇO</b>		tipo de normas levando em conta que em outros países a norma está mais orientada à defesa do consumo <i>on-line</i> .
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações denunciadas no item anterior</b>	Sem informação.	
<b>RECLAMAÇÕES</b>	<b>Possibilidade de efetuar reclamações em matéria de defesa do consumidor</b>	Sim.	
	<b>Canais mediante os quais é possível realizar reclamações</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Presencial</li> <li>▪ Web</li> </ul>	
	<b>Canal mais utilizado</b>	Ambos (presencial e web).	
	<b>Tipos de reclamações mais recorrentes vinculadas ao</b>	<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>	

EQUADOR			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>comércio eletrônico DOMÉSTICO</b>		
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações reclamadas no item anterior</b>	▪ Audiências de intermediação e programas de capacitação.	
	<b>Tipos de reclamações mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico TRANSFRONTEIRIÇO</b>	Sem 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 <i>on-line</i></b>	Que a lei somente contempla um único artigo.	

EQUADOR			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	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	Sem informação.	

EQUADOR			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>consumidor <i>on-line</i></b>		
<b>AÇÕES QUE A ALADI PODERIA LEVAR ADIANTE</b>	<b>Para a proteção do consumidor <i>on-line</i> no comércio internacional (transfronteiriço)</b>	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 Radiodifusión 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> <li>▪ Lei de Proteção e Defesa do Usuário de Serviços Financeiros.</li> </ul>	
	ESPECÍFICO das relações de consumo e direitos do consumidor no comércio eletrônico	<p>Sim.</p> <p>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.
ÓRGÃO/AGÊNCIA/	Prevista sua criação	Sim.	

MÉXICO			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
INSTITUIÇÃO ESPECÍFICA DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR	nas normas nacionais		
	Efetivamente criado e implementando suas funções e objetivos.	Sim. Procuradoria Federal do Consumidor (Profeco).	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>
PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO	Site específico e centralizado em matéria de relações de consumo	Sim. <a href="https://www.gob.mx/profeco">https://www.gob.mx/profeco</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://telefonodelconsumidor.gob.mx">http://telefonodelconsumidor.gob.mx</a></li> <li>▪ Outros: mediante correio eletrônico:</li> </ul>	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> Ações coletivas:

MÉXICO			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		<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>	<a href="https://acolectivas.profeco.gob.mx/">https://acolectivas.profeco.gob.mx/</a>
	<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> </ul>	

MÉXICO			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Emissão de alertas aos consumidores.</li> <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:	

MÉXICO			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		<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 vinculadas ao comércio eletrônico DOMÉSTICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Negativa à entrega do produto ou serviço.</li> <li>▪ Negativa à troca ou devolução.</li> <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> </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>

MÉXICO			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		- Companhias aéreas (cancelamento e atrasos de voos).	
	<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 Consumidor.</li> </ul>
<b>DIFICULDADES</b>	<b>Na Implementação dos direitos do consumidor <i>on-line</i></b>	<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>	
	<b>Possíveis soluções às dificuldades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gerar uma regulação específica para determinar as responsabilidades dos atores (plataforma e</li> </ul>	

MÉXICO			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>mencionadas</b>	fornecedores) no comércio <i>on-line</i> . <ul style="list-style-type: none"> <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>	
<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 parte das PMEs</b>	Não contam com informações que permitam identificar fraquezas ou obstáculos.	
	<b>Fraquezas ou obstáculos</b>	Não contam com informações que permitam identificar fraquezas ou obstáculos.	
<b>A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO TRADICIONAL</b>	<b>É considerada: MAIOR IGUAL MENOR à proteção do consumidor <i>on-line</i></b>	MAIOR. <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 fornecedores.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ O marco legal de proteção do consumidor é o mesmo para o comércio tradicional que para o comércio <i>on-line</i>.</li> <li>▪ O comércio <i>on-line</i> beneficia os consumidores pelo seu imediatismo, disponibilidade de produtos e serviços e comodidade de seu</li> </ul>

MÉXICO			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Riscos de ser vítima de condutas enganosas.</li> <li>- Problemas associados aos desenhos das interfaces dos usuários.</li> </ul>	uso.
<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>	

