



***PRESENCIA DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS Y
PORTUGUESAS EN INTERNET.
ESPECIAL ATENCIÓN AL COMERCIO
ELECTRÓNICO***

TESIS DOCTORAL

(TOMO II - ANEXOS)

Doctorando:

Rui Filipe Cerqueira Quaresma

Directores:

Paula Luna Huertas

José Carlos Ruiz del Castillo

Departamento de Economía Financiera y

Dirección de Operaciones

Sevilla, 2005

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A – Agrupación de los documentos de soporte al desarrollo del instrumento de análisis.....	397
Documento 1 – Aportación de la Ley 34/1988.....	397
Documento 2 – Aportación de la Ley Orgánica 15/1999.....	401
Documento 3 – Aportación del Real Decreto 1906/1999.....	403
Documento 4 – Aportación de la Ley 34/2002.....	404
Documento 5 – Aportación de la Ley 47/2002.....	412
Documento 7 – Aportación del Decreto-Lei nº. 275/98.....	414
Documento 8 – Aportación de la Lei nº. 67/98.....	421
Documento 9 – Aportación del Decreto-Lei n.º 143/2001.....	426
Documento 10 – Aportación del Decreto-Lei n. 7/2004.....	428
Documento 11 – Aportación del Sello Web Trust.....	432
Documento 12 – Aportación del Código de prácticas comerciales en línea del BBB.....	438
Documento 13 – Aportación del FEDMA Code.....	446
Documento 14 – Aportación del Better Web Seal.....	456
Documento 15 – Aportación del Trusted Shops Guarantee.....	461
Documento 16 – Aportación del ICC Guidelines on Advertising and Marketing.....	467
Documento 17 – Aportación del COPPA.....	468
Documento 18 – Aportación del Web Content Accessibility Guidelines.....	470
Documento 19 – Aportación del Código de AENOR.....	471
Documento 20 – Aportación del Código de APTICE.....	475
Documento 21 – Aportación del Web Trader Code.....	495
Documento 22 – Aportación del Código Ético de Comercio Electrónico.....	501
Documento 23 – Aportación del Código del Buen Comercio Electrónico.....	515
Documento 24 – Aportación del Programa de Acreditação do Comércio Electrónico.....	517
Documento 25 – Aportación del Web Trader Code.....	533
Documento 26 – Aportación del Real Decreto 292/2004.....	538
Documento 27 – Aportación de Armstrong y Hagel III (1996).....	540
Documento 28 – Aportación de Alba, Lynch, Weitz, Janiszeeski, Lutz, Sawyer y Wood (1997).....	541
Documento 29 – Aportación de Herbig y Hale (1997).....	541
Documento 30 – Aportación de Ho (1997).....	541
Documento 31 – Aportación de Rice (1997).....	541
Documento 32 – Aportación de un Anónimo (1998).....	541
Documento 33 – Aportación de Lohse y Spiller (1998).....	542
Documento 34 – Aportación de Wilson, Dong, Martin y Kieke (1998).....	542
Documento 35 – Aportación de Bellman, Lohse y Johnson (1999).....	542
Documento 36 – Aportación de Chappell y Feindt (1999).....	542
Documento 37 – Aportación de Chappell, Feindt y Jeffcoate (1999).....	542
Documento 38 – Aportación de Daccach (1999).....	545
Documento 39 – Aportación de Evans y King (1999).....	545
Documento 40 – Aportación de Hoffman, Novak y Peralta (1999).....	545

Documento 41 – Aportación de Lohse y Spiller (1999).....	545
Documento 42 – Aportación de Schubert y Selz (1999).....	545
Documento 43 – Aportación de Whiteley, Hersey, Miller y Quick (1999)....	546
Documento 44 – Aportación de Christensen (2000).....	547
Documento 45 – Aportación de Chuang y Shaw (2000).....	547
Documento 46 – Aportación de CNIL (2000).....	547
Documento 47 – Aportación de Huizingh (2000).....	548
Documento 48 – Aportación de Jarvenpaa, Tractinsky y Vitale (2000).....	548
Documento 49 – Aportación de Kim y Kang (2000).....	548
Documento 50 – Aportación de Liu y Arnett (2000).....	549
Documento 51 – Aportación de Olsina, Lafuente y Rossi (2000).....	550
Documento 52 – Aportación de Reichheld y Scheffer (2000).....	550
Documento 53 – Aportación de Urban, Sultan y Qualls (2000).....	551
Documento 54 – Aportación de Zott, Amit y Donvely (2000).....	551
Documento 55 – Aportación de Geissler, Zinkhan y Watson (2001).....	551
Documento 56 – Aportación de Hammond (2001).....	551
Documento 57 – Aportación de Jordan (2001).....	551
Documento 58 – Aportación de Saunders y Brown (2001).....	552
Documento 59 – Aportación de Tagliavini, Ravarini y Antonelli (2001).....	552
Documento 60 – Aportación de Daly (2002).....	552
Documento 61 – Aportación de Feindt, Jeffcoate y Chappell (2002).....	552
Documento 62 – Aportación de Ranganathan y Ganapathy (2002).....	553
Documento 63 – Aportación de Shim, Shin y Nottingham (2002).....	553
Documento 64 – Aportación de Torzadeh y Dhillon (2002).....	553
Documento 65 – Aportación de Gómez y Cristóbal (2003).....	553
Documento 66 – Aportación de Vector21.Com (2003).....	554
Anexo B – Ordenación de los documentos de soporte al desarrollo del instrumento de análisis.....	557
Anexo C – Resultados da la primera prueba piloto del instrumento de análisis (España).....	597
Anexo D – Tercera versión del instrumento de análisis.....	631
Anexo E – Resultados de la segunda prueba piloto del instrumento de análisis (Portugal).....	635
Anexo F – Listado de los sectores de actividad de las bases de datos.....	667
Anexo G – Listado de las empresas españolas de la muestra.....	669
Anexo H – Listado de las empresas portuguesas de la muestra.....	679
Anexo I – Resultados del test del Chi-cuadrado para el cruce de las variables del instrumento de análisis con la existencia de CE-B2C (España).....	689
Anexo J – Resultados del test del Chi-cuadrado para el cruce de las variables del instrumento de análisis con la existencia de CE-B2C (Portugal).....	695
Anexo K – Resultados del test del Chi-cuadrado para el cruce de la variable país con la existencia de CE-B2C.....	701

8. ANEXOS

Anexo A – Agrupación de los documentos de soporte al desarrollo del instrumento de análisis

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
1	1	Artículo 3.																							
1	2	A3-a) Es ilícita: la publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los derechos y valores reconocidos en la Constitución, especialmente en lo que se refiere a la infancia, la juventud y la mujer.					✓	✓	✓	✓															6
1	3	A3-b) Es ilícita: la publicidad engañosa.					✓	✓	✓	✓															6
1	4	A3-c) Es ilícita: la publicidad desleal.					✓	✓	✓	✓															6
1	5	A3-d) Es ilícita: la publicidad subliminal.					✓	✓	✓	✓															6
1	6	A3-e) Es ilícita: la publicidad que infrinja lo dispuesto en la normativa que regule la publicidad de determinados productos, bienes, actividades o servicios.					✓	✓	✓	✓															6
1	7	Artículo 4.																							
1	8	A4- Es engañosa la publicidad que de cualquier manera, incluida su presentación, induce o pueda inducir a errores a sus destinatarios, pudiendo afectar a su comportamiento económico, o perjudicar o ser capaz de perjudicar a un competidor. Es asimismo engañosa la publicidad que silencia datos fundamentales de los bienes, actividades o servicios cuando dicha omisión induzca a un error de los destinatarios.					✓	✓	✓	✓															6
1	9	Artículo 5.																							
1	10	A5-1a) Para determinar si una publicidad es engañosa deben ser consideradas todos sus elementos y principalmente sus indicaciones concernientes a - las características esenciales de los bienes, actividades o servicios, como sean: origen de procedencia geográfica o comercial, naturaleza, composición, destino, finalidad, idoneidad, disponibilidad y novedad.					✓	✓	✓	✓															6
1	11	A5-1b) Para determinar si una publicidad es engañosa deben ser consideradas todos sus elementos y principalmente sus indicaciones concernientes a - las características esenciales de los bienes, actividades o servicios, como sean: calidad, cantidad, categoría, especificaciones y denominación.					✓	✓	✓	✓															6
1	12	A5-1c) Para determinar si una publicidad es engañosa deben ser consideradas todos sus elementos y principalmente sus indicaciones concernientes a - las características esenciales de los bienes, actividades o servicios, como sean: modo y fecha de fabricación, suministro o presentación.					✓	✓	✓	✓															6

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA							
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1		P 2	P 3	F 1	H 1	H 2		
1	21	A5-5c) Para determinar si una publicidad es engañosa deben ser consideradas todos sus elementos y principalmente sus indicaciones concernientes a - naturaleza, calificaciones y derechos del anunciante, especialmente en lo relativo a: premios o distinciones recibidas.					✓	✓	✓	✓																	6
1	22	A5-6 Para determinar si una publicidad es engañosa deben ser consideradas todos sus elementos y principalmente sus indicaciones concernientes a - servicios postventa.					✓	✓	✓	✓																	6
1	23	Artículo 6. (nueva redacción cf. Ley 39/2002)																									
1	24	A6-a) Es publicidad desleal: la que por su contenido, forma de presentación o difusión provoca el descrédito, denigración o menosprecio directo o indirecto de una persona o empresa, de sus productos, servicios, actividades o circunstancias o de sus marcas, nombres comerciales u otros signos distintivos.					✓	✓	✓	✓																	6
1	25	A6-b) Es publicidad desleal: la que induce a confusión con las empresas, actividades, productos, nombres, marcas u otros signos distintivos de los competidores, así como la que haga uso injustificado de la denominación, siglos, marcas o distintivos de otras empresas o instituciones, o de las denominaciones de origen o indicaciones geográficas de otros productos competidores y, en general, la que sea contraria a las exigencias de la buena fe y las normas de corrección y buenos usos mercantiles.					✓	✓	✓	✓																	6
1	26	A6-c) Es publicidad desleal: la publicidad comparativa cuando no se ajuste a lo dispuesto en el artículo siguiente.					✓	✓	✓	✓																	6
1	27	Artículo 6 bis. (nuevo, cf. Ley 39/2002)																									
1	28	A6-1 A los efectos de esta Ley, será publicidad comparativa la que aluda explícita o implícitamente a un competidor o a los bienes o servicios ofrecidos por él.					✓	✓	✓	✓																	6
1	29	A6b-2a) La comparación estará permitida si cumple los siguientes requisitos: los bienes o servicios comparados habrán de tener la misma finalidad o satisfacer las mismas necesidades.					✓	✓	✓	✓																	6
1	30	A6b-2b) La comparación estará permitida si cumple los siguientes requisitos: la comparación se realizará de modo objetivo entre una o más características esenciales, pertinentes, verificables y representativas de los bienes o servicios, entre las cuales podrá incluirse el precio.					✓	✓	✓	✓																	6

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
1	31	A6b-2c) La comparación estará permitida si cumple los siguientes requisitos: en el supuesto de productos amparados por una denominación de origen o indicación geográfica, denominación específica o especialidad tradicional garantizada, la comparación sólo podrá efectuarse con otros productos de la misma denominación.					✓	✓	✓	✓																6
1	32	A6b-2d) La comparación estará permitida si cumple los siguientes requisitos: no podrán presentarse bienes o servicios como imitaciones o réplicas de otros a los que se aplique una marca o nombre comercial protegido.					✓	✓	✓	✓																6
1	33	A6b-2e) La comparación estará permitida si cumple los siguientes requisitos: si la comparación hace referencia a una oferta especial se indicará su fecha de inicio, si no hubiera comenzado aún, y la de su terminación.					✓	✓	✓	✓																6
1	34	A6b-2f) La comparación estará permitida si cumple los siguientes requisitos: no podrá sacarse una ventaja indebida de la reputación de una marca, nombre comercial u otro signo distintivo de algún competidor, ni de las denominaciones de origen o indicaciones geográficas, denominaciones específicas o especialidades tradicionales garantizadas que amparen productos competidores. Tampoco podrá sacarse una ventaja indebida, en su caso, del método de producción ecológica de los productos competidores.					✓	✓	✓	✓																6
1	35	Artículo 8.																								
1	36	A8-1 La publicidad de materiales o productos sanitarios y de aquellos otros sometidos a reglamentaciones técnico sanitarias, así como la de los productos, bienes, actividades y servicios susceptibles de generar riesgos para la salud o seguridad de las personas o su patrimonio, o se trate de publicidad sobre juegos de suerte, envite o azar, podrá ser regulada por sus normas especiales o sometida al régimen de autorización administrativa previa. Dicho régimen podrá asimismo establecerse cuando la protección de los valores y los derechos constitucionalmente reconocidos así lo requieran.					✓	✓	✓	✓																6
1	37	A8-4 Los productos estupefacientes, psicotrópicos y medicamentos, destinados al consumo de personas y animales, solamente podrá ser objeto de publicidad en los casos, formas y condiciones establecidas en las normas especiales que los regulen.					✓	✓	✓	✓																6

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
2	1	Artículo 5. Derecho de información en la recogida de datos.																								
2	2	A5-1a) Los interesados a los que se soliciten datos personales deberán ser previamente informados de modo expreso, preciso e inequívoco: de la existencia de un fichero o tratamiento de datos de carácter personal, de la finalidad de la recogida de éstos y de los destinatarios de la información.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
2	3	A5-1b) Los interesados a los que se soliciten datos personales deberán ser previamente informados de modo expreso, preciso e inequívoco: del carácter obligatorio o facultativo de su respuesta a las preguntas que les sean planteadas.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
2	4	A5-1c) Los interesados a los que se soliciten datos personales deberán ser previamente informados de modo expreso, preciso e inequívoco: de las consecuencias de la obtención de los datos o de la negativa de suministrarlos.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
2	5	A5-1d) Los interesados a los que se soliciten datos personales deberán ser previamente informados de modo expreso, preciso e inequívoco: de la posibilidad de ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
2	6	A5-1e) Los interesados a los que se soliciten datos personales deberán ser previamente informados de modo expreso, preciso e inequívoco: de la identidad y dirección del responsable del tratamiento o, en su caso, de su representante.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
2	7	A5-2) Cuando se utilicen cuestionarios u otros impresos para la recogida, figurarán en los mismos, en forma claramente legible, las advertencias a que se refiere el apartado anterior.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
2	8	Artículo 6. Consentimiento del afectado.																								
2	9	A6-1) El tratamiento de los datos de carácter personal requerirá el consentimiento inequívoco del afectado, salvo que la ley disponga otra cosa.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
2	10	A6-2) No será preciso el consentimiento cuando los datos de carácter personal se recojan para el ejercicio de las funciones propias de las Administraciones públicas en el ámbito de sus competencias; cuando se refieran a las partes de un contrato o precontrato de una relación comercial, laboral o administrativa y sean necesarios para su mantenimiento o cumplimiento; cuando el tratamiento de los datos tenga por finalidad proteger un	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
		interés vital del interesado en los términos del artículo 7, apartado 6, de la presente Ley, o cuando los datos figuren en fuentes accesibles al público y su tratamiento sea necesario para la satisfacción del interés legítimo perseguido por el responsable del fichero o por el del tercero a quien se comuniquen los datos, siempre que no se vulneren los derechos y libertades fundamentales del interesado.																							
2	11	Artículo 7. Datos especialmente protegidos.																							
2	12	A7-1 De acuerdo con lo establecido en el apartado 2 del artículo 16 de la Constitución, nadie podrá ser obligado a declarar sobre su ideología, religión o creencias. Cuando en relación con estos datos se proceda a recabar el consentimiento a que se refiere el apartado siguiente, se advertirá al interesado acerca de su derecho a no prestarlo.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
2	13	A7-2 Sólo con el consentimiento expreso y por escrito del afectado podrán ser objeto de tratamiento los datos de carácter personal que revelen la ideología, afiliación sindical, religión y creencias. Se exceptúan los ficheros mantenidos por los partidos políticos, sindicatos, iglesias, confesiones o comunidades religiosas y asociaciones, fundaciones y otras entidades sin ánimo de lucro, cuya finalidad sea política, filosófica, religiosa o sindical, en cuanto a los datos relativos a sus asociados o miembros, sin perjuicio de que la cesión de dichos datos precisará siempre el previo consentimiento del afectado.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
2	14	A7-3 Los datos de carácter personal que hagan referencia al origen racial, a la salud y a la vida sexual sólo podrán ser recabados, tratados y cedidos cuando, por razones de interés general, así lo disponga una ley o el afectado consienta expresamente.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
2	15	Artículo 15. Derecho de acceso.																							
2	16	A15-1 El interesado tendrá derecho a solicitar y obtener gratuitamente información de sus datos de carácter personal sometidos a tratamiento, el origen de dichos datos, así como las comunicaciones realizadas o que se prevén hacer de los mismos.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
2	17	A15-2 La información podrá obtenerse mediante la mera consulta de los datos por medio de su visualización, o la indicación de los datos que son objeto de tratamiento mediante escrito, copia, telecopia o fotocopia, certificada o no, en forma legible e ilegible, sin utilizar claves o códigos que	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
		requieran el uso de dispositivos mecánicos específicos.																							
2	18	Artículo 27. Comunicación de la cesión de datos.																							
2	19	A27-1 El responsable del fichero, en el momento en que se efectúe la primera cesión de datos, deberá informar de ello a los afectados, indicando, asimismo, la finalidad del fichero, la naturaleza de los datos que han sido cedidos y el nombre y dirección del cesionario.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
2	20	A27-2 La obligación establecida en el apartado anterior no existirá en el supuesto previsto en los apartados 2, letras c), d), e) y 6 del artículo 11, ni cuando la cesión venga impuesta por ley.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
3	1	Artículo 2. Deber de información previa.																							
3	2	A2- Previamente a la celebración del contrato y con la antelación necesaria, como mínimo en los tres días naturales anteriores a aquélla, el predisponente deberá facilitar al adherente, de modo veraz, eficaz y completo, información sobre todas y cada una de las cláusulas del contrato y remitirle, por cualquier medio adecuado a la técnica de comunicación a distancia utilizada, el texto completo de las condiciones generales.									✓									✓					3
3	3	Artículo 3. Confirmación documental de la contratación efectuada.																							
3	4	A3-1 Celebrado el contrato, el predisponente deberá enviar al adherente inmediatamente y, a más tardar, en el momento de la entrega de la cosa o comienzo de la ejecución del contrato, justificación por escrito o, a propuesta del mismo, en cualquier otro soporte duradero adecuado al medio de comunicación empleado y en su propio idioma o en el utilizado por el predisponente para hacer la oferta, relativa a la contratación efectuada donde deberán constar todos los términos de la misma. (...)									✓									✓					3
3	5	Artículo 4. Derecho de resolución.																							
3	6	A4-1 Cumplidas las obligaciones a que se refieren los artículos 2 y 3, el adherente dispondrá de un plazo de siete días hábiles, según el calendario oficial de su lugar de residencia habitual, para resolver el contrato sin incurrir en penalización ni gasto alguno, incluidos los correspondientes a la devolución del bien. El ejercicio del derecho a que se refiere este apartado no estará sujeto a formalidad alguna, bastando que se acredite, en cualquier forma admitida en derecho.									✓									✓					3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA							
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1		P 2	P 3	F 1	H 1	H 2		
3	7	A4-2 El plazo para el ejercicio del derecho a que se refiere el párrafo anterior se computará, en el caso de que el contrato tenga por objeto para entrega de bienes, a partir de su recepción por el adherente, y en los casos de prestaciones de servicios a partir del día de celebración del contrato.										✓										✓					3
3	8	A4-3 Si la información sobre las condiciones generales o la confirmación documental tiene lugar con posterioridad a la entrega de los bienes o la celebración del contrato, respectivamente, el plazo se computará desde que tales obligaciones queden totalmente cumplidas. En caso de cumplimiento defectuoso o incompleto de la obligación de remitir justificación documental de los términos del contrato a que se refiere el número artículo anterior, la acción de resolución no caducará hasta transcurridos tres meses computados en la forma establecida en el apartado anterior.												✓									✓				3
3	9	A4-4 Ejercitado el derecho de resolución el predisponente estará obligado a devolver las cantidades recibidas sin retención alguna inmediatamente y nunca después de treinta días.														✓							✓				3
3	10	A4-5 Queda excluido el derecho de resolución en aquellos casos en que por la naturaleza del contenido de las prestaciones sea imposible llevarlo a cabo, sin perjuicio de la reclamación de los daños y perjuicios sufridos.																						✓			3
4	1	Artículo 9. Constancia registral del nombre de dominio.																									
4	2	A9-1 Los prestadores de servicios de la sociedad de la información establecidos en España deberán comunicar al Registro Mercantil en el que se encuentren inscritos, o a aquel otro registro público en el que lo estuvieran para la adquisición de personalidad jurídica o a los solos efectos de publicidad, al menos, un nombre de dominio o dirección de Internet que, en su caso, utilicen para su identificación en Internet, así como todo acto de sustitución o cancelación de los mismos, salvo que dicha información conste ya en el correspondiente registro.						✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓					✓				2
4	3	Artículo 10. Información general.																									

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
4	4	A10-1a) Sin perjuicio de los requisitos que en materia de información se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información estará obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la siguiente información: su nombre o denominación social; su residencia o domicilio o, en su defecto, la dirección de uno de sus establecimientos permanentes en España; su dirección de correo electrónico y cualquier otro dato que permita establecer con él una comunicación directa y efectiva.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									2
4	5	A10-1b) Sin perjuicio de los requisitos que en materia de información se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información estará obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la siguiente información: los datos de su inscripción en el Registro a que se refiere el artículo 9.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									2
4	6	A10-1c) Sin perjuicio de los requisitos que en materia de información se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información estará obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la siguiente información: en el caso de que su actividad estuviese sujeta a un régimen de autorización administrativa previa, los datos relativos a dicha autorización y los identificativos del órgano competente encargado de su supervisión.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									2

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
4	7	A10-1d.1º) Sin perjuicio de los requisitos que en materia de información se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información estará obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la siguiente información: si ejerce una profesión regulada deberá indicar: los datos del Colegio profesional al que, en su caso, pertenezca y número de colegiado.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								2
4	8	A10-1d.2º) Sin perjuicio de los requisitos que en materia de información se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información estará obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la siguiente información: si ejerce una profesión regulada deberá indicar: el título académico oficial o profesional con el que cuente.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								2
4	9	A10-1d.3º) Sin perjuicio de los requisitos que en materia de información se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información estará obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la siguiente información: si ejerce una profesión regulada deberá indicar: el Estado de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo en el que se expidió dicho título y, en su caso, la correspondiente homologación o reconocimiento.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								2

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
4	10	A10-1d.4º) Sin perjuicio de los requisitos que en materia de información se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información estará obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la siguiente información: si ejerce una profesión regulada deberá indicar: las normas profesionales aplicables al ejercicio de su profesión y los medios a través de los cuales se puedan conocer, incluidos los electrónicos.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									2
4	11	A10-1e) Sin perjuicio de los requisitos que en materia de información se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información estará obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la siguiente información: el número de identificación fiscal que le corresponda.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									3
4	12	A10-1f) Sin perjuicio de los requisitos que en materia de información se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información estará obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la siguiente información: información clara y exacta sobre el precio del producto o servicio, indicando si incluye o no los impuestos aplicables y, en su caso, sobre los gastos de envío.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									3
4	13	A10-1g) Sin perjuicio de los requisitos que en materia de información se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información estará obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la siguiente información: los códigos de conducta a los que, en su caso, esté adherido y la manera de consultarlos electrónicamente.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
4	14	A10-2 La obligación de facilitar esta información se dará por cumplida si el prestador la incluye en su página o sitio de Internet en las condiciones señaladas en el apartado 1.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
4	15	Artículo 20. Información exigida sobre las comunicaciones comerciales, ofertas promocionales y concursos.																							
4	16	A20-1 Las comunicaciones comerciales realizadas por vía electrónica deberán ser claramente identificadas como tales y deberán indicar la persona física o jurídica en nombre de la cual se realizan. En el caso en el que tengan lugar a través de correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente incluirán al comienzo del mensaje la palabra "publicidad".				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
4	17	A20-2 En los supuestos de ofertas promocionales, como las que incluyan descuentos, premios y regalos, y de concursos o juegos promocionales, previa la correspondiente autorización, se deberá asegurar, además del cumplimiento de los requisitos establecidos en el apartado anterior y en las normas de ordenación del comercio, que queden claramente identificados como tales y que las condiciones de acceso y, en su caso, de participación se expresen de forma clara e inequívoca.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
4	18	Artículo 21. Prohibición de comunicaciones comerciales realizadas a través de correo electrónico o medios de comunicación electrónica equivalentes																							
4	19	A21-1 Queda prohibido el envío de comunicaciones publicitarias o promocionales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente que previamente no hubieran sido solicitadas o expresamente autorizadas por los destinatarios de las mismas.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
4	20	A21-2 Lo dispuesto en el apartado anterior no será de aplicación cuando exista una relación contractual previa, siempre que el prestador hubiera obtenido de forma lícita los datos de contacto del destinatario y los empleara para el envío de comunicaciones comerciales referentes a productos o servicios de su propia empresa que sean similares a los que inicialmente fueron objeto de contratación con el cliente. En todo caso, el prestador deberá ofrecer al destinatario la posibilidad de oponerse al tratamiento de sus datos con fines promocionales mediante un procedimiento sencillo y gratuito, tanto en el momento de recogida de los datos como en cada una de las comunicaciones comerciales que le dirija.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
4	21	Artículo 22. Derechos de los destinatarios de servicios.																								
4	22	A22-1 El destinatario podrá revocar en cualquier momento el consentimiento prestado a la recepción de comunicaciones comerciales con la simple notificación de su voluntad al remitente. A tal efecto, los prestadores de servicios deberán habilitar procedimientos sencillos y gratuitos para que los destinatarios de servicios puedan revocar el consentimiento que hubieran prestado. Asimismo, deberán facilitar información accesible por medios electrónicos sobre dichos procedimientos.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
4	23	A22-2 Cuando los prestadores empleen dispositivos de almacenamiento y recuperación de datos en equipos terminales, informarán a los destinatarios de manera clara y completa sobre su utilización y finalidad, ofreciéndoles la posibilidad de rechazar el tratamiento de los datos mediante un procedimiento sencillo y gratuito. Lo anterior no impedirá el posible almacenamiento o acceso a datos con el fin de efectuar o facilitar técnicamente la transmisión de una comunicación por una red de comunicaciones electrónica o, en la medida que resulte estrictamente necesario, para la prestación de un servicio de la sociedad de la información expresamente solicitado por el destinatario.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
4	24	Artículo 27. Obligaciones previas al inicio del procedimiento de contratación.																								

PRESENCIA DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS Y PORTUGUESAS EN INTERNET

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA								
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1		P 2	P 3	F 1	H 1	H 2			
4	30	A27-2b) El prestador no tendrá la obligación de facilitar la información señalada en el apartado anterior cuando: el contrato se haya celebrado exclusivamente mediante intercambio de correo electrónico u otro tipo de comunicación electrónica equivalente, cuando estos medios no sean empleados con el exclusivo propósito de eludir el cumplimiento de tal obligación.										✓																3
4	31	A27-3 Sin perjuicio de lo dispuesto en la legislación específica, las ofertas o propuestas de contratación realizadas por vía electrónica serán válidas durante el periodo que fije el oferente o, en su defecto, durante todo el tiempo que permanezcan accesibles a los destinatarios del servicio.										✓																3
4	32	A27-4 Con carácter previo al inicio del procedimiento de contratación, el prestador de servicios deberá poner a disposición del destinatario las condiciones generales a que, en su caso, deba sujetarse el contrato, de manera que éstas puedan ser almacenadas y reproducidas por el destinatario.											✓															3
4	33	Artículo 28. Información posterior a la celebración del contrato.																										
4	34	A28-1a) El oferente está obligado a confirmar la recepción de la aceptación al que la hizo por alguno de los siguientes medios: el envío de un acuse de recibo por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente a la dirección que el aceptante haya señalado en el plazo de las veinticuatro horas siguientes a la recepción de la aceptación, o										✓																3
4	35	A28-1b) El oferente está obligado a confirmar la recepción de la aceptación al que la hizo por alguno de los siguientes medios: la confirmación, por un medio equivalente al utilizado en el procedimiento de contratación, de la aceptación recibida, tan pronto como el aceptante hay completado dicho procedimiento, siempre que la confirmación pueda ser archivada por su destinatario. (...)											✓															3
4	36	A28-3a) No será necesario confirmar la recepción de la aceptación de una oferta cuando: ambos contratantes así lo acuerden y ninguno de ellas tenga la consideración de consumidor, o											✓															3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA											
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2							
4	37	A28-3b) No será necesario confirmar la recepción de la aceptación de una oferta cuando: el contrato se hay celebrado exclusivamente mediante intercambio de correo electrónico u otro tipo de comunicación electrónica equivalente, cuando estos medio no sean empleados con el exclusivo propósito de eludir el cumplimiento de tal obligación.										✓																				3
5	1	Artículo 40. Información previa.																														
5	2	A40-1a) Antes de iniciar el procedimiento de contratación y con la antelación necesaria, el vendedor deberá suministrar al consumidor, de forma veraz, eficaz y suficiente, la siguiente información: la identidad del vendedor y su dirección.									✓																	✓				3
5	3	A40-1b) Antes de iniciar el procedimiento de contratación y con la antelación necesaria, el vendedor deberá suministrar al consumidor, de forma veraz, eficaz y suficiente, la siguiente información: las características esenciales del producto.									✓																	✓				3
5	4	A40-1c) Antes de iniciar el procedimiento de contratación y con la antelación necesaria, el vendedor deberá suministrar al consumidor, de forma veraz, eficaz y suficiente, la siguiente información: el precio, incluidos todos los impuestos.									✓																	✓				3
5	5	A40-1d) Antes de iniciar el procedimiento de contratación y con la antelación necesaria, el vendedor deberá suministrar al consumidor, de forma veraz, eficaz y suficiente, la siguiente información: los gastos de entrega y transporte, en su caso.									✓																	✓				3
5	6	A40-1e) Antes de iniciar el procedimiento de contratación y con la antelación necesaria, el vendedor deberá suministrar al consumidor, de forma veraz, eficaz y suficiente, la siguiente información: la forma de pago y modalidades de entrega o de ejecución.									✓																	✓				3
5	7	A40-1f) Antes de iniciar el procedimiento de contratación y con la antelación necesaria, el vendedor deberá suministrar al consumidor, de forma veraz, eficaz y suficiente, la siguiente información: la existencia de un derecho de desistimiento o resolución, o su ausencia en los contratos a que se refiere el artículo 45.									✓																	✓				3
5	8	A40-1g) Antes de iniciar el procedimiento de contratación y con la antelación necesaria, el vendedor deberá suministrar al consumidor, de forma veraz, eficaz y suficiente, la siguiente información: el coste de utilización de la técnica de comunicación a distancia cuando se calcule sobre una base distinta de la tarifa básica.									✓																	✓				3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1		P 2	P 3	F 1	H 1	H 2
5	9	A40-1h) Antes de iniciar el procedimiento de contratación y con la antelación necesaria, el vendedor deberá suministrar al consumidor, de forma veraz, eficaz y suficiente, la siguiente información: el plazo de validez de la oferta y del precio.									✓									✓					3
5	10	A40-1i) Antes de iniciar el procedimiento de contratación y con la antelación necesaria, el vendedor deberá suministrar al consumidor, de forma veraz, eficaz y suficiente, la siguiente información: la duración mínima del contrato, si procede, cuando se trate de contratos de suministro de productos destinados a su ejecución permanente o repetida.									✓									✓					3
5	11	A40-1j) Antes de iniciar el procedimiento de contratación y con la antelación necesaria, el vendedor deberá suministrar al consumidor, de forma veraz, eficaz y suficiente, la siguiente información: las circunstancias y condiciones en que el vendedor podría suministrar un producto de calidad y precio equivalentes, en sustitución del solicitado por el consumidor, cuando se quiera prever esta posibilidad.									✓									✓					3
5	12	A40-1k) Antes de iniciar el procedimiento de contratación y con la antelación necesaria, el vendedor deberá suministrar al consumidor, de forma veraz, eficaz y suficiente, la siguiente información: en su caso, indicación de si el vendedor dispone o está adherido a algún procedimiento extrajudicial de solución de conflictos.									✓									✓					3
5	13	A40-2 La información contenida en el apartado anterior, cuya finalidad comercial debe ser indudable, deberá facilitarse al comprador de modo claro, comprensible e inequívoco, mediante cualquier técnica adecuada al medio de comunicación a distancia utilizado, y deberá respetar, en particular, el principio de buena fe en las transacciones comerciales, así como los principios de protección de quienes sean incapaces de contratar.									✓									✓					3
5	14	Artículo 47. Información																							

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																IA							
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13		P 1	P 2	P 3	F 1	H 1	H 2	
5	15	A47-1a) Además de la información señalada en el artículo 40, el consumidor deberá haber recibido, a la ejecución del contrato, las siguientes informaciones y documentos: información escrita sobre las condiciones y modalidades de ejercicio de los derechos de desistimiento y resolución, así como un documento de desistimiento o revocación, identificado claramente como tal, que exprese el nombre y dirección de la persona a quien debe enviarse y los datos de identificación del contrato y de los contratantes a que se refiere.									✓									✓						3
5	16	A47-1b) Además de la información señalada en el artículo 40, el consumidor deberá haber recibido, a la ejecución del contrato, las siguientes informaciones y documentos: la dirección del establecimiento del vendedor donde el comprador pueda presentar sus reclamaciones.									✓									✓						3
5	17	A47-1c) Además de la información señalada en el artículo 40, el consumidor deberá haber recibido, a la ejecución del contrato, las siguientes informaciones y documentos: información relativa a los servicios de postventa y las garantías comerciales existentes.									✓									✓						3
5	18	A47-1d) Además de la información señalada en el artículo 40, el consumidor deberá haber recibido, a la ejecución del contrato, las siguientes informaciones y documentos: en caso de celebración de un contrato de duración indeterminada o de duración superior a un año, las condiciones de rescisión del contrato.									✓									✓						3
5	19	A47-2 La información a que se refiere el apartado anterior deberá facilitarse por escrito o, salvo oposición expresa del consumidor, en cualquier otro soporte duradero adecuado a la técnica de comunicación empleada y en la lengua utilizada en la propuesta de contratación.									✓									✓						3
7	1	Artículo 7.º Principio de la licitud																								
7	2	A7-1 Es prohibida la publicidad que, por su forma, objeto o finalidad, ofenda a los valores, principios e instituciones fundamentales consagradas en la Constitución.				✓	✓	✓	✓																	6
7	3	A7-2.a) Es prohibida la publicidad que: utilice la depreciación de instituciones, símbolos nacionales o religiosos o personajes históricos.				✓	✓	✓	✓																	6

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA							
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1		P 2	P 3	F 1	H 1	H 2		
7	4	A7-2.b) Es prohibida la publicidad que: estimule o haga apelación a la violencia, así como cualquier actividad ilegal o criminosa.					✓	✓	✓	✓																	6
7	5	A7-2.c) Es prohibida la publicidad que: acometa contra la dignidad de la persona humana.					✓	✓	✓	✓																	6
7	6	A7-2.d) Es prohibida la publicidad que: contenga cualquier discriminación con respecto a raza, lengua, territorio de origen, religión o sexo.					✓	✓	✓	✓																	6
7	7	A7-2.e) Es prohibida la publicidad que: utilice el imagen o palabras de una persona sin su autorización.					✓	✓	✓	✓																	6
7	8	A7-2.f) Es prohibida la publicidad que: utilice lenguaje obsceno.					✓	✓	✓	✓																	6
7	9	A7-2.g) Es prohibida la publicidad que: anime a comportamientos prejudiciales a la protección del ambiente.					✓	✓	✓	✓																	6
7	10	A7-2.h) Es prohibida la publicidad que: tenga como objeto ideas de contenido sindical, político o religioso.					✓	✓	✓	✓																	6
7	11	A7-3 Sólo puede utilizarse idiomas extranjeros en el mensaje publicitario, mismo en conjunto con el portugués, cuando sea dirigida a los extranjeros que utilicen aquel idioma, sin perjuicio de lo dispuesto en el número siguiente.					✓	✓	✓	✓																	6
7	12	A7-4 La utilización de palabras o expresiones en otros idiomas es permitida, excepcionalmente, cuando sea necesaria para la obtención del efecto buscado en la concepción del mensaje.					✓	✓	✓	✓																	6
7	13	Artículo 8.º Principio de la identificación																									
7	14	A8-1 La publicidad tiene que ser claramente identificada como tal, cualquier que sea el medio utilizado.					✓	✓	✓	✓																	6
7	15	Artículo 11.º Publicidad engañosa																									
7	16	A11-1 Es prohibida la publicidad que, de cualquier forma, incluyendo su presentación, y considerando su carácter engañoso, induzca o sea susceptible de inducir en error sus destinatarios, aún que no tenga perjuicio económico para ellos o que haga perjuicio a un competidor.					✓	✓	✓	✓																	6

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA													
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2									
7	17	A11-2.a) Para determinar si un mensaje publicitario es engañoso deben ser consideradas las indicaciones de los siguientes elementos: las características de los productos o servicios, como sean su disponibilidad, su naturaleza, su ejecución, su composición, su modo y fecha de fabricación o de prestación de servicio, su adecuación, las utilizaciones, la cantidad, las especificaciones, el origen geográfica o comercial, los resultados que pueden derivar de la utilización o resultados y características esenciales de los testes o controles efectuados sobre los productos o servicios.					✓	✓	✓	✓																								6
7	18	A11-2.b) Para determinar si un mensaje publicitario es engañoso deben ser consideradas las indicaciones de los siguientes elementos: el precio y su modo de fijación o pago, así como las condiciones de suministro de los productos o de prestación de los servicios.					✓	✓	✓	✓																								6
7	19	A11-2.c) Para determinar si un mensaje publicitario es engañoso deben ser consideradas las indicaciones de los siguientes elementos: la naturaleza, las características y los derechos del anunciante, como sean su identidad, sus calificaciones y sus derechos de propiedad industrial, comercial o intelectual, o los premios o distinciones que ha recibido.					✓	✓	✓	✓																								6
7	20	A11-2.d) Para determinar si un mensaje publicitario es engañoso deben ser consideradas las indicaciones de los siguientes elementos: los derechos y deberes del destinatario, así como los términos de prestación de garantías.					✓	✓	✓	✓																								6
7	21	A11-3 También es publicidad engañosa, para efectos del dispuesto en el número 1, el mensaje que por cualquier forma, incluyendo su presentación, induzca o sea susceptible de inducir en error su destinatario al favorecer la idea de que determinado premio, oferta o promoción será concedido, independientemente de pagos, sorteo o necesidad de colocar pedidos.					✓	✓	✓	✓																								6
7	22	Artículo 13.º Salud y seguridad del consumidor																																
7	23	A13-1 Es prohibida la publicidad que anime a comportamientos perjudiciales a la salud y a la seguridad del consumidor, sea por deficiente información sobre el peligro del producto o de la especial susceptibilidad de le verificación de accidentes en resultado de utilización del producto.					✓	✓	✓	✓																								6

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA						
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2		
7	24	A13-2 La publicidad no debe incluir cualquier presentación visual o descripción de situaciones dónde la seguridad no sea respetada, excepto por razones de orden pedagógica.					✓	✓	✓	✓																	6
7	25	A13-3 Lo dispuesto en los números anteriores debe ser particularmente prevenido en la publicidad para los niños, los adolescentes, los mayores y los minusválidos.					✓	✓	✓	✓																	6
7	26	Artículo 14.º Menores																									
7	27	A14-1.a) La publicidad especialmente dirigida a los menores debe tener en cuenta su vulnerabilidad psicológica, absteniéndose de: incitar directamente los menores, explorando su inexperiencia o credulidad, a adquirir determinado producto o servicio.					✓	✓		✓																	7
7	28	A14-1.b) La publicidad especialmente dirigida a los menores debe tener en cuenta su vulnerabilidad psicológica, absteniéndose de: incitar directamente los menores a persuadieren sus padres o terceros a comprar determinados productos o servicios.					✓	✓		✓																	7
7	29	A14-1.c) La publicidad especialmente dirigida a los menores debe tener en cuenta su vulnerabilidad psicológica, absteniéndose de: contener elementos susceptibles de poner en peligro su integridad física o moral, así como su salud o seguridad, a través de imágenes con escenas de pornografía o de incitamiento a la violencia.					✓	✓		✓																	7
7	30	A14-1.d) La publicidad especialmente dirigida a los menores debe tener en cuenta su vulnerabilidad psicológica, absteniéndose de: explorar la confianza especial que los menores depositan en sus padres, tutores o profesores.					✓	✓		✓																	7
7	31	A14-2 Los menores solo pueden participar en los mensajes publicitarios dónde exista una relación directa entre ellos y los productos o servicios difundidos.					✓	✓		✓																	7
7	32	Artículo 15.º Publicidad testimonial																									
7	33	A15 La publicidad testimonial debe integrar declaraciones personalizadas, genuinas y posible de comprobar, con relación con la experiencia del declarante o de quien él represente, siendo admitido el testimonio despersonalizado siempre que no fuere atribuido a una persona especialmente calificada, en razón del uso de uniformes o vestimentas propias de determinadas profesiones.					✓	✓	✓	✓																	6
7	34	Artículo 16.º Publicidad comparativa																									

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
7	35	A16-1 Es comparativa la publicidad que identifica, explícita o implícitamente, un competidor o los bienes o servicios ofrecidos por un competidor.																							6
7	36	A16-2.a) La publicidad comparativa, cualquier que sea el medio, solo es permitida, en lo que respecta a la comparación, en las siguientes condiciones: no sea engañosa, en arreglo al artículo 11°.						✓	✓	✓	✓														6
7	37	A16-2.b) La publicidad comparativa, cualquier que sea el medio, solo es permitida, en lo que respecta a la comparación, en las siguientes condiciones: compare productos o servicios que respondan a las mismas necesidades o que tengan los mismos objetivos.						✓	✓	✓	✓														6
7	38	A16-2.c) La publicidad comparativa, cualquier que sea el medio, solo es permitida, en lo que respecta a la comparación, en las siguientes condiciones: compare objetivamente una o más características esenciales, pertinentes, comprobables y representativas de los productos o servicios, dónde se puede incluir el precio.						✓	✓	✓	✓														6
7	39	A16-2.d) La publicidad comparativa, cualquier que sea el medio, solo es permitida, en lo que respecta a la comparación, en las siguientes condiciones: no genere confusión en el mercado entre el anunciante y un competidor o entre marcas, designaciones comerciales, otros señales distintivos, productos o servicios del anunciante o de un competidor.						✓	✓	✓	✓														6
7	40	A16-2.e) La publicidad comparativa, cualquier que sea el medio, solo es permitida, en lo que respecta a la comparación, en las siguientes condiciones: no desacredite o deprecie marcas, designaciones comerciales, otros señales distintivos, productos o servicios, actividades o situación de un competidor.						✓	✓	✓	✓														6
7	41	A16-2.f) La publicidad comparativa, cualquier que sea el medio, solo es permitida, en lo que respecta a la comparación, en las siguientes condiciones: se refiera, en todos los casos de productos con denominación de origen, a productos con la misma denominación.						✓	✓	✓	✓														6

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA								
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1		P 2	P 3	F 1	H 1	H 2			
7	42	A16-2.g) La publicidad comparativa, cualquier que sea el medio, solo es permitida, en lo que respecta a la comparación, en las siguientes condiciones: no obtenga ventaja indebida del renombre de una marca, designación comercial u otro señal distintivo de un competidor o de la denominación de origen de productos competidores.					✓	✓	✓	✓																		6
7	43	A16-2.h) La publicidad comparativa, cualquier que sea el medio, solo es permitida, en lo que respecta a la comparación, en las siguientes condiciones: no presente un producto o servicio como siendo imitación o reproducción de un producto o servicio cuya marca o designación comercial sea protegida.					✓	✓	✓	✓																		6
7	44	A16-3 Siempre que la comparación haga referencia a una oferta especial deberá, de forma clara y inequívoca, contener la indicación de su fin o, en su caso, que la oferta especial depende de la disponibilidad de los productos o servicios.					✓	✓	✓	✓																		6
7	45	A16-4 Cuando la oferta especial referida en el número anterior aún no haya empezado, deberá indicarse también la fecha de inicio del periodo de la oferta especial o cualquier otra condición específica.					✓	✓	✓	✓																		6
7	46	Artículo 17.º Bebidas alcohólicas																										
7	47	A17-1.a) La publicidad a bebidas alcohólicas solo es permitida, cualquier que sea el medio de difusión utilizado, cuando: no se dirija específicamente a menores de edad y, en particular, no los presente a consumir aquellas bebidas.					✓	✓	✓	✓																		7
7	48	A17-1.b) La publicidad a bebidas alcohólicas solo es permitida, cualquier que sea el medio de difusión utilizado, cuando: no anime a consumos excesivos.					✓	✓	✓	✓																		6
7	49	A17-1.c) La publicidad a bebidas alcohólicas solo es permitida, cualquier que sea el medio de difusión utilizado, cuando: no menosprecie los no consumidores.					✓	✓	✓	✓																		6
7	50	A17-1.d) La publicidad a bebidas alcohólicas solo es permitida, cualquier que sea el medio de difusión utilizado, cuando: no sugiera el éxito, el prestigio social o especiales aptitudes por efecto del consumo.					✓	✓	✓	✓																		6
7	51	A17-1.e) La publicidad a bebidas alcohólicas solo es permitida, cualquier que sea el medio de difusión utilizado, cuando: no sugiera la existencia, en las bebidas alcohólicas, de propiedades terapéuticas o de efectos					✓	✓	✓	✓																		6

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
		estimulantes o sedativos.																							
7	52	A17-1.f) La publicidad a bebidas alcohólicas solo es permitida, cualquier que sea el medio de difusión utilizado, cuando: no asocie el consumo de esas bebidas al ejercicio físico o a la conducción de vehículos.						✓	✓	✓	✓														6
7	53	A17-1.g) La publicidad a bebidas alcohólicas solo es permitida, cualquier que sea el medio de difusión utilizado, cuando: no subraye el contenido de alcohol de las bebidas como una calidad positiva.						✓	✓	✓	✓														6
7	54	Artículo 19.º Tratamientos y medicamentos.																							
7	55	A19 Es prohibida toda la publicidad a tratamientos médicos y a medicamentos que solo pueden obtenerse a través de prescripción médica, excepto la que es incluida en publicaciones técnicas destinadas a médicos o otros profesionales de salud.						✓	✓	✓	✓														6
7	56	Artículo 21.º Juegos de fortuna o azar																							
7	57	A21-1 No pueden ser objeto de publicidad los juegos de fortuna o azar, mientras objeto esencial del mensaje.						✓	✓	✓	✓														6
7	58	A21-2 Exceptuase del dispuesto en el número anterior los juegos promovidos por la Santa Casa da Misericórdia de Lisboa.						✓	✓	✓	✓														6
7	59	Artículo 22.º Cursos																							
7	60	A22-1.a) El mensaje publicitario sobre cursos o otras acciones de formación o de perfeccionamiento intelectual, cultural o profesional, debe indicar: la naturaleza de los cursos o acciones, de acuerdo con la designación oficialmente aceptada en los servicios competentes, así como su duración.						✓	✓	✓	✓														6
7	61	A22-1.b) El mensaje publicitario sobre cursos o otras acciones de formación o de perfeccionamiento intelectual, cultural o profesional, debe indicar: la expresión "sin reconocimiento oficial" cuando la misma no haya sido otorgada por las entidades oficiales competentes.						✓	✓	✓	✓														6
7	62	Artículo 22.º-A Vehículos automóviles																							
7	63	A22A-1.a) Es prohibida la publicidad a vehículos automóviles que: contenga situaciones o sugerencias de utilización del vehículo que puedan poner en riesgo la seguridad personal del usuario o de terceros.						✓	✓	✓	✓														6
7	64	A22A-1.b) Es prohibida la publicidad a vehículos automóviles que: contenga situaciones o sugerencias de utilización del vehículo perturbadoras del medio						✓	✓	✓	✓														6