PANAMÁ			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
<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 45 de 2007.</li> <li>▪ Decreto Executivo 46 de 2009.</li> </ul>	
	<b>ESPECÍFICO das relações de consumo e direitos do consumidor no comércio eletrônico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lei 51 de 22 de julho de 2008. Define e regulamenta os documentos eletrônicos e as assinaturas eletrônicas, bem como a prestação de serviços de armazenamento tecnológico de documentos e de certificação de assinaturas eletrônicas. Ademais, adota outras disposições para o desenvolvimento do comércio eletrônico.</li> <li>▪ Lei 45 de 2007 sobre proteção ao consumidor, modificada pela Lei 14, de 20 de fevereiro de 2018.</li> <li>▪ Decreto Executivo 46 de 2009.</li> </ul>	Os artigos 68, 70 e 71 da Lei 45 fazem especial referência ao consumidor on-line.
<b>ÓRGÃO/AGÊNCIA/ INSTITUIÇÃO ESPECÍFICA DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR</b>	<b>Prevista sua criação nas normas nacionais</b>	Sim. - Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO). - Dirección General de Comercio Electrónico del Ministerio de Comercio e Industrias (DGCE).	
	<b>Efetivamente criado e implementando suas</b>	Sim. Dirección General de Comercio Electrónico	

PANAMÁ			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>funções e objetivos</b>	del Ministerio de Comercio e Industrias (DGCE).	
<b>PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO</b>	<b>Site específico e centralizado em matéria de relações de consumo</b>	<a href="http://www.acodeco.gob.pa">www.acodeco.gob.pa</a>	
<b>DENÚNCIAS</b>	<b>Possibilidade de denunciar descumprimentos às normas em matéria de defesa do consumidor</b>	Sim.	
	<b>Canais para realizar denúncias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Presencial</li> <li>▪ Telefônico (Whatsapp e Twitter).</li> <li>▪ Correio eletrônico: info@acodeco.gob.pa</li> <li>▪ Web: <a href="http://www.acodeco.gob.pa">www.acodeco.gob.pa</a></li> </ul>	
	<b>Canal mais utilizado</b>	Telefônico, mediante sistema SINDI.	
	<b>Tipos de denúncias mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico DOMÉSTICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Publicidade enganosa (veracidade da publicidade).</li> <li>▪ Falta de informação.</li> <li>▪ Cobrança a preço diferente do preço informado (escâner).</li> </ul>	

PANAMÁ			
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>▪ Educar os consumidores sobre seus direitos em matéria de proteção ao consumidor (direito à informação clara, verdadeira e oportuna).</li> <li>▪ Operações realizadas periodicamente pela instituição para fiscalizar o cumprimento das normas pelos diversos agentes econômicos, atendendo às denúncias apresentadas pelos consumidores, e punir o agente econômico, se for o caso, após realizada a investigação.</li> </ul>	
	<b>Tipos de denúncias mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico TRANSFRONTEIRIÇO</b>	Sem informação.	Até agora, as denúncias atendidas pela instituição ocorrem apenas no âmbito nacional.
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações denunciadas no item anterior</b>	Sem informação.	Até agora, as denúncias atendidas pela instituição ocorrem apenas no âmbito nacional.
<b>RECLAMAÇÕES</b>	<b>Possibilidade de fazer</b>	Sim.	

PANAMÁ			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>reclamações em matéria de defesa do consumidor</b>		
	<b>Canais para realizar reclamações</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Presencial</li> <li>▪ Web: <a href="http://www.acodeco.gob.pa">www.acodeco.gob.pa</a></li> </ul>	A reclamação presencial é realizada na sede central ou nos diversos escritórios regionais.
	<b>Canal mais utilizado</b>	Presencial.	
	<b>Tipos de reclamações mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico DOMÉSTICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Veracidade da publicidade (publicidade enganosa).</li> <li>▪ Falta de informação.</li> <li>▪ Descumprimento do serviço.</li> </ul>	
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações reclamadas no item anterior</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Educar os consumidores sobre seus direitos em matéria de proteção ao consumidor (direito à informação clara, verdadeira e oportuna, e ao cumprimento do oferecido pelo fornecedor).</li> <li>▪ Operações realizadas periodicamente pela instituição para verificar o cumprimento das normas pelos diversos agentes econômicos, atendendo às denúncias apresentadas pelos consumidores contra os fornecedores de bens e serviços. Caso não haja acordo ou conciliação prévia das</li> </ul>	

PANAMÁ			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		partes, a Autoridade deverá resolver a reclamação.	
	<b>Tipos de reclamações mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico TRANSFRONTEIRIÇO</b>	Sem informação.	Até agora, as reclamações atendidas pela instituição ocorrem apenas no âmbito nacional.
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações reclamadas no item anterior</b>	Sem informação.	Até agora, as reclamações atendidas pela instituição ocorrem apenas no âmbito nacional.
<b>DIFICULDADES</b>	<b>Na implementação dos direitos do consumidor on-line</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Desconhecimento das normas que protegem o consumidor.</li> <li>▪ Agentes econômicos dedicados a este tipo de atividade que não constituem empresas habilitadas para o comércio. Trata-se de pessoas naturais não registradas ou sem local ou domicílio físico que possibilite gerir os trâmites legais requeridos, especialmente, notificações para o caso das reclamações.</li> </ul>	
	<b>Possíveis soluções às dificuldades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Recomendar que as transações on-line dos consumidores sejam feitas com</li> </ul>	

PANAMÁ			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>mencionadas</b>	empresas devidamente registradas e com domicílio físico, para poder realizar qualquer gestão e notificação. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reforçar a orientação e a educação do consumidor sobre recomendações e precauções prévias à transação on-line, tanto para a compra de bens quanto para a contratação de serviços, já que as experiências negativas geram desconfiança para o consumidor on-line.</li> </ul>	
<b>CONSUMIDORES ON-LINE</b>	<b>Nível de conhecimento de seus direitos</b>	Sem informação.	
<b>AS PMES E AS RELAÇÕES DE CONSUMO ON-LINE</b>	<b>Nível de conhecimento de boas práticas por parte das PMEs</b>	Sem informação.	
	<b>Fraquezas ou obstáculos</b>	Sem informação.	
<b>A PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO TRADICIONAL</b>	<b>É considerada: MAIOR IGUAL MENOR à proteção do consumidor on-line</b>	MAIOR.	As experiências negativas dos consumidores, no âmbito do comércio on-line, gera desconfiança ou rejeição no futuro. Por exemplo, encontrar empresas não devidamente registradas ou sem domicílio físico atualizado, ou bem que recusam dar respostas efetivas ou positivas às

PANAMÁ			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
			reclamações dos consumidores, no caso de plataformas de serviços on-line (embora muitos desses casos sejam resolvidos pela Autoridade).
<b>ACORDOS/TRATADOS</b>	<b>Que incluem ou contemplam a proteção ao consumidor on-line</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Acordo de Coordenação e Cooperação Regional entre os países-membros do Conselho Centro-Americano de Proteção ao Consumidor (CONCADECO). Assinado em 29/9/2023.</li> <li>▪ Declaração no XVII Fórum Ibero-Americano de Agências Governamentais de Proteção ao Consumidor. Assinada em 4/11/2023.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Artigo 5 do Acordo: facilita a gestão de reclamações em compras presenciais ou virtuais realizadas com fornecedores domiciliados nos países da região centro-americana e da República Dominicana, considerando as normas legais e regulamentares de cada país.</li> <li>▪ O item 5 da Declaração incorporou o Grupo de Trabalho sobre Comércio Eletrônico.</li> </ul>
<b>AÇÕES QUE A ALADI PODERIA LEVAR ADIANTE</b>	<b>Para a proteção do consumidor on-line no comércio internacional (transfronteiriço)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Realizar jornadas de treinamento de técnicos sobre atendimento e troca de experiências bem-sucedidas em resolução de casos no comércio eletrônico.</li> <li>▪ Emitir relatórios de resultados de ações realizadas.</li> <li>▪ Elaborar materiais educativos para divulgação dos direitos dos consumidores no comércio eletrônico.</li> </ul>	

PERU			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
<b>MARCO NORMATIVO REGULADOR</b>	<b>das relações de consumo e direitos do consumidor EM GERAL</b>	Lei N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.	A referida norma é identificada como a principal. Há ainda outras normas especiais que reconhecem direitos dos consumidores, mas aplicados a temas mais específicos.
	<b>ESPECÍFICO das relações de consumo e direitos do consumidor no comércio eletrônico</b>	Não.	Nas normas gerais não existem disposições específicas para o consumidor on-line.
<b>ÓRGÃO/AGÊNCIA/ INSTITUIÇÃO ESPECÍFICA DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR</b>	<b>Prevista sua criação nas normas nacionais</b>	Sim.	Entidade com competência nacional encarregada da proteção dos direitos dos consumidores (encarregada de conferir que a informação nos mercados seja correta, de garantir a idoneidade dos bens e serviços em função da informação oferecida e de evitar a discriminação nas relações de consumo). Tem ainda faculdades para resolver controvérsias surgidas nas relações de consumo.
	<b>Efetivamente criado e implementando suas funções e objetivos</b>	Sim.  Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad	Criado e em pleno funcionamento desde 1992.

PERU			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		Intelectual (INDECOPI).  <a href="https://www.gob.pe/indecopi">https://www.gob.pe/indecopi</a>	
<b>PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO</b>	<b>Site específico e centralizado em matéria de relações de consumo</b>	Sim.  <a href="http://www.consumidor.gob.pe">www.consumidor.gob.pe</a>	
<b>DENÚNCIAS</b>	<b>Possibilidade de denunciar descumprimentos às normas em matéria de defesa do consumidor</b>	Sim.	O Código de Proteção e Defesa do Consumidor estabelece que os fornecedores são responsáveis pela contravenção de suas disposições e os consumidores estão facultados a formular suas denúncias administrativas junto aos órgãos resolutivos do INDECOPI.  No caso de propaganda ou de publicidade enganosa, o Decreto Legislativo N° 1044, que Aprova a Lei de Repressão da Concorrência Desleal, prevê ainda a possibilidade de interpor as denúncias junto à Comissão de Fiscalização da Concorrência Desleal.
	<b>Canais para realizar denúncias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Presencial</li> <li>▪ Web: <a href="https://enlinea.indecopi.gob.pe/MDPVirtu">https://enlinea.indecopi.gob.pe/MDPVirtu</a></li> </ul>	