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
		ambiente.																							
7	65	A22A-1.c) Es prohibida la publicidad a vehículos automóviles que: presente situaciones de infracción de las reglas del Código de la Carretera, como sean, exceso de velocidad, maniobras peligrosas, no utilización de accesorios de seguridad y no respecto por la señalización o por los peatones.						✓	✓	✓	✓														6
7	66	A22A-2 Para efectos del presente Código, son vehículos automóviles todos los vehículos de tracción mecánica destinados a transitar por sus propios medios en las vías públicas.						✓	✓	✓	✓														6
7	67	Artículo 22.-B Productos y servicios milagrosos																							
7	68	A22B-1 Es prohibida, sin perjuicio del dispuesto en legislación especial, la publicidad a productos o servicios milagrosos.						✓	✓	✓	✓														6
7	69	A22B-2 Es considerada publicidad a productos o servicios milagrosos, para efectos del presente diploma, aquella que explorando la ignorancia, el miedo, la creencia o la superstición de los destinatarios, presente cualesquier productos, objetos, aparatos, materiales, sustancias, métodos o servicios como teniendo efectos específicos automáticos o garantidos en la salud, bien estar, suerte o felicidad de los consumidores o de terceros, nombradamente por permitieren prevenir, diagnosticar, curar o tratar de enfermedades o dolores, proporcionar ventajas de orden profesional, económica o social, así como alterar las características físicas o la apariencia de las personas, sin una comprobación científica objetiva de las propiedades, características o efectos anunciados o sugeridos.						✓	✓	✓	✓														6
8	1	Artículo 6.º Condiciones de legitimidad del tratamiento de los datos																							
8	2	A6.a) El tratamiento de datos personales solo puede ocurrir con el consentimiento inequívoco del interesado o cuando el tratamiento es necesario para: ejecución de contrato o contratos en que el titular de los datos sea parte o de diligencias previas a la formación del contrato o declaración de la voluntad de negocio realizadas por su solicitud.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
8	3	A6.b) El tratamiento de datos personales solo puede ocurrir con el consentimiento inequívoco del interesado o cuando el tratamiento es necesario para: cumplimiento de obligación legal a la cual el responsable por el tratamiento se encuentre obligado.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
8	4	A6.c) El tratamiento de datos personales solo puede ocurrir con el consentimiento inequívoco del interesado o cuando el tratamiento es necesario para: protección de intereses vitales del titular de los datos, en caso de que este se encuentre en situación física o legal que lo impida de dar el consentimiento.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
8	5	A6.d) El tratamiento de datos personales solo puede ocurrir con el consentimiento inequívoco del interesado o cuando el tratamiento es necesario para: ejecución de una misión de interés público o en el ejercicio de autoridad pública atribuida al responsable por el tratamiento o a un tercero a quien los datos sean comunicados.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
8	6	A6.e) El tratamiento de datos personales solo puede ocurrir con el consentimiento inequívoco del interesado o cuando el tratamiento es necesario para: la prosecución de intereses legítimos del responsable por el tratamiento o de un tercero a quien los datos sean comunicados, excepto que con eso no prevalezcan los intereses o los derechos, libertades y garantías del titular de los datos.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
8	7	Artículo 7.º Tratamiento de datos sensibles																								
8	8	A7-1 Es prohibido el tratamiento de datos personales sobre convicciones filosóficas o políticas, afiliación en partidos o sindicatos, religión, vida privada y origen racial o étnica, así como el tratamiento de datos sobre la salud, la vida sexual o los datos genéticos.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
8	9	A7-2 A través de disposición legal o de autorización de la CNPD, puede ser permitido el tratamiento de los datos referidos en el número anterior cuando por motivos de interés público importante ese tratamiento sea fuere indispensable al ejercicio de las atribuciones legales o estatutarias de su responsable, o cuando el titular de los datos haya dado su consentimiento expreso para ese tratamiento, en ambos los casos con garantías de no discriminación y con las medidas de seguridad previstas en al artículo 15.º.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
8	10	A7-3.a) El tratamiento de los datos referidos en el n.º1 es aún permitido cuando se verifique una de las siguientes condiciones: ser necesario para proteger los intereses vitales del titular de los datos o de otra persona y el titular de los datos se encuentre física o legalmente incapaz de dar su consentimiento.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D1	D2	D3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	P1	P2		P3	F1	H1	H2
8	11	A7-3.b) El tratamiento de los datos referidos en el n.º1 es aún permitido cuando se verifique una de las siguientes condiciones: ser realizado, con consentimiento del titular, por una fundación, asociación o organismo sin ánimo de lucro de carácter político, filosófico, religioso o sindical, en el ámbito de sus actividades legítimas, con la condición de el tratamiento respetar apenas a los miembros de la organización o a las personas con ella mantengan contactos regulares relacionados con sus objetivos, y de los datos no se comunicaren a terceros sin el consentimiento de sus titulares.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
8	12	A7-3.c) El tratamiento de los datos referidos en el n.º1 es aún permitido cuando se verifique una de las siguientes condiciones: sean datos que el titular haya divulgado públicamente y que sea posible deducir de sus declaraciones el consentimiento para el tratamiento de los mismos.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
8	13	A7-3.d) El tratamiento de los datos referidos en el n.º1 es aún permitido cuando se verifique una de las siguientes condiciones: ser necesario para la declaración, ejercicio o defensa de un derecho en proceso judicial e se utilice únicamente con esa finalidad.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
8	14	A7-4 El tratamiento de los datos referentes a la salud y a la vida sexual, incluyendo los datos genéticos, es permitido cuando fuere necesario para efectos de medicina preventiva, de diagnóstico médico, de prestación de cuidados o tratamientos médicos o de administración de servicios de salud, desde que el tratamiento de esos datos sea efectuado por un profesional de salud obligado a sigilo o por otra persona sujeta igualmente a secreto profesional, sea informada la CNPD, en arreglo al artículo 27.º y se garanticen las medidas adecuadas a la seguridad de la información.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
8	15	Artículo 10.º Derecho de información																							
8	16	A10-1.a) Al recabar datos personales directamente del titular, el responsable por el tratamiento o su representante debe proveer las siguientes informaciones, excepto si el titular ya tiene conocimiento de las mismas: la identidad del responsable por el tratamiento y, en su caso, de su representante.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
8	17	A10-1.b) Al recabar datos personales directamente del titular, el responsable por el tratamiento o su representante debe proveer las siguientes informaciones, excepto si el titular ya tiene conocimiento de las mismas: la finalidad del	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
		tratamiento de los datos.																							
8	18	A10-1.c) Al recabar datos personales directamente del titular, el responsable por el tratamiento o su representante debe proveer las siguientes informaciones, excepto si el titular ya tiene conocimiento de las mismas: otras informaciones, como - los usuarios o categorías de usuarios de los datos.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
8	19	A10-1.c) Al recabar datos personales directamente del titular, el responsable por el tratamiento o su representante debe proveer las siguientes informaciones, excepto si el titular ya tiene conocimiento de las mismas: otras informaciones, como - el carácter obligatorio o facultativo de las respuestas y las consecuencias del suministro, o no, de los datos.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
8	20	A10-1.c) Al recabar datos personales directamente del titular, el responsable por el tratamiento o su representante debe proveer las siguientes informaciones, excepto si el titular ya tiene conocimiento de las mismas: otras informaciones, como la existencia y las condiciones del derecho de acceso y de rectificación, cuando sean necesarias, considerando las condiciones de recogida de los datos, para garantizar a su titular un tratamiento leal de los mismos.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
8	21	A10-2 Los documentos utilizados para recabar datos personales deben contener las informaciones referidas en el número anterior.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
8	22	A10-4 En el caso de los datos se recogen en redes abiertas, el interesado debe ser informado, excepto que ya lo sepa, de que sus datos pueden circular en la red sin condiciones de seguridad, con el riesgo de que otros los vean y utilicen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
8	23	Artículo 11.º Derecho de acceso																							
8	24	A11-1.a) El titular de los datos tiene el derecho de obtener del responsable del tratamiento, libremente y sin cualquier restricción, con la periodicidad razonable y sin demoras o costes excesivos: la confirmación de si sus datos son o no objeto de tratamiento, así como información sobre las finalidades de dicho tratamiento, las categorías de los datos sobre que incide y los destinatarios o categorías de destinatarios a quien serán comunicados los datos.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA						
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1		P 2	P 3	F 1	H 1	H 2	
8	25	A11-1.b) El titular de los datos tiene el derecho de obtener del responsable del tratamiento, libremente y sin cualquier restricción, con la periodicidad razonable y sin demoras o costes excesivos: la comunicación, de forma inteligible, de sus datos sujetos a tratamiento y de cualquier información disponible sobre el origen de dichos datos.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
8	26	A11-1.c) El titular de los datos tiene el derecho de obtener del responsable del tratamiento, libremente y sin cualquier restricción, con la periodicidad razonable y sin demoras o costes excesivos: el conocimiento de la lógica subyacente al tratamiento automatizado de sus datos personales.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
8	27	A11-1.d) El titular de los datos tiene el derecho de obtener del responsable del tratamiento, libremente y sin cualquier restricción, con la periodicidad razonable y sin demoras o costes excesivos: la rectificación, la eliminación o bloqueo de los datos cuyo tratamiento no cumpla lo dispuesto en la presente ley, nombradamente por el carácter incompleto o inexacto de los datos.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
8	28	A11-1.e) El titular de los datos tiene el derecho de obtener del responsable del tratamiento, libremente y sin cualquier restricción, con la periodicidad razonable y sin demoras o costes excesivos: la notificación a los terceros a quien los datos hayan sido comunicados de cualquier rectificación, eliminación o bloqueo efectuado en arreglo a la letra d), excepto en caso de eso ser comprobadamente imposible.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
8	29	Artículo 12.º Derecho de oposición del titular de los datos																								
8	30	A12a) El titular de los datos tiene el derecho: salvo disposición legal en contrario, y al menos en los casos referidos en las letras d) y e) del artículo 6.º, se oponer en cualquier momento, por razones ponderosas y legítimas relacionadas con su situación particular, a que sus datos sean objeto de tratamiento, debiendo, en caso de oposición justificada, el tratamiento efectuado por el responsable, dejar de incidir sobre esos datos.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
8	31	A12b) El titular de los datos tiene el derecho de: se oponer, a su solicitud y de forma gratuita, al tratamiento de los datos personales de su interés previsto por el responsable por el tratamiento para efectos de marketing directo o cualquier otra forma de prospección, o de	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
		ser informado, antes de se comunicaren los datos personales, por primera vez, a terceros para fines de marketing directo o utilizados por terceros, y de ser expresamente facultado el derecho de se oponer, sin costes, a tales comunicaciones o utilizaciones.																								
9	1	Artículo 4.º Informaciones previas																								
9	2	A4-1.a) El consumidor debe disponer, en tiempo útil y previamente a la celebración de cualquier contrato celebrado a distancia, de las siguientes informaciones: identidad del proveedor y, en caso de contratos que necesiten de pago en adelantado, la respectiva dirección.									✓									✓						3
9	3	A4-1.b) El consumidor debe disponer, en tiempo útil y previamente a la celebración de cualquier contrato celebrado a distancia, de las siguientes informaciones: características esenciales del bien o servicio.									✓									✓						3
9	4	A4-1.c) El consumidor debe disponer, en tiempo útil y previamente a la celebración de cualquier contrato celebrado a distancia, de las siguientes informaciones: precio del bien o servicio, incluyendo tasas e impuestos.									✓									✓						3
9	5	A4-1.d) El consumidor debe disponer, en tiempo útil y previamente a la celebración de cualquier contrato celebrado a distancia, de las siguientes informaciones: los gastos de entrega, en su caso.									✓									✓						3
9	6	A4-1.e) El consumidor debe disponer, en tiempo útil y previamente a la celebración de cualquier contrato celebrado a distancia, de las siguientes informaciones: modalidades de pago, entrega o ejecución.									✓									✓						3
9	7	A4-1.f) El consumidor debe disponer, en tiempo útil y previamente a la celebración de cualquier contrato celebrado a distancia, de las siguientes informaciones: existencia del derecho de resolución del contrato, excepto los casos referidos en el artículo 7.º.									✓									✓						3
9	8	A4-1.g) El consumidor debe disponer, en tiempo útil y previamente a la celebración de cualquier contrato celebrado a distancia, de las siguientes informaciones: el coste de utilización de la técnica de comunicación a distancia, cuando calculado con base en una tarifa que no sea la de base.									✓									✓						3
9	9	A4-1.h) El consumidor debe disponer, en tiempo útil y previamente a la celebración de cualquier contrato celebrado a distancia, de las siguientes informaciones: el plazo de validez de la oferta o propuesta contractual.									✓									✓						3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																			IA										
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2	P 3		F 1	H 1	H 2							
9	18	A5-4 Con excepción de la información constante de la letra b) del número anterior, cuyo cumplimiento es siempre de carácter obligatorio, lo dispuesto en las restantes letras no es aplicable a los servicios cuya ejecución se realice a través de una técnica de comunicación a distancia, desde que tales servicios se presten de una vez sola y sean cobrados por el operador de la técnica de comunicación.										✓							✓													3
10	1	Artículo 10.º Suministro permanente de informaciones																														
10	2	A10-1.a) Los proveedores de servicios deben proveer permanentemente en-línea, en condiciones que permitan un acceso fácil y directo, elementos completos de identificación que incluyan: nombre o denominación social.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓													2
10	3	A10-1.b) Los proveedores de servicios deben proveer permanentemente en-línea, en condiciones que permitan un acceso fácil y directo, elementos completos de identificación que incluyan: dirección geográfica donde esta establecido y dirección electrónica, para permitir una comunicación directa.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓													2
10	4	A10-1.c) Los proveedores de servicios deben proveer permanentemente en-línea, en condiciones que permitan un acceso fácil y directo, elementos completos de identificación que incluyan: los datos de la inscripción en registros públicos y respectivos números.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓													2
10	5	A10-1.d) Los proveedores de servicios deben proveer permanentemente en-línea, en condiciones que permitan un acceso fácil y directo, elementos completos de identificación que incluyan: el número de identificación fiscal.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓													3
10	6	A10-2 En caso de ejercer una actividad sujeta a autorización previa, informar sobre la entidad responsable por dicha autorización.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓													2
10	7	A10-3 En caso de ejercer una profesión reglamentada debe también indicar el título profesional y el Estado en que se expidió, la entidad profesional en que está inscrita, así como referir las reglas profesionales que reglamentan el acceso y el ejercicio de la profesión.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓													2
10	8	A10-4 En los casos en que el acceso a los servicios tenga más costes además los costes de los servicios de telecomunicaciones, incluyendo cargas fiscales o gastos de entrega, los usuarios deben ser informados previamente a la utilización de los servicios.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓													3
10	9	Artículo 21.º Identificación e información																														

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
10	10	A21.a) Las comunicaciones comerciales desarrolladas a distancia, por vía electrónica, deben ser claramente identificadas, para que sean identificadas por un destinatario común: de su naturaleza publicitaria, así que el mensaje sea presentado en el equipo y de forma ostensiva.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
10	11	A21.b) Las comunicaciones comerciales desarrolladas a distancia, por vía electrónica, deben ser claramente identificadas, para que sean identificadas por un destinatario común: de la identidad del anunciante.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
10	12	A21.c) Las comunicaciones comerciales desarrolladas a distancia, por vía electrónica, deben ser claramente identificadas, para que sean identificadas por un destinatario común: las ofertas promocionales, como descuentos, premios o regalos, y los concursos o juegos promocionales, así como las condiciones aplicables.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
10	13	Artículo 22.º Comunicaciones no solicitadas																								
10	14	A22-1 El envío de mensajes con fines de marketing directo, cuya recepción sea independiente de la intervención del destinatario, como dispositivos de llamada automática, de telex copia o a través de correo electrónico, necesita de consentimiento previo del destinatario.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
10	15	A22-2 Los mensajes con fines de marketing directo enviados a personas colectivas no necesitan de consentimiento previo, los cuales tienen, sin embargo, la posibilidad de utilizar los sistemas de opción "negativa".				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
10	16	A22-3 Es también permitido a los proveedores de un producto o servicio, en lo que respecta a los mismos o a productos o servicios análogos, enviar publicidad no solicitada a los clientes con quien hayan celebrado anteriormente transacciones, en caso de el cliente haber tenido, de forma expresa, la oportunidad para rechazar aquel tipo de comunicaciones en el momento de la transacción y en caso de eso no implicar un coste adicional al coste del servicio de telecomunicaciones.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
10	17	A22-4 En los casos previstos en los números anteriores, el destinatario de los mensajes debe tener acceso a medios que permitan rechazar aquel tipo de publicidad en el futuro, sin cualquier encargo y sin necesidad de invocar justa causa.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																			IA				
			D1	D2	D3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	P1	P2	P3		F1	H1	H2	
10	18	A22-5 Es prohibido el envío de mensajes de correo electrónico con fines de marketing directo con ocultación o disimulación de la identidad en nombre de la cual es realizada la comunicación.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
10	19	A22-6 En cada comunicación no solicitada debe ser indicada una dirección y un medio técnico electrónico, de fácil identificación y utilización, que permita al destinatario del servicio rechazar comunicaciones futuras.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
10	20	A22-7 Las entidades que promuevan el envío de comunicaciones comerciales no solicitadas cuya recepción sea independiente de la intervención del destinatario, deben mantener, por si mismas o por organismos que las representen, una lista actualizada de las personas que han manifestado el deseo de no recibir aquel tipo de comunicaciones.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
10	21	A22-8 Es prohibido el envío de comunicaciones publicitarias por vía electrónica a las personas constantes en las listas referidas en el número anterior.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
10	22	Artículo 23.º Profesiones reglamentadas																								
10	23	A23-1 Las comunicaciones publicitarias a distancia por vía electrónica en profesiones reglamentadas son permitidas mediante el estricto respeto por lo dispuesto en las reglas de cada profesión, nombradamente las relativas a la independencia y honor y al sigilo profesional, así como en relación con la lealtad para con el público y entre los miembros de la profesión.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
10	24	Artículo 27.º Dispositivos de identificación y corrección de errores																								
10	25	A27 El proveedor de servicios que celebre contratos por vía electrónica debe proveer a los destinatarios de los servicios, salvo acuerdo en contrario entre las partes que no sean consumidores, los medios técnicos eficaces que permitan identificar y corregir errores de introducción antes de formular un pedido.									✓													✓		3
10	26	Artículo 28.º Informaciones previas																								
10	27	A28-1.a) Los proveedores de servicios en red que celebren contratos en-linea deben facilitar a los destinatarios, antes de que ocurra cualquier pedido, información mínima inequívoca que incluya: el proceso de celebración del contrato.									✓													✓		3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D1	D2	D3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	P1	P2		P3	F1	H1	H2	
10	28	A28-1.b) Los proveedores de servicios en red que celebren contratos en-línea deben facilitar a los destinatarios, antes de que ocurra cualquier pedido, información mínima inequívoca que incluya: si el contrato será archivado o no y si será posible o no el acceso al contrato.									✓															3
10	29	A28-1.c) Los proveedores de servicios en red que celebren contratos en-línea deben facilitar a los destinatarios, antes de que ocurra cualquier pedido, información mínima inequívoca que incluya: el idioma, o idiomas, en que es posible celebrar el contrato.									✓															3
10	30	A28-1.d) Los proveedores de servicios en red que celebren contratos en-línea deben facilitar a los destinatarios, antes de que ocurra cualquier pedido, información mínima inequívoca que incluya: los medios técnicos que el proveedor suministra para identificar y corregir errores de introducción que puedan existir en los pedidos.									✓															3
10	31	A28-1.e) Los proveedores de servicios en red que celebren contratos en-línea deben facilitar a los destinatarios, antes de que ocurra cualquier pedido, información mínima inequívoca que incluya: los términos contractuales y las cláusulas generales del contrato a celebrar.									✓															3
10	32	A28-1.f) Los proveedores de servicios en red que celebren contratos en-línea deben facilitar a los destinatarios, antes de que ocurra cualquier pedido, información mínima inequívoca que incluya: los códigos de conducta a los que se encuentra adherido y forma de consultarlos electrónicamente.									✓															1
10	33	A28-2 Lo dispuesto en el número anterior no será aplicable en caso de las partes, que no sean consumidores, lo establezcan.									✓															3
10	34	Artículo 29.º Pedido y aviso de recepción																								
10	35	A29-1 El proveedor, después de recibir un pedido por vía exclusivamente electrónica, debe acusar su recepción también por medios electrónicos, salvo acuerdo en contrario con la parte que no sea consumidora.									✓															3
10	36	A29-2 El aviso de recepción del pedido no es necesario en los casos en que hay la inmediata prestación en línea del producto o servicio.									✓															3
10	37	A29-3 El aviso de recepción del pedido debe contener la identificación fundamental del contrato al que se refiere.									✓															3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA									
			D1	D2	D3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	P1		P2	P3	F1	H1	H2				
10	38	A29-4 El proveedor satisfaz el deber de acusar la recepción del pedido si enviar la comunicación para la dirección de correo electrónico indicada o utilizada por el destinatario del servicio.									✓									✓								3	
10	39	A29-5 El pedido es definitivo con la confirmación del destinatario, la cual deberá ocurrir en la secuencia del aviso de recepción, a reiterar el pedido.									✓										✓							3	
10	40	Artículo 31.º Presentación de los términos contractuales y cláusulas generales																											
10	41	A31-1 Los términos contractuales y las cláusulas generales, así como el aviso de recepción del pedido, deben ser siempre comunicados de forma que el destinatario pueda archivarlos y reproducirlos.									✓										✓							3	
10	42	A31-2 El pedido, el aviso de recepción del pedido y la confirmación del pedido son considerados recibidos así que los destinatarios tienen la posibilidad de acceder a ellos.									✓										✓							3	
11	1	Principio de Seguridad – Comunicaciones																											
11	2	PS-2.2 Las obligaciones de seguridad de los usuarios y los compromisos de seguridad de la entidad en relación con los usuarios son comunicados a los usuarios autorizados.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	4
11	3	PS-2.4 El proceso para informar la entidad sobre violaciones del sistema de seguridad y para la presentación de quejas es comunicado a los usuarios autorizados.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	4
11	4	PS-2.5 Los cambios que pueden afectar al sistema de seguridad son comunicados a los gestores y a los usuarios que serán afectados.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	4
11	5	Principio de Disponibilidad – Comunicaciones																											
11	6	PD-2.2 Las obligaciones de seguridad y de disponibilidad de los usuarios y los compromisos de seguridad y de disponibilidad de la entidad en relación con los usuarios son comunicados a los usuarios autorizados.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	4
11	7	PD-2.4 El proceso para informar la entidad sobre problemas de disponibilidad, violaciones del sistema de seguridad y para la presentación de quejas es comunicado a los usuarios autorizados.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	4
11	8	PD-2.5 Los cambios que pueden afectar la disponibilidad y la seguridad del sistema son comunicados a los gestores y a los usuarios que serán afectados.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	4
11	9	Principio de Integridad del Procesamiento – Comunicaciones																											

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
11	10	PI-2.1.a) La entidad ha definido de forma objetiva y comunicado a los usuarios autorizados las características del sistema y sus límites, incluyendo, entre otros, los siguientes elementos (a proveer en la página Web) - Información descriptiva sobre los productos y servicios suministrados, incluyendo: Condición de los bienes (nuevo, usado, recuperado).	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	3
11	11	PI-2.1.a) La entidad ha definido de forma objetiva y comunicado a los usuarios autorizados las características del sistema y sus límites, incluyendo, entre otros, los siguientes elementos (a proveer en la página Web) - Información descriptiva sobre los productos y servicios suministrados, incluyendo: Descripción de los servicios (contrato de servicios).	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	3
11	12	PI-2.1.a) La entidad ha definido de forma objetiva y comunicado a los usuarios autorizados las características del sistema y sus límites, incluyendo, entre otros, los siguientes elementos (a proveer en la página Web) - Información descriptiva sobre los productos y servicios suministrados, incluyendo: Fuentes de información (como ha sido obtenido y/o compilado).	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
11	13	PI-2.1.b) La entidad ha definido de forma objetiva y comunicado a los usuarios autorizados las características del sistema y sus límites, incluyendo, entre otros, los siguientes elementos (a proveer en la página Web) - Los términos y condiciones a aplicar a las transacciones comerciales por vía electrónica, incluyendo, entre otros: Tiempo necesario para concluir la transacción.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	3
11	14	PI-2.1.b) La entidad ha definido de forma objetiva y comunicado a los usuarios autorizados las características del sistema y sus límites, incluyendo, entre otros, los siguientes elementos (a proveer en la página Web) - Los términos y condiciones a aplicar a las transacciones comerciales por vía electrónica, incluyendo, entre otros: Proceso y tiempo necesario para informar los clientes de excepciones al normal procesamiento de pedidos o solicitudes de servicios.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	3
11	15	PI-2.1.b) La entidad ha definido de forma objetiva y comunicado a los usuarios autorizados las características del sistema y sus límites, incluyendo, entre otros, los siguientes elementos (a proveer en la página Web) - Los términos y condiciones a	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
		aplicar a las transacciones comerciales por vía electrónica, incluyendo, entre otros: Método normal de envío de los productos o servicios, incluyendo las opciones del cliente, en su caso.																								
11	16	PI-2.1b) La entidad ha definido de forma objetiva y comunicado a los usuarios autorizados las características del sistema y sus límites, incluyendo, entre otros, los siguientes elementos (a proveer en la página Web) - Los términos y condiciones a aplicar a las transacciones comerciales por vía electrónica, incluyendo, entre otros: Plazos para el pago, incluyendo las opciones del cliente, en su caso.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	3
11	17	PI-2.1b) La entidad ha definido de forma objetiva y comunicado a los usuarios autorizados las características del sistema y sus límites, incluyendo, entre otros, los siguientes elementos (a proveer en la página Web) - Los términos y condiciones a aplicar a las transacciones comerciales por vía electrónica, incluyendo, entre otros: Formas de pago electrónicas y encargos asociados para los clientes.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	3
11	18	PI-2.1b) La entidad ha definido de forma objetiva y comunicado a los usuarios autorizados las características del sistema y sus límites, incluyendo, entre otros, los siguientes elementos (a proveer en la página Web) - Los términos y condiciones a aplicar a las transacciones comerciales por vía electrónica, incluyendo, entre otros: Formas para cancelar cobros repetidos, en su caso.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	3
11	19	PI-2.1b) La entidad ha definido de forma objetiva y comunicado a los usuarios autorizados las características del sistema y sus límites, incluyendo, entre otros, los siguientes elementos (a proveer en la página Web) - Los términos y condiciones a aplicar a las transacciones comerciales por vía electrónica, incluyendo, entre otros: Políticas de devolución de productos y limitaciones de responsabilidad, en su caso.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	3
11	20	PI-2.1b) La entidad ha definido de forma objetiva y comunicado a los usuarios autorizados las características del sistema y sus límites, incluyendo, entre otros, los siguientes elementos (a proveer en la página Web) - Los términos y condiciones a aplicar a las transacciones comerciales por vía electrónica, incluyendo, entre otros: Información sobre garantías, servicios para arreglar y apoyo a los productos y servicios	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
		adquiridos a través de la Web.																							
11	21	PI-2.1c) La entidad ha definido de forma objetiva y comunicado a los usuarios autorizados las características del sistema y sus límites, incluyendo, entre otros, los siguientes elementos (a proveer en la página Web) - Los procedimientos para resolver los aspectos sobre la integridad del procesamiento.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	3
11	22	PI-2.2 Las obligaciones de integridad del procesamiento y de seguridad de los usuarios y los compromisos de la entidad sobre estos temas en relación con los usuarios, son comunicadas a los usuarios autorizados.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	3
11	23	PI-2.4 El proceso para obtener apoyo e informar la entidad sobre problemas de integridad del procesamiento, errores y omisiones, violaciones del sistema de seguridad y para la presentación de quejas es comunicado a los usuarios autorizados.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	3
11	24	PI-2.5 Los cambios que pueden afectar la integridad de procesamiento del sistema y la seguridad del sistema son comunicados a los gestores y a los usuarios que serán afectados.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	3
11	25	Principio de Privacidad – Comunicaciones																							
11	26	PP-2.2a) La política de privacidad y las obligaciones de seguridad de los usuarios y los compromisos de la entidad sobre estos temas en relación con los usuarios, son comunicadas a los usuarios autorizados y divulgadas en el sitio Web, incluyendo: Los tipos y las fuentes de información recogidas y mantenidas, el uso de la información y la posible distribución de la información a terceros. Cuando la información es distribuida a terceros, la empresa debe divulgar su confianza en la política de privacidad del tercero, lo cual puede ser, o no, otro participante en la transacción (en caso de no hacer comentarios cuanto a la política de privacidad del tercero, eso puede ser interpretado como una declaración de confianza).	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
11	27	PP-2.2b) La política de privacidad y las obligaciones de seguridad de los usuarios y los compromisos de la entidad sobre estos temas en relación con los usuarios, son comunicadas a los usuarios autorizados y divulgadas en el sitio Web, incluyendo: Los interesados tienen la oportunidad de rechazar la recogida y/o distribución de datos a terceros, sea a través del no suministro de datos, sea a través de la no autorización	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
		para la distribución de datos a los no participantes en la transacción.																							
11	28	PP-2.2c) La política de privacidad y las obligaciones de seguridad de los usuarios y los compromisos de la entidad sobre estos temas en relación con los usuarios, son comunicadas a los usuarios autorizados y divulgadas en el sitio Web, incluyendo: Los interesados deben tener la oportunidad de rechazar la recogida de datos sensibles antes del proceso de recogida y transmisión.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
11	29	PP-2.2d) La política de privacidad y las obligaciones de seguridad de los usuarios y los compromisos de la entidad sobre estos temas en relación con los usuarios, son comunicadas a los usuarios autorizados y divulgadas en el sitio Web, incluyendo: Las consecuencias, en su caso, de la opción del interesado de no proveer datos o de su no autorización para la cesión a terceros.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
11	30	PP-2.2e) La política de privacidad y las obligaciones de seguridad de los usuarios y los compromisos de la entidad sobre estos temas en relación con los usuarios, son comunicadas a los usuarios autorizados y divulgadas en el sitio Web, incluyendo: La forma para el interesado revisar sus datos y, en su caso, corregir o removerlos.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
11	31	PP-2.3 En caso del sitio Web de la entidad utilizar cookies u otros métodos equivalentes, debe divulgar como son utilizados e informar el interesado que rechace las cookies de las consecuencias del hecho, en su caso.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
11	32	PP-2.4 El proceso para obtener apoyo e informar la entidad sobre violaciones de la política de privacidad y del sistema de seguridad es comunicado a los usuarios autorizados.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
11	33	PP-2.5a) La entidad divulga sus procedimientos para el consumidor recurrir en caso de la resolución de los problemas de privacidad tener la intervención de terceros, siendo que el proceso debe considerar los siguientes elementos: El compromiso de la empresa en aceptar la intervención terceros, en conjunto con el compromiso de quien acepta la mediación.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
11	34	PP-2.5b) La entidad divulga sus procedimientos para el consumidor recurrir en caso de la resolución de los problemas de privacidad tener la intervención de terceros, siendo que el proceso debe considerar los siguientes elementos: Procedimientos a desarrollar	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
		para la presentación de quejas, primero en la entidad y, en su caso, con el tercero designado.																								
11	35	PP-2.5c) La entidad divulga sus procedimientos para el consumidor recurrir en caso de la resolución de los problemas de privacidad tener la intervención de terceros, siendo que el proceso debe considerar los siguientes elementos: Los usos o acciones a desarrollar con la información personal hasta la resolución de la queja presentada por el interesado.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
11	36	PP-2.6 La entidad divulga otras prácticas de privacidad que cumpla (leyes, reglamentos u programas de autorregulación).	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
11	37	PP-2.7 En caso de la entidad revocar o cambiar su política de privacidad (reduciendo el nivel de restricción), el interesado debe ser informado del hecho de forma clara y distinta.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
11	38	PP-2.8 La entidad notifica los usuarios cuando ellos abandonan el sitio web que está abarcado por la política de privacidad de la empresa.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
11	39	PP-2.9 Los cambios que pueden afectar la política de privacidad y la seguridad del sistema son comunicados a los gestores y a los usuarios que serán afectados.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
11	40	Principio de Confidencialidad – Comunicaciones																								
11	41	PC-2.2a) La confidencialidad y las obligaciones de seguridad de los usuarios y los compromisos de la entidad sobre estos temas en relación con los usuarios, son comunicadas a los usuarios autorizados antes del suministro de información confidencial, siendo de destacar los siguientes elementos: Proceso de clasificación/desclasificación de la información como confidencial.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
11	42	PC-2.2b) La confidencialidad y las obligaciones de seguridad de los usuarios y los compromisos de la entidad sobre estos temas en relación con los usuarios, son comunicadas a los usuarios autorizados antes del suministro de información confidencial, siendo de destacar los siguientes elementos: Proceso de autorización de acceso a la información confidencial.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
11	43	PC-2.2c) La confidencialidad y las obligaciones de seguridad de los usuarios y los compromisos de la entidad sobre estos temas en relación con los usuarios, son comunicadas a los usuarios autorizados antes del suministro de información confidencial, siendo de destacar los siguientes	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
		elementos: Como es utilizada la información confidencial.																							
11	44	PC-2.2d) La confidencialidad y las obligaciones de seguridad de los usuarios y los compromisos de la entidad sobre estos temas en relación con los usuarios, son comunicadas a los usuarios autorizados antes del suministro de información confidencial, siendo de destacar los siguientes elementos: Como es compartida la información confidencial.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
11	45	PC-2.2e) La confidencialidad y las obligaciones de seguridad de los usuarios y los compromisos de la entidad sobre estos temas en relación con los usuarios, son comunicadas a los usuarios autorizados antes del suministro de información confidencial, siendo de destacar los siguientes elementos: Cuando la información es distribuida a terceros, la empresa debe divulgar su confianza en la política de confidencialidad del tercero (en caso de no hacer comentarios cuanto a la política de confidencialidad del tercero, eso puede ser interpretado como una declaración de confianza, en el sentido de que cumple o excede la política de la propia entidad).	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
11	46	PP-2.2f) La confidencialidad y las obligaciones de seguridad de los usuarios y los compromisos de la entidad sobre estos temas en relación con los usuarios, son comunicadas a los usuarios autorizados antes del suministro de información confidencial, siendo de destacar los siguientes elementos: Las prácticas de confidencialidad que deben ser cumplidas para respecta las leyes y reglamentos aplicables.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
11	47	PC-2.4 El proceso para informar la entidad sobre violaciones de la confidencialidad y del sistema de seguridad y para la presentación de quejas es comunicado a los usuarios autorizados.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
11	48	PC-2.5 Los cambios que pueden afectar la confidencialidad y la seguridad del sistema son comunicados a los gestores y a los usuarios que serán afectados.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
12	1	Principio I – Comunicaciones veraces y exactas.																							
12	2	PI-A.2 Los anunciantes en línea deberían revelar que se trata de actividades publicitarias o de comercialización en los casos en que no revelarlo fuera engañoso.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							6	

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
12	3	PI-A.3 Si los anunciantes en línea hacen comparaciones de precios, deberían revelar en qué se fundamentan o el área geográfica que abarca el mercado en cuestión. En todos los casos, los anunciantes en línea deberían indicar la fecha en que se efectuó la comparación o, de continuar sus afirmaciones, mantener al día las pruebas.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
12	4	PI-B.1 Los anunciantes en línea no deberían engañar a los clientes en línea creando falsas impresiones en cuanto a patrocinios, aprobaciones, popularidad, confiabilidad, la calidad del producto o el tamaño de la empresa, mediante el uso indebido de hiperenlaces, “sellos”, otras tecnologías, o la propiedad intelectual de otros.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
12	5	PI-B.2a) Los anunciantes en línea pueden utilizar hiperenlaces para añadir o complementar información acerca de sus productos o servicios, pero no deberían utilizar engañosamente ni los hiperenlaces ni la información proporcionada a través de los mismos con el fin de: contradecir o modificar substancialmente el significado de cualquier declaración o afirmación de hecho.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
12	6	PI-B.2b) Los anunciantes en línea pueden utilizar hiperenlaces para añadir o complementar información acerca de sus productos o servicios, pero no deberían utilizar engañosamente ni los hiperenlaces ni la información proporcionada a través de los mismos con el fin de: crear la falsa impresión de una asociación.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
12	7	PI-B.2c) Los anunciantes en línea pueden utilizar hiperenlaces para añadir o complementar información acerca de sus productos o servicios, pero no deberían utilizar engañosamente ni los hiperenlaces ni la información proporcionada a través de los mismos con el fin de: crear la falsa impresión de que el contenido, la mercancía o los servicios de otra compañía son de su propiedad.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
12	8	PI-B.4 Los anunciantes en línea deberían asegurarse de que los “sellos” o expresiones de aprobación de terceros que incorporan enlaces con programas auto reglamentados o de normas éticas se encuentren en funcionamiento, de modo que los clientes puedan verificar fácilmente la participación en el programa del sello y determinar su propósito, alcance y normas. Los anunciantes en línea que participen en un programa autor reglamentado o de				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
		normas éticas, o de sellos o expresiones de aprobación, deberían hacerlo en conformidad con las instrucciones de ese programa en lo referente a la presentación, activación y usos del sello o expresión de aprobación. De hacer una afirmación de hecho, sea ésta expresa o implícita, mediante el uso de un sello o texto, el anunciante en línea debería dar a los clientes la oportunidad de entender los pormenores del programa, incluidas sus afirmaciones de hecho, su alcance y sus normas.																								
12	9	Principio II – Suministro de toda la información pertinente.																								
12	10	PII-A.1 Toda la información a que se refiere este código debería ajustarse a las normas siguientes: debería ser clara, precisa, y fácil de encontrar y comprender.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
12	11	PII-A.2 Toda la información a que se refiere este código debería ajustarse a las normas siguientes: debería ser de fácil acceso en línea, pudiendo aparecer mediante un hipervínculo u otro mecanismo igualmente efectivo que sea claramente visible y descriptivo.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
12	12	PII-A.3 Toda la información a que se refiere este código debería ajustarse a las normas siguientes: debería ser presentada de modo que los clientes puedan tener acceso y mantener un registro adecuado de la misma.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
12	13	PII-A.4 Toda la información a que se refiere este código debería ajustarse a las normas siguientes: si la información se relaciona con las mercancías o servicios que se hallan a la venta en línea o a la transacción misma, debería poderse tener acceso a la misma antes de consumarse la transacción.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									3
12	14	PII-B.1a) Los comerciantes en línea deberían proporcionar, como mínimo, la siguiente información para poder comunicarse con ellos en línea: nombre legal.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									2
12	15	PII-B.1b) Los comerciantes en línea deberían proporcionar, como mínimo, la siguiente información para poder comunicarse con ellos en línea: el nombre bajo el cual lleva a cabo actividades comerciales.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									2
12	16	PII-B.1c) Los comerciantes en línea deberían proporcionar, como mínimo, la siguiente información para poder comunicarse con ellos en línea: la dirección física principal o información suficiente, incluido el país, para que el cliente pueda localizar a la empresa fuera de línea.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									2

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D1	D2	D3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	P1	P2		P3	F1	H1	H2	
12	17	PII-B.1d) Los comerciantes en línea deberían proporcionar, como mínimo, la siguiente información para poder comunicarse con ellos en línea: un método para establecer contacto en línea, tal como el correo electrónico.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									2
12	18	PII-B.1e) Los comerciantes en línea deberían proporcionar, como mínimo, la siguiente información para poder comunicarse con ellos en línea: un punto de contacto dentro de la organización que se encargue de atender los pedidos de información de los clientes.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									2
12	19	PII-B.1f) Los comerciantes en línea deberían proporcionar, como mínimo, la siguiente información para poder comunicarse con ellos en línea: un número de teléfono, a menos que ello interrumpiera las operaciones de la compañía, dados su tamaño y sus recursos, en cuyo caso, el comerciante debería tener un teléfono en servicio que aparezca en la guía telefónica.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									2
12	20	PII-B.2 Los comerciantes en línea que registren un nombre de dominio en la Internet deberían suministrar información completa y precisa a la entidad autorizada para dicho registro en la Internet, y deberían utilizar el dominio de alto nivel que corresponda al tipo de empresa que estén registrando.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									2
12	21	PII-C Los comerciantes en línea deberían suministrar suficiente información acerca de la mercancía o los servicios que ofrecen a la venta en línea, de modo que los clientes puedan tomar una decisión bien fundamentada en cuanto a la compra de dicha mercancía o servicios.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									3
12	22	PII-D.1a) Los comerciantes en línea deberían suministrar información pertinente acerca de la transacción en línea, que incluya, entre otros datos: los términos de la transacción.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									3
12	23	PII-D.1b) Los comerciantes en línea deberían suministrar información pertinente acerca de la transacción en línea, que incluya, entre otros datos: la disponibilidad del producto/información relativa al envío.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									3
12	24	PII-D.1c) Los comerciantes en línea deberían suministrar información pertinente acerca de la transacción en línea, que incluya, entre otros datos: los precios y los costes para el cliente.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									3
12	25	PII-D.2a) En las transacciones en línea el cliente debe tener la oportunidad de: examinar y aprobar la transacción.										✓														3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet															IA							
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12		C 13	P 1	P 2	P 3	F 1	H 1	H 2
12	26	PII-D.2b) En las transacciones en línea el cliente debe tener la oportunidad de: recibir una confirmación de la misma.									✓														3
12	27	PII-D.3 Si el comerciante en línea opta por suministrar información en más de un idioma, toda la información referente a la transacción debería suministrarse en los idiomas seleccionados. De igual modo, si el comerciante en línea opta por dirigirse a determinado segmento de la población, tal como el de las personas de edad o incapacitadas, utilizando para ello tipos de letra grandes o colores específicos, por ejemplo, toda la información de hecho acerca de la transacción debería ser proporcionada de la misma manera.									✓														3
12	28	PII-E.1 Los comerciantes en línea deberían proporcionar los términos de la transacción en línea, entre ellos los siguientes: las restricciones o limitaciones (por ejemplo, de tiempo o geográficas) que impongan a la venta de los productos o servicios.									✓														3
12	29	PII-E.2 Los comerciantes en línea deberían proporcionar los términos de la transacción en línea, entre ellos los siguientes: los mecanismos de pago de empleo fácil.									✓														3
12	30	PII-E.3 Los comerciantes en línea deberían proporcionar los términos de la transacción en línea, entre ellos los siguientes: los procedimientos para la devolución o el reembolso, incluida la manera en que los clientes pueden hacer devoluciones o cambios, obtener reembolsos o créditos, o cancelar una transacción, así como cualquier límite de tiempo o cargos relacionados.									✓														3
12	31	PII-E.4 Los comerciantes en línea deberían proporcionar los términos de la transacción en línea, entre ellos los siguientes: en el caso de productos, la garantía, programas de depósitos en custodia u otros términos ofrecidos, incluidas las limitaciones y condiciones, si las hubiera.									✓														3
12	32	PII-E.5 Los comerciantes en línea deberían proporcionar los términos de la transacción en línea, entre ellos los siguientes: en el caso de servicios, las normas, planes, cargos aplicables, u otros términos ofrecidos, incluidas sus limitaciones y condiciones.									✓														3
12	33	PII-E.6 Los comerciantes en línea deberían proporcionar los términos de la transacción en línea, entre ellos los siguientes: en el caso de concursos, loterías u otras actividades promocionales similares, las reglas completas deberían aparecer al lado o en un									✓														6

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																			IA								
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2	P 3		F 1	H 1	H 2					
		hiper-enlace o tecnología similar adyacente a la promoción misma.																												
12	34	PII-E.7a) Los comerciantes en línea deberían proporcionar los términos de la transacción en línea, entre ellos los siguientes: en el caso de transacciones o suscripciones continuas: información acerca de la manera en que la transacción aparecerá en la factura, de modo que el cliente pueda identificar fácilmente la compañía y la transacción en la factura.																												3
12	35	PII-E.7b) Los comerciantes en línea deberían proporcionar los términos de la transacción en línea, entre ellos los siguientes: en el caso de transacciones o suscripciones continuas: información fácil de comprender acerca de las cancelaciones, un medio fácil de usar para cancelar una suscripción vigente, y la confirmación oportuna de tal cancelación.																												3
12	36	PII-F.1a) Indicar qué productos o servicios se encuentran temporalmente agotados y, en esos casos: suministrar información acerca de la fecha en se le cobrará la transacción al cliente.																												3
12	37	PII-F.1b) Indicar qué productos o servicios se encuentran temporalmente agotados y, en esos casos: si indican una fecha en la que estarían disponibles los productos o servicios en cuestión, tener una base razonable para indicar esa fecha.																												3
12	38	PII-F.4 Indicar las limitaciones (edad, ubicación geográfica) que impongan al envío, ejecución o entrega.																												3
12	39	PII-F.5 De ocurrir una demora importante en el envío o ejecución, proporcionar al cliente información oportuna acerca de dicha demora y darle la oportunidad de cancelar la transacción.																												3
12	40	PII-G.1a) Dar a conocer, en la moneda especificada, la lista detallada de precios o cargos, así como los costes que el comerciante en línea prevé cobrar en relación con una transacción en línea, incluidos, entre otros: el precio o los derechos de licencia que se cobrarán o, en el caso de una permuta, los artículos que se darán a cambio de los productos o servicios comprados o autorizados.																												3
12	41	PII-G.1b) Dar a conocer, en la moneda especificada, la lista detallada de precios o cargos, así como los costes que el comerciante en línea prevé cobrar en relación con una transacción en línea, incluidos, entre otros: los gastos de envío previstos (de no conocerse en el momento de la transacción																												3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
		en línea, el comerciante en línea debería proporcionar dicha información en un mensaje electrónico subsiguiente, pero debería dar al cliente la oportunidad de cancelar la transacción si los costes no fueran aceptables).																								
12	42	PII-G.1c) Dar a conocer, en la moneda especificada, la lista detallada de precios o cargos, así como los costes que el comerciante en línea prevé cobrar en relación con una transacción en línea, incluidos, entre otros: los impuestos previstos u otros gravámenes impuestos por el Gobierno que deba cobrar el comerciante en línea en relación con la transacción, etc..									✓															3
12	43	PII-G.2 Suministrar una descripción generalizada de los demás costes y cargos habitualmente aplicables a una transacción que pudiera tener que sufragar el cliente, tales como tarifas o cargos de suscripción habituales que no deba cobrar el comerciante en línea.									✓															3
12	44	PII-H.1 Antes de concluir la transacción, los comerciantes en línea deberían ofrecer a los clientes la opción de revisar la transacción en línea y de confirmar su intención de efectuarla, proporcionándoles un resumen que incluya lo siguiente: información acerca de la transacción en línea (tal como se indica en las secciones anteriores).									✓															3
12	45	PII-H.2 Antes de concluir la transacción, los comerciantes en línea deberían ofrecer a los clientes la opción de revisar la transacción en línea y de confirmar su intención de efectuarla, proporcionándoles un resumen que incluya lo siguiente: el método de pago seleccionado.									✓															3
12	46	PII-H.3 Antes de concluir la transacción, los comerciantes en línea deberían ofrecer a los clientes la opción de revisar la transacción en línea y de confirmar su intención de efectuarla, proporcionándoles un resumen que incluya lo siguiente: la opción de cancelar o de finalizar afirmativamente la transacción.									✓															3
12	47	PII-I.1 Los comerciantes en línea deberían ofrecer a los clientes la opción de recibir una confirmación de la transacción una vez concluida. Dicha confirmación debería incluir lo siguiente: un desglose de los artículos o servicios pedidos, su precio y los cargos aplicables, tales como el coste del envío y los impuestos sobre la venta.									✓															3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA							
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2			
12	48	PII-I.2 Los comerciantes en línea deberían ofrecer a los clientes la opción de recibir una confirmación de la transacción una vez concluida. Dicha confirmación debería incluir lo siguiente: suficiente información sobre el punto de contacto que permita a los compradores obtener información actualizada sobre el estado de sus pedidos.																									3	
12	49	PII-I.3 Los comerciantes en línea deberían ofrecer a los clientes la opción de recibir una confirmación de la transacción una vez concluida. Dicha confirmación debería incluir lo siguiente: la fecha de envío prevista.																									3	
12	50	Principio III – Prácticas de información y protección de datos personales																										
12	51	PIII-A. Mostrar en línea y cumplir normas de confidencialidad - los comerciantes en línea deberían mostrar en línea y seguir normas de confidencialidad abiertas, transparentes y basadas en principios de equidad generalmente aceptados en materia de información, incluido el suministro de información acerca de los datos personales que el comerciante en línea recopila, utiliza y divulga; las opciones de los clientes con respecto a la recopilación, uso y divulgación de tal información; el acceso que tienen los clientes a esa información y las medidas de seguridad adoptadas para protegerla; así como los mecanismos establecidos de cumplimiento y reparación en caso de violarse dichas normas. Las normas de confidencialidad deberían ser fáciles de encontrar y entender, y estar a la disposición del cliente antes de que éste suministre cualquier dato personal que lo identifique, o en el momento de hacerlo.																									5	
12	52	PIII-C.1 Los anunciantes en línea que envíen mensajes electrónicos de comercialización no solicitados deberían mostrar en línea y cumplir una norma de no establecer contacto con los clientes que no lo deseen - una norma que, como mínimo, permita que esos clientes puedan indicar en línea que no desean recibir futuras solicitudes de contribución o mensajes promocionales. Este procedimiento debería figurar en el sitio de la red o en los mensajes por correo electrónico que no sean los relacionados con un pedido determinado.																										6