PERU			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		<a href="#">al2/#/inicio</a>	
	<b>Canal mais utilizado</b>	Sem informação.	Conforme decorre dos campos dos registros das denúncias administrativas junto aos órgãos resolutivos do INDECOPI, não é possível determinar os canais de apresentação das denúncias.
	<b>Tipos de denúncias mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico DOMÉSTICO</b>	Sem informação.	Entre os campos dos registros das denúncias administrativas junto aos órgãos resolutivos do INDECOPI, nenhum permite identificar se o denunciado se relaciona com o comércio eletrônico.
	<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>	Sem informação.	Entre os campos dos registros das denúncias administrativas junto aos órgãos resolutivos do INDECOPI, nenhum permite identificar se o denunciado se relaciona com o comércio eletrônico.
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações</b>	Sem informação.	

PERU			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	denunciadas no item anterior		
RECLAMAÇÕES	Possibilidade de fazer reclamações em matéria de defesa do consumidor	Sim.	<p>O Código de Proteção e Defesa do Consumidor estabeleceu a obrigação de todos os fornecedores de contar com um Livro de Reclamação físico e virtual, por meio do qual os consumidores podem apresentar suas reclamações ou queixas.</p> <p>O fornecedor conta com prazo de quinze (15) dias para oferecer uma resposta direta ao reclamante. Não contar com um Livro de Reclamações ou não atender às reclamações dentro do prazo legal constitui infração que pode ser punida.</p> <p>Adicionalmente, através da página <a href="https://enlinea.indecopi.gob.pe/reclamavirtual/#/">https://enlinea.indecopi.gob.pe/reclamavirtual/#/</a> também é possível apresentar reclamações. O INDECOPI busca alcançar uma solução entre o fornecedor e o consumidor com diversos mecanismos como conciliação e mediação. Caso não haja acordo, o usuário pode optar por continuar com a denúncia</p>

PERU			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
			administrativa ou com a solicitação de arbitragem.
	<b>Canais para realizar reclamações</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Presencial.</li> <li>▪ Telefônico.</li> <li>▪ Web: <a href="https://enlinea.indecopi.gob.pe/reclamavirtual/#/">https://enlinea.indecopi.gob.pe/reclamavirtual/#/</a></li> </ul>	
	<b>Canal mais utilizado</b>	<p>No período janeiro 2022-setembro 2023, no INDECOPI foram concluídas 194,589 reclamações, mediante os canais abaixo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reclamação virtual: 150,684 (77,4%).</li> <li>• Presencial: 28,268 (14,5%).</li> <li>• Ligações telefônicas: 9,224 (4,7%).</li> <li>• Correio eletrônico: 5,493 (2,8%).</li> <li>• Carta: 511 (0,3%).</li> <li>• WhatsApp: 409 (0,2%).</li> </ul>	
	<b>Tipos de reclamações mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico DOMÉSTICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Falta de idoneidade (93,6%).</li> <li>▪ Operações não reconhecidas em transações (1,6%).</li> <li>▪ Atendimento de reclamações (1,4%).</li> </ul>	
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ O fornecedor será contactado para dar uma resposta, começando a etapa de</li> </ul>	

PERU			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>situações reclamadas no item anterior</b>	<p>mediação. Se a resposta for positiva, o processo será concluído nesse momento. Caso o fornecedor negue os fatos e não dê nenhuma resposta, as partes serão convocadas para a etapa de conciliação. Será propiciada a aproximação entre as partes para chegarem voluntariamente a um acordo de conciliação, levando em consideração que, neste serviço, não é emitido pronunciamento sobre a reclamação apresentada. Se houver acordo, a reclamação será encerrada. Caso contrário, o reclamante poderá optar entre os seguintes serviços: denúncia administrativa e/ou arbitragem de consumo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Por outra parte, o INDECOPI divulgou informações para prevenir controvérsias de consumo relativas ao comércio eletrônico:             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Divulgação de informação sobre padrões obscuros</li> </ul> </li> </ul> <p><a href="https://www.gob.pe/institucion/indecopi/n">https://www.gob.pe/institucion/indecopi/n</a></p>	

PERU			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		<p><a href="#">oticias/595426-cyber-daysindecopi-advierte-que-provedores-podrian-usar-patrones-oscuros-en-sus-paginas-web-para-influir-en-decisiones-decompra</a>).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Divulgação de informação sobre as características dos aplicativos móveis de delivery mais utilizados no Peru. (<a href="https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3566012/Comparativo%20APPs%20de%20delivery-Indecopi%20%281%29.pdf.pdf">https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3566012/Comparativo%20APPs%20de%20delivery-Indecopi%20%281%29.pdf.pdf</a>).</li> </ul>	
	<b>Tipos de reclamações mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico TRANSFRONTEIRIÇO</b>	Falta de idoneidade.	Foram realizadas duas reclamações relativas ao comércio eletrônico e associadas a empresas identificadas com passaporte.
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações reclamadas no item anterior</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ No âmbito do trabalho colaborativo entre o INDECOPI e o SERNAC, o convênio de cooperação permite a troca de informação sobre etiquetagem de produtos, acompanhamento de reclamações de consumo apresentadas por compatriotas em outro país e atividades de divulgação sobre boas</li> </ul>	

PERU			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		<p>práticas no comércio eletrônico.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ No âmbito internacional, a avaliação feita pela UNCTAD (Peer Review) identificou duas áreas de aprimoramento da política pública que responde a dois interesses legítimos incluídos nas Diretrizes das Nações Unidas para a Proteção do Consumidor: 1) proteção dos consumidores em situação vulnerável e desvantajosa, e 2) que o grau de proteção para os consumidores que operarem através do comércio eletrônico não seja inferior ao concedido a outras formas de comércio. O estudo recomendou o seguinte: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisar a legislação a fim de adaptá-la às necessidades do comércio eletrônico, conforme Diretrizes das Nações Unidas para a Proteção do Consumidor e das Recomendações da OCDE.</li> <li>• Verificar que as empresas que operem no mercado peruano cumpram as</li> </ul> </li> </ul>	

PERU			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		<p>obrigações de proteção do consumidor, especialmente aquelas que não tenham representação operativa no país.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ No âmbito do processo de adesão do Peru à OCDE, a Secretaria Técnica da Comissão Multissetorial Peru-OCDE da Dirección General para Asuntos Económicos del Ministerio de Relaciones Exteriores, em sua qualidade de coordenadora no processo de adesão, encaminhou para o INDECOPI roteiro aprovado que incluiu, como recomendação OCDE, a proteção dos consumidores no comércio eletrônico.</li> </ul> <p>Nesse sentido, o Peru se compromete a atender a estas recomendações, para permitir estimular o desenvolvimento contínuo de mecanismos eficazes de correção e de autorregulação que aumentem a confiança no comércio eletrônico.</p>	

PERU			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
DIFICULDADES	Na implementação dos direitos do consumidor on-line	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Os padrões internacionais em matéria de proteção do consumidor são altos, e 95% dos fornecedores no Peru são microempresas ou pequenas empresas. Isto dificulta a adoção e o cumprimento das propostas.</li> <li>▪ Este universo de fornecedores fez o setor privado declarar dispensáveis as normas sobre comércio eletrônico, além de que sua implementação seria custosa para muitos.</li> <li>▪ O setor privado considera que a regulação existente (normas gerais) é suficiente para proteger os consumidores on-line.</li> <li>▪ O Poder Legislativo ainda não adotou opinião clara no que diz respeito à regulação do comércio eletrônico. Desde 2021, manifestou seu interesse por legislar sobre proteção ao consumidor on-line; porém, até agora os projetos de lei existentes não têm adotado as recomendações emitidas pelas instituições técnicas, adiando</li> </ul>	

PERU			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		constantemente o debate sobre a implementação da regulação na matéria.	
	<b>Possíveis soluções às dificuldades mencionadas</b>	Fomentar o diálogo entre o setor público e o privado a fim de considerar a regulação como uma oportunidade para oferecer segurança jurídica a esta forma de comércio.	Cabe precisar que a regulação atual permite resolver controvérsias em matéria de comércio eletrônico. Porém, isto é feito mediante interpretação extensiva e protecionista dos membros dos órgãos resolutivos.
<b>CONSUMIDORES ON-LINE</b>	<b>Nível de conhecimento de seus direitos</b>	Suficiente/Adequado.	
<b>AS PMES E AS RELAÇÕES DE CONSUMO ON-LINE</b>	<b>Nível de conhecimento de boas práticas por parte das PMEs</b>	Insuficiente.	
	<b>Fraquezas ou obstáculos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Concorrência com os comerciantes informais que utilizam plataformas como Marketplace, do Facebook, para oferecer seus produtos e marcar reuniões para fazer transações à margem dos requerimentos tributários.</li> <li>▪ As PMEs consideram que a implementação de medidas de segurança para suas transações e canais</li> </ul>	