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA						
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1		P 2	P 3	F 1	H 1	H 2	
12	53	PIII-C.2 Los anunciantes en línea que envíen mensajes electrónicos de comercialización no solicitados deberían también suscribirse a una lista de supresión de mensajes electrónicos, tal como las que ofrecen el Center for Democracy and Technology - http://opt-out.cdt.org/ y la Direct Marketing Association - http://www.e-mps.org/en/ .				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
12	54	Principio IV – La satisfacción del cliente																								
12	55	PIV-B. Los comerciantes en línea deberían poner un aviso fácil de encontrar y de entender acerca de la manera en que los clientes pueden comunicarse eficazmente con la compañía a fin de que ésta responda a sus preguntas. Los comerciantes en línea deberían dar una respuesta pronta y substancial a las preguntas comercialmente razonables del cliente.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									2
12	56	PIV-C.1 Los comerciantes en línea deberían poner un aviso fácil de encontrar y de entender acerca de la manera en que el cliente puede comunicarse eficazmente con la compañía, a fin de resolver prontamente las reclamaciones o disputas que pudiera tener en relación con una transacción.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									3
12	57	PIV-C.2 Los comerciantes en línea deberían contar con un mecanismo eficaz y fácil de usar para atender quejas y corregir errores. Los procedimientos equitativos para hacer cambios o devoluciones son ejemplos de tales mecanismos.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									3
12	58	PIV-C.3 En el caso de que la reclamación del cliente no pueda ser resuelta, los comerciantes en línea deberían también ofrecer un método equitativo para resolver las diferencias con respecto a una transacción, ofreciendo una garantía incondicional de devolución del precio pagado o la resolución de la disputa por terceros.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									3
13	1	Disposición 1. Transparencia en el funcionamiento																								
13	2	D1.1 Todas las informaciones suministradas serán claras, legales, decentes, honestas y verdaderas.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									2
13	3	D1.2 La empresa debe proveer siempre las siguientes informaciones en su sitio <i>web</i> : nombre legal correcto y otro(s) nombre(s) o números utilizados para identificar la empresa/servicio, por ejemplo, en el registro comercial.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									2
13	4	D1.2 La empresa debe proveer siempre las siguientes informaciones en su sitio <i>web</i> : formas de contactar la empresa, o sea, la dirección postal.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									2

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA								
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1		P 2	P 3	F 1	H 1	H 2			
13	5	D1.2 La empresa debe proveer siempre las siguientes informaciones en su sitio web: formas de contactar la empresa, o sea, una dirección de correo electrónico general.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓											2
13	6	D1.2 La empresa debe proveer siempre las siguientes informaciones en su sitio web: formas de contactar la empresa, o sea, direcciones de correo electrónico específicas para presentar quejas en un servicio de posventa.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓											3
13	7	D1.2 La empresa debe proveer siempre las siguientes informaciones en su sitio web: formas de contactar la empresa, o sea direcciones de correo electrónico específicas para solicitar eliminación de datos de listas de marketing.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓											5
13	8	D1.2 La empresa debe proveer siempre las siguientes informaciones en su sitio web: formas de contactar la empresa, o sea direcciones de correo electrónico específicas para cuestiones del consumidor o cualquier otro servicio ofrecido.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓											6
13	9	Disposición 2. Ofertas comerciales e información contractual																										
13	10	D2.1.1 Contenido de una oferta - Los términos de toda y cualquier oferta deberán ser claros y los compromisos sobre las ventas y suministros asumidos por la empresa y por el consumidor descritos inequívocamente.										✓																3
13	11	D2.1.2 Contenido de una oferta - Antes de la celebración del contrato la empresa deberá, como mínimo, proveer al consumidor los aspectos esenciales de la oferta en un medio que permita su archivo y/o impresión, para que el consumidor pueda considerar todos los factores con influencia en su decisión y consentimiento para la compra.										✓																3
13	12	D2.1.3 Contenido de una oferta - Esta información esencial deberá incluir: la identidad, la dirección permanente de la empresa y otras formas de contacto, de tal forma que la empresa sea claramente identificable.										✓																3
13	13	D2.1.3 Contenido de una oferta - Esta información esencial deberá incluir: las características principales de los productos y servicios propuestos, en términos cuantitativos y cualitativos.										✓																3
13	14	D2.1.3 Contenido de una oferta - Esta información esencial deberá incluir: los términos financieros, o sea, el precio a cobrar, lo cual deberá incluir todas las tasas y costes adicionales.										✓																3
13	15	D2.1.3 Contenido de una oferta - Esta información esencial deberá incluir: las condiciones generales de la oferta y las										✓																3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
		restricciones, si existieren.																								
13	16	D2.1.3 Contenido de una oferta - Esta información esencial deberá incluir: el período de la validez de la oferta, cuando aplicable.									✓															3
13	17	D2.1.3 Contenido de una oferta - Esta información esencial deberá incluir: las condiciones de envío.									✓															3
13	18	D2.1.3 Contenido de una oferta - Esta información esencial deberá incluir: la existencia y las condiciones para ejercer el derecho de cancelación y de reembolso.									✓															3
13	19	D2.1.3 Contenido de una oferta - Esta información esencial deberá incluir: las condiciones para la cancelación del contrato, cuando la duración no es conocida o es superior a 1 año.									✓															3
13	20	D2.1.3 Contenido de una oferta - Esta información esencial deberá incluir: una dirección de correo y un número de contacto para atender a dudas del cliente.									✓															3
13	21	D2.1.3 Contenido de una oferta - Esta información esencial deberá incluir: informaciones sobre la garantía y servicio de posventa.									✓															3
13	22	D2.1.4 Contenido de una oferta - En los contratos ejecutados de forma permanente o periódica, deberá ser indicada la duración mínima.									✓															3
13	23	D2.1.5 Contenido de una oferta - Cuando justificable, deberá ser ofrecida una opción de pago.									✓															3
13	24	D2.2.1 Realización de un contrato - La empresa deberá explicar de forma clara las etapas que el consumidor deberá realizar para concluir el contrato.									✓															3
13	25	D2.2.2 Realización de un contrato - El contrato es considerado realizado cuando la empresa tiene confirmación del consumidor. La empresa debe confirmar la recepción de dicha confirmación.									✓															3
13	26	D2.2.3 Realización de un contrato - El consumidor deberá recibir la confirmación de su pedido en una forma que permita su archivo y/o impresión, durante el periodo del contrato, lo más tarde, en el día de la entrega. Dicha confirmación deberá hacerse a través de una declaración clara o a través de un resumen donde deben constar las condiciones del pedido, lo cual deberá englobar los siguientes aspectos: el producto solicitado.									✓															3
13	27	D2.2.3 Realización de un contrato - El consumidor deberá recibir la confirmación de su pedido en una forma que permita su archivo y/o impresión, durante el periodo del contrato, lo más tarde, en el									✓															3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D1	D2	D3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	P1	P2		P3	F1	H1	H2
		día de la entrega. Dicha confirmación deberá hacerse a través de una declaración clara o a través de un resumen donde deben constar las condiciones del pedido, lo cual deberá englobar los siguientes aspectos: la fecha del pedido.																							
13	28	D2.2.3 Realización de un contrato - El consumidor deberá recibir la confirmación de su pedido en una forma que permita su archivo y/o impresión, durante el período del contrato, lo más tarde, en el día de la entrega. Dicha confirmación deberá hacerse a través de una declaración clara o a través de un resumen donde deben constar las condiciones del pedido, lo cual deberá englobar los siguientes aspectos: el precio acordado en el contrato y otros costes.									✓														3
13	29	D2.2.3 Realización de un contrato - El consumidor deberá recibir la confirmación de su pedido en una forma que permita su archivo y/o impresión, durante el período del contrato, lo más tarde, en el día de la entrega. Dicha confirmación deberá hacerse a través de una declaración clara o a través de un resumen donde deben constar las condiciones del pedido, lo cual deberá englobar los siguientes aspectos: las condiciones de entrega establecidas.									✓														3
13	30	D2.2.3 Realización de un contrato - El consumidor deberá recibir la confirmación de su pedido en una forma que permita su archivo y/o impresión, durante el período del contrato, lo más tarde, en el día de la entrega. Dicha confirmación deberá hacerse a través de una declaración clara o a través de un resumen donde deben constar las condiciones del pedido, lo cual deberá englobar los siguientes aspectos: un contacto en la empresa.									✓														3
13	31	D2.2.3 Realización de un contrato - El consumidor deberá recibir la confirmación de su pedido en una forma que permita su archivo y/o impresión, durante el período del contrato, lo más tarde, en el día de la entrega. Dicha confirmación deberá hacerse a través de una declaración clara o a través de un resumen donde deben constar las condiciones del pedido, lo cual deberá englobar los siguientes aspectos: la referencia del pedido.									✓														3
13	32	D2.3.1 Ejecución de un contrato - La empresa debe garantizar que todos los aspectos del contrato son respetados para satisfacción del cliente.									✓														3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
13	33	D2.3.2 Ejecución de un contrato - El período para entrega es de 30 días, a contar de la fecha de recepción del pedido, excepto si el consumidor acepta un período diferente propuesto por la empresa. La empresa deberá informar en caso de no poder cumplir con el plazo establecido y, en ese caso, indicar nueva fecha.																								3
13	34	D2.3.3 Ejecución de un contrato - Durante el período de entrega el consumidor deberá poder cancelar su pedido y ser reembolsado, en caso de ya haber hecho el pago. Esta posibilidad tiene la validez máxima de 30 días a comenzar en la fecha de recepción del pedido. La cancelación y el reembolso no serán aplicables a los productos personalizados o perecibles.																								3
13	35	D2.3.4 Ejecución de un contrato - El cliente debe ser informado, en tiempo oportuno, de cualquier alteración al inicialmente establecido o de cualquier intención para sustituir el producto solicitado. En este caso el consumidor debe tener el derecho de cancelar el pedido y ser reembolsado, en caso de ya haber hecho el pago.																								3
13	36	D2.4.1 Derecho de retractación - El cliente debe tener al menos 7 días hábiles para devolver los productos o cancelar un pedido de servicio sin indicar ningún motivo y sin cualquier penalización. Asimismo, debe poder cambiar el producto o ser reembolsado, en caso de ya lo haber hecho.																								3
13	37	D2.4.2 Derecho de retractación - Cuando la empresa no haya cumplido con sus obligaciones, el período de retractación es ampliado hasta 3 meses. El período de 7 días hábiles empezará después de cumplidas todas las obligaciones.																								3
13	38	D2.4.3 Derecho de retractación - La empresa deberá, en caso de existir, indicar cualquier restricción al derecho de retractación, para lo que deberá considerar las características del producto.																								3
13	39	D2.4.4 Derecho de retractación - Cuando es ejercido el derecho de retractación, el consumidor solo soporta los costes de devolución de los productos.																								3
13	40	D2.4.5 Derecho de retractación - Es razonable la obligación que impone al consumidor la devolución los productos en los embalajes originales, cuando es ejercido el derecho de devolución. No es razonable para el consumidor mantener el embalaje del producto más de un mes.																								3
13	41	Disposición 3. Comunicaciones comerciales																								

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA						
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1		P 2	P 3	F 1	H 1	H 2	
13	42	D3.1 Todas las comunicaciones comerciales deben ser claramente identificadas como tales, así como la entidad responsable por su emisión. Esta disposición es aplicable también a las comunicaciones comerciales no solicitadas vía correo electrónico.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
13	43	D3.2 Todas las ofertas y juegos promocionales deben ser claramente identificables como tales. Las condiciones aplicables deben ser presentadas sin ambigüedad, de forma precisa y inequívoca.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
13	44	D3.3 La tecnología de Internet no debe ser utilizada para inducir en error el cliente cuanto al producto o servicio promovido u ofrecido. La empresa no debe impedir el usuario de salir del sitio web de la empresa y debe garantizar que los términos de pesquisa coinciden con el contenido del sitio web.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
13	45	D3.4 Cuando son efectuadas comparaciones de precios estas no deben engañar al cliente. Cualquier comparación sobre una oferta especial debe indicar la fecha de inicio o de fin y cualquier condición específica aplicable.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
13	46	D3.5 Los mensajes de publicidad deben ser evidentes.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
13	47	Disposición 4. Seguridad en las transacciones																								
13	48	D4.2 La empresa debe proveer medios de pago seguro y sencillo e intentar mantenerse al día en el tema de los mecanismos de pago.									✓															4
13	49	D4.3 La empresa debe garantizar la implementación de sistemas de seguridad adecuados e de confianza, para salvaguardar la seguridad, la integridad y la confidencialidad de los pagos y de las transacciones financieras realizadas por los consumidores. El consumidor debe ser informado, antes de la realización de un contrato, del nivel de protección concedido a sus datos financieros. Las empresas deben informar al consumidor, en términos generales, de toda y cualquier tecnología utilizada para proteger la transmisión, el procesamiento y/o almacenamiento de los datos financieros, o sea, el uso de la tecnología de codificación de datos para transacciones con tarjetas de crédito.									✓															4
13	50	Disposición 5. Protección de datos y privacidad del consumidor																								
13	51	D5.2 La empresa debe poner clara para los clientes su política de protección de datos personales y de privacidad del cliente. Asimismo, deben asumir este compromiso a través del anuncio y adhesión a una declaración de política de				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
		privacidad en línea, donde están descritas las obligaciones y los derechos de los datos.																							
13	52	D5.3 La declaración de política de privacidad, referida en D5.2, debe incluir los siguientes aspectos - obligaciones de la empresa: proveer información, cuando no sea obvio en el contexto, sobre la razón para solicitar y recoger determinados datos personales y con que propósitos serán utilizados. Apenas deberán solicitar los datos realmente necesarios para los fines especificados.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
13	53	D5.3 La declaración de política de privacidad, referida en D5.2, debe incluir los siguientes aspectos - obligaciones de la empresa: suministrar informaciones sobre la forma de divulgación de los datos a terceros. Por ejemplo, cuando los datos son cedidos a terceros, debe existir información sobre las utilidades que aquellos pueden hacer de los datos.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
13	54	D5.3 La declaración de política de privacidad, referida en D5.2, debe incluir los siguientes aspectos - obligaciones de la empresa: informar los consumidores sobre la utilización de tecnologías para recoger o almacenar datos no personales, los objetivos y las implicaciones de la restricción al uso de aquellas tecnologías (<i>cookies</i> , por ejemplo).				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
13	55	D5.3 La declaración de política de privacidad, referida en D5.2, debe incluir los siguientes aspectos - obligaciones de la empresa: informar sobre los procedimientos para acceder, actualizar, corregir o eliminar datos personales, así como indicar un contacto para tratar de las cuestiones relacionadas con aquellos datos. Esta información debe acompañar la solicitud de datos personales.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
13	56	D5.3 La declaración de política de privacidad, referida en D5.2, debe incluir los siguientes aspectos - obligaciones de la empresa: informar sobre los procedimientos para acceder a mecanismos o servicios de registro de opción negativa, tipo " <i>opt-out</i> ", consultados por la empresa (...).				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
13	57	D5.3 La declaración de política de privacidad, referida en D5.2, debe incluir los siguientes aspectos - obligaciones de la empresa: informar, cuando solicitado, sobre las medidas aplicadas por la empresa para garantizar la seguridad de los datos personales recogidos y almacenados. La información debe, en especial, referirse a la forma como los datos están protegidos contra fugas, falsificación y uso irregular y/o cualquier actividad que pueda				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								4

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D1	D2	D3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	P1	P2		P3	F1	H1	H2
		resultar en su alteración.																							
13	58	D5.4 La declaración de política de privacidad, referida en D5.2, debe incluir los siguientes aspectos - derechos sobre los datos: tener acceso a la política de privacidad de la empresa que establezca las obligaciones de aquella. Este aspecto debe ser referido en toda y cualquier transacción realizada por la empresa.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
13	59	D5.4 La declaración de política de privacidad, referida en D5.2, debe incluir los siguientes aspectos - derechos sobre los datos: poder oponerse a la utilización de sus datos personales para realizar campañas de marketing en el futuro.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
13	60	D5.4 La declaración de política de privacidad, referida en D5.2, debe incluir los siguientes aspectos - derechos sobre los datos: poder oponerse a la transmisión de sus datos personales a terceros.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
13	61	D5.4 La declaración de política de privacidad, referida en D5.2, debe incluir los siguientes aspectos - derechos sobre los datos: participar en cualquier mecanismo o servicio de registro de opción negativa, tipo "opt-out", utilizado o consultado por la empresa y rechazar cualquier utilización futura de sus datos para fines comerciales no previstos inicialmente.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
13	62	D5.4 La declaración de política de privacidad, referida en D5.2, debe incluir los siguientes aspectos - derechos sobre los datos: saber que los datos serán eliminados en el caso de abandonar la transacción antes de terminarla.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
13	63	D5.4 La declaración de política de privacidad, referida en D5.2, debe incluir los siguientes aspectos - derechos sobre los datos: solicitar acceso a modificaciones, correcciones o eliminaciones de los datos personales mantenidos por la empresa.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
13	64	D5.4 La declaración de política de privacidad, referida en D5.2, debe incluir los siguientes aspectos - derechos sobre los datos: estar seguro que cualquier dato personal suministrado es procesado y almacenado de forma segura y confidencial.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
13	65	Disposición 6. Protección de los menores de edad																							
13	66	D6.1 La empresa debe animar a los padres a involucrarse en las actividades en línea de sus hijos y, cuando posible, informar los padres sobre como supervisar aquellas actividades.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								7
13	67	D6.2 La empresa que se dirige a los niños, no debe explorar su credulidad, lealtad, vulnerabilidad o falta de experiencia.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								7

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA													
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1		P 2	P 3	F 1	H 1	H 2								
13	68	D6.3 La comunicación comercial para los niños debe estar desarrollada de forma a considerar su edad, su conocimiento y su grado de madurez. Ninguna comunicación debe tener un contenido que pueda ser perjudicial física, mental o moralmente para los niños.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓													7			
13	69	D6.4 La empresa debe tomar las precauciones necesarias para que la publicidad solo para adultos no sea observada por los niños, ni los productos solo para adultos sean recibidos por los niños.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓														7		
13	70	D6.5 Los niños no deben ser animados a entrar en sitios solo para adultos o en sitios considerados como no apropiados, ni deben ser animados a copiar prácticas peligrosas, ni a comunicar con desconocidos.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓														7		
13	71	D6.6 Las empresas deben animar los niños a obtener el consentimiento de sus padres/tutores previamente a la realización de cualquier compra.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓														7		
13	72	D6.7 No deben hacerse ofertas de crédito a los niños.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓														7		
13	73	D6.8.1 Información personal identificable sobre niños: la empresa no debe utilizar o divulgar información personal de niños sin la autorización de los padres/tutores/profesores. El niño deberá indicar su edad antes que otra información sea solicitada.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓															7	
13	74	D6.8.2 Información personal identificable sobre niños: la empresa debe informar de forma clara y sencilla sobre los motivos para solicitar los datos personales y los propósitos. La empresa no debe solicitar más datos personales del niño que los realmente necesarios para la participación en las actividades del sitio <i>web</i> .				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓															7	
13	75	D6.8.3 Información personal identificable sobre niños: deben ser presentados avisos claros y sencillos para animar los niños a obtener permiso de sus padres/tutores antes de suministrar datos personales. Los avisos deben ser presentados en el local donde es solicitada la información, y deben ser claros, de visualización y comprensión sencilla para los niños.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓															7	
13	76	D6.8.4 Información personal identificable sobre niños: las empresas deben informar los padres/tutores en los casos en que terceros pueden acceder a los datos personales de los niños a través del sitio <i>web</i> . Los padres deben tener el derecho de rechazar de la divulgación de aquellos datos a terceros.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓																7

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D1	D2	D3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	P1	P2		P3	F1	H1	H2
13	77	D6.8.5 Información personal identificable sobre niños: las empresas no deben poner como condición el suministro de datos personales para acceder al sitio <i>web</i> , ni utilizar incentivos especiales, como ofertas o juegos, para que los niños divulguen sus datos.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								7
13	78	D6.8.6 Información personal identificable sobre niños: la empresa debe tomar las medidas necesarias para que los menores de edad sean protegidos de las comunicaciones comerciales no solicitadas y que no son de su interés.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								7
13	79	Disposición 7. Reclamaciones del consumidor																							
13	80	D7.1 Las empresas deben suministrar información clara cuanto a los procedimientos para hacer una reclamación y a la persona/departamento a contactar.									✓														3
13	81	D7.2.1 Reclamaciones - Las empresas deben tener procedimientos internos eficaces para la reclamación. Los procedimientos deben ser confidenciales, de utilización gratuita, fáciles de acceder y utilizar. Siempre que posible la reclamación debe tener una respuesta.									✓														3
13	82	D7.2.2 Reclamaciones - Debe ser desarrollado todo un esfuerzo para dar respuesta a las reclamaciones y satisfacer el consumidor en el plazo establecido. El plazo no deberá exceder los 30 días, después de la recepción de la reclamación. El consumidor debe ser informado en caso de ser necesario ampliar el plazo.									✓														3
13	83	D7.2.3 Reclamaciones - En el caso de no ser posible para la empresa satisfacer la reclamación, la reclamación debe ser dirigida para la Asociación de Marketing Directo del país o su equivalente.									✓														3
13	84	D7.2.4 Reclamaciones - Cuando la empresa adhiere a un código nacional de buenas prácticas para el comercio electrónico debe informar el cliente y proceder de acuerdo con lo establecido para las reclamaciones. (...).									✓														1
13	85	D7.2.5 Reclamaciones - La empresa debe informar el consumidor en caso de estar adherida a algún sistema alternativo de resolución de litigios, para el cual el consumidor puede dirigir su reclamación para una mejor solución.									✓														3
13	86	Disposición 8. Verificación y aplicación																							

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																			IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2	P 3		F 1	H 1	H 2		
13	87	D8.1 Las empresas que hayan adherido al presente Código podrán ser identificadas a través de la visualización del Sello de Garantía en su sitio web, reconocido por la FEDMA, y que tendrá un enlace inmediato para las disposiciones del Código.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓											1
13	88	D8.2 Las empresas pueden establecer garantías adicionales no previstas en el presente Código. En ese caso deben informar al usuario de sus políticas a través de un aviso en línea.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓											3
14	1	Principio I. Condiciones de Venta (Productos)																									
14	2	PI-P.I.A Información acerca de productos y servicios - Descripciónes del producto/servicio, incluyendo, según se aplique, la disponibilidad geográfica.									✓																3
14	3	PI-P.I.B Información acerca de productos y servicios - Qué tanto puede esperar pagar por cada producto, incluyendo impuestos.									✓																3
14	4	PI-P.II.A Obtención de productos y servicios - Cómo puede crear una cuenta.									✓																3
14	5	PI-P.II.B Obtención de productos y servicios - Cómo puede seleccionar los artículos.									✓																3
14	6	PI-P.II.C Obtención de productos y servicios - Cómo sabrá si el artículo seleccionado está en el inventario.									✓																3
14	7	PI-P.II.D Obtención de productos y servicios - Cómo puede revisar y modificar su orden de compra.									✓																3
14	8	PI-P.II.E Obtención de productos y servicios - Cómo y cuando recibirá confirmación de su orden de compra (la confirmación debe ser dentro de un plazo de dos días hábiles).									✓																3
14	9	PI-P.II.F Obtención de productos y servicios - Si se puede cancelar la orden de compra antes del envío o no.									✓																3
14	10	PI-P.II.G Obtención de productos y servicios - Cómo se puede contactar el sitio en busca de ayuda mientras se está comprando en línea.									✓																3
14	11	PI-P.II.H Obtención de productos y servicios - Qué métodos de envío existen.									✓																3
14	12	PI-P.II.I Obtención de productos y servicios - El coste estimado de entrega de cada opción d envío.									✓																3
14	13	PI-P.II.J Obtención de productos y servicios - El tiempo estimado de entrega para cada opción de envío.									✓																3
14	14	PI-P.II.K Obtención de productos y servicios - Si se puede verificar el estado de la orden de compra o no.									✓																3
14	15	PI-P.III.A Términos de pago - Que opciones de pago disponibles (la tarjeta de crédito debe ser una de ellas).									✓																3

PRESENCIA DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS Y PORTUGUESAS EN INTERNET

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA						
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2		
14	16	PI-P.III.B Términos de pago - En el caso de compras con tarjeta de crédito, cuándo se realizará el cargo a la tarjeta.																									3
14	17	PI-P.IV.A Cancelaciones y pedidos - Qué artículos se pueden devolver y cuál es el proceso para la devolución.																									3
14	18	PI-P.IV.B Cancelaciones y pedidos - Si obtendrá un reembolso del dinero o solamente un cambio.																									3
14	19	PI-P.IV.C Cancelaciones y pedidos - Con cuanto tiempo cuenta para realizar devoluciones.																									3
14	20	PI-P.IV.D Cancelaciones y pedidos - Quién cubre los costes de envío en caso de devoluciones, incluyendo artículos defectuosos.																									3
14	21	PI-P.IV.E Cancelaciones y pedidos - Si se cobran cuotas por renovación de existencias por las devoluciones o no.																									3
14	22	Principio I. Condiciones de Venta (Servicios Financieros)																									
14	23	PI-SF.I.A Información de productos y servicios - Qué productos y servicios se ofrecen en línea.																									3
14	24	PI-SF.I.B Información de productos y servicios - Cuáles son los riesgos, desempeño histórico y disponibilidad geográfica de los productos y servicios.																									3
14	25	PI-SF.I.C Información de productos y servicios - A cuánto ascienden los cargos y cómo se estructuran.																									3
14	26	PI-SF.I.D Información de productos y servicios - Cómo puede encontrar el precio o vigente para cada producto o servicio.																									3
14	27	PI-SF.II.A Obtención de productos y servicios - Cómo puede abrir una cuenta y qué tan pronto puede utilizarse.																									3
14	28	PI-SF.II.B Obtención de productos y servicios - Cómo efectuar una transacción/compra de un producto o servicio.																									3
14	29	PI-SF.II.C Obtención de productos y servicios - Cuáles son los tiempos de corte de la transacción.																									3
14	30	PI-SF.II.D Obtención de productos y servicios - Cómo puede revisar y modificar su transacción.																									3
14	31	PI-SF.II.E Obtención de productos y servicios - Cómo y cuando recibirá la confirmación de su transacción.																									3
14	32	PI-SF.II.F Obtención de productos y servicios - Cómo puede ver su saldo de cuenta/detalles del producto.																									3
14	33	PI-SF.II.G Obtención de productos y servicios - Cómo puede contactar el sitio para recibir ayuda.																									3
14	34	PI-SF.III.A Términos de pago - Opciones de pago disponibles.																									3
14	35	PI-SF.III.B Términos de pago - Cuando se requiere el pago																									3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
		para liquidar la transacción.																							
14	36	PI-SF.IV.A Cancelaciones y devoluciones - Cómo puede cerrar su cuenta o cancelar el servicio.									✓														3
14	37	Principio I. Condiciones de Venta (Servicios)																							
14	38	PI-S.I.A Información de productos y servicios - Descripciones de productos/servicios, incluyendo la disponibilidad geográfica, según se aplique.									✓														3
14	39	PI-S.I.B Información de productos y servicios - Qué tanto puede esperar pagar por cada servicio, incluyendo impuestos, cargos adicionales y si se aplican o no cambios de precios.									✓														3
14	40	PI-S.II.A Obtención de productos y servicios - Cómo puede crear una cuenta.									✓														3
14	41	PI-S.II.B Obtención de productos y servicios - Cómo pueden seleccionarse servicios.									✓														3
14	42	PI-S.II.C Obtención de productos y servicios - Cómo sabrá si está disponible o no el servicio que seleccionó.									✓														3
14	43	PI-S.II.D Obtención de productos y servicios - Cómo puede revisar y modificar su reservación o pedido.									✓														3
14	44	PI-S.II.E Obtención de productos y servicios - Cómo puede obtener la confirmación de su reservación o pedido.									✓														3
14	45	PI-S.II.F Obtención de productos y servicios - Cómo se puede poner en contacto con el sitio para obtener ayuda.									✓														3
14	46	PI-S.II.G Obtención de productos y servicios - Métodos de envío disponibles, incluyendo el costo y tiempo esperado de entrega de cada opción.									✓														3
14	47	PI-S.II.H Obtención de productos y servicios - Cómo puede revisar su reservación o verificar el estado de su pedido.									✓														3
14	48	PI-S.III.A Términos de pago - Si se requiere para las reservaciones una tarjeta de crédito u otra forma de depósito.									✓														3
14	49	PI-S.III.B Términos de pago - Las opciones de pago disponibles, incluyendo si se pueden utilizar programas de premios (puntos), en caso de que apliquen (la tarjeta de crédito debe ser una opción).									✓														3
14	50	PI-S.III.C Términos de pago - En el caso de compras con tarjeta de crédito, cómo y cuándo se hará el cargo a su tarjeta.									✓														3
14	51	PI-S.IV.A Cancelaciones y devoluciones - Si es posible y cómo se puede cambiar o cancelar su reservación o pedido.									✓														3
14	52	PI-S.IV.B Cancelaciones y devoluciones - Si se obtiene una devolución del dinero, crédito o cambio y si existe algún cargo adicional.									✓														3

PRESENCIA DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS Y PORTUGUESAS EN INTERNET

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA						
			D1	D2	D3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	P1		P2	P3	F1	H1	H2	
14	53	PI-S.IV.B CANCELACIONES y devoluciones - Si se le hará un cargo por las reservaciones perdidas o no, según sea el caso.																								3
14	54	Principio II. Privacidad																								
14	55	PII.I.A Información recopilada sobre usted - Si se recopila información personal (como su nombre, dirección o dirección de e-mail).																								5
14	56	PII.I.B Información recopilada sobre usted - Si se recopila información demográfica (como su edad, sexo u ocupación).																								5
14	57	PII.I.C Información recopilada sobre usted - Si se recopila otro tipo de información (como el último sitio que visitó, las páginas que consulta mientras visita el sitio, su tipo de <i>browser</i> o el tipo de ordenador que usa).																								5
14	58	PII.I.D Información recopilada sobre usted - Si se obtiene información complementaria de cualquier tercero (como sería de vendedores directos) y si se usa junto con la información personal, demográfica o de otra índole que se recopile.																								5
14	59	PII.II.A Formas en las que se recopila información sobre usted - Si se usan <i>cookies</i> para recopilar información.																								5
14	60	PII.II.B Formas en las que se recopila información sobre usted - Si se usan registros, compras, encuestas, formas y otros métodos para recopilar información.																								5
14	61	PII.III.A Formas en las que se usa la información acerca de usted - Si se usa para entregar los bienes o servicios que compra.																								5
14	62	PII.III.B Formas en las que se usa la información acerca de usted - Si se usa para responder a sus consultas, preguntas o solicitudes.																								5
14	63	PII.III.C Formas en las que se usa la información acerca de usted - Si se usa para efectuar actividades de mercadotecnia o investigación.																								5
14	64	PII.III.D Formas en las que se usa la información acerca de usted - Si se usa para adaptar su experiencia de navegación.																								5
14	65	PII.III.E Formas en las que se usa la información acerca de usted - Si se usa de cualquier otra forma.																								5
14	66	PII.IV.A Qué información sobre usted se comparte - Qué información se comparte con otras unidades de la organización.																								5
14	67	PII.IV.B Qué información sobre usted se comparte - Qué información se comparte con cualquier tercero.																								5

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA						
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1		P 2	P 3	F 1	H 1	H 2	
14	68	PII.V.A Implicaciones de recopilar y compartir información sobre usted - Si se recibirá algún contacto solicitado o no solicitado y la naturaleza del mismo.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
14	69	PII.V.B Implicaciones de recopilar y compartir información sobre usted - Si existe cualquier otra implicación.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
14	70	PII.VI.A Formas en las cuales puede controlar la información recopilada sobre usted - Si puede evitar que se comparta información sobre usted.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
14	71	PII.VI.B Formas en las cuales puede controlar la información recopilada sobre usted - Si puede evitar un contacto no solicitado.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
14	72	PII.VI.C Formas en las cuales puede controlar la información recopilada sobre usted - Si puede modificar su información personal.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
14	73	PII.VI.D Formas en las cuales puede controlar la información recopilada sobre usted - Si el sitio está dirigido hacia menores, los requerimientos de consentimiento de los padres para recopilar y usar la información personal de y acerca de los niños.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7
14	74	Principio III. Seguridad																								
14	75	PIII.I.A Información del certificado del sitio - Cómo se puede verificar si se trata de un sitio seguro y, si lo es, a quien se le ha expedido el certificado digital.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									4
14	76	PIII.II.A Identificación del usuario, cuando sea necesaria - Cómo puede crear, abrir una cuenta o perfil.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									4
14	77	PIII.II.B Identificación del usuario, cuando sea necesaria - Cómo restablecer su identidad con el sitio.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									4
14	78	PIII.II.C Identificación del usuario, cuando sea necesaria - Qué mecanismos se usan para evitar el acceso no autorizado a su información, tanto desde Internet como desde dentro de la compañía.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									4
14	79	PIII.III.A Protección de la información que se está transmitiendo - Qué mecanismos se utilizan para proteger su información mientras se está transmitiendo.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									4
14	80	PIII.IV.A Protección de la información almacenada - Qué información se almacena, ya sea en el sitio o en cookies en su ordenador.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
14	81	PIII.IV.B Protección de la información almacenada - Qué mecanismos se utilizan para proteger la información almacenada.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									4
14	82	Principio IV. Atención a Clientes																								
14	83	PIV.I Cómo puede contactar el Sitio Web con comentarios, consultas o quejas (a través del correo electrónico, por				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									2

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
		teléfono, por carta, etc.).																							
14	84	PIV.II Cómo y cuando recibirá una confirmación de que la empresa ha recibido sus comentarios, consultas o quejas (la confirmación debe hacerse en un plazo de dos días hábiles).					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								2
15	1	Obligación 1. Identificación de la empresa																							
15	2	O1 La empresa debe proveer los siguientes datos, que deben ser de fácil localización en el sitio web y posibles de visualizar en la pantalla y de imprimir: nombre comercial y su forma legal.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								2
15	3	O1 La empresa debe proveer los siguientes datos, que deben ser de fácil localización en el sitio web y posibles de visualizar en la pantalla y de imprimir: nombre de los representantes autorizados.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								2
15	4	O1 La empresa debe proveer los siguientes datos, que deben ser de fácil localización en el sitio web y posibles de visualizar en la pantalla y de imprimir: dirección de correo de la empresa.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								2
15	5	O1 La empresa debe proveer los siguientes datos, que deben ser de fácil localización en el sitio web y posibles de visualizar en la pantalla y de imprimir: número de teléfono y dirección de correo electrónico para dudas del cliente.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								2
15	6	O1 La empresa debe proveer los siguientes datos, que deben ser de fácil localización en el sitio web y posibles de visualizar en la pantalla y de imprimir: número de registro comercial, en su caso.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								2
15	7	O1 La empresa debe proveer los siguientes datos, que deben ser de fácil localización en el sitio web y posibles de visualizar en la pantalla y de imprimir: número de identificación fiscal, cuando la actividad esté gravada por el IVA.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
15	8	O1 La empresa debe proveer los siguientes datos, que deben ser de fácil localización en el sitio web y posibles de visualizar en la pantalla y de imprimir: cuando aplicable, los datos de la autoridad de supervisión, el título profesional y las normas profesionales aplicables.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								2
15	9	Obligación 2. Términos y condiciones generales, y conclusión del contrato																							
15	10	O2.1 Antes de concluir el pedido, el cliente debe tener información sobre: las características principales de los productos o servicios.										✓													3
15	11	O2.2 Antes de concluir el pedido, el cliente debe tener información sobre: como corregir errores en el pedido.										✓													3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA								
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1		P 2	P 3	F 1	H 1	H 2			
15	12	O2.3 Antes de concluir el pedido, el cliente debe tener información sobre: la fecha de conclusión del contrato.									✓																	3
15	13	O2.4 Antes de concluir el pedido, el cliente debe tener información sobre: el proceso técnico para concluir el contrato en línea.									✓																	3
15	14	O2.5 Antes de concluir el pedido, el cliente debe tener información sobre: si el contrato será archivado y si será accesible.									✓																	3
15	15	O2.6 Antes de concluir el pedido, el cliente debe tener información sobre: los idiomas disponibles para concluir el contrato.									✓																	3
15	16	O2.1 Las Condiciones Generales deben: ser identificadas como tales en la página de entrada de la empresa y junto al botón para hacer el pedido.									✓																	3
15	17	O2.2 Las Condiciones Generales deben: ser formuladas y presentadas de forma clara y comprensiva en el idioma de los clientes a los cuales los productos son dirigidos.									✓																	3
15	18	O2.3 Las Condiciones Generales deben: estar disponibles para impresión y archivo sin dificultades.									✓																	3
15	19	Obligación 3. Restricciones de marketing y de venta, protección de los niños y de los jóvenes																										
15	20	O3.1 Los productos/servicios ofrecidos, así como su descripción, deben respetar lo dispuesto en la ley.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										6
15	21	O3.2 Deben ser adoptados mecanismos para garantizar que los productos y contenidos dirigidos a adultos no son suministrados a menores de edad.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										7
15	22	O3.3 Cuando la empresa envíe mensajes de correo no solicitados, debe identificarlos como tal y permitir al destinatario, de forma sencilla, rechazar la recepción de aquel tipo de mensajes.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										6
15	23	Obligación 4. Transparencia de precios, términos y condiciones de pago																										
15	24	O4.1 El precio de los productos debe ser claramente identificado, así como los demás costes asociados, en caso de existieren (impuestos, gastos de envío, etcétera).									✓																	3
15	25	O4.2 El sistema para realizar pedidos debe permitir al cliente, en cualquier momento, verificar los productos elegidos y la cantidad.									✓																	3
15	26	O4.3 Las ofertas promocionales deben ser claramente identificadas como tales, así como la validez y las condiciones aplicables, en caso de existieren.									✓																	6

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA									
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1		P 2	P 3	F 1	H 1	H 2				
15	27	O4.4 La empresa debe informar en caso de existieren pagos en anticipado, fecha para el importe en falta, otros costes asociados al pago y, en caso de pagos por transacción electrónica, la fecha en que ocurrirá el pago.									✓																		3
15	28	O4.5 En los servicios prestados en línea y cuyo precio sea presentado en la factura de teléfono, la empresa debe, antes de aceptar el pedido, indicar los costes de comunicación adicionales aplicables.									✓																		3
15	29	Obligación 5. Confirmación del pedido y otras informaciones postcontractuales																											
15	30	O5.1 La empresa debe enviar al cliente una confirmación del pedido, por correo electrónico o en papel, con los siguientes datos: descripción de los productos e información sobre el proceso técnico para concluir el contrato en línea.									✓																		3
15	31	O5.2 La empresa debe enviar al cliente una confirmación del pedido, por correo electrónico o en papel, con los siguientes datos: cualquier condición especial aplicable.									✓																		3
15	32	O5.3 La empresa debe enviar al cliente una confirmación del pedido, por correo electrónico o en papel, con los siguientes datos: el precio unitario y final de los productos o servicios del pedido.									✓																		3
15	33	O5.4 La empresa debe enviar al cliente una confirmación del pedido, por correo electrónico o en papel, con los siguientes datos: cualquier coste adicional aplicable.									✓																		3
15	34	O5.5 La empresa debe enviar al cliente una confirmación del pedido, por correo electrónico o en papel, con los siguientes datos: detalles del pago.									✓																		3
15	35	O5.6 La empresa debe enviar al cliente una confirmación del pedido, por correo electrónico o en papel, con los siguientes datos: detalles sobre el envío de los productos o el suministro de los servicios.									✓																		3
15	36	O5.1 La confirmación del pedido debe contener de forma destacada: detalles de la cancelación y devolución.									✓																		3
15	37	O5.2 La confirmación del pedido debe contener de forma destacada: elementos de identificación de la empresa y representante autorizado.									✓																		3
15	38	O5.3 La confirmación del pedido debe contener de forma destacada: servicio de información al consumidor y condiciones de la garantía.									✓																		3
15	39	O5.4 La confirmación del pedido debe contener de forma destacada: duración mínima del contrato y condiciones de cancelación, cuando aplicable.									✓																		3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA						
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1		P 2	P 3	F 1	H 1	H 2	
15	40	Obligación 6. Envío de los productos, prestación de servicios y servicio de atención al cliente																								
15	41	O6.1 La empresa debe informar el cliente sobre el envío de los productos o la ejecución del servicio, indicando, en caso de existieren, las limitaciones cuanto al envío de los productos, el no cumplimiento de las fechas de envío o el no envío de productos agotados.									✓															3
15	42	O6.2 En los casos de prestación de servicios, los documentos necesarios para disfrutar de los servicios, deben ser enviados antes del inicio de la provisión del servicio.									✓															3
15	43	O6.3 Los servicios en línea deben ser suministrados en el plazo y de acuerdo con las condiciones establecidas.									✓															3
15	44	O6.4 En los casos en que las empresas reservan el derecho de enviar productos o ejecutar servicios sustitutos, o no enviar los productos en caso de estar acabado, deben hacer constar esa información antes del consumidor recibir la confirmación del contrato.									✓															3
15	45	O6.5 La empresa debe responder a todas las cuestiones y quejas del cliente en un plazo razonable.									✓															3
15	46	Obligación 7. Derecho de cancelación y de reembolso																								
15	47	O7.1 La empresa debe garantizar al cliente, de acuerdo con ley, el derecho de cancelación e informarlo de aquel derecho antes de hacer el pedido.									✓															3
15	48	O7.2 En los casos en que el cliente ejerce su derecho de cancelación y haz la devolución de acuerdo con lo establecido, debe la empresa hacer el reembolso sin retrasos, en un máximo de 30 días. La empresa debe también observar las especificaciones nacionales, conforme la obligación doce.									✓															3
15	49	O7.3 El cliente debe ser informado de los casos en que no hay derecho de cancelación (productos hechos de acuerdo con especificaciones del consumidor, productos perecederos, software y periódicos no sellados o descargados, servicios que empiezan antes del final del periodo de cancelación).									✓															3
15	50	O7.4 La empresa debe proveer al cliente un documento para hacer la devolución, con las diferentes opciones disponibles.									✓															3
15	51	Obligación 8. Protección de datos																								
15	52	O8.1 La empresa debe informar el usuario sobre los motivos por que recoge, procesa y utiliza los datos personales.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D1	D2	D3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	P1	P2		P3	F1	H1	H2
15	53	O8.2 En los casos en que exista, debe ser indicada la persona/departamento responsable por los datos personales.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
15	54	O8.3 La empresa puede recoger, procesar y utilizar datos personales de sus clientes cuando los mismos sean necesarios para el establecimiento, organización del contenido o alteración de una relación contractual.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
15	55	O8.4 En caso de utilización de cookies el usuario debe ser informado, en un lenguaje sencillo, del objetivo, función y propósito de aquel almacenamiento de datos.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
15	56	O8.5 Los datos de la factura deben ser eliminados así que no sean más necesarios.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
15	57	O8.6 La empresa solo puede transmitir datos a terceros con el consentimiento del interesado o en caso de la ley prescribir su transmisión.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
15	58	O8.7 Antes de aceptar cualquier pedido, debe ser obtenido el consentimiento explícito y consciente del cliente, lo cual debe poder revisar su consentimiento en cualquier momento.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
15	59	O8.8 Siempre que el interesado lo solicite, la empresa debe informar, sin cualquier encargo, sobre los datos personales almacenados. Asimismo, debe atender a las solicitudes del interesado para eliminar o corregir datos o impedir el acceso.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
15	60	Obligación 9. Seguridad de los datos y del sistema																							
15	61	O9.1 La transmisión electrónica de información sobre el pago debe realizarse con recurso a técnicas de encriptación.									✓														3
15	62	O9.2 La transmisión electrónica de información sobre el pago podrá realizarse sin recurso a técnicas de encriptación apenas como opción, para situaciones en que el cliente no pueda usarla, situación en que el cliente deberá ser informado de los riesgos asociados.									✓														3
15	63	Obligación 10. <i>Tour operators</i>																							
15	64	O10.1 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido: el precio final del viaje y las condiciones de pago.									✓														3
15	65	O10.2 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido: detalles de posibles alteraciones en el precio y la justificación para tales alteraciones.									✓														3
15	66	O10.3 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido: el sitio exacto del viaje o los diferentes									✓														3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
		sitios y respectivas fechas.																							
15	67	O10.4 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido: la fecha, hora y local de salida y llegada.								✓															3
15	68	O10.5 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido: los medios de transporte.								✓															3
15	69	O10.6 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido: el tipo de alojamiento.								✓															3
15	70	O10.7 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido: el tipo de dieta.								✓															3
15	71	O10.8 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido: información sobre la posibilidad de hacer seguros para situaciones de anulación del viaje, repatriación en caso de accidente o enfermedad, con indicación del nombre y dirección de la empresa de seguros.								✓															3
15	72	O10.9 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido: la fecha, hora y local de salida y llegada.								✓															3
15	73	O10.1 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido, cuando aplicable: el itinerario del viaje.								✓															3
15	74	O10.2 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido, cuando aplicable: requisitos de pasaporte y visto.								✓															3
15	75	O10.3 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido, cuando aplicable: formalidades de salud (vacunas, certificados médicos, etcétera).								✓															3
15	76	O10.4 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido, cuando aplicable: el número mínimo de participantes para que el viaje se realice.								✓															3
15	77	O10.5 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido, cuando aplicable: visitas, excursiones y otros servicios incluidos.								✓															3
15	78	O10.1 La confirmación del pedido, a recibir lo más tardar en conjunto con la documentación del viaje, debe contener: el nombre y dirección de la agencia de viajes.								✓															3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
16	7	Artículo 5. Derechos de los usuarios																							
16	8	A5.1 Indicar el propósito con que se recaban los datos.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
16	9	A5.3 Proveer mecanismos para el usuario ejerza sus derechos de oposición a la cesión de datos y de <i>opt-out</i> .				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
16	10	A5.4 Permitir al usuario el acceso a sus datos para alteraciones y/o suspensión de los mismos.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
16	11	A5.5 Divulgar la política de privacidad de la empresa y hacer posible el acceso a la misma.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
16	12	A5.6a) Tener mecanismos en línea que permitan al usuario indicar que no quiere recibir mensajes publicitarios no solicitados.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
16	13	A5.6b) Identificar los mensajes publicitarios como tales, así como la empresa que los emite.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
16	14	Artículo 6. Publicidad para niños																							
16	15	A6 Cuando ofrecieren productos o servicios a niños, las empresas: no deben explorar la ingenuidad ni la inexperiencia de los niños.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								7
16	16	A6 Cuando ofrecieren productos o servicios a niños, las empresas: no deben presentar contenido que pueda causar daño a los niños.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								7
16	17	A6 Cuando ofrecieren productos o servicios a niños, las empresas: deben identificar los contenidos propios solo para adultos.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								7
16	18	A6 Cuando ofrecieren productos o servicios a niños, las empresas: deben animar los padres/tutores a participar/supervisar las actividades de los niños.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								7
16	19	A6 Cuando ofrecieren productos o servicios a niños, las empresas: deben animar los niños a obtener previa autorización antes de proveer datos.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								7
16	20	A6 Cuando ofrecieren productos o servicios a niños, las empresas: deben proveer información a los padres/tutores sobre como proteger la privacidad de los niños en línea.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								7
17	1	Grupo 1 - Política de privacidad																							
17	2	G1.1 La política de privacidad de la empresa debe incluir: el nombre y la información del contacto (dirección, número de teléfono y dirección del E-mail) de todos los operadores que recogen o que mantienen la información personal de los niños en el sitio Web.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
17	3	G1.2 La política de privacidad de la empresa debe incluir: tipo de datos personales que son recabados (por ejemplo: nombre, dirección postal, dirección de correo electrónico o aficiones) y cómo son recabados (directamente o a				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
		través de cookies, por ejemplo).																							
17	4	G1.3 La política de privacidad de la empresa debe incluir: de que forma los datos serán utilizados.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
17	5	G1.4 La política de privacidad de la empresa debe incluir: si los datos serán cedidos a otras entidades y si es así el operador también debe divulgar las clases de negocios de los terceros, los propósitos generales para los cuales se utiliza la información, y si los terceros han acordado mantener el secreto y la seguridad de la información.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
17	6	G1.5 La política de privacidad de la empresa debe incluir: que el padre tiene la opción a convenir la colección y el uso de la información del niño sin consentir al acceso de la información a los terceros.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								7
17	7	G1.6 La política de privacidad de la empresa debe incluir: que el operador no requerirá más información que la razonablemente necesaria para participar en una actividad.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
17	8	G1.7 La política de privacidad de la empresa debe incluir: que el padre puede repasar la información personal del niño, puede solicitar su eliminación y rechazar determinados usos de la información. Asimismo, deben ser presentadas informaciones sobre como el padre debe proceder para ejercer aquellos derechos..				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
17	9	Grupo 2 - Consentimiento de los padres																							
17	10	G2.1 Antes de recoger, procesar o divulgar datos personales de menores la empresa debe obtener consentimiento de los padres (El consentimiento no será necesario cuando se recabe una dirección de correo electrónico para: responder a una solicitud del menor, proveer información a los padres, garantizar la seguridad del menor o del sitio, enviar informaciones regularmente, desde que se haya informado los padres y se haya permitido rechazar aquel tipo de comunicaciones)				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								7
17	11	G2.2 La empresa debe informar los padres y obtener nuevo consentimiento cuando decidieren cambiar los tipos de datos recabados, las utilizaciones de los datos o suministrar los datos a nuevas o diferentes entidades.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								7
17	12	Grupo 3 - Acceso y derechos de los padres																							
17	13	G3.1 La empresa debe permitir a los padres revisar los datos personales recabados de sus menores y verificar la identidad de aquel que lo quiere hacer.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								7