PERU			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		virtuais de atendimento a seus consumidores é custosa e aumenta o preço de seus produtos e serviços. Portanto, a fim de oferecer preços competitivos com fornecedores informais, escolhem não implementar estas medidas.	
<b>A PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO TRADICIONAL</b>	<b>É considerada: MAIOR IGUAL MENOR à proteção do consumidor on-line</b>	Sem informação.	Como neste momento não existe regulação sobre a matéria, não é possível responder a esta pergunta. Não obstante, a OCDE recomendou que a proteção ao consumidor deve ser igual. Portanto, nossas propostas e opiniões, bem como as resoluções, se orientam a equilibrar a assimetria informativa existente no comércio eletrônico.
<b>ACORDOS/TRATADOS</b>	<b>Que incluem ou contemplam a proteção ao consumidor on-line</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ O Peru inclui disposições sobre proteção ao consumidor on-line em 10 de 22 acordos comerciais, dentre eles o CPTPP, a Aliança do Pacífico e os tratados com Estados Unidos, União Europeia, Reino Unido, Austrália, Coreia do Sul, dentre outros.</li> <li>▪ De forma bilateral, vem sendo negociado um capítulo de comércio</li> </ul>	

PERU			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		<p>eletrônico no TLC com Hong Kong e outro no processo de otimização com a China. Espera-se que possuam disposições que projetam o consumidor on-line.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Adicionalmente, essas disposições também são refletidas no âmbito regional, já que vem sendo elaborado um marco normativo geral de comércio eletrônico para a Comunidade Andina. Ademais, o Peru participa das negociações sobre Comércio Eletrônico no âmbito da OMC, onde também é considerada a necessidade de proteger o consumidor on-line.</li> </ul>	
<b>AÇÕES QUE A ALADI PODERIA LEVAR ADIANTE</b>	<b>Para a proteção do consumidor on-line no comércio internacional (transfronteiriço)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover a implementação de mecanismos de solução de conflitos transfronteiriços.</li> <li>Estabelecer a necessidade de contar com escritórios regionais e não centralizados pelos operadores de comércio eletrônico nos países onde trabalham.</li> </ul>	

URUGUAI			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
<b>MARCO NORMATIVO REGULADOR</b>	<b>das relações de consumo e direitos do consumidor EM GERAL</b>	Lei 17.250 aprovada no ano 2000.	
	<b>ESPECÍFICO das relações de consumo e direitos do consumidor no comércio eletrônico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lei 17.250, artigo 16 e 16 Bis.</li> <li>▪ Decreto Nº 167/021, de 2 de junho de 2021, que incorpora ao ordenamento jurídico nacional a Resolução Nº 37/19 do Grupo Mercado Comum do Mercosul, que regula a “Proteção do Consumidor no Comércio Eletrônico”.</li> </ul>	
<b>ÓRGÃO/AGÊNCIA/ INSTITUIÇÃO ESPECÍFICA DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR</b>	<b>Prevista sua criação nas normas nacionais</b>	Sim.	
	<b>Efetivamente criado e implementando suas funções e objetivos</b>	Sim. Unidad Defensa del Consumidor (UDECO).  <a href="https://www.gub.uy/ministerio-economia-finanzas/unidad-defensa-consumidor">https://www.gub.uy/ministerio-economia-finanzas/unidad-defensa-consumidor</a>	Órgão desconcentrado do Ministerio de Economía y Finanzas.

<b>URUGUAI</b>			
<b>CATEGORIAS</b>	<b>SUBCATEGORIAS</b>	<b>RESPOSTAS</b>	<b>INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR</b>
<b>PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO</b>	<b>Site específico e centralizado em matéria de relações de consumo</b>	Sí.  <a href="https://www.gub.uy/ministerio-economia-finanzas/unidad-defensa-consumidor">https://www.gub.uy/ministerio-economia-finanzas/unidad-defensa-consumidor</a>	
<b>DENÚNCIAS</b>	<b>Possibilidade de denunciar descumprimentos às normas em matéria de defesa do consumidor</b>	Sim.	
	<b>Canais para realizar denúncias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Presencial</li> <li>▪ Telefônico</li> <li>▪ Web: <a href="https://www.gub.uy/tramites/denuncia-violaciones-normativa-defensa-consumidor">https://www.gub.uy/tramites/denuncia-violaciones-normativa-defensa-consumidor</a></li> </ul>	
	<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>▪ Publicidade enganosa.</li> <li>▪ Falta de entrega do produto.</li> <li>▪ Cobrança indevida/abusiva.</li> <li>▪ Falta de informação.</li> </ul>	A informação corresponde às denúncias mais recorrentes no ano 2022.

URUGUAI			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações denunciadas no item anterior</b>	Fiscalização aplicando normas nacionais. Caso seja comprovada infração ou violação às normas, levam-se adiante procedimentos administrativos punitivos.	
	<b>Tipos de denúncias mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico TRANSFRONTEIRIÇO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Publicidade enganosa.</li> <li>▪ Cobrança indevida/abusiva.</li> <li>▪ Falta de informação.</li> </ul>	Entendemos por comércio eletrônico transfronteiriço aquele realizado com empresas com sede no exterior. Operamos com fornecedores com domicílio no exterior e representação legal no Uruguai.
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações denunciadas no item anterior</b>	Fiscalização mediante aplicação de normas nacionais de proteção ao consumidor. Caso seja comprovada infração ou violação às normas, levam-se adiante procedimentos administrativos punitivos, desde que seja possível cumprir o devido processo (realizar notificações conforme regulamentação para visitas prévias. Caso contrário, será arquivado por impossibilidade de continuar o devido procedimento).	
<b>RECLAMAÇÕES</b>	<b>Possibilidade de fazer reclamações em matéria de defesa do</b>	Sim.	

URUGUAI			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>consumidor</b>		
	<b>Canais para realizar reclamações</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Telefônico.</li> <li>▪ Web: <a href="https://www.gub.uy/tramites/consulta-yo-reclamo-materia-relaciones-consumo">https://www.gub.uy/tramites/consulta-yo-reclamo-materia-relaciones-consumo</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>▪ Falta de entrega do produto.</li> <li>▪ Descumprimento na prestação do serviço.</li> <li>▪ Artigo 16, Lei 17.250 (direito de arrendimento).</li> </ul>	Os dados estatísticos no Uruguai não permitem agrupação direta entre tipo de reclamações e empresas fornecedoras transfronteiriças ou intrafronteiriças. Portanto, a informação por tipo de reclamação oferecida é para todas as reclamações de comércio on-line ingressadas à Unidade de Defesa do Consumidor (UDECO).
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações reclamadas no item anterior</b>	Realizam-se mediações entre os consumidores e os fornecedores objeto da reclamação.	
	<b>Tipos de reclamações mais recorrentes vinculadas ao comércio eletrônico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Falta de entrega do produto.</li> <li>▪ Descumprimento na prestação do serviço.</li> <li>▪ Artigo 16, Lei 17.250 Rescisão de pleno</li> </ul>	Entendemos por comércio eletrônico transfronteiriço aquele realizado com empresas com sede no exterior. Operamos com fornecedores com domicílio no exterior e

URUGUAI			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
	<b>TRANSFRONTEIRIÇO</b>	direito.	representação legal no Uruguai ou que respondam via eletrônica desde o exterior.  Os dados estatísticos no Uruguai não permitem agrupação direta entre tipo de reclamações e empresas fornecedoras transfronteiriças ou intrafronteiriças. Portanto, a informação por tipo de reclamação oferecida é para todas as reclamações de comércio on-line ingressadas à UDECO.
	<b>Ações concretas para evitar ou diminuir as situações reclamadas no item anterior</b>	Realizam-se mediações entre os consumidores e os fornecedores objeto da reclamação.	
<b>DIFICULDADES</b>	<b>Na implementação dos direitos do consumidor on-line</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A maioria das pessoas que utilizam Marketplace não revela dados relativos à identidade do fornecedor, domicílio, se a empresa é formal ou não, meios de contato e notificação para reclamações administrativas ou judiciais, etc.).</li> <li>▪ No caso de comercialização de alimentos e de medicamentos, não existe informação relativa ao</li> </ul>	

URUGUAI			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		<p>cumprimento de registros e normas sanitárias ou bromatológicas, nem se há habilitações para a venda desses produtos. As plataformas de intermediação habilitam o fornecedor desses produtos e podem habilitar o usuário vendedor apenas com a habilitação tributária, mas não a sanitária.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ As plataformas de intermediação não fazem controles adequados sobre identidade e domicílio dos fornecedores que comercializam nelas.</li> <li>▪ Falta de mecanismos próprios das plataformas ou setores para a solução on-line dos conflitos entre fornecedores e consumidores.</li> <li>▪ Há fornecedores on-line com domicílio em outros países aos que não é possível aplicar as normas de defesa do consumidor nacional, embora exista desenho de venda para esses consumidores (não são bloqueados por área geográfica IP).</li> </ul>	

URUGUAI			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Impossibilidade de abrir procedimento, ou de notificar uma empresa antes da punição, devido à falta de aviso de recebimento da notificação, por não possuir domicílio digital.</li> <li>▪ Incremento de fraudes financeiros desde o crescimento do comércio eletrônico pós-pandemia.</li> </ul>	
	<b>Possíveis soluções às dificuldades mencionadas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Em Marketplace, poderia ser aplicada a inteligência artificial para as plataformas de intermediação (Instagram, Facebook, etc.), que identifiquem os usuários fornecedores (conforme sua definição legal) que vendam produtos ou serviços e tomem medidas de regulação a esse respeito (ou algumas medidas para identificar fornecedores, contar com domicílio digital constituído para seus consumidores e procedimentos administrativos e judiciais) e controlar que cumpram as normas nacionais sanitárias, bromatológicas e de consumidor.</li> <li>▪ Deverão ser controladas as habilitações</li> </ul>	