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
17	14	G3.2 La empresa debe permitir a los padres revocar su consentimiento y eliminar los datos personales de los menores, cuando solicitado.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								7
18	1	Principio 1 - El contenido debe ser perceptible																							
18	2	P1.1 Proporcione un texto equivalente para todo elemento no textual, lo cual debe servir el mismo propósito o información; esto no será aplicable cuando el objetivo del elemento no textual es crear una experiencia sensorial específica, en la cual una etiqueta o una descripción de del texto es suficiente.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1
18	3	P1.2 Para toda presentación visual multimedia tiempo-dependiente (película/animación) sincronice alternativas equivalentes (subtítulos o descripciones de la banda visual) con la presentación.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1
18	4	P1.3 Asegúrese de que la información, la funcionalidad, y la estructura sean separables de la presentación.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1
18	5	P1.4 En presentaciones visuales, haga fácil distinguir palabras e imágenes del primero plano del fondo.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1
18	6	P1.5 En presentaciones auditivas, haga fácil distinguir discurso y sonidos del primero plano de sonidos del fondo.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1
18	7	Principio 2 - Los elementos del interfaz en el contenido deben ser operables																							
18	8	P2.1 Haga toda la funcionalidad operable vía un teclado o un interfaz del teclado.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1
18	9	P2.2 Permita que los usuarios controlen los límites de tiempo en su lectura o interacción a menos que los acontecimientos o las reglas en tiempo real específicos de la competición hagan tal control imposible.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1
18	10	P2.3 Permita que los usuarios eviten el contenido que podría causar ataques epilépticos fotosensibles.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1
18	11	P2.4 Facilite a los usuarios la capacidad de orientarse y de moverse dentro del contenido.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1
18	12	P2.5 Ayude los usuarios a evitar errores y haga fácil su corrección.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1
18	13	Principio 3 - El contenido y los controles deben ser comprensibles																							
18	14	P3.1 Asegúrese de que el significado del contenido pueda ser determinado.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1
18	15	P3.2 Organice el contenido de las páginas de forma consistente y haga que los componentes interactivos se comporten de manera fiable.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1
18	16	Principio 4 - El contenido debe ser suficientemente robusto para trabajar con las tecnologías actuales y futuras																							
18	17	P4.1 Utilice las tecnologías según la especificación.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D1	D2	D3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	P1	P2		P3	F1	H1	H2
18	18	P4.2 Asegúrese de que los interfaces del utilizador son accesibles o proporcione una alternativa accesible.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1
19	1	Requisitos 3.1 El proceso de compra																							
19	2	R3.1.1 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: los datos de identificación de la organización incluyendo el país de origen, la razón social, la dirección completa, los teléfonos de contacto y la dirección de e-mail.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								2
19	3	R3.1.1 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores: sobre la descripción de los productos/servicios, sus especificaciones técnicas y características relevantes.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
19	4	R3.1.1 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: los precios de sus productos/servicios, incluyendo, como mínimo: la moneda en que la se realizará el pago, los gastos de envío, gastos de aduanas, impuestos a pagar, promociones y descuentos en vigor.									✓														3
19	5	R3.1.1 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: las diferentes alternativas de envío de la mercancía, incluyendo la relativa a los diferentes plazos de entrega y costes asociados, con indicación del coste del seguro de transporte, entre otros.									✓														3
19	6	R3.1.1 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: los códigos de conducta a los que se encuentra adherida.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
19	7	R3.1.1 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: el mecanismo para dejar de recibir comunicaciones comerciales no solicitadas.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
19	8	R3.1.1 La organización debe asumir un compromiso explícito de: no realizar publicidad engañosa.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
19	9	R3.1.1 La organización debe asumir un compromiso explícito de: no remitir comunicaciones comerciales sin identificarlas como tales.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
19	10	R3.1.2 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: la confirmación de la correcta recepción del pedido.									✓														3
19	11	R3.1.2 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: el momento exacto en el cual la compra se considera cerrada.									✓														3
19	12	R3.1.2 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: la duración del período de revocación de la orden.									✓														3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																IA							
			D1	D2	D3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13		P1	P2	P3	F1	H1	H2	
19	13	R3.1.2 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: el momento exacto en el que se hace el cargo de la compra, si la misma es con tarjeta de crédito.									✓															3
19	14	R3.1.2 La organización debe permitir que el cliente: posponga o cancele en cualquier momento y sin compromiso alguno el proceso de compra.									✓															3
19	15	R3.1.2 La organización debe permitir que el cliente: disponga de un sistema de fácil comprensión que le guíe paso a paso durante todo el proceso de compra.									✓															3
19	16	R3.1.2 La organización debe permitir que el cliente: consulte la situación de su pedido en tiempo real.									✓															3
19	17	R3.1.3 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre qué leyes se aplicarán y dónde se debe presentar una demanda en caso de incumplimiento del contrato.									✓															3
19	18	R3.1.3 La organización debe permitir que el cliente: acceda, antes de comenzar la operación de compra, a las condiciones generales de contratación.									✓															3
19	19	R3.1.3 La organización debe permitir que el cliente: acceda al contrato para detectar y corregir errores desde el propio sitio web.									✓															3
19	20	R3.1.3 La organización debe permitir que el cliente: rechace, en caso de no estar de acuerdo, las condiciones generales de compra, permitiéndosele la cancelación de la operación de compra.									✓															3
19	21	R3.1.3 La organización debe asumir un compromiso de: utilizar un lenguaje sencillo y fácil de entender en las condiciones de compra.									✓															3
19	22	R3.1.3 La organización debe asumir un compromiso de: disponer de un sistema de devoluciones establecido documentalmente.									✓															3
19	23	R3.1.3 La organización debe asumir un compromiso de: archivar los diferentes modelos de las condiciones generales de compra aceptadas por cada comprador al menos durante tres años.									✓															3
19	24	R3.1.4 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre los sistemas de seguridad empleados para garantizar la seguridad y privacidad de las transacciones.									✓															4
19	25	R3.1.4 La organización debe permitir que el cliente pueda optar entre diferentes formas de pago que el vendedor pondrá a su disposición.									✓															3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA							
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2			
19	26	R3.1.4 La organización debe asumir un compromiso de: usar un sistema seguro en las transacciones de pago.									✓																	4
19	27	R3.1.4 La organización debe asumir un compromiso de: acreditar su identidad mediante el uso de un certificado digital de servidor.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓											4
19	28	R3.1.5 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: factura de compra.									✓																	3
19	29	R3.1.5 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: albarán de entrega.									✓																	3
19	30	R3.1.5 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: proceso de devolución.									✓																	3
19	31	R3.1.5 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: garantía del producto.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										3
19	32	R3.1.5 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: instrucciones de uso.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓											3
19	33	R3.1.5 La organización debe asumir un compromiso de: hacer llegar la mercancía solicitada en el plazo prometido y en buen estado.									✓																	3
19	34	R3.1.5 La organización debe asumir un compromiso de: en caso de no poder cumplir plazos, avisar con antelación y proponer soluciones alternativas.									✓																	3
19	35	R3.1.5 La organización debe asumir un compromiso de: asegurarse de que el cliente ha recibido el producto/servicio en los términos acordados.									✓																	3
19	36	R3.1.6 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: el proceso de devolución de mercancías, incluyendo plazos y costes.									✓																	3
19	37	R3.1.6 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: las características del servicio posventa y los términos de la presentación del mismo.									✓																	3
19	38	R3.1.6 El servicio de posventa debe cumplir con los siguientes requisitos: devolver el cien por cien del dinero en caso de insatisfacción, con indicación del reparto de los gastos de transporte, seguro y devolución.									✓																	3
19	39	R3.1.6 El servicio de posventa debe cumplir con los siguientes requisitos: ofrecer diferentes alternativas de contacto (fax, teléfono, e-mail).									✓																	3
19	40	R3.1.6 El servicio de posventa debe cumplir con los siguientes requisitos: dar acuse de recibo de las solicitudes de información, sugerencia o queja.									✓																	3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D1	D2	D3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	P1	P2		P3	F1	H1	H2	
19	55	R3.2.2 La organización debe disponer de mecanismos para: conocer el entorno legal del comercio electrónico e Internet en general.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
19	56	R3.2.2 La organización debe disponer de mecanismos para: solucionar, en el menor tiempo posible, los errores en la carga de páginas, enlaces no actualizados, etcétera.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
19	57	R3.2.2 La organización debe asegurar: su capacidad para comunicarse con clientes de diferentes países.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									3
19	58	R3.2.4 La organización debe asumir un compromiso de: informar al potencial comprador sobre qué datos son recogidos durante su visita.										✓														5
19	59	R3.2.4 La organización debe asumir un compromiso de: establecer los mecanismos adoptados para proteger los datos personales almacenados.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
19	60	R3.2.4 La organización debe asumir un compromiso de: respeto a la privacidad e intimidad de los datos personales recogidos.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
19	61	R3.2.4 La organización debe permitir que sus clientes: modifiquen o eliminen la información de carácter comercial, que de su persona se ha almacenado.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
19	62	R3.2.4 La organización debe permitir que sus clientes: accedan a su política de privacidad.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
19	63	R3.2.5 La organización no debe: incluir contenidos ofensivos, violentos o de apología del terrorismo.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7
19	64	R3.2.5 La organización no debe: realizar ningún tipo de discriminación a través de contenidos o actuaciones por razón de sexo, credo o raza hacia ningún colectivo.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7
19	65	R3.2.5 La organización debe: evitar que un menor de edad realice transacciones comerciales no autorizadas por sus tutores legales.										✓														7
19	66	R3.2.5 La organización debe: limitar el acceso de menores de edad a sitios web aptos solo para adultos.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7
19	67	R3.2.6 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre las fuentes o referencias de la información presentada, en caso de no ser su propiedad.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7
19	68	R3.2.6 La organización debe asumir un compromiso de hacer uso de material ajeno y protegido solo con autorización.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7
19	69	R3.2.6 La organización debe permitir que sus clientes accedan al compromiso explícito de respeto a la propiedad intelectual.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7
20	1	Principio nº 1: Identificación de la Entidad																								

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																			IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2	P 3		F 1	H 1	H 2	
20	2	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio <i>web</i> al menos de los siguientes aspectos: nombre y denominación social.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2
20	3	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio <i>web</i> al menos de los siguientes aspectos: nombres comerciales bajo los que actúa.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2
20	4	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio <i>web</i> al menos de los siguientes aspectos: número de identificación fiscal o equivalente.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	3
20	5	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio <i>web</i> al menos de los siguientes aspectos: organigrama básico de la EC así como responsables máximos de la misma.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2
20	6	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio <i>web</i> al menos de los siguientes aspectos: descripción breve de las actividades de la EC.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2
20	7	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio <i>web</i> al menos de los siguientes aspectos: domicilio social.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2
20	8	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio <i>web</i> al menos de los siguientes aspectos: direcciones de todos los establecimientos permanentes.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2
20	9	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio <i>web</i> al menos de los siguientes aspectos: medios que permitan una comunicación directa con la EC (al menos una dirección de correo electrónico y adicionalmente un número de teléfono, fax, otros) con el fin de obtener informaciones sobre las actividades de la entidad.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2
20	10	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio <i>web</i> al menos de los siguientes aspectos: horarios comerciales de atención.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2
20	11	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio <i>web</i> al menos de los siguientes aspectos: datos principales de los registros en que esté inscrita (nombre del registro y localización de la inscripción en el registro) y de las autorizaciones administrativas de las que disponga. En el caso de ejercicio de profesiones reguladas se indicará nombre y datos básicos de la titulación poseída, título homologable en el extranjero y datos de la colegiación profesional.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2
20	12	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio <i>web</i> al menos de los siguientes aspectos: la EC informará de que los contenidos propios de su sitio <i>web</i> forman parte de su propiedad intelectual. Esto puede hacerse con la mención del "Copyright" en todas las páginas <i>web</i> o mediante una cláusula específica en las condiciones generales de uso del sitio <i>web</i> .	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D1	D2	D3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	P1	P2		P3	F1	H1	H2	
20	13	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio <i>web</i> al menos de los siguientes aspectos: códigos de conducta a los que se encuentre adherida y la forma de consultarlos electrónicamente.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1
20	14	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio <i>web</i> al menos de los siguientes aspectos: en caso de que pertenezca a un grupo de empresas habrá que indicar también todos los datos anteriores para la empresa matriz.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2
20	15	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio <i>web</i> al menos de los siguientes aspectos: en caso de que esté adherida a algún sistema de resolución extrajudicial de conflictos, debe indicarlo de forma visible en el sitio <i>web</i> .	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	3
20	16	P1.II-2 La información del punto anterior debe ser claramente identificable y accesible desde la página de inicio del sitio <i>web</i> de la EC.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2
20	17	P1.III-1 La EC que realice transacciones económicas, o gestiones de carácter administrativo, o recoja datos personales, a través de Internet, debe contar con un certificado de servidor que garantice su identidad frente a los usuarios.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	4
20	18	P1.IV-1 La EC debe utilizar sistemas de firma electrónica avanzada en las comunicaciones que realice con sus usuarios, de forma que exista un seguridad jurídica sobre la identidad del emisor, el momento exacto de la comunicación, la integridad del contenido, se evite el repudio por parte del emisor y adicionalmente se pueda conseguir la confidencialidad de los datos enviados.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	4
20	19	P1.IV-2 Deben usar firma electrónica sólo aquellos empleados que envíen mensajes de correo electrónico a los usuarios, en el ejercicio de sus actividades comerciales o administrativas de atención al cliente.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
20	20	P1.IV-3 La utilización de estos sistemas de firma electrónica debe estar avalada por un prestador de servicios de certificación reconocido jurídicamente o de facto, que emita certificados seguros a tal efecto.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
20	21	Principio nº 2: Garantía sobre las ofertas y su suministro																								
20	22	P2A.I-1 La EC, previamente al inicio del procedimiento de contratación, debe informar en sus páginas <i>web</i> de: los diferentes pasos que deben ser seguidos por el usuario hasta que el contrato concluya.									✓									✓						3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA						
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2		
		manera clara e inequívoca.																									
20	30	P2A.1-3 El usuario de la EC debe disponer de una información suficiente de las características de la oferta que incluya al menos: modalidades de pago disponibles y breve explicación de cada una (pasarela de pago utilizada, momento en el que será efectuado el cobro, divisas aceptadas, tarjetas aceptadas y funcionamiento del sistema de pago utilizado, en especial en lo referente a las medidas de seguridad que supone).																									3
20	31	P2A.1-3 El usuario de la EC debe disponer de una información suficiente de las características de la oferta que incluya al menos: restricciones existentes al envío, ejecución o entrega (disponibilidad en stock o de fabricación, áreas geográficas atendidas, edad mínima, duración mínima del contrato para aquellos que vayan a ejecutarse permanente o recurrentemente, plazo en el que la oferta es válida, plazos establecidos para la decisión sobre la aceptación de las órdenes de compra y medio de comunicación para tal decisión cuando las órdenes deban ser aprobadas por el suministrador, entre otras).																									3
20	32	P2A.1-3 El usuario de la EC debe disponer de una información suficiente de las características de la oferta que incluya al menos: modalidades, plazos, lugar de entrega e información acerca de la empresa transportista (nombre, dirección física y electrónica y servicios proporcionados por la empresa al usuario).																									3
20	33	P2A.1-3 El usuario de la EC debe disponer de una información suficiente de las características de la oferta que incluya al menos: para contratos cuya duración no esté especificada o exceda de un año deben indicarse las condiciones para la rescisión del mismo.																									3
20	34	P2A.1-3 El usuario de la EC debe disponer de una información suficiente de las características de la oferta que incluya al menos: garantías ofrecidas (objeto sobre el que recaer, titular, entidad que ofrece la garantía, derechos del titular, limitaciones y condiciones de la garantía, costes adicionales, plazo de la duración de la garantía y forma de hacer efectivos estos derechos).																									3
20	35	P2A.1-3 El usuario de la EC debe disponer de una información suficiente de las características de la oferta que incluya al menos: seguros contratados por la EC y que afecten a sus usuarios (seguros de transporte, de crédito, de																									3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
		responsabilidad, entre otros).																							
20	36	P2A.I-3 El usuario de la EC debe disponer de una información suficiente de las características de la oferta que incluya al menos: información del derecho de resolución o desistimiento, cuando éste sea aplicable (plazos de devolución y cálculo de los mismos, forma de ejercicio del derecho, gastos en los que pueda incurrir el consumidor, plazo de reembolso y posible excepción que sea aplicable).									✓									✓					3
20	37	P2A.I-3 El usuario de la EC debe disponer de una información suficiente de las características de la oferta que incluya al menos: derechos del usuario ante la existencia de vicio en los productos adquiridos (plazos y forma de ejercicio, alternativas ofrecidas al usuario en caso de existencia de vicio - sustitución, resolución del contrato, rebaja en el precio).									✓									✓					3
20	38	P2A.I-3 El usuario de la EC debe disponer de una información suficiente de las características de la oferta que incluya al menos: dirección de correo electrónico, n° de teléfono o cualquier otro sistema implementado para atender a las dudas, quejas y sugerencias de los usuarios de la EC.									✓									✓					3
20	39	P2A.I-3 El usuario de la EC debe disponer de una información suficiente de las características de la oferta que incluya al menos: los sistemas de resolución de conflictos entre la EC y sus usuarios a los que puedan acogerse las partes, así como forma de hacer uso de los mismos.									✓									✓					3
20	40	P2A.I-3 El usuario de la EC debe disponer de una información suficiente de las características de la oferta que incluya al menos: legislación aplicable y jurisdicción competente en caso de controversia.									✓									✓					3
20	41	P2A.I-4 Debe de existir un medio a través del cual el usuario obtenga una información completa, antes, durante y después de la aceptación, de todos aquellos aspectos que no hayan podido ser incluidos directamente en el sitio <i>web</i> (en especial de las características detalladas de los productos y garantías de los mismos) por su excesivo nivel de detalle. Dicho medio deberá ser dado a conocer al usuario convenientemente antes de cualquier aceptación.									✓									✓					3
20	42	P2A.II-1 La EC debe archivar convenientemente los documentos que formalizan las contrataciones efectuadas con sus usuarios (órdenes de compra, acuses de recibo, facturas, albaranes de entrega,									✓									✓					3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
		etc.) por un plazo no inferior a 5 años.																								
20	43	P2A.II-2 Tales documentos deben ser accesibles a los usuarios de la EC a fin de: que puedan obtener copia de los mismos.									✓										✓					3
20	44	P2A.II-2 Tales documentos deben ser accesibles a los usuarios de la EC a fin de: que puedan identificar y corregir posibles errores.									✓										✓					3
20	45	P2A.II-3 La forma de acceder a dichos documentos supondrá unos medios técnicos suficientes a fin de que éstos no puedan ser visualizados o/y modificados por personas no autorizadas.									✓										✓					4
20	46	P2B.I La EC debe implementar un procedimiento en línea que garantice que sólo aquellos usuarios convenientemente autenticados, tengan acceso a los bienes o servicios que se contraten en línea.									✓										✓					4
20	47	P2B.II-2 El sistema implementado por la EC para que sus usuarios realicen operaciones de contratación (...) debe regirse por criterios que permitan: elección de los diferentes elementos que componen las órdenes de compra, trámites legales a realizar o de las ofertas comerciales (como la gestión del catálogo de productos y demás elementos que componen la oferta del usuario vendedor).									✓										✓					3
20	48	P2B.II-2 El sistema implementado por la EC para que sus usuarios realicen operaciones de contratación (...) debe regirse por criterios que permitan: revisión de los elementos anteriores.									✓										✓					3
20	49	P2B.II-2 El sistema implementado por la EC para que sus usuarios realicen operaciones de contratación (...) debe regirse por criterios que permitan: modificación, cancelación o aceptación de los mismos.									✓										✓					3
20	50	P2B.II-2 El sistema implementado por la EC para que sus usuarios realicen operaciones de contratación (...) debe regirse por criterios que permitan: recepción de justificantes de las contrataciones efectuadas.									✓										✓					3
20	51	P2B.II-2 El sistema implementado por la EC para que sus usuarios realicen operaciones de contratación (...) debe regirse por criterios que permitan: acceso controlado a los contratos realizados.									✓										✓					3
20	52	P2B.II-3 Para el usuario comprador (el sistema debe permitir): la elección de los bienes o servicios de entre aquellos expuestos en el catálogo de productos, así como las cantidades de los mismos, y en su caso, forma de									✓										✓					3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA						
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1		P 2	P 3	F 1	H 1	H 2	
		pago y de entrega u otras posibles alternativas disponibles.																								
20	53	P2B.II-3 Para el usuario comprador (el sistema debe permitir): la obtención de un resumen del pedido a efectuar que incluya los productos elegidos, la cantidad de cada uno de ellos a adquirir, el precio por unidad de producto, coste total de la operación (diferenciando el importe y tipo aplicable de impuestos indirectos así como otros tributos aplicables y los gastos de entrega) y todas aquellas alternativas elegidas por el usuario.								✓										✓						3
20	54	P2B.II-3 Para el usuario comprador (el sistema debe permitir): por último, una vez revisado el resumen del pedido e introducidos todos los datos pertinentes, el usuario comprador debe tener la posibilidad de modificar las elecciones realizadas, anular completamente la operación o bien confirmarla (antes de confirmar la operación el usuario debe recibir un aviso advirtiéndole de que va a proceder al último paso en la contratación).								✓										✓						3
20	55	P2B.II-3 Para el usuario comprador (el sistema debe permitir): una vez confirmada la operación por parte del usuario comprador, y en un plazo nunca superior a 24 horas desde la recepción de la orden de compra, se debe hacer llegar a aquel, por correo electrónico, un mensaje personalizado con el acuse de recibo de la orden del pedido y que incluya un resumen de la contratación efectuada, las condiciones generales y la fecha de recepción de la orden de compra.								✓										✓						3
20	56	P2B.II-3 Para el usuario comprador (el sistema debe permitir): como muy tarde a la entrega del producto, o bien al comienzo de la prestación del servicio, se debe hacer llegar al cliente la confirmación documental de la contratación efectuada, con todas y cada una de las cláusulas de la misma, así como el albarán y factura de la compra efectuada y cualquier otra documentación pertinente, como los formularios para el ejercicio de los derechos de resolución.								✓										✓						3
20	57	P2B.II-3 Para el usuario comprador (el sistema debe permitir): en el caso de que la orden de compra deba ser aprobada por otro individuo la organización compradora previamente a su envío al proveedor, deberán existir mecanismos que permitan: al individuo de la organización compradora que cumplimenta la orden de compra, conocer el								✓										✓						3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
		estado de la misma (aprobada, rechazada o pendiente de aprobación).																								
20	58	P2B.II-3 Para el usuario comprador (el sistema debe permitir): en el caso de que la orden de compra deba ser aprobada por otro individuo la organización compradora previamente a su envío al proveedor, deberán existir mecanismos que permitan: al individuo de la organización compradora que debe aprobar la orden antes de enviarla al proveedor, conocer los detalles de la orden así como en su caso, los motivos que origina la necesidad de aprobación de la misma.									✓															3
20	59	P2B.II-3 Para el usuario comprador (el sistema debe permitir): en el caso de que la orden de compra deba ser aprobada por otro individuo la organización compradora previamente a su envío al proveedor, deberán existir mecanismos que permitan: disponer de perfiles de autenticación diferenciados (por ejemplo, acceso con diferente nombre de usuario y clave de acceso) para los individuos de la organización compradora que realizan labores de aprobación y los individuos que cumplimentan las órdenes.									✓															3
20	60	P2B.II-3 Para el usuario comprador (el sistema debe permitir): en el caso de que las órdenes de compra deban ser aprobadas por el proveedor para que sean satisfechas, deberán existir mecanismos que permitan conocer al usuario u organización compradora si la orden ha sido aprobada o rechazada por aquél.									✓															3
20	61	P2B.II-4 En su caso, para el usuario vendedor. El sistema implementado por la EC para que dicho usuario desarrolle sus ofertas comerciales en línea (gestión del catálogo de productos, relaciones con los usuarios compradores, entre otras) debe diseñarse de forma que: pueda, en cualquier momento, gestionar el catálogo de los productos que oferte a fin de introducir los cambios que crea necesarios en el mismo.									✓															3
20	62	P2B.II-4 En su caso, para el usuario vendedor. El sistema implementado por la EC para que dicho usuario desarrolle sus ofertas comerciales en línea (gestión del catálogo de productos, relaciones con los usuarios compradores, entre otras) debe diseñarse de forma que: sea notificado cuando se reciba una orden de compra.									✓															3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA														
			D1	D2	D3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	P1	P2		P3	F1	H1	H2										
20	63	P2B.II-4 En su caso, para el usuario vendedor. El sistema implementado por la EC para que dicho usuario desarrolle sus ofertas comerciales en línea (gestión del catálogo de productos, relaciones con los usuarios compradores, entre otras) debe diseñarse de forma que: pueda conocer los detalles de las órdenes recibidas.											✓											✓											3
20	64	P2B.II-4 En su caso, para el usuario vendedor. El sistema implementado por la EC para que dicho usuario desarrolle sus ofertas comerciales en línea (gestión del catálogo de productos, relaciones con los usuarios compradores, entre otras) debe diseñarse de forma que: en su caso, pueda conocer el estado de las órdenes recibidas (aprobadas, rechazadas, o pendientes de aprobación) y decidir sobre las mismas.											✓												✓										3
20	65	P2B.II-5 En el caso de la realización de subastas en línea, el sistema implementado por la EC para que los usuarios realicen sus pujas y ofertas en línea debe diseñarse de forma que: la búsqueda de los elementos por los que pujar y obtener una información detallada de éstos se pueda hacer de forma sencilla y adecuada (incluido el estado actual de la puja y la fecha de finalización de la misma).											✓													✓									3
20	66	P2B.II-5 En el caso de la realización de subastas en línea, el sistema implementado por la EC para que los usuarios realicen sus pujas y ofertas en línea debe diseñarse de forma que: no puedan ser modificadas las condiciones de la subasta una vez que ésta haya comenzado.											✓													✓									3
20	67	P2B.II-5 En el caso de la realización de subastas en línea, el sistema implementado por la EC para que los usuarios realicen sus pujas y ofertas en línea debe diseñarse de forma que: existan mecanismos que permitan a los usuarios pujadores: una valoración de la confiabilidad de los usuarios que ofrecen el elemento por el que se puja, en base a las negociaciones pasadas realizadas por éstos. Además, dicha valoración debe ser conocida por los usuarios pujadores, antes de que éstos realicen alguna puja.											✓													✓									3
20	68	P2B.II-5 En el caso de la realización de subastas en línea, el sistema implementado por la EC para que los usuarios realicen sus pujas y ofertas en línea debe diseñarse de forma que: existan mecanismos que permitan a los usuarios pujadores: revisar y, en su caso, modificar, los detalles de su puja antes de que ésta sea enviada al sistema.											✓													✓									3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D1	D2	D3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	P1	P2		P3	F1	F2	
20	75	P2C.1-1 El usuario debe tener disponible un servicio que atienda convenientemente todas sus dudas, quejas y sugerencias en lo referente a las actividades realizadas por la EC y productos que comercialice.								✓									✓						3
20	76	P2C.1-3 Dicho servicio puede ser accesible por mecanismos diversos tales como correo electrónico, videoconferencia, <i>chats</i> , entre otros, si bien en todo momento se debe atender al usuario de forma honesta, rápida y, en la medida de lo posible, dar solución a los problemas planteados por el usuario.								✓									✓						3
20	77	P2C.1-6 Cuando el servicio se ofrezca por sistemas en tiempo real (teléfono, <i>chats</i> , entre otros) debe estar atendido permanentemente durante el horario comercial de la EC. En el resto de casos (en especial correo electrónico) deberá ser consultado diariamente el registro de las quejas, dudas y sugerencias realizadas por los usuarios de la EC.								✓									✓						3
20	78	P2C.1-7 El usuario debe tener conocimiento de aquellos lugares a los cuales pueda dirigirse en los casos en los que la EC no sea capaz de resolverle sus consultas convenientemente, en especial en lo referente a los conflictos que surjan entre las partes.								✓									✓						3
20	79	P2D.1-3 La entrega del producto puede ser electrónica o física, en todo caso si la EC ofrece varias modalidades de entrega, ésta deberá ser elegida por el usuario.								✓									✓						3
20	80	P2D.1-4 El usuario de la EC debe tener a su disposición sistemas que le permitan conocer la disponibilidad del producto en stock o de fabricación previamente a cualquier contratación.								✓									✓						3
20	81	P2D.1-5 El usuario de la EC debe tener a su disposición sistemas de seguimiento de sus pedidos que le permitan conocer en cada momento la localización de los mismos, el poseedor del producto y si ha sido entregado, en cuyo caso habrá que informar de a quién se ha realizado la entrega, hora y lugar de la misma (recomendación).								✓									✓						3
20	82	P2E.1-1 Las páginas <i>web</i> de la EC deben ser diseñadas de forma que permitan una navegación fácil, intuitiva y rápida, y una comprensión adecuada de la información presentada, así como de las operaciones a realizar o que se estén llevando a cabo, para lo cual ha de planificarse previamente el tipo de usuario al que van a ir dirigidas.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
20	93	P2F.I-6 Responsabilidad por contenidos de terceros: no obstante, debe comunicar a las autoridades competentes, tan pronto como tenga conocimiento de su existencia, la actividad presuntamente ilícita detectada.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
20	94	Principio nº 3: Seguridad e infraestructura informática																							
20	95	P3.I-1 La EC debe desarrollar las estrategias de seguridad que le permitan cumplir con las siguientes premisas básicas de seguridad: Confidencialidad, supone proteger la información almacenada o transmitida por un sistema de accesos no autorizados.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	4
20	96	P3.I-1 La EC debe desarrollar las estrategias de seguridad que le permitan cumplir con las siguientes premisas básicas de seguridad: Integridad, supone proteger la información almacenada o transmitida de modificaciones no autorizadas.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	4
20	97	P3.I-1 La EC debe desarrollar las estrategias de seguridad que le permitan cumplir con las siguientes premisas básicas de seguridad: Autenticación, supone garantizar la identidad de las partes implicadas en el acceso a los servicios ofrecidos.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	4
20	98	P3.I-1 La EC debe desarrollar las estrategias de seguridad que le permitan cumplir con las siguientes premisas básicas de seguridad: Control de accesos, supone limitar el acceso a los recursos y servicios disponibles únicamente a los usuarios autorizados.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	4
20	99	P3.I-1 La EC debe desarrollar las estrategias de seguridad que le permitan cumplir con las siguientes premisas básicas de seguridad: No repudio, de forma que ni el origen ni el destino de un mensaje puedan negar haber participado en la transmisión del mismo. Debería poder probarse quien envió y quien recibió.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	4
20	100	P3.I-1 La EC debe desarrollar las estrategias de seguridad que le permitan cumplir con las siguientes premisas básicas de seguridad: Disponibilidad, supone que los servicios ofrecidos por el sistema se encuentren accesibles durante los periodos establecidos. Esta afirmación implica necesariamente la capacidad de recuperación ante fallos del sistema.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	4
20	101	Principio nº 4: Protección de datos de carácter personal																							
20	102	P4.I-1 La EC debe ser respetuosa con los derechos de los usuarios en materia de protección de datos.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
20	103	P4.1-2 Para poder recoger y tratar datos personales, la EC debe haber inscrito previamente en el Registro correspondiente los ficheros que vayan a contener datos de esa naturaleza.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
20	104	P4.1-3 En el supuesto de que la EC cuente con un Código de conducta específico sobre protección de datos o con una política privacidad, debe publicarlos en su sitio web en un lugar claramente visible y accesible para el usuario.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
20	105	P4.1-4 Al recoger información de carácter personal del usuario, debe informarle de forma expresa, precisa e inequívoca de los siguientes aspectos: existencia de un fichero (con su código de inscripción) o tratamiento de datos personales y finalidad para la que se recogen los datos.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
20	106	P4.1-4 Al recoger información de carácter personal del usuario, debe informarle de forma expresa, precisa e inequívoca de los siguientes aspectos: indicar claramente qué cuestiones son de obligatoria cumplimentación para satisfacer la finalidad señalada y cuáles tiene carácter optativo. En ningún caso se solicitarán datos considerados sensibles, excepto en los supuestos permitidos legalmente.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
20	107	P4.1-4 Al recoger información de carácter personal del usuario, debe informarle de forma expresa, precisa e inequívoca de los siguientes aspectos: en el formulario de recogida de los datos debe informarse al afectado de todos sus derechos en relación al control de sus datos personales, así como la forma (electrónica, postal, telefónica u otro medio con las suficientes garantías) y lugar para ejercitarlo. Esto incluye indicar el nombre del titular del fichero y los datos necesarios para contactar con él.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
20	108	P4.1-4 Al recoger información de carácter personal del usuario, debe informarle de forma expresa, precisa e inequívoca de los siguientes aspectos: si la EC desea utilizar los datos recogidos para el envío de publicidad u ofertas personalizadas, se le debe dar la al usuario en ese momento la posibilidad de rechazar este tipo de comunicaciones.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
20	109	P4.1-4 Al recoger información de carácter personal del usuario, debe informarle de forma expresa, precisa e inequívoca de los siguientes aspectos: la EC debe explicar al usuario si tiene previsto ceder sus datos a terceros, indicando la finalidad de la	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
		cesión y la identidad del cesionario, así como su derecho a negarse a tal cesión.																							
20	110	P4.I-4 Al recoger información de carácter personal del usuario, debe informarle de forma expresa, precisa e inequívoca de los siguientes aspectos: la EC debe contar siempre con el consentimiento expreso e inequívoco del interesado (que podrá ser revocado en cualquier momento) para el tratamiento de sus datos personales, a no ser que se hayan obtenido de fuentes accesibles al público, en los términos establecidos legalmente.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
20	111	P4.I-5 Los datos objeto de tratamiento deberán ser adecuados, pertinentes y no excesivos, en relación con el ámbito y las finalidades determinadas, explícitas y legítimas para las que se hayan obtenido.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
20	112	P4.I-6 Los datos de carácter personal serán cancelados cuando hayan dejado de ser necesarios o pertinentes para la finalidad para la que se recabaron, así como cuando lo solicite el interesado. La cancelación dará lugar al bloqueo de datos, conservándose a disposición de las autoridades competentes durante el plazo de prescripción de posibles responsabilidades. Cumplido este plazo se procederá a su supresión.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
20	113	P4.I-9 La EC no realizará transferencias internacionales de datos (ni siquiera entre sus propios establecimientos situados en diferentes Estados) a países que no formen parte de la Unión Europea o que no proporcionen un nivel de protección equiparable según la normativa vigente.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
20	114	P4.I-10 Si la EC utiliza procedimientos automáticos invisibles de recogida de datos relativos a una persona identificada o identificable, como las "cookies" en su sitio web, informará al usuario sobre su naturaleza, la utilidad concreta y el alcance de la información que se recoge a través de ellos, así como del posterior uso de la misma. En todo caso, la utilización de "cookies" u otros procedimientos debe ser respetuosa con el derecho a la intimidad del usuario.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
20	115	P4.I-11 La EC implantará las medidas de seguridad adecuadas para la protección de los datos personales incluidos en sus ficheros, para lo cual deberá contar con un documento de seguridad, en aplicación de la normativa vigente.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	4

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
20	116	P4.1-12 Si la EC, por el ámbito de su actividad, recogiera datos de menores de edad o de personas incapaces, deberá ser especialmente respetuosa con su derecho a la intimidad y no recabará por su mediación datos su familia, ni le incitará a rellenar sus formularios a través de la promesa de premios u ofertas promocionales de otro tipo.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
20	117	P4.1-13 Los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación de datos personales relativos a menores o incapaces serán ejercitados por sus representantes legales.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
20	118	P4.1-14 Durante el proceso de realización de las operaciones en línea, la EC debe informar al usuario de que los datos introducidos serán incorporados a un fichero, así como de la forma de ejercitar sus derechos en relación a la protección de datos personales. Cuando se utilicen los servicios de "pasarelas de pago" prestados por entidades financieras, no se almacenarán datos que puedan relacionar la identificación del medio de pago con la identidad de su titular, salvo que sea preciso para los fines legítimos que se persiguen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
20	119	P4.1-15 El usuario debe estar informado en todo caso del momento en que desde una web se transfiere el control a otra web.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
20	120	P4.1-16 Cuando los usuarios registrados en una web tengan acceso en línea a los datos de que dispone el responsable del fichero sobre su persona, deben establecerse procedimientos de identificación, autenticación y control de accesos.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5
20	121	P4.1-17 Se deben adoptar medidas que eviten que los datos circulen por la red de forma inteligible, por lo que se debe utilizar el protocolo SSL, o sistema equivalente, en la recogida y tratamiento de datos que implique su transmisión por Internet.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	4
20	122	Principio nº 5: Calidad de los contenidos																							
20	123	P5A.1-1 La EC debe abstenerse de ofrecer, publicar, difundir o proporcionar de cualquier otra forma contenidos propios considerados ilícitos.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
20	124	P5A.1-3 En el caso de que los contenidos propios puedan ser considerados nocivos por sus usuarios, la EC debe: informar, previamente a su acceso, de las características de los mismos y de que pueden herir la sensibilidad de ciertos colectivos o individuos.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
20	125	P5A.I-3 En el caso de que los contenidos propios puedan ser considerados nocivos por sus usuarios, la EC debe: implantar sistemas que impidan el acceso a los menores de edad, en el caso de que puedan resultar nocivos para ellos (inscripción en listas sobre sitios <i>web</i> con contenido sexual, entre otras).	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
20	126	P5A.I-5 La EC proporcionará a sus usuarios un sistema (correo electrónico, nº de teléfono, u otros) con el fin de que éstos puedan comunicarle la existencia de posibles contenidos ilícitos o nocivos.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1
20	127	P5A.II-1 En concreto, la EC no debe divulgar, reproducir, distribuir, transformar o comunicar al público, en todo o en parte y por cualquier medio, una obra que pertenezca a un tercero sin la autorización expresa de éste y sin respetar sus derechos de propiedad intelectual.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
20	128	P5A.II-3 Asimismo, la EC no facilitará ni pondrá medios técnicos de cualquier tipo cuyo fin exclusivo sea la lesión de los derechos de propiedad intelectual ajenos.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
20	129	P5A.II-4 En el caso de que la EC facilite medios técnicos que sean utilizados para la lesión de derechos de propiedad intelectual ajenos, aunque su finalidad exclusiva no sea ésta, aquélla debe avisar de su posible utilización ilícita y poner los medios a su alcance para evitar dicho uso.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
20	130	P5A.II-7 La EC informará en su página <i>web</i> , y de modo perfectamente visible, sobre la procedencia, autor o titular de los derechos sobre los contenidos propios.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
20	131	P5B.I-1 La EC debe evitar en su sitio <i>web</i> la inclusión de información o la utilización de imágenes o sonidos que puedan ser nocivos o atenten contra los derechos a la intimidad o al honor de los menores de edad, o que sea contraria a los intereses de éstos, incluso en el caso de que éstos o sus representantes legales hubieran prestado su consentimiento.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
20	132	P5B.I-2 No obstante lo anterior, la EC debe contar con el consentimiento previo y expreso del representante legal del menor para la obtención, tratamiento o almacenamiento de datos personales, información o imágenes de éstos.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
20	133	P5B.I-3 La EC debe advertir de la existencia, en su caso, de contenidos que puedan ser nocivos para los menores de edad.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
20	134	P5B.I-4 La EC debe indicar, en relación con los enlaces a otros sitios <i>web</i> , si éstos tienen similar contenido potencialmente nocivo.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
20	135	P5B.I-6 La EC debe dar a conocer los medios técnicos que pueda implementar el propio usuario en sus equipos para evitar el acceso a información, imágenes o sonidos de su sitio web que pudieran atentar contra los derechos de los menores.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
20	136	P5B.I-7 En caso de que el usuario declarara ser menor de edad, y desee realizar trámites legales, transacciones comerciales, acceder o intercambiar información, la EC debe requerir del usuario la verificación de su edad. Además se requerirá información suficiente para que la EC pueda ponerse en contacto con su representante legal.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
20	137	P5B.I-8 Las EC no enviarán publicidad ni inducirán, de forma ilícita, a contratar bienes o servicios cuyo uso esté restringido a mayores de edad o puedan resultar dañinos para la salud física o mental de estos.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
20	138	P5B.I-9 La EC debe evitar que sus contenidos incluyan imágenes de violencia, explotación en las relaciones interpersonales o que reflejen un trato degradante o sexista.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
20	139	P5B.I-10 La EC no debe aprovecharse de la credulidad, vulnerabilidad o falta de experiencia de los menores, con el objeto de que contraten bienes o servicios, o accedan a información inadecuada para su edad.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
20	140	P5C.I-1 La EC no debe realizar campaña publicitaria alguna que resulte ilícita.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
20	141	P5C.I-3 ...con respecto al uso de buscadores, la EC: no debe utilizar palabras clave (aquellas a través de las cuales los buscadores de Internet identifican a las páginas Web) que sean: términos que no tengan que ver con las actividades de la entidad a certificar.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
20	142	P5C.I-3 ...con respecto al uso de buscadores, la EC: no debe utilizar palabras clave (aquellas a través de las cuales los buscadores de Internet identifican a las páginas Web) que sean: nombres, marcas o cualquier otro signo distintivo registrado de entidades competidoras, salvo con su consentimiento y respetando en todo caso los derechos de terceros.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
20	143	P5C.I-3 ...con respecto al uso de buscadores, la EC: no debe utilizar palabras clave (aquellas a través de las cuales los buscadores de Internet identifican a las páginas Web) que sean: productos competidores, salvo con el consentimiento de su fabricante y respetando en todo caso los	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
		derechos de terceros.																							
20	144	P5C.I-3 ...con respecto al uso de buscadores, la EC: no debe darse de alta en: buscadores especializados sin relación a las actividades de la EC.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
20	145	P5C.I-3 ...con respecto al uso de buscadores, la EC: no debe darse de alta en: buscadores especializados en áreas geográficas a las que no atiende la entidad salvo que se indique claramente tal hecho.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
20	146	P5C.I-4 ...y para el caso de uso de links en las páginas web de la EC no se utilizarán de tal manera que se dé a entender: la asociación a otras entidades o productos con los que no tenga relación la EC.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
20	147	P5C.I-4 ...y para el caso de uso de links en las páginas web de la EC no se utilizarán de tal manera que se dé a entender: que productos de otra entidad son propiedad de la EC.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
20	148	P5C.I-6 Previa a la aceptación del contrato por el usuario se le consultará si desea recibir comunicaciones de carácter comercial.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
20	149	P5C.I-7 La EC no debe realizar comunicación comercial alguna sin el consentimiento previo del receptor de la misma (<i>spam</i>).	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
20	150	P5C.I-8 Cualquier tipo de comunicación comercial realizada por la EC debe quedar claramente identificada como tal así como la persona física o jurídica en nombre de la cual se realiza.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
20	151	P5C.I-9 La EC consultará al receptor de sus comunicaciones comerciales con el fin de que éste pueda ejercer su derecho a no seguir recibiendo. Con tal fin se indicará en las propias comunicaciones la forma en la cual el receptor puede ejercer sus derechos (dirección de e-mail incluida en el sitio web de la EC, dirección de e-mail incluida en cada mensaje de correo de carácter comercial, listas de exclusión voluntaria, nº de teléfono, dirección de correo convencional).	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
20	152	P5C.I-10 La EC deberá estar inscrita en una o varias listas de exclusión voluntaria, o bien crear listas propias, que serán consultadas periódicamente (al menos una vez al mes) y de cuya existencia se informará al usuario.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
20	153	P5C.I-11 En el caso de ejercicio de profesiones reguladas la EC debe ajustarse a la normativa reguladora de las mismas (incluidas las deontológicas) en las comunicaciones comerciales que realice.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
20	154	Principio nº 6: Reglas para la solución extrajudicial de conflictos																							