URUGUAI			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		<p>sanitárias, bromatológicas e de segurança de produtos das plataformas, para a venda de certos bens on-line (alimentos, cosméticos, medicamentos, brinquedos, etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Criar convênios internacionais para aplicação de normas domésticas de proteção ao consumidor para todos os fornecedores, sejam nacionais ou estrangeiros.</li> <li>▪ Utilizar inteligência artificial para detectar roubos on-line, fornecedores-fantasma, etc.</li> </ul>	
<b>CONSUMIDORES ON-LINE</b>	<b>Nível de conhecimento de seus direitos</b>	Insuficiente.	
<b>AS PMES E AS RELAÇÕES DE CONSUMO ON-LINE</b>	<b>Nível de conhecimento de boas práticas por parte das PMEs</b>	Insuficiente.	
	<b>Fraquezas ou obstáculos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Não procuram assessoramento legal de especialistas em matéria de defesa do consumidor antes de abrir um empreendimento.</li> </ul>	

URUGUAI			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Falta de digitalização dos processos empresariais para oferecer serviços on-line em algumas ou em todas das seguintes dimensões: (i) meios de pagamento; (ii) plataformas de compra e venda; e (iii) logística.</li> <li>▪ Em alguns casos, ninguém pode comparecer às audiências de mediação já que não contam com pessoal para atender na loja.</li> <li>▪ Falta de iniciativa para se relacionar com outras PMEs para criar ou utilizar plataforma comum de resolução de conflitos on-line. Não há quem gerencie as reclamações ou com experiência.</li> </ul>	
<b>A PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO TRADICIONAL</b>	<b>É considerada: MAIOR IGUAL MENOR à proteção do consumidor on-line</b>	MAIOR.	<p>É mais fácil fiscalizar as lojas físicas, já que possuem endereço específico e têm mais possibilidades de permanecer (não desaparecem quando o site ou canal de vendas em plataformas é eliminado). Isto, do ponto de vista do Estado.</p> <p>Do ponto de vista do consumidor, é possível visualizar o produto de forma real antes da</p>

URUGUAI			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
			<p>compra e venda. Isto é uma vantagem para conhecer o produto que vai ser adquirido.</p> <p>Outra vantagem é que o endereço do fornecedor é conhecido. Portanto, o produto pode ser devolvido para local específico e podem ser feitas reclamações. Existe loja com pessoal para atender os consumidores. Existem garantias às que recorrer quando há local físico determinado.</p>
<b>ACORDOS/TRATADOS</b>	<b>Que incluem ou contemplam a proteção ao consumidor on-line</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ACE 18 MERCOSUL: Normativa específica: Resolução GMC 37/19</li> <li>▪ ACE 73 Uruguai-Chile: Artigo 8.6, Capítulo 8 “Comércio eletrônico”.</li> <li>▪ TLC MECOSUL-Cingapura. Capítulo 12.5 <a href="https://www.mercosur.int/acuerdo-mercosur-singapur/">https://www.mercosur.int/acuerdo-mercosur-singapur/</a></li> </ul>	
<b>AÇÕES QUE A ALADI PODERIA LEVAR ADIANTE</b>	<b>Para a proteção do consumidor on-line no comércio internacional (transfronteiriço)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Trabalhar na criação de dados mediante questionários, etc., que possibilitem fazer um diagnóstico quantitativo sobre o tema da proteção do consumidor on-line no comércio transfronteiriço.</li> <li>▪ Promover as plataformas de resolução de conflitos de consumo</li> </ul>	

URUGUAI			
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	RESPOSTAS	INFORMAÇÃO ESCLARECEDORA/ COMPLEMENTAR
		<p>transfronteiriço.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Promover que as agências de defesa do consumidor dos países da ALADI eliminem obstáculos para ingressar reclamações de consumidores estrangeiros (ex: unicamente permite completar e finalizar o envio de formulários on-line de reclamações com número de documento de identidade nacional ou ID digital nacional), muito frequente na América Latina (menos no Uruguai, que não tem este requerimento).</li> <li>▪ Promover a cooperação entre as agências para a fiscalização de denúncias, por um lado, e para a resolução de conflitos transfronteiriços, pelo outro.</li> <li>▪ Promover o uso de ferramentas informáticas comuns, como inteligência artificial, para gerir reclamações e denúncias on-line.</li> </ul>	



[sgaladi@aladi.org](mailto:sgaladi@aladi.org)  
[www.aladi.org](http://www.aladi.org)