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA																		
			D1	D2	D3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	P1	P2		P3	F1	H1	H2														
20	155	P6.1-3 La EC se compromete a atender e intentar solucionar todas las quejas que le planteen los usuarios respecto al incumplimiento total o parcial de las obligaciones contraídas o cualesquiera otras cuestiones que afecten al desarrollo normal de sus actividades.									✓										✓																		3
20	156	P6.1-4 La EC debe informar en un lugar bien visible de su sitio <i>web</i> de los siguientes aspectos: la función de la EC como receptora de las posibles reclamaciones del usuario, para el caso de que éste considere que no se ha solucionado su problema tras la presentación de la queja a la EC en primera instancia.									✓											✓																	3
20	157	P6.1-4 La EC debe informar en un lugar bien visible de su sitio <i>web</i> de los siguientes aspectos: la disposición de la EC a someterse a la resolución extrajudicial de conflictos a través de los sistemas arbitrales reconocidos por la EC.									✓												✓																3
20	158	Principio nº 7: Requisitos para la implantación del código de conducta																																					
20	159	P7.1-1 La EC debe mostrar en la página de inicio del sitio <i>web</i> la adhesión al presente Código de Conducta de APTICE.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1
21	1	Regla nº 1: Seguridad jurídica																																					
21	2	R1A La empresa aplicará el derecho español. Sin embargo, en el caso de aquellos contratos a distancia con consumidores residentes en cualquier otro Estado miembro de la Unión Europea, situación en que se aplicará el derecho de dicho Estado será el aplicable al contrato.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓																				3
21	3	R1B La empresa indicará en su página principal la zona geográfica de cobertura de la oferta.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓																					3
21	4	Regla nº 2. Información a los consumidores																																					
21	5	R2 Antes de cualquier pedido, la empresa proporcionará una información correcta y completa al consumidor. En esta información se proporcionarán los datos siguientes: información sobre la propia empresa (denominación, forma jurídica, dirección completa, número de teléfono, dirección de e-mail, inscripción en el registro mercantil, autorización o licencia).										✓																											3
21	6	R2 Antes de cualquier pedido, la empresa proporcionará una información correcta y completa al consumidor. En esta información se proporcionarán los datos siguientes: características esenciales de los productos y de los servicios ofertados (servicio de posventa y garantía inclusive); las fotografías y las ilustraciones tienen valor contractual.										✓																											3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D1	D2	D3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	P1	P2		P3	F1	H1	H2	
21	12	R2 Antes de cualquier pedido, la empresa proporcionará una información correcta y completa al consumidor. En esta información se proporcionarán los datos siguientes: plazo de validez de la oferta.									✓															3
21	13	R2 Antes de cualquier pedido, la empresa proporcionará una información correcta y completa al consumidor. En esta información se proporcionarán los datos siguientes: existencia o ausencia, duración de los plazos, y modalidades para la anulación y el desistimiento o revocación del contrato.									✓															3
21	14	R2 Antes de cualquier pedido, la empresa proporcionará una información correcta y completa al consumidor. En esta información se proporcionarán los datos siguientes: procedimiento de reclamación.									✓															3
21	15	Regla nº 3: Procedimiento para la realización de pedidos																								
21	16	R3A El procedimiento para la realización de pedidos establecido por la empresa evitará al máximo inducir a error o confusión al consumidor ("triple clic"): elección de productos.									✓															3
21	17	R3A El procedimiento para la realización de pedidos establecido por la empresa evitará al máximo inducir a error o confusión al consumidor ("triple clic"): información sobre la elección realizada.									✓															3
21	18	R3A El procedimiento para la realización de pedidos establecido por la empresa evitará al máximo inducir a error o confusión al consumidor ("triple clic"): síntesis o resumen completo del pedido: cantidades, precios, gastos de envío (en este punto se deberá comunicar al consumidor cuál es el coste total detallado), plazo para la entrega del producto o para la ejecución del servicio; el consumidor deberá tener entonces la posibilidad de confirmar, modificar o anular su pedido.									✓															3
21	19	R3B La empresa confirmará el pedido al consumidor mediante un mensaje personalizado (e-mail). En éste se incluirá una síntesis o resumen de su pedido y se le comunicará que tiene la posibilidad de anular su pedido en un plazo de 24 horas. Si el consumidor no ejerce tal posibilidad en dicho plazo, al finalizar éste, el contrato se dará por concluido.									✓															3
21	20	R3C Una vez celebrado el contrato, y como máximo en el momento de entregar los productos o comenzar a ejecutar el contrato, la empresa entregará al consumidor									✓															3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA							
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2			
		mediante el medio que éste elija -por escrito o en cualquier otro soporte duradero adecuado al medio de comunicación empleado (E-mail)-, justificación documental del contrato realizado dónde constarán todos los términos del mismo.																										
21	21	Regla nº 4: Plazos para ejercer el derecho de desistimiento																										
21	22	R4A Salvo en los casos expuestos a continuación, la empresa concederá un plazo de revocación o desistimiento de al menos 10 días hábiles a partir de la fecha de entrega de los productos o de la celebración del contrato de prestación de servicios. Durante este plazo, la empresa se compromete a aceptar la devolución de los productos entregados o a anular el contrato de prestación de servicios sin repercutir ningún gasto al consumidor, incluidos los correspondientes a la devolución de los productos. En el caso de que el consumidor haga uso de este derecho de desistimiento, los importes que ya haya pagado deberán serle reembolsados en un plazo de 15 días.																									3	
21	23	R4B A tal efecto, la empresa facilitará al consumidor, como máximo en el momento de la ejecución del contrato, un documento para ejercitar el derecho de desistimiento o revocación, identificado claramente como tal, que contendrá el nombre y dirección de la persona a quien deba enviarse, los datos de identificación del contrato, y de los contratantes a los que se refiere.																										3
21	24	R4C En la venta de aquellos productos personalizados o "a la medida" o de aquellos que, por su naturaleza no puedan ser devueltos o sean susceptibles de perecer rápidamente, la empresa podrá hacer constar, si tal efecto pretendiera y con carácter previo a la compra, la exclusión del derecho de desistimiento que asiste al consumidor. En el caso de artículos que puedan ser reproducidos o copiados con carácter inmediato, se excluye el derecho de desistimiento de los consumidores sólo en los casos en que tales productos se entreguen sin ningún tipo de precinto o embalaje, y si lo hubiera, en aquellos en los que dichos precintos o embalajes hayan sido manipulados y extraídos por el consumidor. La empresa informará sobre esta circunstancia con carácter previo a la compra. El consumidor perderá este derecho cuando exija –y así lo indique expresamente– la prestación inmediata del																										3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA					
			D1	D2	D3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	P1		P2	P3	F1	H1	H2
		servicio. En este caso, la empresa deberá advertir con antelación al consumidor que en tal caso perderá su derecho de desistimiento y lógicamente el plazo establecido para ello.																							
21	25	R4D Para cualquier suscripción a un servicio en línea, la empresa concederá un plazo de prueba gratuito de al menos 10 días hábiles.									✓														3
21	26	Regla nº 5: Modalidades de pago																							
21	27	R5A La empresa emitirá una factura en la que se detallarán todos los gastos. En ésta se recordará al consumidor las modalidades para el ejercicio del derecho de desistimiento o revocación del contrato, si procede. Aquellos productos o servicios entregados o suministrados en línea deberán ir acompañados de un documento electrónico en el que se incluirán los mismos conceptos ya señalados.									✓														3
21	28	R5B La empresa ofrecerá la posibilidad de elegir entre distintas modalidades de pago. Al menos una de ellas deberá permitir al consumidor efectuar el pago únicamente al final del plazo para el desistimiento, si procede, sin que ello suponga un incremento del precio. En ningún caso la empresa aceptará que el consumidor efectúe el pago antes de haberse producido la ejecución del contrato.									✓														3
21	29	Regla nº 6: Protección de la vida privada																							
21	30	R6A La empresa informará al consumidor sobre los datos recabados (inclusive aquellos obtenidos via "cookies") así como sobre el uso que de éstos hace. También deberá informar sobre la forma mediante la cual se puede acceder a estos datos y sobre la posibilidad de rectificación y cancelación de los mismos. Este proceso es gratuito.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
21	31	R6B La empresa sólo recabará aquellos datos que sean imprescindibles y sólo en el momento en el que sea necesario (por ejemplo, los datos personales como el nombre y apellidos del consumidor o el número de su tarjeta de crédito únicamente le serán solicitados cuando éste haya cumplimentado su boletín de pedido).				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
21	32	R6C Si la empresa desea recabar datos no imprescindibles (preferencias, composición familiar...) lo hará bajo la modalidad de encuesta facultativa que deberá ir claramente separada del proceso de pedido y con las declaraciones administrativas que correspondan contenidas en la vigente Ley Orgánica de Protección de Datos de				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA						
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1		P 2	P 3	F 1	H 1	H 2	
		Carácter Personal y normas aplicables.																								
21	33	R6D La empresa ofrecerá al consumidor una opción que le permita negarse a que sus datos sean transmitidos a terceros. La empresa ofrecerá al consumidor una opción para que éste pueda negarse a que le envíen mensajes electrónicos promocionales. Ambas opciones deberán indicarse claramente en el boletín de pedido.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
21	34	Regla nº 7: Protección de los menores																								
21	35	R7 La empresa adoptará las siguientes medidas específicas con el fin de proteger a los menores: los mensajes publicitarios deberán diferenciarse claramente para poder ser identificados como tales por el segmento del público al que se dirigen (la edad deberá ser especialmente tenida en cuenta) y se separarán claramente de los juegos y concursos.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7
21	36	R7 La empresa adoptará las siguientes medidas específicas con el fin de proteger a los menores: la empresa no alentará a los menores para que éstos les proporcionen datos o informaciones de índole personal sobre ellos mismos o sobre otras personas. En ningún caso la comunicación de datos por parte de menores podrá ser "premiada" con regalos, con cualquier otro tipo de ventaja ni podrá ser condicionante para acceder a un servicio o a un juego.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7
21	37	R7 La empresa adoptará las siguientes medidas específicas con el fin de proteger a los menores: los datos que posea la empresa sobre menores de edad no podrán ser proporcionados a terceros, a excepción de sus padres o tutores.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7
21	38	R7 La empresa adoptará las siguientes medidas específicas con el fin de proteger a los menores: la empresa no incitará a los menores para que contraten productos o servicios a través de Internet y adoptará las medidas preventivas necesarias para evitarlo.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7
21	39	R7 La empresa adoptará las siguientes medidas específicas con el fin de proteger a los menores: la empresa alentará a los padres y tutores para que éstos controlen el uso de Internet por parte de los menores.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7
21	40	Regla nº 8: Seguridad de las transacciones																								
21	41	R8 La empresa dispondrá de un certificado emitido por un organismo independiente. La empresa utilizará los procedimientos de seguridad establecidos para las transferencias de datos, sobre todo en lo relativo a los									✓															4

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
		números de las tarjetas de crédito.																							
21	42	Regla nº 9: Enlaces con otras páginas																							
21	43	R9 Cuando la empresa establezca enlaces con otras páginas Web, deberá indicar claramente al consumidor que está abandonando su página Web. Asimismo, deberá invitarle a que verifique si la nueva página Web dispone del logotipo "Web Trader" emitido por alguna de las asociaciones de consumidores y usuarios pertenecientes a la red "Web Trader".				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								7
21	44	Regla nº 10: Reclamación y solución a los litigios																							
21	45	R10A La empresa se compromete a poner a disposición del consumidor todas las pruebas que obren en su poder.									✓														3
21	46	R10B La empresa deberá contar con un mecanismo interno para atender reclamaciones y designará a un responsable. Ante cualquier problema, el consumidor podrá dirigirse a dicho responsable bien a través del correo electrónico, bien por teléfono.									✓														3
22	1	Artículo 3. - Principios generales																							
22	2	A3.1 La publicidad en medios electrónicos de comunicación a distancia deberá ser conforme a la ley aplicable, decente, honesta y veraz, en los términos en que estos principios han sido desarrollados por el Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL y por el Código de Práctica Publicitaria de la Cámara de Comercio Internacional.				✓	✓	✓	✓					✓											6
22	3	Artículo 4. - Identificación del anunciante																							
22	4	A4 En la publicidad en medios electrónicos de comunicación a distancia el anunciante deberá ser identificable, de forma tal que sus destinatarios puedan reconocerlo y ponerse en contacto con él sin dificultades. A estos efectos, el anunciante deberá indicar a sus destinatarios, de forma clara, directa y fácilmente accesible, su nombre o denominación social, su domicilio a efectos legales así como su dirección de correo electrónico y cualquier otro dato que permita establecer con él una comunicación directa y efectiva.				✓	✓	✓	✓					✓											2
22	5	Artículo 5. - Identificación de la publicidad																							
22	6	A5 La publicidad en medios electrónicos de comunicación a distancia será fácilmente identificable como tal. No se admitirá la publicidad encubierta.				✓	✓	✓	✓					✓											6
22	7	Artículo 6. - Información al destinatario																							

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
22	8	A6.1 Además de la información recogida en el artículo 4 sobre la identificación del anunciante, éste deberá proporcionar a sus destinatarios, de forma clara y fácilmente accesible, todas aquellas informaciones que resulten exigibles de acuerdo con la legislación vigente.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								2
22	9	A6.2 Los anunciantes deberán informar del coste o precio de acceder a un mensaje o servicio cuando aquél sea mayor que el de las tarifas básicas de telecomunicación. Los destinatarios serán informados de tales costes antes de acceder al mensaje o servicio, de forma clara, y deberán disponer de un plazo de tiempo razonable y suficiente para poder desconectarse del servicio sin incurrir en gastos.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
22	10	A6.3 Las ofertas deberán identificarse de modo que el que las recibe pueda reconocerlas como ofertas. Si en la publicidad se presenta o realiza una oferta directa de contratación, se deberá proporcionar al destinatario una información clara, completa y precisa sobre el contenido y el alcance de aquélla. En todo caso, las informaciones a que se refiere el artículo 14 deberán resultar perfectamente visibles para el consumidor, y deberán ser exactas y susceptibles de prueba.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
22	11	Artículo 7. - Promociones publicitarias																							
22	12	A7.1 A los efectos de este Código, se entenderá por promoción publicitaria toda técnica de promoción de ventas que, durante un periodo limitado de tiempo, ofrezca a sus destinatarios un valor añadido consistente en una ventaja económica o en cualquier otro tipo de incentivo material o inmaterial.				✓	✓	✓	✓					✓											6
22	13	A7.2 Las promociones publicitarias en medios electrónicos de comunicación a distancia deberán responder a los principios que rigen la publicidad en general, especialmente los de legalidad, veracidad y buena fe, sin que puedan constituir nunca un medio para abusar de la buena fe de sus destinatarios, ni explotar su posible falta de experiencia o conocimientos.				✓	✓	✓	✓					✓											6
22	14	Artículo 8. - Competencia desleal y respeto de los derechos de propiedad industrial e intelectual																							
22	15	A8.1 La publicidad en medios electrónicos de comunicación a distancia deberá respetar los derechos de propiedad intelectual e industrial de terceras personas distintas del anunciante. En particular, en Internet, no se admite la				✓	✓	✓	✓					✓											7

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA						
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1		P 2	P 3	F 1	H 1	H 2	
		introducción en el código fuente de nombres ocultos (<i>metanames</i>) que coincidan con marcas, nombres, rótulos o denominaciones de empresas o servicios sobre los que no se ostente la titularidad o una autorización de uso.																								
22	16	A8.2 La publicidad en medios electrónicos de comunicación a distancia no deberá constituir nunca un medio de competencia desleal.					✓	✓	✓	✓					✓											6
22	17	Artículo 9. - Publicidad enviada mediante mensajes de correo electrónico u otros medios de comunicación individual equivalente																								
22	18	A9.1 No se admitirá el envío de publicidad mediante mensajes de correo electrónico u otros medios de comunicación individual equivalentes por parte del anunciante cuando no haya sido solicitada o autorizada expresamente por el destinatario.					✓	✓	✓	✓					✓											6
22	19	A9.2 Se entiende concedida la autorización prevista en el párrafo anterior cuando, al tiempo de recabar los datos, se haya informado debidamente al destinatario sobre la posibilidad de envío publicitario y éste haya otorgado su consentimiento. En particular, se entiende que este consentimiento se consigue a través del procedimiento de listas de inclusión voluntarias (<i>opt-in</i>), aunque son igualmente admisibles otras prácticas que garanticen la prestación del consentimiento.					✓	✓	✓	✓					✓											6
22	20	A9.3 Aquellos anunciantes que utilizan mensajes por correo electrónico u otros medios de comunicación individual equivalentes con fines publicitarios deberán informar con claridad al destinatario sobre la posibilidad de notificar su deseo de no recibir ofertas posteriores y proporcionarle un mecanismo sencillo y de fácil acceso a través del cual el usuario pueda ejercitar este derecho de revocación de su consentimiento.					✓	✓	✓	✓					✓											6
22	21	A9.4 En todo caso, los mensajes publicitarios enviados por correo electrónico u otros medios equivalentes deberán identificarse claramente como tales, revelando asimismo la identidad del anunciante.					✓	✓	✓	✓					✓											6
22	22	Artículo 10. - Publicidad en grupos de noticias, foros, charlas (<i>chats</i>) y similares																								
22	23	A10.1 No podrán utilizarse los grupos de noticias, tablón de anuncios o foros o charlas para enviar publicidad en línea (online), salvo que, en este último caso, previamente se haya obtenido el consentimiento del moderador del punto de encuentro o, en su defecto, del proveedor del					✓	✓	✓	✓					✓											6

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
		servicio, o se ajuste a las reglas de admisión de publicidad establecidas para ese grupo, foro, charla o similar.																								
22	24	A10.2 Se excluyen de lo previsto en este artículo los foros o charlas de naturaleza publicitaria.						✓	✓	✓	✓				✓											6
22	25	Artículo 11. - Publicidad en la <i>World Wide Web</i>																								
22	26	A11.1 La publicidad en la <i>World Wide Web</i> no podrá impedir la libre o normal navegación del usuario en Internet.						✓	✓	✓	✓				✓											7
22	27	A11.2 En particular, los mensajes publicitarios que reciba el usuario durante su navegación por una página <i>web</i> deberán permitirle en todo momento salir del mensaje publicitario o eliminarlo de su pantalla, volviendo a la página de origen desde la que el usuario accedió al mensaje publicitario.						✓	✓	✓	✓				✓											7
22	28	Artículo 12. - Patrocinio																								
22	29	A12.1 Se entenderá por patrocinio cualquier contribución realizada por una entidad pública o privada a la financiación de páginas <i>web</i> u otros servicios prestados a través de medios electrónicos de comunicación a distancia, con la finalidad de promover su nombre, marca, imagen, actividades o productos.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
22	30	A12.2 Las <i>web</i> o servicios patrocinados deberán cumplir los siguientes requisitos: el contenido editorial no podrá, en ningún caso, ser influido por el patrocinador de tal forma que se atente contra la responsabilidad y la independencia editorial del titular de la página o servicio.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
22	31	A12.2 Las <i>web</i> o servicios patrocinados deberán cumplir los siguientes requisitos: deberán estar claramente identificadas como tales, e incluirán el nombre, logotipo, marca, servicios u otros signos del patrocinador al principio o al final de la página <i>web</i> o servicio, o en los dos momentos.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
22	32	Artículo 14. - Obligaciones previas al inicio del procedimiento de contratación																								
22	33	A14.1 Los oferentes que realicen transacciones comerciales con los consumidores a través de medios electrónicos de comunicación a distancia, deberán informar claramente sobre los pasos a seguir para la adquisición del bien o la contratación de servicio ofrecido.											✓													3
22	34	A14.2 Con anterioridad a la adquisición del bien o la contratación del servicio, y sin perjuicio de las obligaciones de información recogidas en el artículo 6 de este Código, el oferente deberá facilitar al											✓													3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
		consumidor el acceso a las condiciones generales de contratación aplicables en cada caso, para que las pueda consultar, archivar e imprimir. Asimismo, el oferente deberá informar al consumidor, de forma visible, acerca de, como mínimo, los siguientes extremos: precio de compra completo, con referencia a los impuestos aplicables incluidos, así como la moneda, la modalidad de pago, el franqueo y los portes.																								
22	35	A14.2 Con anterioridad a la adquisición del bien o la contratación del servicio, y sin perjuicio de las obligaciones de información recogidas en el artículo 6 de este Código, el oferente deberá facilitar al consumidor el acceso a las condiciones generales de contratación aplicables en cada caso, para que las pueda consultar, archivar e imprimir. Asimismo, el oferente deberá informar al consumidor, de forma visible, acerca de, como mínimo, los siguientes extremos: plazo de validez de la oferta, si se tratase de una oferta promocional.									✓															6
22	36	A14.2 Con anterioridad a la adquisición del bien o la contratación del servicio, y sin perjuicio de las obligaciones de información recogidas en el artículo 6 de este Código, el oferente deberá facilitar al consumidor el acceso a las condiciones generales de contratación aplicables en cada caso, para que las pueda consultar, archivar e imprimir. Asimismo, el oferente deberá informar al consumidor, de forma visible, acerca de, como mínimo, los siguientes extremos: términos, condiciones y formas de pago, incluyendo en su caso, opciones de crédito.									✓															3
22	37	A14.2 Con anterioridad a la adquisición del bien o la contratación del servicio, y sin perjuicio de las obligaciones de información recogidas en el artículo 6 de este Código, el oferente deberá facilitar al consumidor el acceso a las condiciones generales de contratación aplicables en cada caso, para que las pueda consultar, archivar e imprimir. Asimismo, el oferente deberá informar al consumidor, de forma visible, acerca de, como mínimo, los siguientes extremos: las diferentes modalidades de entrega o ejecución que puedan existir de los productos o servicios contratados.									✓															3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																IA										
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13		P 1	P 2	P 3	F 1	H 1	H 2				
22	38	A14.2 Con anterioridad a la adquisición del bien o la contratación del servicio, y sin perjuicio de las obligaciones de información recogidas en el artículo 6 de este Código, el oferente deberá facilitar al consumidor el acceso a las condiciones generales de contratación aplicables en cada caso, para que las pueda consultar, archivar e imprimir. Asimismo, el oferente deberá informar al consumidor, de forma visible, acerca de, como mínimo, los siguientes extremos: características de los bienes o servicios y, en su caso, condiciones necesarias para su utilización.										✓																	3
22	39	A14.2 Con anterioridad a la adquisición del bien o la contratación del servicio, y sin perjuicio de las obligaciones de información recogidas en el artículo 6 de este Código, el oferente deberá facilitar al consumidor el acceso a las condiciones generales de contratación aplicables en cada caso, para que las pueda consultar, archivar e imprimir. Asimismo, el oferente deberá informar al consumidor, de forma visible, acerca de, como mínimo, los siguientes extremos: existencia o inexistencia de costes adicionales.										✓																	3
22	40	A14.2 Con anterioridad a la adquisición del bien o la contratación del servicio, y sin perjuicio de las obligaciones de información recogidas en el artículo 6 de este Código, el oferente deberá facilitar al consumidor el acceso a las condiciones generales de contratación aplicables en cada caso, para que las pueda consultar, archivar e imprimir. Asimismo, el oferente deberá informar al consumidor, de forma visible, acerca de, como mínimo, los siguientes extremos: condiciones para el ejercicio de los derechos de desistimiento y devolución, cancelación o cambios del correspondiente producto o servicio.										✓																	3
22	41	A14.2 Con anterioridad a la adquisición del bien o la contratación del servicio, y sin perjuicio de las obligaciones de información recogidas en el artículo 6 de este Código, el oferente deberá facilitar al consumidor el acceso a las condiciones generales de contratación aplicables en cada caso, para que las pueda consultar, archivar e imprimir. Asimismo, el oferente deberá informar al consumidor, de forma visible, acerca de, como mínimo, los siguientes extremos: garantías aplicables a la adquisición del producto o servicio.										✓																	3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																							
			D1	D2	D3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	P1	P2	P3	F1	F2	IA		
22	42	A14.2 Con anterioridad a la adquisición del bien o la contratación del servicio, y sin perjuicio de las obligaciones de información recogidas en el artículo 6 de este Código, el oferente deberá facilitar al consumidor el acceso a las condiciones generales de contratación aplicables en cada caso, para que las pueda consultar, archivar e imprimir. Asimismo, el oferente deberá informar al consumidor, de forma visible, acerca de, como mínimo, los siguientes extremos: lugar y forma de presentación de posibles reclamaciones.																								3
22	43	A14.2 Con anterioridad a la adquisición del bien o la contratación del servicio, y sin perjuicio de las obligaciones de información recogidas en el artículo 6 de este Código, el oferente deberá facilitar al consumidor el acceso a las condiciones generales de contratación aplicables en cada caso, para que las pueda consultar, archivar e imprimir. Asimismo, el oferente deberá informar al consumidor, de forma visible, acerca de, como mínimo, los siguientes extremos: domicilio del oferente a efectos legales.																								3
22	44	A14.3 En el momento inmediatamente anterior a la aceptación o prestación del consentimiento para la adquisición del bien o la contratación del servicio, el consumidor tendrá derecho a revisar un resumen en el que se incluyan, como mínimo, la relación de los productos que ha solicitado o de los servicios que desea contratar, así como las características esenciales de los mismos y las condiciones de compra o contratación, su importe total, el método de pago elegido, los impuestos aplicados y, en su caso, la forma y gastos de envío. Además, el consumidor deberá poder archivar e imprimir dicho resumen.																								3
22	45	Artículo 15. - Obligaciones de información posteriores a la celebración del contrato																								
22	46	A15.1 Inmediatamente después de la aceptación por el consumidor de la adquisición del bien o la contratación del servicio, el oferente deberá enviarle un acuse de recibo, o facilitarle la descarga o impresión de un documento justificativo de la adquisición o contratación realizada, que contenga los datos relativos al contrato efectuado.																								3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
		servicio contratado por otro.																							
22	54	A17.4 El oferente deberá establecer los mecanismos necesarios para facilitar al consumidor con el que han contratado el ejercicio de su derecho de desistimiento y la correspondiente devolución del producto o servicio.																							3
22	55	Artículo 18. - Servicio de atención al cliente																							
22	56	A18.1 Los oferentes pondrán a disposición de los consumidores con los que han contratado un servicio interno de atención al cliente que resolverá las cuestiones o dudas que le puedan surgir al consumidor en un momento previo a la contratación de un bien o servicio, y que además atenderá las consultas o quejas que se le planteen posteriormente, que deberán ser respondidas en el plazo de tiempo más breve posible.																							3
22	57	A18.2 Los oferentes deberán proporcionar a los consumidores, de forma clara y suficiente, los datos necesarios para establecer un contacto rápido, personal y directo con el departamento o persona encargada de atender las posibles dudas o quejas que se planteen, así como del horario comercial de atención al cliente.																							3
22	58	A18.3 Los oferentes deberán guardar un registro en soporte duradero donde se recojan las quejas presentadas por los consumidores con los que haya contratado y las diversas circunstancias ocurridas en relación con cada una de dichas quejas.																							3
22	59	Artículo 19. - Seguridad y medios de pago																							
22	60	A19.1 Los oferentes deberán proporcionar a los consumidores mecanismos de pago sencillos y seguros, y realizar todos los esfuerzos necesarios para mantenerse al día sobre los avances en este campo.																							4
22	61	A19.2 Los oferentes deberán adoptar sistemas de seguridad apropiados y dignos de confianza para salvaguardar la seguridad, integridad y confidencialidad de las transacciones financieras y pagos realizados por los consumidores. Estos deberán ser informados con claridad, antes de concluir la celebración del contrato, sobre el nivel de protección que se aplica a sus datos financieros y las posibles limitaciones de los sistemas de seguridad empleados. El oferente deberá informar al consumidor de la forma más transparente, clara y sencilla posible sobre la seguridad de los medios de pago y la tecnología que se esté utilizando para proteger las																							4

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
		transmisiones, procesamiento y/o almacenamiento de sus datos financieros.																								
22	62	Artículo 20. - Principios generales																								
22	63	A20.2 Los datos de carácter personal sólo podrán obtenerse para su tratamiento cuando sean adecuados, pertinentes y no excesivos en relación con el ámbito y las finalidades determinadas, explícitas y legítimas para las que se hayan obtenido. Serán cancelados cuando hayan dejado de ser necesarios o pertinentes para dicha finalidad, o cuando lo solicite el titular en el ejercicio de su derecho de cancelación.																								5
22	64	A20.4 Las empresas adheridas a este Código deberán apoyar iniciativas para ayudar a educar al consumidor sobre cómo proteger su intimidad en los medios electrónicos de comunicación a distancia.																								5
22	65	Artículo 21. - Obtención de los datos																								
22	66	A21.1 Se prohíbe la recogida de datos personales por medios fraudulentos, desleales o ilícitos.																								5
22	67	A21.2 Cuando las empresas adheridas a este Código recaben datos personales a través de medios electrónicos de comunicación a distancia, deberán informar previamente a los titulares, de forma inequívoca y claramente perceptible, de los siguientes extremos: existencia de un fichero o tratamiento de datos de carácter personal, finalidad de la recogida y destinatarios de la información.																								5
22	68	A21.2 Cuando las empresas adheridas a este Código recaben datos personales a través de medios electrónicos de comunicación a distancia, deberán informar previamente a los titulares, de forma inequívoca y claramente perceptible, de los siguientes extremos: código o número de inscripción del responsable del fichero en el Registro de la Agencia de Protección de Datos.																								5
22	69	A21.2 Cuando las empresas adheridas a este Código recaben datos personales a través de medios electrónicos de comunicación a distancia, deberán informar previamente a los titulares, de forma inequívoca y claramente perceptible, de los siguientes extremos: carácter obligatorio o facultativo de la respuesta a las preguntas que en su caso les sean planteadas, así como de las consecuencias de la obtención de los datos o la negativa a suministrarlos.																								5

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																IA							
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13		P 1	P 2	P 3	F 1	H 1	H 2	
22	70	A21.2 Cuando las empresas adheridas a este Código recaben datos personales a través de medios electrónicos de comunicación a distancia, deberán informar previamente a los titulares, de forma inequívoca y claramente perceptible, de los siguientes extremos: posibilidad de ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										5
22	71	A21.2 Cuando las empresas adheridas a este Código recaben datos personales a través de medios electrónicos de comunicación a distancia, deberán informar previamente a los titulares, de forma inequívoca y claramente perceptible, de los siguientes extremos: identidad del responsable del tratamiento de los datos, y dirección (postal y de correo electrónico) que facilite la comunicación con el mismo.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
22	72	A21.3 Cuando los datos de carácter personal no hayan sido recabados del titular, éste deberá ser informado de forma expresa, precisa e inequívoca de la procedencia de los datos, así como de los extremos contenidos en el apartado 2 anterior, dentro de los tres meses siguientes al registro de los datos, salvo que ya hubiese sido informado de los mismos con anterioridad.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
22	73	A21.4 Cuando los datos hayan sido obtenidos de una fuente accesible al público y se destinen a la actividad de publicidad o prospección comercial, en cada comunicación deberá informarse al titular del origen de los datos, de la identidad del responsable de su tratamiento, de la finalidad de su obtención y tratamiento, y de los derechos que asisten al titular de los mismos.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
22	74	A21.5 Las empresas que se anuncian en Internet y que recaben, capturen y traten datos personales, deberán informar a los consumidores, mediante un aviso en su web, de dicho tratamiento. De esta forma, el consumidor podrá, si lo desea, ejercitar su derecho de oposición, tanto en lo que se refiere a la captación como al tratamiento y transferencia de sus datos.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
22	75	A21.6 Los datos de carácter personal sólo podrán ser cedidos a terceros cuando tenga relación directa con el cumplimiento de los fines del cedente y el cesionario. Será preciso contar con el consentimiento del titular, que deberá conocer de forma clara y precisa la finalidad a que se destinarán o el tipo de actividad del cesionario de los				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1		P 2	P 3	F 1	H 1	H 2
		datos.																							
22	76	Artículo 22. - Consentimiento del titular																							
22	77	A22.1 Se entenderá por consentimiento del titular toda manifestación de voluntad libre, inequívoca, específica e informada, mediante la que éste consienta el tratamiento de datos personales que le conciernen.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
22	78	A22.2 El tratamiento de los datos de carácter personal requerirá el consentimiento inequívoco del titular, salvo en los siguientes supuestos: cuando se refieran a las partes de un contrato o pre-contrato de una relación negocial y sean necesarios para su mantenimiento o cumplimiento.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
22	79	A22.2 El tratamiento de los datos de carácter personal requerirá el consentimiento inequívoco del titular, salvo en los siguientes supuestos: cuando los datos figuren en una fuente accesible al público y su tratamiento sea necesario para la satisfacción del interés legítimo perseguido por el responsable del fichero o por el del tercero a quien se comuniquen los datos, siempre que no se vulneren los derechos y libertades fundamentales del titular.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
22	80	A22.3 El consentimiento podrá ser revocado cuando exista una causa justificada para ello, y no se le atribuyen efectos retroactivos.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
22	81	Artículo 23. - Ejercicio de derechos																							
22	82	A23.1 Las empresas adheridas a este Código deberán garantizar a los titulares el ejercicio de los derechos de acceso, rectificación y cancelación de sus datos personales, así como el derecho a oponerse al tratamiento y/o transferencia de los mismos, poniendo para ello a su disposición mecanismos de utilización sencillos (como dirección de correo electrónico y postal).				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
22	83	A23.2 En ningún caso, las empresas podrán utilizar la información para finalidades distintas de las que haya consentido el consumidor, salvo que, previamente, le hayan advertido de la intención de hacerlo otorgándole un plazo y un procedimiento razonables para oponerse.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
22	84	Artículo 24. - Uso de cookies y dispositivos similares																							
22	85	A24.2 Las empresas adheridas a este Código proveerán a los usuarios de información clara y comprensible sobre la presencia y la finalidad de las cookies u otros dispositivos o técnicas similares, poniendo a su disposición mecanismos				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
		sencillos y gratuitos para informarles sobre cómo desactivarlas. Asimismo, se avisará de forma clara cuándo queda imposibilitado el acceso o la utilización de un servicio interactivo por ser necesario el envío e instalación de <i>cookies</i> u otros dispositivos o técnicas similares en el equipo del usuario.																								
22	86	A24.3 Las <i>cookies</i> u otras técnicas se utilizarán de forma disociada y nunca individualizada o relacionada a los datos personales de los usuarios, de forma que la información que se obtenga no pueda asociarse a persona identificada o identificable, salvo que el consumidor haya dado su consentimiento. En particular, cuando se utilicen <i>cookies</i> o <i>pixels</i> transparentes u otras técnicas asimilables, se proporcionará a los usuarios información clara y comprensible sobre su objetivo y de su utilización desvinculada de cualquier dato de carácter personal.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
22	87	Artículo 25. - Captación de datos personales en grupos de noticias, foros, charlas (<i>chats</i>) y similares con finalidad publicitaria																								
22	88	A25 No podrán utilizarse los grupos de noticias, tablón de anuncios, foros o charlas para captar datos con finalidad publicitaria, salvo que dicha recogida se ajuste a las normas de obtención de datos establecidas en el presente Código.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
22	89	Artículo 26. - Seguridad y protección de datos																								
22	90	A26 Las empresas adheridas a este Código deberán adoptar las medidas de seguridad apropiadas para salvaguardar la integridad y confidencialidad de los datos personales recabados, tratados y/o almacenados y realizar todos los esfuerzos necesarios para mantenerse al día sobre los avances en este campo. Los consumidores deberán ser informados sobre el nivel de protección que se aplica a sus datos personales y las posibles limitaciones de los sistemas de seguridad empleados. El oferente deberá informar al consumidor de la forma más transparente, clara y sencilla posible sobre la tecnología que se esté utilizando para proteger las transmisiones, procesamiento y/o almacenamiento de sus datos personales.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									4
22	91	Artículo 27. - Publicidad y protección de menores																								

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
22	92	A27.a La publicidad difundida en medios electrónicos de comunicación a distancia no deberá perjudicar moral o físicamente a los menores y tendrá, por consiguiente, que respetar los siguientes principios: deberá identificar los contenidos dirigidos únicamente a adultos.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7
22	93	A27.b La publicidad difundida en medios electrónicos de comunicación a distancia no deberá perjudicar moral o físicamente a los menores y tendrá, por consiguiente, que respetar los siguientes principios: no deberá incitar directamente a los menores a la compra de un producto o servicio, explotando su inexperiencia o su credulidad, ni a que persuadan a sus padres o tutores, o a los padres o tutores de terceros, para que compren los productos o servicios de que se trate.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7
22	94	A27.c La publicidad difundida en medios electrónicos de comunicación a distancia no deberá perjudicar moral o físicamente a los menores y tendrá, por consiguiente, que respetar los siguientes principios: en ningún caso deberá explotar la especial confianza de los niños en sus padres o tutores, profesores u otras personas.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7
22	95	A27.d La publicidad difundida en medios electrónicos de comunicación a distancia no deberá perjudicar moral o físicamente a los menores y tendrá, por consiguiente, que respetar los siguientes principios: no deberá, sin motivo justificado, presentar a los niños en situaciones peligrosas.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7
22	96	Artículo 28. - Tratamiento de datos de menores																								
22	97	A28.1 Para recoger datos o comunicarse con menores a través de medios de comunicación electrónica, las empresas adheridas a este Código deberán tener en cuenta la edad, el conocimiento y la madurez de su público objetivo. En ningún caso podrán recabarse del menor datos relativos o relacionados con la situación económica o la intimidad de los otros miembros de la familia.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7
22	98	A28.2 Las empresas adheridas a este Código deberán alentar a los menores a obtener autorización de sus padres o tutores antes de facilitar información en línea (online), y establecer mecanismos que aseguren que los niños han obtenido el consentimiento de aquéllos.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1		P 2	P 3	F 1	H 1	H 2
22	99	A28.3 Los padres o tutores podrán oponerse al envío de publicidad o información solicitada por los menores a su cargo, dirigiéndose para ello al responsable del fichero mediante un sistema que asegure su identidad.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								7
22	100	A28.4 Además del respeto a la opción de los padres de limitar la recogida de estos datos online, las empresas adheridas a este Código limitarán la utilización de datos proporcionados por los menores con la única finalidad de la promoción, venta y suministro de productos o servicios dirigidos a menores.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								7
22	101	A28.5 En ningún caso podrán cederse los datos relativos a menores sin el previo consentimiento de sus padres o tutores.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								7
22	102	A28.6 Las empresas adheridas a este Código deberán ofrecer a los padres o tutores información acerca de cómo proteger en línea (online) la privacidad de sus hijos o pupilos, así como facilitarles mecanismos para ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y determinación de la finalidad sobre los datos de aquéllos.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								7
23	1	Artículo 3.																							
23	2	A3.A Las Tiendas Virtuales incluirán en todas sus páginas web, el Sello de Garantía de ATIENDES que enlazará con el sitio web de la Asociación.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
23	3	A3.B Las Tiendas Virtuales, incluirán en todas las páginas de su titularidad, los datos necesarios para que cualquier cliente, usuario pueda identificarlas y ponerse en contacto con la empresa.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								2
23	4	Artículo 4. Servicio de atención al cliente																							
23	5	A4.A Las Tiendas Virtuales se comprometen a mantener activo y plenamente operativo un servicio de atención al cliente para atender las dudas, quejas y/o los comentarios de sus usuarios y clientes. En todo caso este servicio deberá constar de un número de teléfono y de una dirección de correo electrónico que deberán resultar fácilmente localizables y visibles desde la página de inicio de las Tiendas Virtuales.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
23	6	A4.B El servicio de atención al cliente de las Tiendas Virtuales, deberá de estar operativo en horario de oficina.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
23	7	Artículo 8. Obtención de los datos																							
23	8	A8.1 La obtención de datos de carácter personal, sólo podrá llevarse a cabo cuando éstos sean adecuados, pertinentes y no excesivos para alcanzar la finalidad por la que se han recogido. Dicha finalidad deberá ser determinada, explícita y legítima. En todo				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D1	D2	D3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	P1	P2		P3	F1	H1	H2	
		caso las Tiendas Virtuales se comprometen a destruir los datos personales cuando se haya logrado el fin por el que fueron recogidos.																								
23	9	A8.2 En todo caso, las Tiendas Virtuales recabarán el consentimiento expreso de los titulares de los datos, para proceder a su tratamiento y no cederán dichos datos bajo ningún concepto a terceras empresas si el previo consentimiento expreso del cliente o usuario.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
23	10	A8.3 Las Tiendas Virtuales adoptarán las medidas técnicas y legales necesarias para asegurar la privacidad y la seguridad de los datos otorgados por los titulares de los mismos.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									4
23	11	A8.4 En todo caso, las Tiendas Virtuales, informarán a los titulares de los datos de los derechos que les asisten (acceso, rectificación, cancelación y oposición) y pondrán a su disposición los medios necesarios para que ejerza estos derechos. En todo caso, permitirán el ejercicio de estos derechos mediante sistemas de comunicación electrónica como el correo electrónico.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
23	12	Artículo 9. Sistemas de pago seguros																								
23	13	A9.1 Para ofrecer las máximas garantías de seguridad, las Tiendas Virtuales adheridas al CBCE, deberán de disponer se sistemas de comunicaciones seguras que garanticen la confidencialidad de los datos que el cliente introduzca en la página web de la Tienda Virtual cuando esté realizando el pago de cualquier producto o servicio.									✓															4
23	14	A9.2 En todo caso, si la Tienda Virtual no ofreciera el pago mediante un servicio de TPV-Virtual de una entidad financiera de reconocido prestigio, deberá de disponer de sistemas de transmisión de los datos de cobro mediante SSL, o cualquier sistema superior.									✓															4
23	15	Artículo 10. Condiciones generales de la contratación																								
23	16	A10.1 Las Tiendas Virtuales adheridas al CBCE deberán de disponer de Condiciones Generales de la Contratación en las que se regule la contratación de productos o servicios a través de su web.									✓															3
23	17	A10.2 Las Tiendas Virtuales dispondrán de un enlace directo y claramente visible, que remita a los usuarios a las Condiciones Generales de Contratación. Este enlace deberá ser accesible desde todas las páginas desde las que sea posible iniciar un proceso de contratación. En todo caso, las Condiciones Generales de									✓															3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D1	D2	D3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	P1	P2		P3	F1	H1	H2
		Contratación de los productos y servicios de las Tiendas Virtuales respetarán la Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación.																							
23	18	Artículo 11. Plazos de entrega y devoluciones																							
23	19	A11.1 Las Tiendas Virtuales se comprometen a respetar los plazos de entrega que para cada producto indiquen en sus Condiciones Generales. En todo caso este plazo no podrá superar los 10 días, a contar desde el instante que la Tienda Virtual hubiese recibido el pedido de compra.										✓													3
23	20	A11.2 Los usuarios tendrán siete días para desistir de la compra, a contar desde el momento en que hubieran recibido el producto adquirido. Este derecho no le asistirá en las ventas de objetos que puedan ser reproducidos o copiados con carácter inmediato, que se destinen a la higiene corporal o que, en razón de su naturaleza, no puedan ser devueltos. Las Tiendas Virtuales, deberán de informar sobre este derecho en las Condiciones Generales de la Contratación.										✓													3
23	21	Artículo 12. Envío de comunicaciones comerciales																							
23	22	A12 (...) En ningún caso las Tiendas Virtuales remitirán comunicaciones electrónicas que incluyan ofertas o información comercial, que no hayan sido previamente solicitadas o expresamente autorizadas por sus destinatarios.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
23	23	Artículo 13. Revocación del consentimiento																							
23	24	A13 Las Tiendas Virtuales pondrán a disposición de los destinatarios de las comunicaciones comerciales, medios sencillos y gratuitos para que estos puedan revocar el consentimiento prestado en cualquier momento. Las Tiendas Virtuales deberán de ofrecer un correo electrónico mediante el cual los usuarios o clientes puedan revocar el consentimiento.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
23	25	Artículo 14. Formato de las comunicaciones comerciales																							
23	26	A14 Las comunicaciones comerciales enviadas por las Tiendas Virtuales incluirán al comienzo del mensaje donde vayan contenidas, la palabra "Publicidad". Así mismo, intentarán ofrecer que los destinatarios puedan elegir el formato en que desean recibir las comunicaciones tanto en formato texto como en formato html.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
24	1	Principio Alcance jurídico (1) (RO)																							

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																			IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2	P 3		F 1	H 1	H 2	
24	2	P1c El poseedor del sitio <i>web</i> no podrá tener negocios ilícitos y, como tal, tendrá que garantizar que en el sitio <i>web</i> no hay venta ni promoción de productos o servicios que sean ilegales o que pongan en causa la legislación aplicable.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									3
24	3	P1d El poseedor del sitio <i>web</i> tendrá que indicar en la página de entrada acceso a los siguientes datos de identificación: el nombre de la empresa, la caracterización de su actividad, la ubicación de su sede, la dirección electrónica y la cobertura geográfica de su oferta.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									2
24	4	Principio Privacidad y protección de los datos personales (2) (RO)																								
24	5	P2a El Manual de Conformidad vincula la adopción y implementación de una política efectiva de protección de los visitantes de los sitios <i>web</i> . La existencia de esa política tiene que ser clara para el visitante a través del suministro de un <i>click-through</i> en el momento (o antes) de la recogida de datos.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
24	6	P2b El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que garantizar que sus archivos que contienen datos sobre los consumidores están registrados en la Comisión Nacional de Protección de Datos Personales.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
24	7	P2c El poseedor de los datos tiene que garantizar la exactitud y actualidad de los datos, la seguridad de los datos, el acceso mediante solicitud expresa y la adopción de procedimientos para transferencia de datos para terceros.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
24	8	P2d En el momento de recogida de datos, el poseedor del sitio <i>web</i> tiene que informar el titular de los datos: de la identidad y/o dirección del responsable por el tratamiento de los datos.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
24	9	P2d En el momento de recogida de datos, el poseedor del sitio <i>web</i> tiene que informar el titular de los datos: los destinatarios de los datos.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
24	10	P2d En el momento de recogida de datos, el poseedor del sitio <i>web</i> tiene que informar el titular de los datos: del carácter obligatorio o facultativo del suministro de sus datos.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
24	11	P2d En el momento de recogida de datos, el poseedor del sitio <i>web</i> tiene que informar el titular de los datos: de la existencia de las condiciones del derecho de acceso y rectificación.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
24	12	P2d En el momento de recogida de datos, el poseedor del sitio <i>web</i> tiene que informar el titular de los datos: cuando no resulta claro, tiene que ser dada información sobre el motivo por el cual los datos				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA						
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1		P 2	P 3	F 1	H 1	H 2	
		personales están a ser solicitados y reunidos y con fines estos serán utilizados, teniendo estos que ser estrictamente necesarios para la ejecución de los fines especificados. (...)																								
24	13	P2e El poseedor del sitio <i>web</i> no podrá solicitar, mantener o utilizar archivos de datos individualmente identificables y referentes a convicciones políticas, religiosas o filosóficas, sobre la filiación en partidos o sindicatos, la vida privada o origen étnica.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
24	14	P2f En el caso de la transacción ser abandonada antes de estar concluida, el poseedor del sitio <i>web</i> tiene que garantizar que los respectivos datos personales pueden ser eliminados.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									3
24	15	P2g El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que identificar en el sitio <i>web</i> el procedimiento de acceso para consultar, corregir o eliminar los datos personales conforme registrados por el sitio <i>web</i> y garantizar su registro, sin restricciones, con periodicidad razonable y sin demoras o costes excesivos.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
24	16	P2h En el caso de la empresa pretender recoger datos no necesarios al contrato, tiene que hacerlo en la forma de una encuesta facultativa y debidamente separada e identificada.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
24	17	P2i El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que proveer informaciones sobre la forma de divulgación de esos datos personales a otras empresas o socios. El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que dar al consumidor la opción de este se oponer a la transferencia de los datos personales para terceros.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
24	18	P2j El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que informar los consumidores del uso de cualquier tecnología para acumular o localizar datos identificables no personales suministrados (<i>cookies</i>). También deberá ser animado el suministro de información sobre el uso de aquellas tecnologías y las implicaciones de restringir el uso de las mismas.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
24	19	P2k El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que informar el titular de los datos de las opciones de rechazo de utilización de sus datos para fines de Marketing futuros y/o envío de mensajes promocionales, así como permitir su participación en los procedimientos de acceso a algún servicio preferencial/mecanismo de registro de opción negativa (<i>opt-out</i>).				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
24	20	P21 El poseedor del sitio <i>web</i> tendrá que proveer, por solicitud del usuario, información sobre las medidas adoptadas para garantizar la seguridad de los datos personales reunidos y almacenados. Esa información debe, en especial, hacer referencia a la forma como los datos están protegidos contra fugas, falsificación y uso indebido y/o cualquier otra actividad que pueda alterar su estatuto, formato y/o accesibilidad.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									4
24	21	Principio Autenticación, no rechazo e integridad de los datos (3) (RO)																							
24	22	P3a El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que asegurar que el usuario pueda acceder a la información sobre la adopción y la ejecución de una política eficaz de seguridad en el sitio <i>web</i> . El acceso podrá hacerse a través de enlaces <i>click-through</i> que lo conduzcan a la información de certificación.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									4
24	23	P3b El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que garantizar la implementación de sistemas de seguridad adecuados y de confianza en sus sitios <i>web</i> (...) debiendo alertar al consumidor, antes de la celebración de un contrato, para el nivel de protección concedido a sus datos financieros y personales.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									4
24	24	P3c Los poseedores de sitios <i>web</i> tienen que informar al consumidor, en términos generales, de toda y cualquier tecnología utilizada para proteger la transmisión, el procesamiento y/o el almacenamiento de los datos.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									4
24	25	P3d El poseedor del sitio <i>web</i> deberá instituir un sistema de confirmación por entidades certificadoras... El certificado digital tiene que contener, al menos, las siguientes informaciones: nombre o denominación del titular de la firma y otros elementos necesarios para su identificación inequívoca.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									4
24	26	P3d El poseedor del sitio <i>web</i> deberá instituir un sistema de confirmación por entidades certificadoras... El certificado digital tiene que contener, al menos, las siguientes informaciones: nombre e firma digital de la entidad certificadora, así como la indicación del país donde está establecida.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									4
24	27	P3d El poseedor del sitio <i>web</i> deberá instituir un sistema de confirmación por entidades certificadoras... El certificado digital tiene que contener, al menos, las siguientes informaciones: clave pública correspondiente a la clave privada detenida por el titular.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									4

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA								
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2				
24	28	P3d El poseedor del sitio <i>web</i> deberá instituir un sistema de confirmación por entidades certificadoras... El certificado digital tiene que contener, al menos, las siguientes informaciones: número de serie del certificado.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓												4
24	29	P3d El poseedor del sitio <i>web</i> deberá instituir un sistema de confirmación por entidades certificadoras... El certificado digital tiene que contener, al menos, las siguientes informaciones: el inicio y el fin de validez del certificado.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓												4
24	30	P3d El poseedor del sitio <i>web</i> deberá instituir un sistema de confirmación por entidades certificadoras... El certificado digital tiene que contener, al menos, las siguientes informaciones: la indicación de la existencia o no de determinadas restricciones de utilización.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓												4
24	31	P3e El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que garantizar que suministra a los usuarios el acceso a su información personal, garantizando que los procedimientos de seguridad y autenticación son claros y suministrados en un lenguaje accesible.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓												4
24	32	P3f El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que proveer a los consumidores mecanismos de pago seguros y simple.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓												4
24	33	P3g El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que garantizar la existencia de un tiempo máximo de sesión (10 minutos), al final del cual deberá haber nuevo proceso de autenticación.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓												4
24	34	P3h El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que desanimar los usuarios a proveer información crítica o personal en medios o canales considerados inseguros.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓												4
24	35	Principio Protección de la propiedad intelectual (4) (RO)																											
24	36	P4a El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que garantizar que la información que es de su responsabilidad y que se encuentra disponible en los medios electrónicos de comunicación respeta los derechos de propiedad intelectual e industrial de terceros.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓												7
24	37	P4b El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que poseer una autorización de utilización, del titular, de la información que coincide con marcas, nombres, rótulos o denominaciones de empresas/servicios.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓												7
24	38	P4c El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que garantizar que las bases de datos que, sea por selección, sea por hacer disponible el contenido, constituyen creaciones intelectuales del respectivo autor, están a ser protegidas en materia de derechos de autor.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓												7

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
24	39	Principio Términos y condiciones de venta (5) (RO)																								
24	40	P5a El poseedor del sitio <i>web</i> tiene de incluir en la realización de un contrato, la siguiente información: la identidad, la dirección física y otras formas de contacto relevantes de la empresa, de forma a que esta sea claramente identificada.									✓															3
24	41	P5a El poseedor del sitio <i>web</i> tiene de incluir en la realización de un contrato, la siguiente información: las principales características de los bienes y servicios propuestos, en términos cualitativos y cuantitativos.									✓															3
24	42	P5a El poseedor del sitio <i>web</i> tiene de incluir en la realización de un contrato, la siguiente información: el precio a cobrar por la empresa al consumidor, incluyendo, siempre que posible, todas las tasas y cualquier coste adicional no opcional.									✓															3
24	43	P5a El poseedor del sitio <i>web</i> tiene de incluir en la realización de un contrato, la siguiente información: las condiciones generales de la oferta y las restricciones, en su caso (de área geográfica, en función de edad, medios de pago no autorizados, la durabilidad de los bienes de consumo).									✓															3
24	44	P5a El poseedor del sitio <i>web</i> tiene de incluir en la realización de un contrato, la siguiente información: el periodo de validez de la oferta, en su caso.									✓															3
24	45	P5a El poseedor del sitio <i>web</i> tiene de incluir en la realización de un contrato, la siguiente información: las condiciones de entrega.									✓															3
24	46	P5a El poseedor del sitio <i>web</i> tiene de incluir en la realización de un contrato, la siguiente información: la existencia de condiciones para ejercer el derecho de retracción (que nunca deberá ser inferior a 10 días hábiles, salvo si el consumidor solicitar expresamente la prestación inmediata del servicio) y reembolso.									✓															3
24	47	P5a El poseedor del sitio <i>web</i> tiene de incluir en la realización de un contrato, la siguiente información: las condiciones de rescisión del contrato, cuando sea de duración no especificada o de duración superior a un año.									✓															3
24	48	P5a El poseedor del sitio <i>web</i> tiene de incluir en la realización de un contrato, la siguiente información: una dirección y un teléfono para esclarecimiento de dudas.									✓															3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D1	D2	D3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	P1	P2		P3	F1	H1	H2	
24	49	P5a El poseedor del sitio <i>web</i> tiene de incluir en la realización de un contrato, la siguiente información sobre las condiciones de garantía y el servicio de posventa.																								3
24	50	P5b El contrato es considerado celebrado, cuando el poseedor del sitio <i>web</i> recibe, por parte del consumidor, la confirmación de su pedido. Inmediatamente a seguir, el poseedor del sitio <i>web</i> es animado a confirmar la recepción de dicha confirmación, en una forma posible de grabación y/o impresión, durante la vigencia del contrato, o lo más tarde, en el día de la entrega.																								3
24	51	P5c El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que asegurar que la confirmación se hace a través de una declaración clara o a través de un resumen donde consten las condiciones del pedido, englobando los siguientes aspectos: los productos solicitados.																								3
24	52	P5c El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que asegurar que la confirmación se hace a través de una declaración clara o a través de un resumen donde consten las condiciones del pedido, englobando los siguientes aspectos: la fecha del pedido.																								3
24	53	P5c El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que asegurar que la confirmación se hace a través de una declaración clara o a través de un resumen donde consten las condiciones del pedido, englobando los siguientes aspectos: el precio establecido y las condiciones de entrega, acordadas en la realización del contrato y demás encargos.																								3
24	54	P5c El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que asegurar que la confirmación se hace a través de una declaración clara o a través de un resumen donde consten las condiciones del pedido, englobando los siguientes aspectos: un contacto de la empresa.																								3
24	55	P5c El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que asegurar que la confirmación se hace a través de una declaración clara o a través de un resumen donde consten las condiciones del pedido, englobando los siguientes aspectos: una referencia de pedido.																								3
24	56	P5d Los procedimientos/pasos definidos por el poseedor del sitio <i>web</i> , para efectuar los pedidos y posterior realización del contrato, tienen que ser explicados de forma clara y basados en un interfaz sencillo y accesible, en particular en lo que respecta a la selección de los productos y respectivas cantidades, minimizando al																								3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA						
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1		P 2	P 3	F 1	H 1	H 2	
		máximo el riesgo de error por parte del consumidor.																								
24	57	P5e Mismo después del proceso del pedido, el poseedor del sitio <i>web</i> tiene que garantizar un acceso fácil a un registro en línea de los términos y de las circunstancias aplicables a las transacciones, que debe estar disponible para imprimir y conservar en un archivo separado.									✓															3
24	58	P5f En el momento de la transacción, el poseedor del sitio <i>web</i> deberá proporcionar el envío inmediato de la información sobre el pedido en un formato que pueda ser fácilmente grabado y archivado. Salvo indicación contraria explícita para el consumidor, el poseedor del sitio <i>web</i> deberá garantizar la entrega en un plazo máximo de 30 días desde el momento de la transacción. Así, en el caso de el poseedor del sitio <i>web</i> no conseguir garantizar la entrega en el plazo definido, deberá informar de inmediato el consumidor, y dar la opción para cancelar el pedido.									✓															3
24	59	P5g El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que informar el consumidor de todo y cualquier fallo en la expedición de los productos solicitados en el plazo establecido por omisión o estipulado. En su caso, deberán ser especificadas una nueva fecha y período de entrega.									✓															3
24	60	P5h El poseedor del sitio <i>web</i> tiene así, de proveer al consumidor, la opción para confirmación, modificación o cancelación de su pedido.									✓															3
24	61	P5i Durante el período de entrega, el consumidor puede cancelar su pedido e reclamar el reembolso en el caso del pago ya haber ocurrido. En caso de no ser así, el poseedor del sitio <i>web</i> tiene de indicar la validez máxima del período sujeto a devolución – que empieza a contar a partir de la recepción del pedido.									✓															3
24	62	P5j Cuando el derecho de devolución hubiere sido ejercido por el consumidor, el poseedor del sitio <i>web</i> , queda obligado a rembolsar en un plazo máximo de 30 días los montantes pagados por el consumidor.									✓															3
24	63	P5k El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que especificar las políticas y procedimientos para la devolución de productos o cancelación de servicios y para el respectivo reembolso.									✓															3
24	64	P5l El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que especificar a título informativo, que las cancelaciones/reembolsos no son aplicables a productos hechos a medida o a productos perecederos, como sea en los siguientes casos: suministro de bienes o prestación de servicios									✓															3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA							
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2			
		cuyo precio dependa de fluctuaciones de tasas en el mercado financiero que el proveedor no puede controlar.																										
24	65	P5l El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que especificar a título informativo, que las cancelaciones/reembolsos no son aplicables a productos hechos a medida o a productos perecederos, como sea en los siguientes casos: suministro de bienes confeccionados según especificaciones del consumidor, o que, por su naturaleza, no pueden ser reenviados o sean susceptibles de una rápida deterioración.																										3
24	66	P5l El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que especificar a título informativo, que las cancelaciones/reembolsos no son aplicables a productos hechos a medida o a productos perecederos, como sea en los siguientes casos: suministro de grabaciones audio y video, de discos y programas de ordenador, a los cuales el consumidor haya sacado el sello de garantía de inviolabilidad.																										3
24	67	P5l El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que especificar a título informativo, que las cancelaciones/reembolsos no son aplicables a productos hechos a medida o a productos perecederos, como sea en los siguientes casos: suministro de periódicos y revistas.																										3
24	68	P5l El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que especificar a título informativo, que las cancelaciones/reembolsos no son aplicables a productos hechos a medida o a productos perecederos, como sea en los siguientes casos: servicios de apuestas y loterías.																										3
24	69	P5m La responsabilidad por el transporte de los pedidos deberá estar a cargo de la empresa proveedora o que presta el servicio. El coste del referido transporte deberá, salvo acuerdo en contrario, ser soportado por el consumidor, lo cual deberá ser previamente informado del mismo.																										3
24	70	P5n Siempre que haya una utilización fraudulenta de una tarjeta de crédito o de débito por otro, el consumidor podrá solicitar la anulación del pago realizado y la consecuente restitución de los montantes debitados para pago.																										3
24	71	P5o El poseedor del sitio <i>web</i> debe siempre proceder a la indicación de los costes para el consumidor en la moneda del poseedor del sitio <i>web</i> .																										3
24	72	P5p Si el derecho de retracción fuere aplicable, y en el caso de el suministro de los productos o servicios ocurrir en línea, su devolución tiene que ser acompañada por un documento electrónico con sus																										3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
		características.																							
24	73	P5q El consumidor no puede ser impedido de comprar en caso de no querer que sus datos sean registrados en una base de datos cuyos fines sobrepasen el acto de la compra.									✓														3
24	74	P5r En el caso de contratos realizados con carácter permanente o recurrente, el poseedor del sitio <i>web</i> tiene que indicar la duración mínima del contrato.									✓														3
24	75	Principio Reclamaciones y resolución de litigios (6) (RO)																							
24	76	P6a El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que asegurar procedimientos de reclamación internos eficaces, confidenciales, de utilización gratuita, de fácil acceso y utilización.									✓														3
24	77	P6b En el sistema de reclamaciones interno, el poseedor del sitio <i>web</i> tiene que definir un responsable, que el consumidor podrá contactar por teléfono, y/o correo electrónico. Asimismo, deberá proveer información clara cuanto a los procedimientos aplicables en lo que se refiere a la forma de hacer una reclamación, como sean los formularios a rellenar, entre otros.									✓														3
24	78	P6c Deberá ser desarrollado todo el tipo de esfuerzos para dar una respuesta a las reclamaciones y satisfacer el consumidor en un plazo establecido, que por omisión, no deberá exceder los 30 días detrás de la recepción de la reclamación.									✓														3
24	79	P6d La reclamación tiene que ser resuelta, sin perjuicio de los derechos del consumidor legalmente establecidos, nombradamente, asegurando que no tiene costes adicionales para el consumidor.									✓														3
24	80	P6e El consumidor tiene que ser informado en tiempo oportuno de cualquier ampliación de plazos que pueda comprometer los compromisos establecidos en el contrato.									✓														3
24	81	P6g En el caso de que el consumidor no esté contente con el tratamiento de su reclamación, el poseedor del sitio <i>web</i> tiene que proveer información relativa a potenciales mecanismos de resolución de conflictos externos (...).									✓														3
24	82	Principio Regulación de la publicidad (7) (RO)																							
24	83	P7a El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que garantizar que todos los mensajes publicitarios en el sitio <i>web</i> de su responsabilidad son caracterizadas por el respeto de la dignidad de la persona humana, del interés social, las instituciones nacionales, de las autoridades constituidas e por el núcleo				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							7

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
		familiar.																							
24	84	P7b El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que garantizar que, por un lado, ningún mensaje publicitario favorece o estimula cualquier especie de ofensa o discriminación racial, social, política, religiosa o de nacionalidad y, por otro lado, ningún mensaje publicitario contiene elementos que puedan inducir a actividades criminosas o ilegales (o que parezcan favorecer, enaltecer o estimular tales actividades).																							7
24	85	P7c El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que garantizar que los mensajes publicitarios no contienen afirmaciones o presentaciones visuales o auditivas que ofendan a los patrones de decencia que prevalecen en los grupos objetivo a los cuales la publicidad quiere llegar.																							7
24	86	P7d El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que garantizar que los anuncios son realizados de forma a no abusar de la confianza del consumidor, no explorar su falta de experiencia o de conocimiento ni beneficiar de su credulidad. (...)																							7
24	87	P7e El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que garantizar la distinción de una forma clara y inequívoca entre información y material publicitario, así como la alineación de los mensajes con el público objetivo.																							6
24	88	P7f Todos los mensajes publicitarios con referencia a productos tienen que contener una presentación verdadera del producto ofrecido, donde deben ser enumerados los siguientes elementos: las características de los bienes o servicios, el precio, las condiciones de suministro del producto o de prestación del servicio y la naturaleza, calidades y derechos del anunciante.																							6
24	89	P7g La publicidad tiene que ser identificable, tanto por la marca del producto, como por el nombre del fabricante, proveedor o distribuidor. (...)																							6
24	90	P7h Toda y cualquier oferta, juego promocional o concurso tendrán que ser claramente identificables como tales.																							6
24	91	P7i Los mensajes comerciales electrónicos no solicitados tendrán que ser claramente identificados como tales y el poseedor del sitio <i>web</i> tendrá que garantizar que estos mensajes no son enviados de forma aleatoria (sin definición del público objetivo). El poseedor del sitio <i>web</i> tendrá aún que proveer un mecanismo que permita al usuario rechazar que el sitio <i>web</i> siga enviando este tipo de mensajes (anti-spam).																							6

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
24	92	P7j Cualquier comparación referente a una oferta especial tendrá que presentar la indicación de la fecha de inicio y/o fin y toda y cualquier condición específica correspondiente.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
24	93	P7k El poseedor del sitio web tendrá que garantizar que los mensajes publicitarios en la forma de reportaje, artículo, anotación, texto-legenda o cualquier otra que se difunda mediante pago, son apropiadamente identificadas...				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
24	94	P7l El poseedor del sitio web tendrá que garantizar que la publicidad comparativa que pueda existir en el sitio web es lícita, o sea, que respecta las siguientes condiciones: no es engañosa, siendo su principal objetivo el mayor esclarecimiento, si no mismo la defensa del consumidor.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
24	95	P7m El poseedor del sitio web tendrá que garantizar que la publicidad comparativa que pueda existir en el sitio web es lícita, o sea, que respecta las siguientes condiciones: compara bienes y servicios que responden a necesidades idénticas o que visan el mismo objetivo.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
24	96	P7n El poseedor del sitio web tendrá que garantizar que la publicidad comparativa que pueda existir en el sitio web es lícita, o sea, que respecta las siguientes condiciones: compara objetivamente características esenciales, pertinentes, verificables y representativas de esos bienes y servicios, de las cuales el precio puede ser parte integrante.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
24	97	P7o El poseedor del sitio web tendrá que garantizar que la publicidad comparativa que pueda existir en el sitio web es lícita, o sea, que respecta las siguientes condiciones: no induce confusión en el mercado entre el anunciante y un competidor.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
24	98	P7p El poseedor del sitio web tendrá que garantizar que la publicidad comparativa que pueda existir en el sitio web es lícita, o sea, que respecta las siguientes condiciones: no desacredita ni ennegrece marcas, nombres comerciales u otro señal de distinción de un competidor.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
24	99	P7q El poseedor del sitio web tendrá que garantizar que la publicidad comparativa que pueda existir en el sitio web es lícita, o sea, que respecta las siguientes condiciones: siempre que incidir sobre productos que tienen una denominación de origen, es relacionada con productos que tienen la misma denominación.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA						
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1		P 2	P 3	F 1	H 1	H 2	
24	100	P7l El poseedor del sitio <i>web</i> tendrá que garantizar que la publicidad comparativa que pueda existir en el sitio <i>web</i> es lícita, o sea, que respecta las siguientes condiciones: no aprovecha la notoriedad de una marca o otro señal de distinción de un competidor.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										6
24	101	P7l El poseedor del sitio <i>web</i> tendrá que garantizar que la publicidad comparativa que pueda existir en el sitio <i>web</i> es lícita, o sea, que respecta las siguientes condiciones: no presenta un bien o servicio como una imitación o una reproducción de un bien o servicio de marca o nombre comercial protegido.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										6
24	102	Principio Protección de los menores (8) (RO)																								
24	103	P8a El poseedor del sitio <i>web</i> no puede recabar informaciones personales de menores con menos de 13 años de edad, y en caso de verificar que, por lapsos, tiene informaciones personales de este tipo, esas informaciones deben ser eliminadas de los sistemas. Es por eso que el usuario debe ser animado a indicar su edad antes que le sea solicitada más alguna información personal por parte de un sitio <i>web</i> .				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7
24	104	P8b El poseedor del sitio <i>web</i> debe proveer instrucciones claras relativamente a la solicitud de los datos personales, con explicaciones de fácil comprensión de lo(s) fin(es) para el (los) cual(es) la información es reunida. Y no deben ser solicitados más datos personales sobre el menor, además los necesarios para su participación en las actividades del sitio <i>web</i> .				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7
24	105	P8c El poseedor del sitio <i>web</i> no debe utilizar o divulgar información personal identificable sobre menores, sin la previa autorización de uno los padres/tutor/profesor.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7
24	106	P8d El poseedor del sitio <i>web</i> debe utilizar instrucciones de aviso para animar los menores a obtener autorización de los padres/tutores, antes de proveer datos personales o de cualquier compromiso relativamente a la compra de bienes o servicios. Estos avisos deben ser presentados en los mismos locales donde es solicitada la información, y deben ser claros, de fácil visualización y comprensión.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7
24	107	P8e El poseedor del sitio <i>web</i> debe informar los padres/tutores de terceros de la recogida de datos. Los padres/tutores tienen el derecho a rechazar la divulgación de informaciones relativas a sus hijos y terceros.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA										
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2						
24	108	P8f El poseedor del sitio <i>web</i> debe animar los padres a se involucraren en las actividades en línea de sus hijos y, siempre que posible, deben proveer toda la información a los padres relativamente a la vigilancia de esas mismas actividades. Este proceso puede incluir el suministro de información sobre las herramientas actuales de software y tecnología.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓															7
24	109	P8g El poseedor del sitio <i>web</i> no debe animar los menores a acceder a los sitios destinados apenas a los adultos o a los sitios que puedan ser considerados como no apropiados.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓															7
24	110	P8h No deben ser utilizados incentivos especiales como ofertas de premios o juegos para animar los menores a proveer información personal detallada.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓															7
24	111	P8i Toda y cualquier comunicación comercial dirigida a los menores, debe ser seleccionada por el poseedor del sitio <i>web</i> , considerando la edad, el conocimiento y el nivel de madurez del respectivo público.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓															7
24	112	P8j El poseedor del sitio <i>web</i> debe tener en cuenta que los productos publicitarios destinados apenas a adultos no deberán ser difundidos junto de los menores.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓															7
24	113	P8k El poseedor del sitio <i>web</i> debe utilizar filtros para bloquear el acceso a páginas <i>web</i> que integren contenidos relativos a desnudez, violencia, drogas y alcohol.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓															7
24	114	P8l Deben aún ser adoptadas las medidas necesarias para garantizar la protección contra comunicaciones no solicitadas a través de correo electrónico que no sean del interés del menor.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓															7
24	115	P8m El poseedor del sitio <i>web</i> no debe hacer ofertas de crédito a los menores.				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓															7
24	116	Principio Disponibilidad del negocio (9) (RP)																													
24	117	P9a El poseedor del sitio <i>web</i> debe garantizar niveles de calidad, seguridad y rendimiento, por forma a establecer una rapidez mínima al nivel de los procesos de negocio, como sea a través de: autenticación de los socios en las transacciones.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓															3
24	118	P9a El poseedor del sitio <i>web</i> debe garantizar niveles de calidad, seguridad y rendimiento, por forma a establecer una rapidez mínima al nivel de los procesos de negocio, como sea a través de: ser responsable por la integridad de los contenidos del sitio <i>web</i> .				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓															1

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA							
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2			
24	119	P9a El poseedor del sitio <i>web</i> debe garantizar niveles de calidad, seguridad y rendimiento, por forma a establecer una rapidez mínima al nivel de los procesos de negocio, como sea a través de: garantizar la integridad y confidencialidad de las transacciones y de la información acerca de las transacciones.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓											3
24	120	P9a El poseedor del sitio <i>web</i> debe garantizar niveles de calidad, seguridad y rendimiento, por forma a establecer una rapidez mínima al nivel de los procesos de negocio, como sea a través de: operación en instalaciones físicas que garanticen la disponibilidad y continuidad del negocio 24X7X365.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓											3
24	121	Principio Gestión y actualización de los contenidos (10) (RP)																										
24	122	P10a El productor de contenidos del sitio <i>web</i> debe garantizar que el proceso de actualización de contenidos es suficientemente simplificado para no haber necesidad de alteraciones en la estructura y programación del sitio.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓											1
24	123	P10b El productor de contenidos del sitio <i>web</i> debe hacer el proceso de manutención transparente para el usuario, asegurando que los contenidos, estáticos y dinámicos, son regularmente actualizados.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓											1
24	124	P10d El productor de contenidos del sitio <i>web</i> debe mantener todas las versiones del sitio organizadas... (...) los documentos publicados deben contener las fechas de actualización.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓											1
24	125	P10e Los consumidores deben ser informados en la página del sitio <i>web</i> que los contenidos fueran alterados o introducir enlaces directos para el nuevo contenido.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓											1
24	126	P10f El productor de contenidos del sitio <i>web</i> debe facilitar la interacción con el usuario, a través de <i>newsletters</i> , foros, respuesta a mensajes de correo electrónico, rellenando formularios, pagos en línea.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓											6
24	127	P10g El productor de contenidos del sitio <i>web</i> debe garantizar que los mensajes de correo electrónico de comunicaciones promocionales y/o comerciales no solicitados, están claramente identificados como tales. Asimismo, no deben ser enviados de forma aleatoria y sin destino referenciado, por lo que deben ser considerados aquellos consumidores que han rechazado este tipo de comunicaciones.					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓											6

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
24	128	P10h El productor de contenidos del sitio web debe promover y divulgar los bienes y servicios de forma estructurada, y cuando posible, acompañada de información visual...				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
24	129	P10i El productor de contenidos del sitio web debe proveer elementos adicionales de información, como enlaces para otras páginas o correo electrónico con información adicional.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
24	130	P10i El productor de contenidos del sitio web debe proveer contenidos que permitan evaluar el nivel de apoyo al cliente (encuestas en línea).				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									3
24	131	Principio Ergonomía, navegabilidad y diseño (11) (RP)																							
24	132	P11a La ergonomía y la navegabilidad deberán ser garantizadas por mecanismos de navegación, esto es, medios que ayuden a una buena navegación por parte del usuario, como sean: barra de navegación.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
24	133	P11a La ergonomía y la navegabilidad deberán ser garantizadas por mecanismos de navegación, esto es, medios que ayuden a una buena navegación por parte del usuario, como sean: mapa del sitio.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
24	134	P11a La ergonomía y la navegabilidad deberán ser garantizadas por mecanismos de navegación, esto es, medios que ayuden a una buena navegación por parte del usuario, como sean: índices.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
24	135	P11a La ergonomía y la navegabilidad deberán ser garantizadas por mecanismos de navegación, esto es, medios que ayuden a una buena navegación por parte del usuario, como sean: lista de preguntas más frecuentes.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
24	136	P11a La ergonomía y la navegabilidad deberán ser garantizadas por mecanismos de navegación, esto es, medios que ayuden a una buena navegación por parte del usuario, como sean: motor de búsqueda.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
24	137	P11b El poseedor del sitio web debe ser responsable por introducir niveles de jerarquía que proporcionen al usuario la posibilidad de entrar en detalle informativo según su interés.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
24	138	P11e El poseedor del sitio web debe proporcionar una utilización lo más amigable posible para el usuario.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
24	139	P11h El poseedor del sitio web debe garantizar la existencia de al menos tres tipos de materiales en la creación de un sitio: logotipo.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA						
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1		P 2	P 3	F 1	H 1	H 2	
24	140	P11h El poseedor del sitio <i>web</i> debe garantizar la existencia de al menos tres tipos de materiales en la creación de un sitio: texto.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
24	141	P11h El poseedor del sitio <i>web</i> debe garantizar la existencia de al menos tres tipos de materiales en la creación de un sitio: imágenes.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
24	142	P11k El poseedor del sitio <i>web</i> debe asegurar la presentación de contenidos relevantes en todas las páginas, y hacer con que sea fácil y rápida su lectura.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
24	143	P11l El poseedor del sitio <i>web</i> , en el caso de utilizar imágenes en la construcción del sitio, debe utilizar el formato menos pesado (jpeg), por forma a disminuir el tamaño de su archivo, sin comprometer mucho la calidad de imagen.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
24	144	P11m El poseedor del sitio <i>web</i> debe tener como preocupación la legibilidad de la información, no debiendo utilizar, mismo que el resultado parezca atrayente, una grande cantidad de texto en letras mayúsculas.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
24	145	P11n El poseedor del sitio <i>web</i> no debe utilizar varias fuentes de letra en las páginas, no máximo apenas una o dos familias de tipos; la misma lógica es aplicable a los colores.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
24	146	P11o El poseedor del sitio <i>web</i> deberá usar un fondo que no debe, en hipótesis alguna, competir con el primer plano, debiendo en principio presentar colores suaves y, al mismo tiempo, tener algún cuidado con la utilización de imágenes de tamaño elevado.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
24	147	P11q El poseedor del sitio <i>web</i> deberá maximizar las sinergias entre los varios elementos visuales, garantizando la armonía de colores, un layout estructurado y la utilización de fuentes tipográficas <i>standard</i> .				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
24	148	P11r El poseedor del sitio <i>web</i> deberá garantizar que los botones y las instrucciones de navegación son simples y claras, funcionales y sin sorpresas, ni confundiendo el visitante.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
24	149	P11s El poseedor del sitio <i>web</i> debe garantizar que, en la presencia de páginas y secciones diferentes, las herramientas de navegación y las ilustraciones mantienen el mismo aspecto en todas ellas.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
24	150	P11u El poseedor del sitio <i>web</i> debe tener algún cuidado en la colocación de enlaces que remeten el usuario/consumidor para otros sitios, y debe avisarlo de forma explícita.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7
25	1	Regla nº 1: Seguridad jurídica																								
25	2	R1A La ley aplicable es la del Estado portugués.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
25	3	R1B La empresa debe indicar la zona geográfica de cobertura de la oferta en la página de entrada.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										3
25	4	Regla nº 2: Seguridad de la empresa y de los productos																								
25	5	R2A La empresa está legalmente constituida según la legislación del país donde está ubicada.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										3
25	6	R2B La empresa no venderá ni hará la promoción de productos o servicios ilegales, que ofendan la dignidad humana o que tengan alguna relación con convicciones religiosas, políticas o sindicales.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										3
25	7	Regla nº 3: Información a los consumidores																								
25	8	R3 La empresa informa correcta y completamente los consumidores antes de cualquier pedido, sobre: su denominación, forma jurídica, dirección completa, número de teléfono, dirección de correo electrónico, datos de autorización o licencia, en su caso.										✓														3
25	9	R3 La empresa informa correcta y completamente los consumidores antes de cualquier pedido, sobre: características esenciales de los productos o servicios, garantías y servicio posventa inclusive.										✓														3
25	10	R3 La empresa informa correcta y completamente los consumidores antes de cualquier pedido, sobre: disponibilidad de los productos.										✓														3
25	11	R3 La empresa informa correcta y completamente los consumidores antes de cualquier pedido, sobre: condiciones de entrega de los productos o de prestación del servicio (modalidad, lugar y plazo para la entrega).										✓														3
25	12	R3 La empresa informa correcta y completamente los consumidores antes de cualquier pedido, sobre: precios y costes adicionales (tasas, transporte u otros); en el caso de los gastos o costes que no sean fijos, se deberá comunicar la referencia o la variable de la que dependen (por ejemplo, se indicará si los gastos de envío se cobran en función del país o por kilo). Los precios se indicarán al menos en la moneda nacional y en euros.										✓														3
25	13	R3 La empresa informa correcta y completamente los consumidores antes de cualquier pedido, sobre: modalidades de pago y divisas aceptadas										✓														3
25	14	R3 La empresa informa correcta y completamente los consumidores antes de cualquier pedido, sobre: las condiciones generales aplicables, y si son identificables como tales.										✓														3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA						
			D1	D2	D3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	P1	P2		P3	F1	H1	H2		
25	15	R3 La empresa informa correcta y completamente los consumidores antes de cualquier pedido, sobre: cualquier restricción a la oferta, nombradamente cuanto a la validez de la misma y respectiva área geográfica.																									3
25	16	R3 La empresa informa correcta y completamente los consumidores antes de cualquier pedido, sobre: la duración y las modalidades del derecho de retracción y posibilidades para el consumidor poder reclamar el reembolso de los costes inherentes a la devolución del producto.																									3
25	17	R3 La empresa informa correcta y completamente los consumidores antes de cualquier pedido, sobre: el procedimiento en caso de reclamación.																									3
25	18	Regla nº 4: Procedimiento para la realización de pedidos																									
25	19	R4 La empresa confirmará el pedido a través de un mensaje de correo electrónico, inmediatamente detrás de la realización del mismo. El mensaje de confirmación incluirá la denominación de la empresa, el número o referencia del pedido, el valor total del pedido e información sobre el procedimiento para resolución del contrato, incluyendo a quien es dirigida la comunicación de dicha resolución y, aún, sobre la posibilidad de el consumidor poder solicitar el reembolso de los costes inherentes a la devolución.																									3
25	20	Regla nº 5: Plazo para ejercer el derecho de desistimiento																									
25	21	R5A La empresa facilitará un plazo de, al menos, 14 días para retracción, a contar de la fecha de entrega del producto o conclusión de prestación del servicio. El consumidor tiene 30 días para hacer la devolución de los productos, a contar de la fecha de recepción. Durante ese plazo, la empresa se compromete a recibir los productos o a anular el contrato de prestación de servicios sin encargos para el consumidor. En el caso del consumidor ejercer el derecho de retracción, la empresa tiene 14 días, a contar de fecha de devolución de los productos o del fin de la utilización del servicio, para rembolsar el cliente.																									3
25	22	R5B El derecho de retracción no es aplicable a los contratos que respecten a productos personalizados o hechos a medida o que, por su naturaleza, no puedan ser devueltos o sean susceptibles de perecer rápidamente, al suministro de periódicos, revistas y otras publicaciones																									3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
		del género, ni a los valores mobiliarios.																								
25	23	R5C En lo que respecta a los productos susceptibles de hacer una copia, como es el caso del software y de música, el derecho de retracción deberá tener en cuenta lo siguiente: si la empresa permitir la apreciación previa del producto, nombradamente a través de muestras o demostraciones que permitan el conocimiento adecuado del mismo, el derecho de retracción solo puede ser invocado cuando el consumidor no tenga danificado el embalaje original ni extraído el sello de garantía.										✓														3
25	24	R5D El consumidor pierde este derecho en caso de solicitar la inmediata prestación del servicio. Esta solicitud debe ser expresa y precedida de un aviso a informar de la pérdida del derecho de retracción.										✓														3
25	25	R5E En la suscripción de servicios en línea, la empresa debe conceder un plazo de prueba gratuito de, al menos, 14 días.										✓														3
25	26	Regla nº 6: Modalidades de pago																								
25	27	R6A La empresa emitirá una factura en la que se detallarán todos los gastos. En ésta se recordará al consumidor las modalidades para el ejercicio del derecho de desistimiento o revocación del contrato, si procede. Aquellos productos o servicios entregados o suministrados en línea deberán ir acompañados de un documento electrónico en el que se incluirán los mismos conceptos ya señalados.										✓														3
25	28	R6B La empresa ofrecerá la posibilidad de elegir entre distintas modalidades de pago. Al menos una de ellas deberá permitir al consumidor efectuar el pago únicamente al final del plazo para el desistimiento, si procede, sin que ello suponga un incremento del precio.										✓														3
25	29	Regla nº 7: Protección de la vida privada																								
25	30	R7A La empresa informará al consumidor sobre los datos recabados (inclusive aquellos obtenidos vía "cookies") así como sobre el uso que de éstos hace y como puede acceder a estos datos y rectificarlos, gratuitamente.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
25	31	R7B La empresa sólo recabará aquellos datos que sean imprescindibles y sólo en el momento en el que sea necesario (por ejemplo, los datos personales como el nombre y apellidos del consumidor o el número de su tarjeta de crédito únicamente le serán solicitados cuando éste haya cumplimentado su boletín de pedido) y apenas en esa vez.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
25	32	R7C Si la empresa desea recabar datos no imprescindibles al contrato, deberá hacerlo a través de una encuesta facultativa que deberá ir claramente separada del proceso de pedido.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
25	33	R7D La empresa permitirá al consumidor la opción que le permita negarse a que sus datos sean transmitidos a terceros. De la misma forma, la empresa ofrecerá al consumidor una opción para que éste pueda negarse a que le envíen mensajes electrónicos promocionales. Ambas opciones deberán indicarse claramente en el boletín de pedido.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
25	34	R7E Los archivos que contienen datos sobre los consumidores serán registrados en la Comisión Nacional de Protección de Datos Personales.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									5
25	35	Regla nº 8: Protección de los menores																							
25	36	R8 La empresa adoptará las siguientes medidas específicas con el fin de proteger a los menores: los mensajes publicitarios deberán diferenciarse claramente para poder ser identificados como tales por el segmento del público al que se dirigen (la edad deberá ser especialmente tenida en cuenta) y se separarán claramente de los juegos y concursos.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7
25	37	R8 La empresa adoptará las siguientes medidas específicas con el fin de proteger a los menores: la empresa no alentará a los menores para que éstos les proporcionen datos o informaciones de índole personal sobre ellos mismos o sobre otras personas. En ningún caso la comunicación de datos por parte de menores podrá ser "premiada" con regalos, con cualquier otro tipo de ventaja ni podrá ser condicionante para acceder a un servicio o a un juego.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7
25	38	R8 La empresa adoptará las siguientes medidas específicas con el fin de proteger a los menores: los datos que posea la empresa sobre menores de edad no podrán ser proporcionados a terceros, a excepción de sus padres o tutores.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7
25	39	R8 La empresa adoptará las siguientes medidas específicas con el fin de proteger a los menores: la empresa no incitará a los menores para que contraten productos o servicios a través de Internet y adoptará las medidas preventivas necesarias para evitarlo.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									7

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
25	40	R8 La empresa adoptará las siguientes medidas específicas con el fin de proteger a los menores: la empresa alentar a los padres y tutores para que éstos controlen el uso de Internet por parte de los menores.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								7
25	41	Regla nº 9: Seguridad en las transacciones																							
25	42	R9 La empresa dispondrá de un certificado emitido por un organismo independiente. La empresa utilizará los procedimientos de seguridad establecidos para las transferencias de datos, sobre todo en lo relativo a los números de las tarjetas de crédito.									✓													4	
25	43	Regla nº 10: Enlaces con otras páginas																							
25	44	R10 Cuando la empresa establezca enlaces con otras páginas Web, deberá indicar claramente al consumidor que está abandonando su página Web.				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							7	
25	45	Regla nº 11: Reclamación y solución a los litigios																							
25	46	R11A La empresa se compromete a poner a disposición del consumidor todas las pruebas que obren en su poder.									✓													3	
25	47	R11B La empresa deberá contar con un mecanismo interno para atender reclamaciones y designará a un responsable. Ante cualquier problema, el consumidor podrá dirigirse a dicho responsable bien a través del correo electrónico, bien por teléfono.									✓													3	
26	1	Artículo 4. Ámbito y contenido de los códigos.																							
26	2	A4-2a) Además del resto de los requisitos exigidos en este real decreto, los códigos de conducta deben respetar la legalidad vigente e incluir, como mínimo, con suficiente grado de precisión: las garantías concretas que ofrecen a los consumidores y usuarios que mejoren o incrementen las reconocidas por el ordenamiento jurídico.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	
26	3	A4-2b) Además del resto de los requisitos exigidos en este real decreto, los códigos de conducta deben respetar la legalidad vigente e incluir, como mínimo, con suficiente grado de precisión: un sistema de resolución extrajudicial de conflictos de entre los previstos en el artículo 7.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	
26	4	A4-2c) Además del resto de los requisitos exigidos en este real decreto, los códigos de conducta deben respetar la legalidad vigente e incluir, como mínimo, con suficiente grado de precisión: los compromisos específicos que asumen los prestadores de servicios adheridos en relación con los problemas concretos planteados a los consumidores	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
		y usuarios del sector, identificados según la información de los promotores del código y la que, al efecto, les faciliten las asociaciones de consumidores y las Administraciones públicas sobre las reclamaciones presentadas por los consumidores y usuarios.																								
26	5	A4-2d) Además del resto de los requisitos exigidos en este real decreto, los códigos de conducta deben respetar la legalidad vigente e incluir, como mínimo, con suficiente grado de precisión: el ámbito de las actividades del prestador de servicios sometidas al código, que, al menos, englobará alguna de las siguientes áreas: las comunicaciones comerciales o la información precontractual, la contratación y los procedimientos de solución de quejas o reclamaciones, cuando éstos sean distintos de los sistemas de resolución extrajudicial de conflictos a los que se refiere el artículo 7.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1
26	6	Artículo 5. Compromisos adicionales.																								
26	7	A5-1a) Sin perjuicio de cualquier otro compromiso que puedan establecer las entidades promotoras de los códigos de conducta regulados por este real decreto, éstos podrán contener previsiones específicas sobre: el grado de accesibilidad a los contenidos de los consumidores y usuarios que tengan alguna discapacidad o de edad avanzada, conforme a los criterios de accesibilidad generalmente reconocidos, así como los calendarios adoptados para el establecimiento de medidas adicionales.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1
26	8	A5-1b) Sin perjuicio de cualquier otro compromiso que puedan establecer las entidades promotoras de los códigos de conducta regulados por este real decreto, éstos podrán contener previsiones específicas sobre: las medidas concretas adoptadas en materia de protección de los menores y de respeto a la dignidad humana y a los valores y derechos constitucionalmente reconocidos.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1
26	9	A5-1c) Sin perjuicio de cualquier otro compromiso que puedan establecer las entidades promotoras de los códigos de conducta regulados por este real decreto, éstos podrán contener previsiones específicas sobre: la adhesión a códigos de conducta sobre clasificación y etiquetado de contenidos. En tales casos, deberá facilitarse información completa sobre tales códigos.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA						
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2		
26	10	A5-1d) Sin perjuicio de cualquier otro compromiso que puedan establecer las entidades promotoras de los códigos de conducta regulados por este real decreto, éstos podrán contener previsiones específicas sobre: las instrucciones sobre los sistemas de filtrado de contenidos utilizables en las relaciones con los prestadores de servicios.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	
26	11	A5-1e) Sin perjuicio de cualquier otro compromiso que puedan establecer las entidades promotoras de los códigos de conducta regulados por este real decreto, éstos podrán contener previsiones específicas sobre: los procedimientos previstos para comprobar que los prestadores de servicios reúnen las condiciones exigidas para la adhesión al código de conducta y la utilización del distintivo.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1
26	12	A5-2 Las entidades promotoras de los códigos de conducta impulsarán que los prestadores de servicios adheridos ofrezcan al consumidor o usuario la posibilidad de elegir, entre las lenguas oficiales de la Unión Europea, la lengua en que se han de realizar las comunicaciones comerciales y, en especial, la información precontractual y el contrato.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1
26	13	Artículo 7. Sistemas de resolución extrajudicial de conflictos.																									
26	14	A7-1 Los códigos de conducta que pretendan obtener el «distintivo público de confianza en línea» deberán establecer, como medio de solución de controversias entre los prestadores de servicios y los consumidores y usuarios, el sistema arbitral de consumo u otro sistema de resolución extrajudicial de conflictos que figure en la lista que publica la Comisión Europea sobre sistemas alternativos de resolución de conflictos con consumidores y que respete los principios establecidos por la normativa comunitaria a este respecto.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1
26	15	A7-2 En los procedimientos de resolución extrajudicial de conflictos a que hace referencia el apartado anterior, podrá hacerse uso de medios electrónicos en la medida en que lo posibilite su normativa específica y con las condiciones previstas en ella.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1
26	16	A7-3 La adhesión de los prestadores de servicios a uno de los sistemas mencionados en el apartado anterior es requisito necesario para la incorporación de los prestadores de servicios a los códigos de conducta.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1
27	1	TEMA: Comunidades electrónicas																									

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
27	2	¿Hay posibilidad de participar en alguna comunidad electrónica?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										6
28	1	TEMA: ¿Cómo tener éxito en el comercio electrónico?																								
28	2	¿Hay información para compras suplementarias?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										6
28	3	¿Hay recogida de datos personales con el objetivo de personalizar la presentación de productos/servicios?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										5
28	4	¿Hay posibilidad de personalizar el sitio web?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										6
28	5	¿Hay oferta de productos/servicios exclusivos?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										6
29	1	TEMA: Los retos de Internet al marketing																								
29	2	¿La página de entrada es simples?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										1
29	3	¿Hay información, en la página de entrada, sobre la empresa?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										2
29	4	¿La información, sobre la empresa, en la página de entrada, es actual?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										2
29	5	¿Son recogidos datos para conocer mejor quien visita/consulta el sitio web?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										5
30	1	TEMA: El valor añadido de los sitios web en la perspectiva del cliente																								
30	2	¿Hay posibilidad de personalizar los pedidos?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										6
30	3	¿Hay posibilidad de consultar el estado de los pedidos?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										3
30	4	¿Hay servicio de atención al cliente?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										3
30	5	¿Hay descuentos, promociones o premios?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										6
31	1	TEMA: Factores para que un usuario retorne a visitar un sitio web																								
31	2	¿Es fácil encontrar información?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										1
32	1	TEMA: Detalles para transformar a un sitio web en un valioso instrumento de marketing																								
32	2	¿Hay indicación de una persona/lugar para llamar a solicitar información?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										2
32	3	¿Hay indicación sobre como encontrar a una tienda/distribuidor?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										2
32	4	¿Hay indicación de dirección postal?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										2
32	5	¿Hay indicación de dirección de correo electrónico?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										2
32	6	¿Hay indicación de número de teléfono?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										2
32	7	¿Hay indicación de número de fax?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										2
32	8	¿Hay indicación de los países donde la empresa y/o sus distribuidores están presentes?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										2
32	9	¿Hay algún tipo de oferta para los visitantes?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										6
32	10	¿Hay enlaces para otros sitios web?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										1
32	11	¿Hay utilización de audio en conjunto con fotos?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										1
32	12	¿Es solicitado algún dato antes de el usuario visitar al sitio web?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										5
32	13	¿Hay información, cuando son solicitados datos, sobre los peligros de lo hacer a través de Internet?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										5

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
33	1	TEMA: Atributos con influencia en el número de usuarios que visitan a un sitio <i>web</i> y en el volumen de ventas																							
33	2	¿Hay algún servicio de apoyo a la venta?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
33	3	¿Hay sección de preguntas más frecuentes?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
33	4	¿Hay información sobre política/proceso de devolución?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
33	5	¿Hay información sobre sistemas de crédito?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
33	6	¿Hay informaciones cuanto al método de pago?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
33	7	¿Hay información cuanto al método de expedición y costes asociados?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
33	8	¿Hay información sobre garantías?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
33	9	¿Hay algún tipo de promoción?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
33	10	¿Es fácil la utilización del sitio <i>web</i> ?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
33	11	¿Los procedimientos de compra son comunes con los de otro(s) sitio(s) <i>web</i> ?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
33	12	¿Hay función de búsqueda de productos?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
33	13	¿Hay mapa del sitio <i>web</i> ?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
33	14	¿Hay enlaces para obtener más información sobre el producto/servicio?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
33	15	¿Hay enlaces para obtener información sobre productos/servicios afines?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
34	1	TEMA: Usabilidad de los sitios <i>web</i> de comercio electrónico																							
34	2	¿Hay información sobre la seguridad en el pago con tarjeta de crédito?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								4
34	3	¿Hay información sobre los procedimientos para las devoluciones?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
34	4	¿Hay información detallada de los productos?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
34	5	¿Hay información sobre la seguridad de los datos personales?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								4
35	1	TEMA: Características personales con influencia en la decisión de comprar en Internet																							
35	2	¿La compra de productos estándares tiene un proceso más sencillo que los otros productos (<i>one click</i>)?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
35	3	¿La realización del pedido es sencilla?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
36	1	TEMA: Factores críticos para el éxito del comercio electrónico en las pymes																							
36	2	¿El producto/servicio ofrecido es distinto?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
36	3	¿Hay utilización de la tecnología para añadir valor a la ofertas?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
36	4	¿Hay posibilidad de participar en comunidades?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
37	1	TEMA: Factores críticos para el éxito del comercio electrónico en las pymes																							
37	2	¿El sitio <i>web</i> es actualizado con regularidad?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
37	3	¿Hay información del momento de la última actualización?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
37	4	¿La descripción de los productos/servicios es sucinta?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
37	5	¿Hay posibilidad de visualización en modo texto				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																			IA				
			D1	D2	D3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	P1	P2	P3		F1	H1	H2	
		apenas?																								
37	6	¿Es necesaria alguna tecnología especial para visualizar el sitio web (shockwave, java, active-x)?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
37	7	¿Es utilizada alguna tecnología de encriptación?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									4
37	8	¿El usuario tiene que autenticarse?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									4
37	9	¿Hay alguna prueba de autenticidad, en el sitio web, de la empresa?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									4
37	10	¿Es utilizada alguna forma de atraer la atención del usuario al entrar en el sitio web?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
37	11	¿Hay algún tipo de encuesta para saber lo que piensa el usuario del sitio web?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
37	12	¿Hay algún tipo de promoción con relación al precio de los productos/servicios?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
37	13	¿Hay algún plan para fidelizar los clientes?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
37	14	¿Hay información de interés para el cliente?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									6
37	15	¿Es claro, a partir de la página de entrada, lo que se puede hacer en el sitio web?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
37	16	¿Hay posibilidad de elegir el idioma en la página de entrada?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
37	17	¿Hay indicación de la fecha de la última actualización del sitio web?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
37	18	¿Hay indicación del número de usuarios que ha visitado el sitio web?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									1
37	19	¿Hay indicación de dirección postal?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									2
37	20	¿Hay indicación de número de teléfono?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									2
37	21	¿Hay indicación de número de fax?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									2
37	22	¿Hay indicación de dirección de correo electrónico?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									2
37	23	¿Hay indicación de los responsables por funciones?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									2
37	24	¿Hay fotos de los responsables por funciones?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									2
37	25	¿Hay indicación de los contactos de los responsables por funciones (teléfono, fax, correo electrónico)?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									2
37	26	¿Hay un enlace directo para los contactos de los responsables por funciones?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									2
37	27	¿Hay indicación de los horarios de trabajo?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									2
37	28	¿Hay plantas con la localización de los establecimientos?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									2
37	29	¿Hay indicación de los métodos de pago?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									3
37	30	¿Hay posibilidad de elegir una moneda?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									3
37	31	¿Hay posibilidad de elegir el método de expedición?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									3
37	32	¿Hay posibilidad de elegir la forma de empaquetar los productos?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									3
37	33	¿Hay indicación de los costes de expedición?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									3
37	34	¿Hay forma de consultar las condiciones generales?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									3
37	35	¿Hay utilización de conexiones seguras para realizar el pedido?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									4
37	36	¿Hay utilización de cesto de compras?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
38	1	TEMA: Factores de éxito para el comercio electrónico																							
38	2	¿Hay algún proceso para la autenticación del usuario?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								4
38	3	¿Hay alguna garantía de integridad en el desarrollo de la transacción?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								4
38	4	¿Hay alguna prueba de autenticidad del sitio web?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								4
38	5	¿Hay alguna restricción de horario al funcionamiento del sitio web?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
39	1	TEMA: Herramienta de evaluación de sitios web																							
39	2	¿En la página de entrada, hay una descripción breve de la empresa?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								2
39	3	¿En la página de entrada están los contactos de la empresa?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								2
39	4	¿En la página de entrada hay una indicación del contenido del sitio web?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
39	5	¿Hay algún mecanismo de búsqueda de información en el sitio web?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
39	6	¿Hay mecanismos de seguridad/protección?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								4
39	7	¿La información presentada es actual?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
39	8	¿La información presentada tiene algún interés/valor para el visitante?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
39	9	¿Es posible enviar mensajes de correo electrónico a partir del sitio web?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
39	10	¿Hay servicio de atención al cliente?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
39	11	¿Hay mecanismos para algún tipo de comunidad electrónica?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
39	12	¿Hay algún tipo de recogida de datos para personalización del sitio web?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
39	13	¿Hay demostración en-línea del producto?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
39	14	¿Hay entrega en-línea del producto?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
40	1	TEMA: Confianza del consumidor en Internet																							
40	2	¿Hay información sobre como serán utilizados los datos personales recogidos?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
41	1	TEMA: Atributos con influencia en el número de usuarios que visitan a un sitio web y en el volumen de ventas																							
41	2	¿Hay la posibilidad de tener un listado de los productos normalmente comprados por el cliente?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
41	3	¿Hay enlaces en el sitio web?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
41	4	¿Hay algún tipo de promoción?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
41	5	¿Hay un servicio de atención al cliente?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
41	6	¿Hay lista de preguntas más frecuentes?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
41	7	¿Es posible hacer búsquedas de productos utilizando diferentes criterios (marca, precio, ...)?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
42	1	TEMA: Factores de éxito que hacen la diferencia entre sitios web del mismo sector de actividad																							
42	2	¿La interfaz es sencilla de utilizar?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
42	3	¿Hay un índice de contenidos?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
42	4	¿Hay un mapa del sitio web?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
42	5	¿Hay suficiente información sobre la empresa?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								2

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
43	8	¿Hay servicio de pos-venta?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
43	9	¿La navegación en el sitio <i>web</i> es sencilla?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
43	10	¿Hay algún tipo de innovación en el sitio <i>web</i> ?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
43	11	¿Hay promoción de algún tipo de comunidades electrónicas?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
44	1	TEMA: Internet - nuevo canal de distribución, nuevos retos																							
44	2	¿Hay información sobre las cantidades de producto en almacén?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
44	3	¿Es suministrada información sobre la situación del pedido (fecha de expedición, dónde está, fecha de recepción)?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
44	4	¿Es confirmada la recepción del pedido?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
44	5	¿El cliente es informado cuando su pedido es expedido?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
44	6	¿El cliente es informado cuando hay problemas con su pedido?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
45	1	TEMA: Factores críticos para el éxito del comercio electrónico																							
45	2	¿Hay catálogos electrónicos de productos?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
45	3	¿Los sistemas de pago electrónico son seguros?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								4
45	4	¿Hay servicio de atención al cliente?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
46	1	TEMA: Evaluación de sitios <i>web</i> franceses de comercio electrónico																							
46	2	¿Hay publicidad en el sitio <i>web</i> ?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
46	3	¿Hay recogida de datos personales?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
46	4	¿Es posible hacer compras en-línea?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
46	5	¿Cuándo se realiza el pago, hay alguna indicación en el sitio <i>web</i> de que la operación es realizada en seguridad?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
46	6	¿Hay indicación de la tecnología de seguridad utilizada?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								4
46	7	¿Hay información sobre la política de protección de datos personales?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
46	8	¿Hay información sobre los datos que son de suministro obligatorio y los que son de suministro facultativo?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
46	9	¿Hay información sobre como se puede ejercer el derecho de acceso a los datos personales?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
46	10	¿Hay posibilidad de ejercer el derecho de acceso en-línea?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
46	11	¿Hay indicación de un servicio/persona/dirección de correo electrónico/número de teléfono para el tema de los datos personales?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
46	12	¿Hay indicación de que los datos son para uso interno apenas?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
46	13	¿Hay indicación de que los datos pueden ser dispensados a terceros?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
46	14	¿Cuándo hay indicación de que los datos pueden ser dispensados a terceros, el usuario es informado de su derecho de rechazo?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA					
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2	
46	15	¿El derecho de rechazo a que los datos sean dispensados a terceros puede ser ejercido en línea?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										5
46	16	¿Hay algún tipo de comunidad electrónica?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										6
46	17	¿Hay información sobre los objetivos de la(s) comunidad(es) electrónica(s)?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										6
46	18	¿Hay indicación sobre la existencia de un moderador?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										6
46	19	¿Hay indicación de las reglas de participación en la(s) comunidad(es) electrónica(s)?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										6
46	20	¿Hay indicación sobre la posibilidad de acceder o cambiar las aportaciones?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										6
46	21	¿Hay indicación sobre la posibilidad de solicitar la supresión de las aportaciones?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										6
46	22	¿Hay indicación sobre el plazo de publicación de la aportación?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										6
46	23	¿Hay utilización de cookies?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										5
46	24	¿Hay información para el usuario sobre la utilización de cookies?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										5
46	25	¿Hay información sobre el objetivo de las cookies?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										5
46	26	¿El sitio web es presentado como siendo apenas para adultos?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										7
46	27	¿Hay información en el sitio web sobre los contenidos propios para adultos apenas?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										7
46	28	¿Hay un apartado dedicado a los menores de edad?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										7
46	29	¿Hay recogida de datos de los menores de edad?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										7
46	30	¿El menor de edad es animado a informar sus padres antes de suministrar cualquier dato?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										7
47	1	TEMA: Herramienta para análisis de sitios web																								
47	2	¿Hay algún elemento de entretenimiento en el sitio web para el usuario (chistes, episodios, dibujos, juegos, vídeos)?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										6
48	1	TEMA: Confianza del consumidor en el comercio electrónico																								
48	2	¿Hay información cuanto al número de establecimientos físicos de la empresa?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										2
48	3	¿Hay información cuanto al número de empleados de la empresa?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										2
48	4	¿La empresa presenta sus políticas cuanto a la satisfacción del cliente?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										3
48	5	¿La empresa presenta sus políticas cuanto a la devolución de productos?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										3
48	6	¿La empresa presenta sus políticas cuanto al reembolso?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										3
48	7	¿Hay testimonios de clientes en cuanto a la calidad, valor y eficiencia del servicio?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										6
49	1	TEMA: Factores con influencia en la satisfacción percibida de las compras en Internet																								
49	2	¿Hay información sobre la entrega del producto?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										3
49	3	¿Hay información sobre los procedimientos de devolución?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										3
49	4	¿Hay función de búsqueda en el sitio web?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										1

D	O	Requisitos	Utilización de Internet															IA							
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12		C 13	P 1	P 2	P 3	F 1	H 1	H 2
50	17	¿Hay funciones de búsqueda personalizadas?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
51	1	TEMA: Análisis del grado de realización de un conjunto de características de calidad en cinco librerías virtuales																							
51	2	¿Hay una visita guiada al sitio web?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
51	3	¿Hay alguna función de ayuda?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
51	4	¿Hay una dirección de correo electrónico?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								2
51	5	¿Hay un número de teléfono/fax?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								2
51	6	¿Hay lista de preguntas más frecuentes?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
51	7	¿Hay una sección de novedades?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
51	8	¿Hay alguna encuesta para recoger opiniones de los usuarios?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
51	9	¿Hay posibilidad de elegir el idioma?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
51	10	¿Hay mecanismos de búsqueda en el sitio web?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
51	11	¿Hay mecanismos para orientar en la navegación?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
51	12	¿Es necesario utilizar el scrolling vertical?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
51	13	¿Es necesario utilizar el scrolling horizontal?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
51	14	¿Hay información del producto?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
51	15	¿Hay imagen del producto?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
51	16	¿Hay evaluación del precio?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
51	17	¿Hay calificación del producto?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
51	18	¿Hay posibilidad de descargar el catálogo de productos?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
51	19	¿Hay sistema de cesto de compras?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
51	20	¿El sistema de cesto de compras permite hacer cambios en los cálculos?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
51	21	¿Hay posibilidad de hacer compras rápidas (one click)?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
51	22	¿Hay seguridad en las transacciones?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								4
51	23	¿Hay posibilidad de terminar el pedido en off-line?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
51	24	¿Hay posibilidad de hacer el pedido por teléfono/fax/correo electrónico?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
51	25	¿Hay política de cancelación de la compra?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
51	26	¿Hay información sobre la política de devolución?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
51	27	¿Hay información sobre el envío?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
51	28	¿Hay información sobre la política de pago?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
51	29	¿Hay servicio de ofrendas?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
51	30	¿Hay la posibilidad de suscribir algún tipo de newsletter?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
51	31	¿Hay la posibilidad de recibir recomendaciones personalizadas?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
51	32	¿Hay algún tipo de promoción?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
51	33	¿Hay posibilidad de visualizar el sitio web en modo texto?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
51	34	¿Hay la posibilidad de visualizar el sitio web sin frames?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
52	1	TEMA: La lealtad en el comercio electrónico																							
52	2	¿Hay un servicio de atención al cliente de calidad?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
52	3	¿Las presentaciones de los productos tienen calidad?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
52	4	¿Hay una política de privacidad?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
53	1	TEMA: La confianza en Internet																							
53	2	¿Es solicitado consentimiento previo para la utilización de las cookies?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
53	3	¿Hay algún sello de certificación?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
53	4	¿Hay promoción de algún tipo de comunidad electrónica?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
53	5	¿Hay indicación de algún premio que el sitio web tenga recibido?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
53	6	¿Hay garantía de devolución del dinero?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
53	7	¿Hay indicación de un teléfono de contacto?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								2
53	8	¿Hay indicación de una dirección de correo electrónico?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								2
53	9	¿Hay indicación de los derechos del consumidor?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
53	10	¿Hay algún informe de certificación del sitio web?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
53	11	¿La información sobre los productos es actualizada con regularidad?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
53	12	¿Hay posibilidades de personalizar la información presentada?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
53	13	¿Hay información sobre productos de la competencia que permita la realización de comparaciones?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
54	1	TEMA: Estrategias que permiten crear valor a las empresas con comercio electrónico																							
54	2	¿Hay alguna forma de recompensar la lealtad de los clientes?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
54	3	¿Hay posibilidad de personalizar los productos/servicios ofrecidos?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
54	4	¿Hay posibilidad de personalizar el sitio web?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
54	5	¿Hay promoción de algún tipo de comunidad electrónica?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
54	6	¿Hay utilización de sistemas que garanticen la seguridad de las transacciones?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								4
54	7	¿Es presentado algún sello de seguridad en el sitio web?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
54	8	¿Hay confirmación del pedido realizado por el cliente?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
55	1	TEMA: Relación entre la complejidad de la página de inicio y la eficacia de la comunicación																							
55	2	¿Son utilizados/presentados muchos gráficos en cada página web?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
55	3	¿Son presentados muchos enlaces en cada página web?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
56	1	TEMA: Estudio sobre la evolución del uso de los canales en línea																							
56	2	¿Hay medidas/garantías cuanto a la seguridad de los datos personales?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								4
57	1	TEMA: Prácticas críticas para la gestión de las iniciativas de negocio electrónico																							
57	2	¿Es posible personalizar la presentación de información en el sitio web?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
57	3	¿El sitio web presenta alguna				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
		ventaja para el cliente?																							
58	1	TEMA: Aspectos que un sitio web de éxito debe tener																							
58	2	¿El sitio web tiene algún enfoque especial?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
58	3	¿Hay mecanismos para intentar obtener datos de los usuarios?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
58	4	¿Hay información suficiente para el usuario tomar las decisiones?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
58	5	¿Hay indicación de los beneficios que se pueden obtener con la compra a través del sitio web?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
58	6	¿Los textos del sitio web están escritos con voz en la primera persona?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
58	7	¿Hay algún tipo de testimonios?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
58	8	¿Son utilizadas medidas de seguridad y privacidad adecuadas?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								4
58	9	¿Hay algún compromiso con la satisfacción del cliente?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
58	10	¿Hay algún estímulo particular para que el cliente haga la compra?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
58	11	¿Hay información para las diferentes etapas del proceso de compra?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
59	1	TEMA: Variables críticas en el planeamiento del proyecto de comercio electrónico																							
59	2	¿Los productos en venta son tangibles/intangibles?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
59	3	¿Los productos en venta son estándares/únicos?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
60	1	TEMA: Estudio empírico sobre el respeto en-línea por el cliente																							
60	2	¿Es posible consultar la política de privacidad desde la página principal?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
60	3	¿La política de privacidad se escribe de forma clara?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
60	4	¿El cliente es informado sobre como inhabilitar las cookies?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
60	5	¿Es adoptada una política de opt-in?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
60	6	¿Hay una explicación clara sobre lo que la empresa haz con los datos personales?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
60	7	¿Es solicitada autorización al cliente para utilizar sus datos personales?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
60	8	¿Hay mecanismos de auto-respuesta?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
60	9	¿Hay un enlace para los contactos de la empresa?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								2
60	10	¿Hay un formulario para el cliente solicitar informaciones, presentar quejas, etcétera?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
60	11	¿El cliente es invitado a establecer contacto con la empresa, poner preguntas o peticiones?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
61	1	TEMA: Factores críticos para el éxito del comercio electrónico en las pymes																							
61	2	¿Los productos/servicios son presentados de forma cautivante e impulsiva?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
61	3	¿Hay servicio de atención al cliente?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
61	4	¿Hay servicio de pos-venta?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1	P 2		P 3	F 1	H 1	H 2
62	1	TEMA: Factores clave de un sitio <i>web</i> de comercio electrónico dirigido al consumidor final en la perspectiva del cliente																							
62	2	¿Hay información que permita la comparación con otras alternativas?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
62	3	¿Hay mecanismos para ayudar en el proceso de decisión?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
62	4	¿Hay información suficiente sobre la empresa?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								2
62	5	¿Hay información suficiente sobre los productos/servicios de la empresa?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
62	6	¿Hay diferentes formas para comunicar con la empresa?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								2
62	7	¿Son utilizados modos seguros para la transmisión de información?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								4
62	8	¿Hay alternativas para la realización de las transacciones financieras?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
62	9	¿Hay posibilidad de crear un acceso personal, con identificador y clave de usuario?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								4
62	10	¿Hay recogida de datos personales?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
62	11	¿Hay información sobre la utilización que la empresa haz de los datos personales?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								5
63	1	TEMA: Características del sitio <i>web</i> que contribuyen para la satisfacción del cliente que realiza compras en Internet																							
63	2	¿Es fácil localizar la información crítica en el sitio <i>web</i> ?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
63	3	¿Hay información sobre el servicio de atención al cliente?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
64	1	TEMA: Aspectos que los clientes más valoran en el comercio a través de Internet																							
64	2	¿Hay muchas opciones de productos?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
64	3	¿Hay diferentes alternativas para realizar el pago?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
64	4	¿El proceso es conveniente para el cliente?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
65	1	TEMA: Instrumento para evaluar la calidad del sitio <i>web</i> , en la perspectiva del consumidor																							
65	2	¿Hay una presentación adecuada de los productos y sus características?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
65	3	¿Hay actualizaciones regulares de la información del sitio <i>web</i> ?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1
65	4	¿Hay garantía de confidencialidad de los datos del cliente?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								4
65	5	¿Hay información suficiente sobre los productos/servicios ofrecidos?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
65	6	¿Hay posibilidad de, en cualquier momento, modificar y/o posponer el proceso de compra?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
65	7	¿Hay confirmación de la realización sin problemas de la operación de compra?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
65	8	¿Hay diferentes tarifas para diferentes tipos y plazos de envío?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								3
65	9	¿Son utilizados medidas de seguridad, las cuales son				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								4

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																	IA							
			D 1	D 2	D 3	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	P 1		P 2	P 3	F 1	H 1	H 2		
		comunicadas a los clientes?																									
65	10	¿Hay posibilidad de realizar el pago mediante varios medios?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										3
65	11	¿Hay un teléfono de contacto 24 horas?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										2
65	12	¿Hay enlaces para sitios <i>web</i> de contenidos complementarios o de interés?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										1
65	13	¿Hay elementos lúdicos o de entretenimiento (juegos, videos, aplicaciones interactivas, etcétera)?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										6
65	14	¿Hay promoción de algún tipo de comunidad electrónica?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										6
65	15	¿Hay información clara de cómo realizar la compra?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										3
65	16	¿Hay información sobre la disponibilidad de los productos en el momento de la compra?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										3
65	17	¿Hay información sobre la empresa (nombre, tipo de sociedad, razón social, país de origen, teléfono, ...)?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										2
66	1	TEMA: Presentación y análisis de la situación del comercio electrónico en Portugal en el año de 2003																									
66	2	¿Hay información sobre la empresa?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										2
66	3	¿Hay descripción de los servicios de la empresa?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										2
66	4	¿Hay indicación de los contactos de la empresa?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										2
66	5	¿Hay presentación del equipo de trabajo de la empresa?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										2
66	6	¿Hay mecanismos de búsqueda de información en el sitio <i>web</i> ?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										1
66	7	¿Hay diferentes opciones para el envío de los productos?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										3
66	8	¿Es utilizado el sistema de cesta de compras (añadir productos, verificar estado del pedido)?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										3
66	9	¿Hay presentación de la política de confidencialidad y protección de datos adoptada por la empresa?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										5
66	10	¿Hay solictación de autorización al interesado antes de solicitar datos personales?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										5
66	11	¿Hay una página de portada?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										1
66	12	¿Hay un mapa del sitio <i>web</i> ?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										1
66	13	¿Hay una lista de preguntas más frecuentes?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										1
66	14	¿Utiliza un DNS propio (www.nombre-de-la-tienda.es)?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										1
66	15	¿Son utilizados procedimientos para garantizar la seguridad de los pagos?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										4
66	16	¿Hay información sobre todo el proceso de compra (envío, plazo de entrega, promociones, tasas de envío, otros gastos, política de devoluciones, garantía del producto)?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										3
66	17	¿Hay posibilidad de visualizar el sitio <i>web</i> en otros idiomas?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										1
66	18	¿Cuál es el tipo de dominio (es./com./net/...)?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										1
66	19	¿Hay indicación del plazo previsto para la entrega del producto?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										3
66	20	¿Hay algún tipo de promoción?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										6
66	21	¿Hay algún tipo de sello?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										1
66	22	¿Hay diferentes opciones para hacer el pago?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓										3

D	O	Requisitos	Utilización de Internet																		IA				
			D1	D2	D3	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	P1	P2		P3	F1	H1	H2
66	23	¿Hay un buzón de sugerencias para el cliente?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
66	24	¿Hay posibilidad de suscribir una <i>newsletter</i> ?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
66	25	¿Hay posibilidad de personalizar el sitio <i>web</i> ?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
66	26	¿Hay posibilidad de presentar dudas y/o solicitar informaciones sobre los productos/servicios?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								6
66	27	¿Hay una página de ayuda?				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								1

Anexo B – Ordenación de los documentos de soporte al desarrollo del instrumento de análisis

D	O	Requisitos	IA
4	13	A10-1g) Sin perjuicio de los requisitos que en materia de información se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información estará obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la siguiente información: los códigos de conducta a los que, en su caso, esté adherido y la manera de consultarlos electrónicamente.	1
4	14	A10-2 La obligación de facilitar esta información se dará por cumplida si el prestador la incluye en su página o sitio de Internet en las condiciones señaladas en el apartado 1.	1
10	32	A28-1.f) Los proveedores de servicios en red que celebren contratos en-línea deben facilitar a los destinatarios, antes de que ocurra cualquier pedido, información mínima inequívoca que incluya: los códigos de conducta a los que se encuentra adherido y forma de consultarlos electrónicamente.	1
12	10	P11-A.1 Toda la información a que se refiere este código debería ajustarse a las normas siguientes: debería ser clara, precisa, y fácil de encontrar y comprender.	1
12	11	P11-A.2 Toda la información a que se refiere este código debería ajustarse a las normas siguientes: debería ser de fácil acceso en línea, pudiendo aparecer mediante un hiperenlace u otro mecanismo igualmente efectivo que sea claramente visible y descriptivo.	1
12	12	P11-A.3 Toda la información a que se refiere este código debería ajustarse a las normas siguientes: debería ser presentada de modo que los clientes puedan tener acceso y mantener un registro adecuado de la misma.	1
13	84	D7.2.4 Reclamaciones - Cuando la empresa adhiere a un código nacional de buenas prácticas para el comercio electrónico debe informar al cliente y proceder de acuerdo con lo establecido para las reclamaciones. (...)	1
13	87	D8.1 Las empresas que hayan adherido al presente Código podrán ser identificadas a través de la visualización del Sello de Garantía en su sitio web, reconocido por la FEDMA, y que tendrá un enlace inmediato para las disposiciones del Código.	1
18	2	P1.1 Proporcione un texto equivalente para todo elemento no textual, lo cual debe servir el mismo propósito o información; esto no será aplicable cuando el objetivo del elemento no textual es crear una experiencia sensorial específica, en la cual una etiqueta o una descripción de del texto es suficiente.	1
18	3	P1.2 Para toda presentación visual multimedia tempo-dependiente (película/animación) sincronice alternativas equivalentes (subtítulos o descripciones de la banda visual) con la presentación.	1
18	4	P1.3 Asegúrese de que la información, la funcionalidad, y la estructura sean separables de la presentación.	1
18	5	P1.4 En presentaciones visuales, haga fácil distinguir palabras e imágenes del primero plano del fondo.	1
18	6	P1.5 En presentaciones auditivas, haga fácil distinguir discurso y sonidos del primero plano de sonidos del fondo.	1
18	8	P2.1 Haga toda la funcionalidad operable vía un teclado o un interfaz del teclado.	1
18	9	P2.2 Permita que los usuarios controlen los límites de tiempo en su lectura o interacción a menos que los acontecimientos o las reglas en tiempo real específicos de la competición hagan tal control imposible.	1
18	10	P2.3 Permita que los usuarios eviten el contenido que podría causar ataques epilépticos fotosensibles.	1
18	11	P2.4 Facilite a los usuarios la capacidad de orientarse y de moverse dentro del contenido.	1
18	12	P2.5 Ayude los usuarios a evitar errores y haga fácil su corrección.	1
18	14	P3.1 Asegúrese de que el significado del contenido pueda ser determinado.	1
18	15	P3.2 Organice el contenido de las páginas de forma consistente y haga que los componentes interactivos se comporten de manera fiable.	1
18	17	P4.1 Utilice las tecnologías según la especificación.	1
18	18	P4.2 Asegúrese de que los interfaces del utilizador son accesibles o proporcione una alternativa accesible.	1
19	6	R3.1.1 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: los códigos de conducta a los que se encuentra adherida.	1
19	51	R3.2.2 La organización debe disponer de mecanismos para: evaluar el correcto funcionamiento de todos los sistemas.	1
19	52	R3.2.2 La organización debe disponer de mecanismos para: evaluar la seguridad y la privacidad de los sistemas implantados.	1
19	53	R3.2.2 La organización debe disponer de mecanismos para: disponer de un servicio de acceso a Internet rápido y fiable.	1
19	54	R3.2.2 La organización debe disponer de mecanismos para: estar al día de los avances tecnológicos directa o indirectamente relacionados.	1
19	55	R3.2.2 La organización debe disponer de mecanismos para: conocer el entorno legal del comercio electrónico e Internet en general.	1
19	56	R3.2.2 La organización debe disponer de mecanismos para: solucionar, en el menor tiempo posible, los errores en la carga de páginas, enlaces no actualizados, etcétera.	1
20	13	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio web al menos de los siguientes aspectos: códigos de conducta a los que se encuentre adherida y la forma de consultarlos electrónicamente.	1
20	82	P2E.I-1 Las páginas web de la EC deben ser diseñadas de forma que permitan una navegación fácil, intuitiva y rápida, y una comprensión adecuada de la información presentada, así como de las operaciones a realizar o que se estén llevando a cabo, para lo cual ha de planificarse previamente el tipo de usuario al que van a ir dirigidas.	1
20	83	P2E.I-2 Las páginas web de la EC deben estar bien estructuradas, permanentemente actualizadas y ser mantenidas periódicamente. Así mismo, debe controlarse la compatibilidad de las tecnologías utilizadas en las páginas web con los equipos disponibles por sus potenciales usuarios.	1
20	84	P2E.I-3 Las páginas web de la EC deben, en la medida do posible, permitir la accesibilidad a personas discapacitadas o de otras nacionalidades (recomendación).	1
20	85	P2E.I-5 Todos los textos informativos relevantes existentes en las páginas web de la EC deben: estar redactados en un lenguaje inequívoco.	1
20	86	P2E.I-5 Todos los textos informativos relevantes existentes en las páginas web de la EC deben: poseer una estructura bien ordenada.	1
20	87	P2E.I-5 Todos los textos informativos relevantes existentes en las páginas web de la EC deben: ser pertinentes.	1
20	88	P2E.I-5 Todos los textos informativos relevantes existentes en las páginas web de la EC deben: estar perfectamente actualizados.	1
20	89	P2E.I-5 Todos los textos informativos relevantes existentes en las páginas web de la EC deben: ser fácilmente imprimibles o gravables por el usuario.	1
20	126	P5A.I-5 La EC proporcionará a sus usuarios un sistema (correo electrónico, nº de teléfono, u otros) con el fin de que éstos puedan comunicarle la existencia de posibles contenidos ilícitos o nocivos.	1
20	159	P7.I-1 La EC debe mostrar en la página de inicio del sitio web la adhesión al presente Código de Conducta de APTICE.	1
23	2	A3.A Las Tiendas Virtuales incluirán en todas sus páginas web, el Sello de Garantía de ATIENDES que enlazará con el sitio web de la Asociación.	1
24	118	P9a El poseedor del sitio web debe garantizar niveles de calidad, seguridad y rendimiento, por forma a establecer una rapidez mínima al nivel de los procesos de negocio, como sea a través de: ser responsable por la integridad de los contenidos del sitio web.	1
24	122	P10a El productor de contenidos del sitio web debe garantizar que el proceso de actualización de contenidos es suficientemente simplificado para no haber necesidad de alteraciones en la estructura y programación del sitio.	1
24	123	P10b El productor de contenidos del sitio web debe hacer el proceso de manutención transparente para el usuario, asegurando que los contenidos, estáticos y dinámicos, son regularmente actualizados.	1
24	124	P10d El productor de contenidos del sitio web debe mantener todas las versiones del sitio organizadas... (...) los documentos publicados deben contener las fechas de actualización.	1

D	O	Requisitos	IA
24	125	P10e Los consumidores deben ser informados en la página del sitio <i>web</i> que los contenidos fueran alterados o introducir enlaces directos para el nuevo contenido.	1
24	129	P10i El productor de contenidos del sitio <i>web</i> debe proveer elementos adicionales de información, como enlaces para otras páginas o correo electrónico con información adicional.	1
24	132	P11a La ergonomía y la navegabilidad deberán ser garantizadas por mecanismos de navegación, esto es, medios que ayuden a una buena navegación por parte del usuario, como sean: barra de navegación.	1
24	133	P11a La ergonomía y la navegabilidad deberán ser garantizadas por mecanismos de navegación, esto es, medios que ayuden a una buena navegación por parte del usuario, como sean: mapa del sitio.	1
24	134	P11a La ergonomía y la navegabilidad deberán ser garantizadas por mecanismos de navegación, esto es, medios que ayuden a una buena navegación por parte del usuario, como sean: índices.	1
24	135	P11a La ergonomía y la navegabilidad deberán ser garantizadas por mecanismos de navegación, esto es, medios que ayuden a una buena navegación por parte del usuario, como sean: lista de preguntas más frecuentes.	1
24	136	P11a La ergonomía y la navegabilidad deberán ser garantizadas por mecanismos de navegación, esto es, medios que ayuden a una buena navegación por parte del usuario, como sean: motor de búsqueda.	1
24	137	P11b El poseedor del sitio <i>web</i> debe ser responsable por introducir niveles de jerarquía que proporcionen al usuario la posibilidad de entrar en detalle informativo según su interés.	1
24	138	P11e El poseedor del sitio <i>web</i> debe proporcionar una utilización lo más amigable posible para el usuario.	1
24	139	P11h El poseedor del sitio <i>web</i> debe garantizar la existencia de al menos tres tipos de materiales en la creación de un sitio: logotipo.	1
24	140	P11h El poseedor del sitio <i>web</i> debe garantizar la existencia de al menos tres tipos de materiales en la creación de un sitio: texto.	1
24	141	P11h El poseedor del sitio <i>web</i> debe garantizar la existencia de al menos tres tipos de materiales en la creación de un sitio: imágenes.	1
24	142	P11k El poseedor del sitio <i>web</i> debe asegurar la presentación de contenidos relevantes en todas las páginas, y hacer con que sea fácil y rápida su lectura.	1
24	143	P11l El poseedor del sitio <i>web</i> , en el caso de utilizar imágenes en la construcción del sitio, debe utilizar el formato menos pesado (jpeg), por forma a disminuir el tamaño de su archivo, sin comprometer mucho la calidad de imagen.	1
24	144	P11m El poseedor del sitio <i>web</i> debe tener como preocupación la legibilidad de la información, no debiendo utilizar, mismo que el resultado parezca atrayente, una grande cantidad de texto en letras mayúsculas.	1
24	145	P11n El poseedor del sitio <i>web</i> no debe utilizar varias fuentes de letra en las páginas, no máximo apenas una o dos familias de tipos; la misma lógica es aplicable a los colores.	1
24	146	P11o El poseedor del sitio <i>web</i> deberá usar un fondo que no debe, en hipótesis alguna, competir con el primer plano, debiendo en principio presentar colores suaves y, al mismo tiempo, tener algún cuidado con la utilización de imágenes de tamaño elevado.	1
24	147	P11q El poseedor del sitio <i>web</i> deberá maximizar las sinergias entre los varios elementos visuales, garantizando la armonía de colores, un layout estructurado y la utilización de fuentes tipográficas <i>standard</i> .	1
24	148	P11r El poseedor del sitio <i>web</i> deberá garantizar que los botones y las instrucciones de navegación son simples y claras, funcionales y sin sorpresas, ni confundiendo el visitante.	1
24	149	P11s El poseedor del sitio <i>web</i> debe garantizar que, en la presencia de páginas y secciones diferentes, las herramientas de navegación y las ilustraciones mantienen el mismo aspecto en todas ellas.	1
26	2	A4-2a) Además del resto de los requisitos exigidos en este real decreto, los códigos de conducta deben respetar la legalidad vigente e incluir, como mínimo, con suficiente grado de precisión: las garantías concretas que ofrecen a los consumidores y usuarios que mejoren o incrementen las reconocidas por el ordenamiento jurídico.	1
26	3	A4-2b) Además del resto de los requisitos exigidos en este real decreto, los códigos de conducta deben respetar la legalidad vigente e incluir, como mínimo, con suficiente grado de precisión: un sistema de resolución extrajudicial de conflictos de entre los previstos en el artículo 7.	1
26	4	A4-2c) Además del resto de los requisitos exigidos en este real decreto, los códigos de conducta deben respetar la legalidad vigente e incluir, como mínimo, con suficiente grado de precisión: los compromisos específicos que asumen los prestadores de servicios adheridos en relación con los problemas concretos planteados a los consumidores y usuarios del sector, identificados según la información de los promotores del código y la que, al efecto, les faciliten las asociaciones de consumidores y las Administraciones públicas sobre las reclamaciones presentadas por los consumidores y usuarios.	1
26	5	A4-2d) Además del resto de los requisitos exigidos en este real decreto, los códigos de conducta deben respetar la legalidad vigente e incluir, como mínimo, con suficiente grado de precisión: el ámbito de las actividades del prestador de servicios sometidas al código, que, al menos, englobará alguna de las siguientes áreas: las comunicaciones comerciales o la información precontractual, la contratación y los procedimientos de solución de quejas o reclamaciones, cuando éstos sean distintos de los sistemas de resolución extrajudicial de conflictos a los que se refiere el artículo 7.	1
26	7	A5-1a) Sin perjuicio de cualquier otro compromiso que puedan establecer las entidades promotoras de los códigos de conducta regulados por este real decreto, éstos podrán contener previsiones específicas sobre: el grado de accesibilidad a los contenidos de los consumidores y usuarios que tengan alguna discapacidad o de edad avanzada, conforme a los criterios de accesibilidad generalmente reconocidos, así como los calendarios adoptados para el establecimiento de medidas adicionales.	1
26	8	A5-1b) Sin perjuicio de cualquier otro compromiso que puedan establecer las entidades promotoras de los códigos de conducta regulados por este real decreto, éstos podrán contener previsiones específicas sobre: las medidas concretas adoptadas en materia de protección de los menores y de respeto a la dignidad humana y a los valores y derechos constitucionalmente reconocidos.	1
26	9	A5-1c) Sin perjuicio de cualquier otro compromiso que puedan establecer las entidades promotoras de los códigos de conducta regulados por este real decreto, éstos podrán contener previsiones específicas sobre: la adhesión a códigos de conducta sobre clasificación y etiquetado de contenidos. En tales casos, deberá facilitarse información completa sobre tales códigos.	1
26	10	A5-1d) Sin perjuicio de cualquier otro compromiso que puedan establecer las entidades promotoras de los códigos de conducta regulados por este real decreto, éstos podrán contener previsiones específicas sobre: las instrucciones sobre los sistemas de filtrado de contenidos utilizables en las relaciones con los prestadores de servicios.	1
26	11	A5-1e) Sin perjuicio de cualquier otro compromiso que puedan establecer las entidades promotoras de los códigos de conducta regulados por este real decreto, éstos podrán contener previsiones específicas sobre: los procedimientos previstos para comprobar que los prestadores de servicios reúnen las condiciones exigidas para la adhesión al código de conducta y la utilización del distintivo.	1
26	12	A5-2 Las entidades promotoras de los códigos de conducta impulsarán que los prestadores de servicios adheridos ofrezcan al consumidor o usuario la posibilidad de elegir, entre las lenguas oficiales de la Unión Europea, la lengua en que se han de realizar las comunicaciones comerciales y, en especial, la información precontractual y el contrato.	1
26	14	A7-1 Los códigos de conducta que pretendan obtener el «distintivo público de confianza en línea» deberán establecer, como medio de solución de controversias entre los prestadores de servicios y los consumidores y usuarios, el sistema arbitral de consumo u otro sistema de resolución extrajudicial de conflictos que figure en la lista que publica la Comisión Europea sobre sistemas alternativos de resolución de conflictos con consumidores y que respete los principios establecidos por la normativa comunitaria a este respecto.	1
26	15	A7-2 En los procedimientos de resolución extrajudicial de conflictos a que hace referencia el apartado anterior, podrá hacerse uso de medios electrónicos en la medida en que lo posibilite su normativa específica y con las condiciones previstas en ella.	1
26	16	A7-3 La adhesión de los prestadores de servicios a uno de los sistemas mencionados en el apartado anterior es requisito necesario para la incorporación de los prestadores de servicios a los códigos de conducta.	1
29	2	¿La página de entrada es simple?	1
31	2	¿Es fácil encontrar información?	1

D	O	Requisitos	IA
32	10	¿Hay enlaces para otros sitios <i>web</i> ?	1
32	11	¿Hay utilización de audio en conjunto con fotos?	1
33	3	¿Hay sección de preguntas más frecuentes?	1
33	10	¿Es fácil la utilización del sitio <i>web</i> ?	1
33	12	¿Hay función de búsqueda de productos?	1
33	13	¿Hay mapa del sitio <i>web</i> ?	1
36	3	¿Hay utilización de la tecnología para añadir valor a la ofertas?	1
37	2	¿El sitio <i>web</i> es actualizado con regularidad?	1
37	3	¿Hay información del momento de la última actualización?	1
37	4	¿La descripción de los productos/servicios es sucinta?	1
37	5	¿Hay posibilidad de visualización en modo texto apenas?	1
37	6	¿Es necesaria alguna tecnología especial para visualizar el sitio <i>web</i> (<i>shockwave, java, active-x</i>)?	1
37	15	¿Es claro, a partir de la página de entrada, lo que se puede hacer en el sitio <i>web</i> ?	1
37	16	¿Hay posibilidad de elegir el idioma en la página de entrada?	1
37	17	¿Hay indicación de la fecha de la última actualización del sitio <i>web</i> ?	1
37	18	¿Hay indicación del número de usuarios que ha visitado el sitio <i>web</i> ?	1
37	49	¿Hay posibilidad de visualizar en modo texto?	1
37	50	¿Hay mapa del sitio <i>web</i> ?	1
37	51	¿Hay función de búsqueda?	1
37	52	¿Hay indicación de los enlaces seguidos?	1
37	53	¿Hay funciones de búsqueda en el sitio <i>web</i> ?	1
37	54	¿Hay ayudas a la navegación en el sitio <i>web</i> ?	1
37	56	¿En los formularios, hay indicación de los caracteres disponibles en cada campo?	1
37	57	¿En los formularios, hay indicación si el campo es obligatorio o facultativo?	1
37	69	¿El sitio <i>web</i> tiene algún tipo de certificado?	1
38	5	¿Hay alguna restricción de horario al funcionamiento del sitio <i>web</i> ?	1
39	4	¿En la página de entrada hay una indicación del contenido del sitio <i>web</i> ?	1
39	5	¿Hay algún mecanismo de búsqueda de información en el sitio <i>web</i> ?	1
39	7	¿La información presentada es actual?	1
41	3	¿Hay enlaces en el sitio <i>web</i> ?	1
41	6	¿Hay lista de preguntas más frecuentes?	1
41	7	¿Es posible hacer búsquedas de productos utilizando diferentes criterios (marca, precio, ...)?	1
42	2	¿La interfaz es sencilla de utilizar?	1
42	3	¿Hay un índice de contenidos?	1
42	4	¿Hay un mapa del sitio <i>web</i> ?	1
42	9	¿Hay restricciones de funcionamiento de horario del sitio <i>web</i> ?	1
42	17	¿Hay lista de preguntas más frecuentes?	1
43	9	¿La navegación en el sitio <i>web</i> es sencilla?	1
43	10	¿Hay algún tipo de innovación en el sitio <i>web</i> ?	1
49	4	¿Hay función de búsqueda en el sitio <i>web</i> ?	1
49	5	¿Hay algún tipo de restricción de horario en cuanto al funcionamiento del sitio <i>web</i> ?	1
49	6	¿La información disponible en el sitio <i>web</i> es actual?	1
49	20	¿Hay una lista de preguntas más frecuentes?	1
49	22	¿Hay una sección de novedades?	1
50	16	¿Hay enlaces bien organizados?	1
50	17	¿Hay funciones de búsqueda personalizadas?	1
51	2	¿Hay una visita guiada al sitio <i>web</i> ?	1
51	3	¿Hay alguna función de ayuda?	1
51	6	¿Hay lista de preguntas más frecuentes?	1
51	7	¿Hay una sección de novedades?	1
51	9	¿Hay posibilidad de elegir el idioma?	1
51	10	¿Hay mecanismos de búsqueda en el sitio <i>web</i> ?	1
51	11	¿Hay mecanismos para orientar en la navegación?	1
51	12	¿Es necesario utilizar el <i>scrolling</i> vertical?	1
51	13	¿Es necesario utilizar el <i>scrolling</i> horizontal?	1
51	33	¿Hay posibilidad de visualizar el sitio <i>web</i> en modo texto?	1
51	34	¿Hay la posibilidad de visualizar el sitio <i>web</i> sin <i>frames</i> ?	1
53	3	¿Hay algún sello de certificación?	1
53	5	¿Hay indicación de algún premio que el sitio <i>web</i> tenga recibido?	1
53	10	¿Hay algún informe de certificación del sitio <i>web</i> ?	1
53	11	¿La información sobre los productos es actualizada con regularidad?	1
54	7	¿Es presentado algún sello de seguridad en el sitio <i>web</i> ?	1
55	2	¿Son utilizados/presentados muchos gráficos en cada página <i>web</i> ?	1
55	3	¿Son presentados muchos enlaces en cada página <i>web</i> ?	1
58	6	¿Los textos del sitio <i>web</i> están escritos con voz en la primera persona?	1
63	2	¿Es fácil localizar la información crítica en el sitio <i>web</i> ?	1
65	3	¿Hay actualizaciones regulares de la información del sitio <i>web</i> ?	1
65	12	¿Hay enlaces para sitios <i>web</i> de contenidos complementarios o de interés?	1
66	6	¿Hay mecanismos de búsqueda de información en el sitio <i>web</i> ?	1
66	11	¿Hay una página de portada?	1
66	12	¿Hay un mapa del sitio <i>web</i> ?	1
66	13	¿Hay una lista de preguntas más frecuentes?	1
66	14	¿Utiliza un DNS propio (<i>www.nombre-de-la-tienda.es</i>)?	1
66	17	¿Hay posibilidad de visualizar el sitio <i>web</i> en otros idiomas?	1
66	18	¿Cuál es el tipo de dominio (<i>es./com./net/...</i>)?	1
66	21	¿Hay algún tipo de sello?	1
66	27	¿Hay una página de ayuda?	1

D	O	Requisitos	IA
4	2	A9-1 Los prestadores de servicios de la sociedad de la información establecidos en España deberán comunicar al Registro Mercantil en el que se encuentren inscritos, o a aquel otro registro público en el que lo estuvieran para la adquisición de personalidad jurídica o a los solos efectos de publicidad, al menos, un nombre de dominio o dirección de Internet que, en su caso, utilicen para su identificación en Internet, así como todo acto de sustitución o cancelación de los mismos, salvo que dicha información conste ya en el correspondiente registro.	2
4	4	A10-1a) Sin perjuicio de los requisitos que en materia de información se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información estará obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la siguiente información: su nombre o denominación social; su residencia o domicilio o, en su defecto, la dirección de uno de sus establecimientos permanentes en España; su dirección de correo electrónico y cualquier otro dato que permita establecer con él una comunicación directa y efectiva.	2
4	5	A10-1b) Sin perjuicio de los requisitos que en materia de información se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información estará obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la siguiente información: los datos de su inscripción en el Registro a que se refiere el artículo 9.	2
4	6	A10-1c) Sin perjuicio de los requisitos que en materia de información se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información estará obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la siguiente información: en el caso de que su actividad estuviese sujeta a un régimen de autorización administrativa previa, los datos relativos a dicha autorización y los identificativos del órgano competente encargado de su supervisión.	2
4	7	A10-1d.1º) Sin perjuicio de los requisitos que en materia de información se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información estará obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la siguiente información: si ejerce una profesión regulada deberá indicar: los datos del Colegio profesional al que, en su caso, pertenezca y número de colegiado.	2
4	8	A10-1d.2º) Sin perjuicio de los requisitos que en materia de información se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información estará obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la siguiente información: si ejerce una profesión regulada deberá indicar: el título académico oficial o profesional con el que cuente.	2
4	9	A10-1d.3º) Sin perjuicio de los requisitos que en materia de información se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información estará obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la siguiente información: si ejerce una profesión regulada deberá indicar: el Estado de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo en el que se expidió dicho título y, en su caso, la correspondiente homologación o reconocimiento.	2
4	10	A10-1d.4º) Sin perjuicio de los requisitos que en materia de información se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información estará obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la siguiente información: si ejerce una profesión regulada deberá indicar: las normas profesionales aplicables al ejercicio de su profesión y los medios a través de los cuales se puedan conocer, incluidos los electrónicos.	2
10	2	A10-1.a) Los proveedores de servicios deben proveer permanentemente en-línea, en condiciones que permitan un acceso fácil y directo, elementos completos de identificación que incluyan: nombre o denominación social.	2
10	3	A10-1.b) Los proveedores de servicios deben proveer permanentemente en-línea, en condiciones que permitan un acceso fácil y directo, elementos completos de identificación que incluyan: dirección geográfica donde esta establecido y dirección electrónica, para permitir una comunicación directa.	2
10	4	A10-1.c) Los proveedores de servicios deben proveer permanentemente en-línea, en condiciones que permitan un acceso fácil y directo, elementos completos de identificación que incluyan: los datos de la inscripción en registros públicos y respectivos números.	2
10	6	A10-2 En caso de ejercer una actividad sujeta a autorización previa, informar sobre la entidad responsable por dicha autorización.	2
10	7	A10-3 En caso de ejercer una profesión reglamentada debe también indicar el título profesional y el Estado en que se expidió, la entidad profesional en que está inscrita, así como referir las reglas profesionales que reglamentan el acceso y el ejercicio de la profesión.	2
12	14	PII-B.1a) Los comerciantes en línea deberían proporcionar, como mínimo, la siguiente información para poder comunicarse con ellos en línea: nombre legal.	2
12	15	PII-B.1b) Los comerciantes en línea deberían proporcionar, como mínimo, la siguiente información para poder comunicarse con ellos en línea: el nombre bajo el cual lleva a cabo actividades comerciales.	2
12	16	PII-B.1c) Los comerciantes en línea deberían proporcionar, como mínimo, la siguiente información para poder comunicarse con ellos en línea: la dirección física principal o información suficiente, incluido el país, para que el cliente pueda localizar a la empresa fuera de línea.	2
12	17	PII-B.1d) Los comerciantes en línea deberían proporcionar, como mínimo, la siguiente información para poder comunicarse con ellos en línea: un método para establecer contacto en línea, tal como el correo electrónico.	2
12	18	PII-B.1e) Los comerciantes en línea deberían proporcionar, como mínimo, la siguiente información para poder comunicarse con ellos en línea: un punto de contacto dentro de la organización que se encargue de atender los pedidos de información de los clientes.	2
12	19	PII-B.1f) Los comerciantes en línea deberían proporcionar, como mínimo, la siguiente información para poder comunicarse con ellos en línea: un número de teléfono, a menos que ello interrumpiera las operaciones de la compañía, dados su tamaño y sus recursos, en cuyo caso, el comerciante debería tener un teléfono en servicio que aparezca en la guía telefónica.	2
12	20	PII-B.2 Los comerciantes en línea que registren un nombre de dominio en la Internet deberían suministrar información completa y precisa a la entidad autorizada para dicho registro en la Internet, y deberían utilizar el dominio de alto nivel que corresponda al tipo de empresa que estén registrando.	2
12	55	PIV-B. Los comerciantes en línea deberían poner un aviso fácil de encontrar y de entender acerca de la manera en que los clientes pueden comunicarse eficazmente con la compañía a fin de que ésta responda a sus preguntas. Los comerciantes en línea deberían dar una respuesta pronta y substancial a las preguntas comercialmente razonables del cliente.	2
13	2	D1.1 Todas las informaciones suministradas serán claras, legales, decentes, honestas y verdaderas.	2
13	3	D1.2 La empresa debe proveer siempre las siguientes informaciones en su sitio web: nombre legal correcto y otro(s) nombre(s) o números utilizados para identificar la empresa/servicio, por ejemplo, en el registro comercial.	2
13	4	D1.2 La empresa debe proveer siempre las siguientes informaciones en su sitio web: formas de contactar la empresa, o sea, la dirección postal.	2
13	5	D1.2 La empresa debe proveer siempre las siguientes informaciones en su sitio web: formas de contactar la empresa, o sea, una dirección de correo electrónico general.	2
14	83	PIV.I Cómo puede contactar el Sitio Web con comentarios, consultas o quejas (a través del correo electrónico, por teléfono, por carta, etc.).	2
14	84	PIV.II Cómo y cuando recibirá una confirmación de que la empresa ha recibido sus comentarios, consultas o quejas (la confirmación debe hacerse en un plazo de dos días hábiles).	2
15	2	O1 La empresa debe proveer los siguientes datos, que deben ser de fácil localización en el sitio web y posibles de visualizar en la pantalla y de imprimir: nombre comercial y su forma legal.	2
15	3	O1 La empresa debe proveer los siguientes datos, que deben ser de fácil localización en el sitio web y posibles de visualizar en la pantalla y de imprimir: nombre de los representantes autorizados.	2

D	O	Requisitos	IA
15	4	O1 La empresa debe proveer los siguientes datos, que deben ser de fácil localización en el sitio <i>web</i> y posibles de visualizar en la pantalla y de imprimir: dirección de correo de la empresa.	2
15	5	O1 La empresa debe proveer los siguientes datos, que deben ser de fácil localización en el sitio <i>web</i> y posibles de visualizar en la pantalla y de imprimir: número de teléfono y dirección de correo electrónico para dudas del cliente.	2
15	6	O1 La empresa debe proveer los siguientes datos, que deben ser de fácil localización en el sitio <i>web</i> y posibles de visualizar en la pantalla y de imprimir: número de registro comercial, en su caso.	2
15	8	O1 La empresa debe proveer los siguientes datos, que deben ser de fácil localización en el sitio <i>web</i> y posibles de visualizar en la pantalla y de imprimir: cuando aplicable, los datos de la autoridad de supervisión, el título profesional y las normas profesionales aplicables.	2
16	4	A2 Identificar la empresa e indicar los contactos.	2
19	2	R3.1.1 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: los datos de identificación de la organización incluyendo el país de origen, la razón social, la dirección completa, los teléfonos de contacto y la dirección de e-mail.	2
20	2	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio <i>web</i> al menos de los siguientes aspectos: nombre y denominación social.	2
20	3	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio <i>web</i> al menos de los siguientes aspectos: nombres comerciales bajo los que actúa.	2
20	5	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio <i>web</i> al menos de los siguientes aspectos: organigrama básico de la EC así como responsables máximos de la misma.	2
20	6	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio <i>web</i> al menos de los siguientes aspectos: descripción breve de las actividades de la EC.	2
20	7	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio <i>web</i> al menos de los siguientes aspectos: domicilio social.	2
20	8	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio <i>web</i> al menos de los siguientes aspectos: direcciones de todos los establecimientos permanentes.	2
20	9	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio <i>web</i> al menos de los siguientes aspectos: medios que permitan una comunicación directa con la EC (al menos una dirección de correo electrónico y adicionalmente un número de teléfono, fax, otros) con el fin de obtener informaciones sobre las actividades de la entidad.	2
20	10	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio <i>web</i> al menos de los siguientes aspectos: horarios comerciales de atención.	2
20	11	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio <i>web</i> al menos de los siguientes aspectos: datos principales de los registros en que esté inscrita (nombre del registro y localización de la inscripción en el registro) y de las autorizaciones administrativas de las que disponga. En el caso de ejercicio de profesiones reguladas se indicará nombre y datos básicos de la titulación poseída, título homologable en el extranjero y datos de la colegiación profesional.	2
20	14	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio <i>web</i> al menos de los siguientes aspectos: en caso de que pertenecer a un grupo de empresas habrá que indicar también todos los datos anteriores para la empresa matriz.	2
20	16	P1.II-2 La información del punto anterior debe ser claramente identificable y accesible desde la página de inicio del sitio <i>web</i> de la EC.	2
22	4	A4 En la publicidad en medios electrónicos de comunicación a distancia el anunciante deberá ser identificable, de forma tal que sus destinatarios puedan reconocerlo y ponerse en contacto con él sin dificultades. A estos efectos, el anunciante deberá indicar a sus destinatarios, de forma clara, directa y fácilmente accesible, su nombre o denominación social, su domicilio o efectos legales así como su dirección de correo electrónico y cualquier otro dato que permita establecer con él una comunicación directa y efectiva.	2
22	8	A6.1 Además de la información recogida en el artículo 4 sobre la identificación del anunciante, éste deberá proporcionar a sus destinatarios, de forma clara y fácilmente accesible, todas aquellas informaciones que resulten exigibles de acuerdo con la legislación vigente.	2
23	3	A3.B Las Tiendas Virtuales, incluirán en todas las páginas de su titularidad, los datos necesarios para que cualquier cliente, usuario pueda identificarlas y ponerse en contacto con la empresa.	2
24	3	P1d El poseedor del sitio <i>web</i> tendrá que indicar en la página de entrada acceso a los siguientes datos de identificación: el nombre de la empresa, la caracterización de su actividad, la ubicación de su sede, la dirección electrónica y la cobertura geográfica de su oferta.	2
29	3	¿Hay información, en la página de entrada, sobre la empresa?	2
29	4	¿La información, sobre la empresa, en la página de entrada, es actual?	2
32	2	¿Hay indicación de una persona/lugar para llamar a solicitar información?	2
32	3	¿Hay indicación sobre como encontrar a una tienda/distribuidor?	2
32	4	¿Hay indicación de dirección postal?	2
32	5	¿Hay indicación de dirección de correo electrónico?	2
32	6	¿Hay indicación de número de teléfono?	2
32	7	¿Hay indicación de número de fax?	2
32	8	¿Hay indicación de los países donde la empresa y/o sus distribuidores están presentes?	2
37	19	¿Hay indicación de dirección postal?	2
37	20	¿Hay indicación de número de teléfono?	2
37	21	¿Hay indicación de número de fax?	2
37	22	¿Hay indicación de dirección de correo electrónico?	2
37	23	¿Hay indicación de los responsables por funciones?	2
37	24	¿Hay fotos de los responsables por funciones?	2
37	25	¿Hay indicación de los contactos de los responsables por funciones (teléfono, fax, correo electrónico)?	2
37	26	¿Hay un enlace directo para los contactos de los responsables por funciones?	2
37	27	¿Hay indicación de los horarios de trabajo?	2
37	28	¿Hay plantas con la localización de los establecimientos?	2
37	40	¿Hay información sobre la empresa (historia y estatuto jurídico)?	2
37	41	¿Hay información sobre la participación de la empresa en proyectos?	2
37	42	¿Hay algún tipo de información financiera?	2
37	43	¿Hay información sobre el número de clientes?	2
37	44	¿Hay información sobre el número de empleados?	2
37	48	¿Hay posibilidad de consultar las políticas de la empresa?	2
37	62	¿Hay indicación de los contactos de los empleados de la empresa?	2
39	2	¿En la página de entrada, hay una descripción breve de la empresa?	2
39	3	¿En la página de entrada están los contactos de la empresa?	2
42	5	¿Hay suficiente información sobre la empresa?	2
42	19	¿Hay indicación de contactos por correo electrónico?	2
43	2	¿Hay información suficiente de la empresa?	2
48	2	¿Hay información cuanto al número de establecimientos físicos de la empresa?	2
48	3	¿Hay información cuanto al número de empleados de la empresa?	2
49	7	¿Hay información sobre las formas de contactar la empresa?	2
49	17	¿Hay información sobre la tienda en-línea?	2
50	6	¿Hay información sobre los objetivos de negocio de la empresa?	2
51	4	¿Hay una dirección de correo electrónico?	2
51	5	¿Hay un número de teléfono/fax?	2

D	O	Requisitos	IA
53	7	¿Hay indicación de un teléfono de contacto?	2
53	8	¿Hay indicación de una dirección de correo electrónico?	2
60	9	¿Hay un enlace para los contactos de la empresa?	2
62	4	¿Hay información suficiente sobre la empresa?	2
62	6	¿Hay diferentes formas para comunicar con la empresa?	2
65	11	¿Hay un teléfono de contacto 24 horas?	2
65	17	¿Hay información sobre la empresa (nombre, tipo de sociedad, razón social, país de origen, teléfono, ...)?	2
66	2	¿Hay información sobre la empresa?	2
66	3	¿Hay descripción de los servicios de la empresa?	2
66	4	¿Hay indicación de los contactos de la empresa?	2
66	5	¿Hay presentación del equipo de trabajo de la empresa?	2
3	2	A2- Previamente a la celebración del contrato y con la antelación necesaria, como mínimo en los tres días naturales anteriores a aquélla, el predisponente deberá facilitar al adherente, de modo veraz, eficaz y completo, información sobre todas y cada una de las cláusulas del contrato y remitirle, por cualquier medio adecuado a la técnica de comunicación a distancia utilizada, el texto completo de las condiciones generales.	3
3	4	A3-1 Celebrado el contrato, el predisponente deberá enviar al adherente inmediatamente y, a más tardar, en el momento de la entrega de la cosa o comienzo de la ejecución del contrato, justificación por escrito o, a propuesta del mismo, en cualquier otro soporte duradero adecuado al medio de comunicación empleado y en su propio idioma o en el utilizado por el predisponente para hacer la oferta, relativa a la contratación efectuada donde deberán constar todos los términos de la misma. (...)	3
3	6	A4-1 Cumplidas las obligaciones a que se refieren los artículos 2 y 3, el adherente dispondrá de un plazo de siete días hábiles, según el calendario oficial de su lugar de residencia habitual, para resolver el contrato sin incurrir en penalización ni gasto alguno, incluidos los correspondientes a la devolución del bien. El ejercicio del derecho a que se refiere este apartado no estará sujeto a formalidad alguna, bastando que se acredite, en cualquier forma admitida en derecho.	3
3	7	A4-2 El plazo para el ejercicio del derecho a que se refiere el párrafo anterior se computará, en el caso de que el contrato tenga por objeto para entrega de bienes, a partir de su recepción por el adherente, y en los casos de prestaciones de servicios a partir del día de celebración del contrato.	3
3	8	A4-3 Si la información sobre las condiciones generales o la confirmación documental tiene lugar con posterioridad a la entrega de los bienes o la celebración del contrato, respectivamente, el plazo se computará desde que tales obligaciones queden totalmente cumplidas. En caso de cumplimiento defectuoso o incompleto de la obligación de remitir justificación documental de los términos del contrato a que se refiere el número artículo anterior, la acción de resolución no caducará hasta transcurridos tres meses computados en la forma establecida en el apartado anterior.	3
3	9	A4-4 Ejercitado el derecho de resolución el predisponente estará obligado a devolver las cantidades recibidas sin retención alguna inmediatamente y nunca después de treinta días.	3
3	10	A4-5 Queda excluido el derecho de resolución en aquellos casos en que por la naturaleza del contenido de las prestaciones sea imposible llevarlo a cabo, sin perjuicio de la reclamación de los daños y perjuicios sufridos.	3
4	11	A10-1e) Sin perjuicio de los requisitos que en materia de información se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información estará obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la siguiente información: el número de identificación fiscal que le corresponda.	3
4	12	A10-1f) Sin perjuicio de los requisitos que en materia de información se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información estará obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la siguiente información: información clara y exacta sobre el precio del producto o servicio, indicando si incluye o no los impuestos aplicables y, en su caso, sobre los gastos de envío.	3
4	25	A27-1a) Además del cumplimiento de los requisitos en materia de información que se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información que realice actividades de contratación electrónica tendrá la obligación de informar al destinatario de manera clara, comprensible e inequívoca, y antes de iniciar el procedimiento de contratación, sobre los siguientes elementos: los distintos trámites que deben seguirse para celebrar el contrato.	3
4	26	A27-1b) Además del cumplimiento de los requisitos en materia de información que se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información que realice actividades de contratación electrónica tendrá la obligación de informar al destinatario de manera clara, comprensible e inequívoca, y antes de iniciar el procedimiento de contratación, sobre los siguientes elementos: si el prestador va a archivar el documento electrónico en que se formalice el contrato y si éste va a ser accesible.	3
4	27	A27-1c) Además del cumplimiento de los requisitos en materia de información que se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información que realice actividades de contratación electrónica tendrá la obligación de informar al destinatario de manera clara, comprensible e inequívoca, y antes de iniciar el procedimiento de contratación, sobre los siguientes elementos: los medios técnicos que pone a su disposición para identificar y corregir errores en la introducción de los datos, y	3
4	28	A27-1d) Además del cumplimiento de los requisitos en materia de información que se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información que realice actividades de contratación electrónica tendrá la obligación de informar al destinatario de manera clara, comprensible e inequívoca, y antes de iniciar el procedimiento de contratación, sobre los siguientes elementos: la lengua o lenguas en que podrá formalizarse el contrato.	3
4	29	A27-2a) El prestador no tendrá la obligación de facilitar la información señalada en el apartado anterior cuando: ambos contratantes así lo acuerden y ninguno de ellos tenga la consideración de consumidor, o	3
4	30	A27-2b) El prestador no tendrá la obligación de facilitar la información señalada en el apartado anterior cuando: el contrato se haya celebrado exclusivamente mediante intercambio de correo electrónico u otro tipo de comunicación electrónica equivalente, cuando estos medios no sean empleados con el exclusivo propósito de eludir el cumplimiento de tal obligación.	3
4	31	A27-3 Sin perjuicio de lo dispuesto en la legislación específica, las ofertas o propuestas de contratación realizadas por vía electrónica serán válidas durante el período que fije el oferente o, en su defecto, durante todo el tiempo que permanezcan accesibles a los destinatarios del servicio.	3
4	32	A27-4 Con carácter previo al inicio del procedimiento de contratación, el prestador de servicios deberá poner a disposición del destinatario las condiciones generales a que, en su caso, deba sujetarse el contrato, de manera que éstas puedan ser almacenadas y reproducidas por el destinatario.	3
4	34	A28-1a) El oferente está obligado a confirmar la recepción de la aceptación al que la hizo por alguno de los siguientes medios: el envío de un acuse de recibo por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente a la dirección que el aceptante haya señalado en el plazo de las veinticuatro horas siguientes a la recepción de la aceptación, o	3
4	35	A28-1b) El oferente está obligado a confirmar la recepción de la aceptación al que la hizo por alguno de los siguientes medios: la confirmación, por un medio equivalente al utilizado en el procedimiento de contratación, de la aceptación recibida, tan pronto como el aceptante hay completado dicho procedimiento, siempre que la confirmación pueda ser archivada por su destinatario. (...)	3
4	36	A28-3a) No será necesario confirmar la recepción de la aceptación de una oferta cuando: ambos contratantes así lo acuerden y ninguno de ellas tenga la consideración de consumidor, o	3

D	O	Requisitos	IA
4	37	A28-3b) No será necesario confirmar la recepción de la aceptación de una oferta cuando: el contrato se hay celebrado exclusivamente mediante intercambio de correo electrónico u otro tipo de comunicación electrónica equivalente, cuando estos medio no sean empleados con el exclusivo propósito de eludir el cumplimiento de tal obligación.	3
5	2	A40-1a) Antes de iniciar el procedimiento de contratación y con la antelación necesaria, el vendedor deberá suministrar al consumidor, de forma veraz, eficaz y suficiente, la siguiente información: la identidad del vendedor y su dirección.	3
5	3	A40-1b) Antes de iniciar el procedimiento de contratación y con la antelación necesaria, el vendedor deberá suministrar al consumidor, de forma veraz, eficaz y suficiente, la siguiente información: las características esenciales del producto.	3
5	4	A40-1c) Antes de iniciar el procedimiento de contratación y con la antelación necesaria, el vendedor deberá suministrar al consumidor, de forma veraz, eficaz y suficiente, la siguiente información: el precio, incluidos todos los impuestos.	3
5	5	A40-1d) Antes de iniciar el procedimiento de contratación y con la antelación necesaria, el vendedor deberá suministrar al consumidor, de forma veraz, eficaz y suficiente, la siguiente información: los gastos de entrega y transporte, en su caso.	3
5	6	A40-1e) Antes de iniciar el procedimiento de contratación y con la antelación necesaria, el vendedor deberá suministrar al consumidor, de forma veraz, eficaz y suficiente, la siguiente información: la forma de pago y modalidades de entrega o de ejecución.	3
5	7	A40-1f) Antes de iniciar el procedimiento de contratación y con la antelación necesaria, el vendedor deberá suministrar al consumidor, de forma veraz, eficaz y suficiente, la siguiente información: la existencia de un derecho de desistimiento o resolución, o su ausencia en los contratos a que se refiere el artículo 45.	3
5	8	A40-1g) Antes de iniciar el procedimiento de contratación y con la antelación necesaria, el vendedor deberá suministrar al consumidor, de forma veraz, eficaz y suficiente, la siguiente información: el coste de utilización de la técnica de comunicación a distancia cuando se calcule sobre una base distinta de la tarifa básica.	3
5	9	A40-1h) Antes de iniciar el procedimiento de contratación y con la antelación necesaria, el vendedor deberá suministrar al consumidor, de forma veraz, eficaz y suficiente, la siguiente información: el plazo de validez de la oferta y del precio.	3
5	10	A40-1i) Antes de iniciar el procedimiento de contratación y con la antelación necesaria, el vendedor deberá suministrar al consumidor, de forma veraz, eficaz y suficiente, la siguiente información: la duración mínima del contrato, si procede, cuando se trate de contratos de suministro de productos destinados a su ejecución permanente o repetida.	3
5	11	A40-1j) Antes de iniciar el procedimiento de contratación y con la antelación necesaria, el vendedor deberá suministrar al consumidor, de forma veraz, eficaz y suficiente, la siguiente información: las circunstancias y condiciones en que el vendedor podría suministrar un producto de calidad y precio equivalentes, en sustitución del solicitado por el consumidor, cuando se quiera prever esta posibilidad.	3
5	12	A40-1k) Antes de iniciar el procedimiento de contratación y con la antelación necesaria, el vendedor deberá suministrar al consumidor, de forma veraz, eficaz y suficiente, la siguiente información: en su caso, indicación de si el vendedor dispone o está adherido a algún procedimiento extrajudicial de solución de conflictos.	3
5	13	A40-2 La información contenida en el apartado anterior, cuya finalidad comercial debe ser indudable, deberá facilitarse al comprador de modo claro, comprensible e inequívoco, mediante cualquier técnica adecuada al medio de comunicación a distancia utilizado, y deberá respetar, en particular, el principio de buena fe en las transacciones comerciales, así como los principios de protección de quienes sean incapaces de contratar.	3
5	15	A47-1a) Además de la información señalada en el artículo 40, el consumidor deberá haber recibido, a la ejecución del contrato, las siguientes informaciones y documentos: información escrita sobre las condiciones y modalidades de ejercicio de los derechos de desistimiento y resolución, así como un documento de desistimiento o revocación, identificado claramente como tal, que exprese el nombre y dirección de la persona a quien debe enviarse y los datos de identificación del contrato y de los contratantes a que se refiere.	3
5	16	A47-1b) Además de la información señalada en el artículo 40, el consumidor deberá haber recibido, a la ejecución del contrato, las siguientes informaciones y documentos: la dirección del establecimiento del vendedor donde el comprador pueda presentar sus reclamaciones.	3
5	17	A47-1c) Además de la información señalada en el artículo 40, el consumidor deberá haber recibido, a la ejecución del contrato, las siguientes informaciones y documentos: información relativa a los servicios de postventa y las garantías comerciales existentes.	3
5	18	A47-1d) Además de la información señalada en el artículo 40, el consumidor deberá haber recibido, a la ejecución del contrato, las siguientes informaciones y documentos: en caso de celebración de un contrato de duración indeterminada o de duración superior a un año, las condiciones de rescisión del contrato.	3
5	19	A47-2 La información a que se refiere el apartado anterior deberá facilitarse por escrito o, salvo oposición expresa del consumidor, en cualquier otro soporte duradero adecuado a la técnica de comunicación empleada y en la lengua utilizada en la propuesta de contratación.	3
9	2	A4-1.a) El consumidor debe disponer, en tiempo útil y previamente a la celebración de cualquier contrato celebrado a distancia, de las siguientes informaciones: identidad del proveedor y, en caso de contratos que necesiten de pago en adelantado, la respectiva dirección.	3
9	3	A4-1.b) El consumidor debe disponer, en tiempo útil y previamente a la celebración de cualquier contrato celebrado a distancia, de las siguientes informaciones: características esenciales del bien o servicio.	3
9	4	A4-1.c) El consumidor debe disponer, en tiempo útil y previamente a la celebración de cualquier contrato celebrado a distancia, de las siguientes informaciones: precio del bien o servicio, incluyendo tasas e impuestos.	3
9	5	A4-1.d) El consumidor debe disponer, en tiempo útil y previamente a la celebración de cualquier contrato celebrado a distancia, de las siguientes informaciones: los gastos de entrega, en su caso.	3
9	6	A4-1.e) El consumidor debe disponer, en tiempo útil y previamente a la celebración de cualquier contrato celebrado a distancia, de las siguientes informaciones: modalidades de pago, entrega o ejecución.	3
9	7	A4-1.f) El consumidor debe disponer, en tiempo útil y previamente a la celebración de cualquier contrato celebrado a distancia, de las siguientes informaciones: existencia del derecho de resolución del contrato, excepto los casos referidos en el artículo 7.º.	3
9	8	A4-1.g) El consumidor debe disponer, en tiempo útil y previamente a la celebración de cualquier contrato celebrado a distancia, de las siguientes informaciones: el coste de utilización de la técnica de comunicación a distancia, cuando calculado con base en una tarifa que no sea la de base.	3
9	9	A4-1.h) El consumidor debe disponer, en tiempo útil y previamente a la celebración de cualquier contrato celebrado a distancia, de las siguientes informaciones: el plazo de validez de la oferta o propuesta contractual.	3
9	10	A4-1.i) El consumidor debe disponer, en tiempo útil y previamente a la celebración de cualquier contrato celebrado a distancia, de las siguientes informaciones: la duración mínima del contrato, cuando necesario, en caso de contratos de suministro de bienes o prestación de servicios de ejecución continuada o periódica.	3
9	12	A5-1 En caso de ejecución del contrato el consumidor debe, en tiempo útil, y en relación a los bienes que no sean entregues a terceros, lo más tardar en el momento de la entrega, recibir confirmación, por escrito o a través de otro soporte durable a su disposición, de las informaciones referidas en el artículo 4.º, n.º 1, letras a) a f).	3
9	13	A5-2 La obligación referida en el número anterior es dispensada se, previamente a la celebración del contrato, las informaciones en causa ya hubieren sido suministradas al consumidor por escrito u otro soporte durable a su disposición y de fácil utilización.	3
9	14	A5-3.a) Además las informaciones referidas en el artículo 4.º, y sin perjuicio del dispuesto en el n.º 4, deben ser suministrados al consumidor: una información por escrito sobre las condiciones y modalidades de ejercicio del derecho de resolución, mismo en los casos referidos en el artículo 7.º, letra a).	3
9	15	A5-3.b) Además las informaciones referidas en el artículo 4.º, y sin perjuicio del dispuesto en el n.º 4, deben ser suministrados al consumidor: la dirección geográfica del establecimiento del proveedor en el cual el consumidor puede presentar sus reclamaciones.	3
9	16	A5-3.c) Además las informaciones referidas en el artículo 4.º, y sin perjuicio del dispuesto en el n.º 4, deben ser suministrados al consumidor: las informaciones sobre el servicio pos-venta y las garantías comerciales existentes.	3

D	O	Requisitos	IA
9	17	A5-3.d) Además las informaciones referidas en el artículo 4.º, y sin perjuicio del dispuesto en el nº 4, deben ser suministrados al consumidor: las condiciones de resolución del contrato en los casos en que su duración sea indeterminada o superior a un año.	3
9	18	A5-4 Con excepción de la información constante de la letra b) del número anterior, cuyo cumplimiento es siempre de carácter obligatorio, lo dispuesto en las restantes letras no es aplicable a los servicios cuya ejecución se realice a través de una técnica de comunicación a distancia, desde que tales servicios se presten de una vez sola y sean cobrados por el operador de la técnica de comunicación.	3
10	5	A10-1.d) Los proveedores de servicios deben proveer permanentemente en-línea, en condiciones que permitan un acceso fácil y directo, elementos completos de identificación que incluyan: el número de identificación fiscal.	3
10	8	A10-4 En los casos en que el acceso a los servicios tenga más costes además los costes de los servicios de telecomunicaciones, incluyendo cargas fiscales o gastos de entrega, los usuarios deben ser informados previamente a la utilización de los servicios.	3
10	25	A27 El proveedor de servicios que celebre contratos por vía electrónica debe proveer a los destinatarios de los servicios, salvo acuerdo en contrario entre las partes que no sean consumidores, los medios técnicos eficaces que permitan identificar y corregir errores de introducción antes de formular un pedido.	3
10	27	A28-1.a) Los proveedores de servicios en red que celebren contratos en-línea deben facilitar a los destinatarios, antes de que ocurra cualquier pedido, información mínima inequívoca que incluya: el proceso de celebración del contrato.	3
10	28	A28-1.b) Los proveedores de servicios en red que celebren contratos en-línea deben facilitar a los destinatarios, antes de que ocurra cualquier pedido, información mínima inequívoca que incluya: si el contrato será archivado o no y si será posible o no el acceso al contrato.	3
10	29	A28-1.c) Los proveedores de servicios en red que celebren contratos en-línea deben facilitar a los destinatarios, antes de que ocurra cualquier pedido, información mínima inequívoca que incluya: el idioma, o idiomas, en que es posible celebrar el contrato.	3
10	30	A28-1.d) Los proveedores de servicios en red que celebren contratos en-línea deben facilitar a los destinatarios, antes de que ocurra cualquier pedido, información mínima inequívoca que incluya: los medios técnicos que el proveedor suministra para identificar y corregir errores de introducción que puedan existir en los pedidos.	3
10	31	A28-1.e) Los proveedores de servicios en red que celebren contratos en-línea deben facilitar a los destinatarios, antes de que ocurra cualquier pedido, información mínima inequívoca que incluya: los términos contractuales y las cláusulas generales del contrato a celebrar.	3
10	33	A28-2 Lo dispuesto en el número anterior no será aplicable en caso de las partes, que no sean consumidores, lo establezcan.	3
10	35	A29-1 El proveedor, después de recibir un pedido por vía exclusivamente electrónica, debe acusar su recepción también por medios electrónicos, salvo acuerdo en contrario con la parte que no sea consumidora.	3
10	36	A29-2 El aviso de recepción del pedido no es necesario en los casos en que hay la inmediata prestación en línea del producto o servicio.	3
10	37	A29-3 El aviso de recepción del pedido debe contener la identificación fundamental del contrato al que se refiere.	3
10	38	A29-4 El proveedor satisfaz el deber de acusar la recepción del pedido si enviar la comunicación para la dirección de correo electrónico indicada o utilizada por el destinatario del servicio.	3
10	39	A29-5 El pedido es definitivo con la confirmación del destinatario, la cual deberá ocurrir en la secuencia del aviso de recepción, a reiterar el pedido.	3
10	41	A31-1 Los términos contractuales y las cláusulas generales, así como el aviso de recepción del pedido, deben ser siempre comunicados de forma que el destinatario pueda archivarlos y reproducirlos.	3
10	42	A31-2 El pedido, el aviso de recepción del pedido y la confirmación del pedido son considerados recibidos así que los destinatarios tienen la posibilidad de acceder a ellos.	3
11	10	PI-2.1a) La entidad ha definido de forma objetiva y comunicado a los usuarios autorizados las características del sistema y sus límites, incluyendo, entre otros, los siguientes elementos (a proveer en la página Web) - Información descriptiva sobre los productos y servicios suministrados, incluyendo: Condición de los bienes (nuevo, usado, recuperado).	3
11	11	PI-2.1a) La entidad ha definido de forma objetiva y comunicado a los usuarios autorizados las características del sistema y sus límites, incluyendo, entre otros, los siguientes elementos (a proveer en la página Web) - Información descriptiva sobre los productos y servicios suministrados, incluyendo: Descripción de los servicios (contrato de servicios).	3
11	13	PI-2.1b) La entidad ha definido de forma objetiva y comunicado a los usuarios autorizados las características del sistema y sus límites, incluyendo, entre otros, los siguientes elementos (a proveer en la página Web) - Los términos y condiciones a aplicar a las transacciones comerciales por vía electrónica, incluyendo, entre otros: Tiempo necesario para concluir la transacción.	3
11	14	PI-2.1b) La entidad ha definido de forma objetiva y comunicado a los usuarios autorizados las características del sistema y sus límites, incluyendo, entre otros, los siguientes elementos (a proveer en la página Web) - Los términos y condiciones a aplicar a las transacciones comerciales por vía electrónica, incluyendo, entre otros: Proceso y tiempo necesario para informar los clientes de excepciones al normal procesamiento de pedidos o solicitudes de servicios.	3
11	15	PI-2.1b) La entidad ha definido de forma objetiva y comunicado a los usuarios autorizados las características del sistema y sus límites, incluyendo, entre otros, los siguientes elementos (a proveer en la página Web) - Los términos y condiciones a aplicar a las transacciones comerciales por vía electrónica, incluyendo, entre otros: Método normal de envío de los productos o servicios, incluyendo las opciones del cliente, en su caso.	3
11	16	PI-2.1b) La entidad ha definido de forma objetiva y comunicado a los usuarios autorizados las características del sistema y sus límites, incluyendo, entre otros, los siguientes elementos (a proveer en la página Web) - Los términos y condiciones a aplicar a las transacciones comerciales por vía electrónica, incluyendo, entre otros: Plazos para el pago, incluyendo las opciones del cliente, en su caso.	3
11	17	PI-2.1b) La entidad ha definido de forma objetiva y comunicado a los usuarios autorizados las características del sistema y sus límites, incluyendo, entre otros, los siguientes elementos (a proveer en la página Web) - Los términos y condiciones a aplicar a las transacciones comerciales por vía electrónica, incluyendo, entre otros: Formas de pago electrónicas y encargos asociados para los clientes.	3
11	18	PI-2.1b) La entidad ha definido de forma objetiva y comunicado a los usuarios autorizados las características del sistema y sus límites, incluyendo, entre otros, los siguientes elementos (a proveer en la página Web) - Los términos y condiciones a aplicar a las transacciones comerciales por vía electrónica, incluyendo, entre otros: Formas para cancelar cobros repetidos, en su caso.	3
11	19	PI-2.1b) La entidad ha definido de forma objetiva y comunicado a los usuarios autorizados las características del sistema y sus límites, incluyendo, entre otros, los siguientes elementos (a proveer en la página Web) - Los términos y condiciones a aplicar a las transacciones comerciales por vía electrónica, incluyendo, entre otros: Políticas de devolución de productos y limitaciones de responsabilidad, en su caso.	3
11	20	PI-2.1b) La entidad ha definido de forma objetiva y comunicado a los usuarios autorizados las características del sistema y sus límites, incluyendo, entre otros, los siguientes elementos (a proveer en la página Web) - Los términos y condiciones a aplicar a las transacciones comerciales por vía electrónica, incluyendo, entre otros: Información sobre garantías, servicios para arreglar y apoyo a los productos y servicios adquiridos a través de la Web.	3
11	21	PI-2.1c) La entidad ha definido de forma objetiva y comunicado a los usuarios autorizados las características del sistema y sus límites, incluyendo, entre otros, los siguientes elementos (a proveer en la página Web) - Los procedimientos para resolver los aspectos sobre la integridad del procesamiento.	3
11	22	PI-2.2 Las obligaciones de integridad del procesamiento y de seguridad de los usuarios y los compromisos de la entidad sobre estos temas en relación con los usuarios, son comunicadas a los usuarios autorizados.	3
11	23	PI-2.4 El proceso para obtener apoyo e informar la entidad sobre problemas de integridad del procesamiento, errores y omisiones, violaciones del sistema de seguridad y para la presentación de quejas es comunicado a los usuarios autorizados.	3
11	24	PI-2.5 Los cambios que pueden afectar la integridad de procesamiento del sistema y la seguridad del sistema son comunicados a los gestores y a los usuarios que serán afectados.	3

D	O	Requisitos	IA
12	13	PII-A.4 Toda la información a que se refiere este código debería ajustarse a las normas siguientes: si la información se relaciona con las mercancías o servicios que se hallan a la venta en línea o a la transacción misma, debería poderse tener acceso a la misma antes de consumarse la transacción.	3
12	21	PII-C Los comerciantes en línea deberían suministrar suficiente información acerca de la mercancía o los servicios que ofrecen a la venta en línea, de modo que los clientes puedan tomar una decisión bien fundamentada en cuanto a la compra de dicha mercancía o servicios.	3
12	22	PII-D.1a) Los comerciantes en línea deberían suministrar información pertinente acerca de la transacción en línea, que incluya, entre otros datos: los términos de la transacción.	3
12	23	PII-D.1b) Los comerciantes en línea deberían suministrar información pertinente acerca de la transacción en línea, que incluya, entre otros datos: la disponibilidad del producto/información relativa al envío.	3
12	24	PII-D.1c) Los comerciantes en línea deberían suministrar información pertinente acerca de la transacción en línea, que incluya, entre otros datos: los precios y los costes para el cliente.	3
12	25	PII-D.2a) En las transacciones en línea el cliente debe tener la oportunidad de: examinar y aprobar la transacción.	3
12	26	PII-D.2b) En las transacciones en línea el cliente debe tener la oportunidad de: recibir una confirmación de la misma.	3
12	27	PII-D.3 Si el comerciante en línea opta por suministrar información en más de un idioma, toda la información referente a la transacción debería suministrarse en los idiomas seleccionados. De igual modo, si el comerciante en línea opta por dirigirse a determinado segmento de la población, tal como el de las personas de edad o incapacitadas, utilizando para ello tipos de letra grandes o colores específicos, por ejemplo, toda la información de hecho acerca de la transacción debería ser proporcionada de la misma manera.	3
12	28	PII-E.1 Los comerciantes en línea deberían proporcionar los términos de la transacción en línea, entre ellos los siguientes: las restricciones o limitaciones (por ejemplo, de tiempo o geográficas) que impongan a la venta de los productos o servicios.	3
12	29	PII-E.2 Los comerciantes en línea deberían proporcionar los términos de la transacción en línea, entre ellos los siguientes: los mecanismos de pago de empleo fácil.	3
12	30	PII-E.3 Los comerciantes en línea deberían proporcionar los términos de la transacción en línea, entre ellos los siguientes: los procedimientos para la devolución o el reembolso, incluida la manera en que los clientes pueden hacer devoluciones o cambios, obtener reembolsos o créditos, o cancelar una transacción, así como cualquier límite de tiempo o cargos relacionados.	3
12	31	PII-E.4 Los comerciantes en línea deberían proporcionar los términos de la transacción en línea, entre ellos los siguientes: en el caso de productos, la garantía, programas de depósitos en custodia u otros términos ofrecidos, incluidas las limitaciones y condiciones, si las hubiera.	3
12	32	PII-E.5 Los comerciantes en línea deberían proporcionar los términos de la transacción en línea, entre ellos los siguientes: en el caso de servicios, las normas, planes, cargos aplicables, u otros términos ofrecidos, incluidas sus limitaciones y condiciones.	3
12	34	PII-E.7a) Los comerciantes en línea deberían proporcionar los términos de la transacción en línea, entre ellos los siguientes: en el caso de transacciones o suscripciones continuas: información acerca de la manera en que la transacción aparecerá en la factura, de modo que el cliente pueda identificar fácilmente la compañía y la transacción en la factura.	3
12	35	PII-E.7b) Los comerciantes en línea deberían proporcionar los términos de la transacción en línea, entre ellos los siguientes: en el caso de transacciones o suscripciones continuas: información fácil de comprender acerca de las cancelaciones, un medio fácil de usar para cancelar una suscripción vigente, y la confirmación oportuna de tal cancelación.	3
12	36	PII-F.1a) Indicar qué productos o servicios se encuentran temporalmente agotados y, en esos casos: suministrar información acerca de la fecha en se le cobrará la transacción al cliente.	3
12	37	PII-F.1b) Indicar qué productos o servicios se encuentran temporalmente agotados y, en esos casos: si indican una fecha en la que estarían disponibles los productos o servicios en cuestión, tener una base razonable para indicar esa fecha.	3
12	38	PII-F.4 Indicar las limitaciones (edad, ubicación geográfica) que impongan al envío, ejecución o entrega.	3
12	39	PII-F.5 De ocurrir una demora importante en el envío o ejecución, proporcionar al cliente información oportuna acerca de dicha demora y darle la oportunidad de cancelar la transacción.	3
12	40	PII-G.1a) Dar a conocer, en la moneda especificada, la lista detallada de precios o cargos, así como los costes que el comerciante en línea prevé cobrar en relación con una transacción en línea, incluidos, entre otros: el precio o los derechos de licencia que se cobrarán o, en el caso de una permuta, los artículos que se darán a cambio de los productos o servicios comprados o autorizados.	3
12	41	PII-G.1b) Dar a conocer, en la moneda especificada, la lista detallada de precios o cargos, así como los costes que el comerciante en línea prevé cobrar en relación con una transacción en línea, incluidos, entre otros: los gastos de envío previstos (de no conocerse en el momento de la transacción en línea, el comerciante en línea debería proporcionar dicha información en un mensaje electrónico subsiguiente, pero debería dar al cliente la oportunidad de cancelar la transacción si los costes no fueran aceptables).	3
12	42	PII-G.1c) Dar a conocer, en la moneda especificada, la lista detallada de precios o cargos, así como los costes que el comerciante en línea prevé cobrar en relación con una transacción en línea, incluidos, entre otros: los impuestos previstos u otros gravámenes impuestos por el Gobierno que deba cobrar el comerciante en línea en relación con la transacción, etc..	3
12	43	PII-G.2 Suministrar una descripción generalizada de los demás costes y cargos habitualmente aplicables a una transacción que pudiera tener que sufragar el cliente, tales como tarifas o cargos de suscripción habituales que no deba cobrar el comerciante en línea.	3
12	44	PII-H.1 Antes de concluir la transacción, los comerciantes en línea deberían ofrecer a los clientes la opción de revisar la transacción en línea y de confirmar su intención de efectuarla, proporcionándoles un resumen que incluya lo siguiente: información acerca de la transacción en línea (tal como se indica en las secciones anteriores).	3
12	45	PII-H.2 Antes de concluir la transacción, los comerciantes en línea deberían ofrecer a los clientes la opción de revisar la transacción en línea y de confirmar su intención de efectuarla, proporcionándoles un resumen que incluya lo siguiente: el método de pago seleccionado.	3
12	46	PII-H.3 Antes de concluir la transacción, los comerciantes en línea deberían ofrecer a los clientes la opción de revisar la transacción en línea y de confirmar su intención de efectuarla, proporcionándoles un resumen que incluya lo siguiente: la opción de cancelar o de finalizar afirmativamente la transacción.	3
12	47	PII-I.1 Los comerciantes en línea deberían ofrecer a los clientes la opción de recibir una confirmación de la transacción una vez concluida. Dicha confirmación debería incluir lo siguiente: un desglose de los artículos o servicios pedidos, su precio y los cargos aplicables, tales como el coste del envío y los impuestos sobre la venta.	3
12	48	PII-I.2 Los comerciantes en línea deberían ofrecer a los clientes la opción de recibir una confirmación de la transacción una vez concluida. Dicha confirmación debería incluir lo siguiente: suficiente información sobre el punto de contacto que permita a los compradores obtener información actualizada sobre el estado de sus pedidos.	3
12	49	PII-I.3 Los comerciantes en línea deberían ofrecer a los clientes la opción de recibir una confirmación de la transacción una vez concluida. Dicha confirmación debería incluir lo siguiente: la fecha de envío prevista.	3
12	56	PIV-C.1 Los comerciantes en línea deberían poner un aviso fácil de encontrar y de entender acerca de la manera en que el cliente puede comunicarse eficazmente con la compañía, a fin de resolver prontamente las reclamaciones o disputas que pudiera tener en relación con una transacción.	3
12	57	PIV-C.2 Los comerciantes en línea deberían contar con un mecanismo eficaz y fácil de usar para atender quejas y corregir errores. Los procedimientos equitativos para hacer cambios o devoluciones son ejemplos de tales mecanismos.	3
12	58	PIV-C.3 En el caso de que la reclamación del cliente no pueda ser resuelta, los comerciantes en línea deberían también ofrecer un método equitativo para resolver las diferencias con respecto a una transacción, ofreciendo una garantía incondicional de devolución del precio pagado o la resolución de la disputa por terceros.	3
13	6	D1.2 La empresa debe proveer siempre las siguientes informaciones en su sitio web: formas de contactar la empresa, o sea, direcciones de correo electrónico específicas para presentar quejas en un servicio de posventa.	3

D	O	Requisitos	IA
13	10	D2.1.1 Contenido de una oferta - Los términos de toda y cualquier oferta deberán ser claros y los compromisos sobre las ventas y suministros asumidos por la empresa y por el consumidor descritos inequívocamente.	3
13	11	D2.1.2 Contenido de una oferta - Antes de la celebración del contrato la empresa deberá, como mínimo, proveer al consumidor los aspectos esenciales de la oferta en un medio que permita su archivo y/o impresión, para que el consumidor pueda considerar todos los factores con influencia en su decisión y consentimiento para la compra.	3
13	12	D2.1.3 Contenido de una oferta - Esta información esencial deberá incluir: la identidad, la dirección permanente de la empresa y otras formas de contacto, de tal forma que la empresa sea claramente identificable.	3
13	13	D2.1.3 Contenido de una oferta - Esta información esencial deberá incluir: las características principales de los productos y servicios propuestos, en términos cuantitativos y cualitativos.	3
13	14	D2.1.3 Contenido de una oferta - Esta información esencial deberá incluir: los términos financieros, o sea, el precio a cobrar, lo cual deberá incluir todas las tasas y costes adicionales.	3
13	15	D2.1.3 Contenido de una oferta - Esta información esencial deberá incluir: las condiciones generales de la oferta y las restricciones, si existieren.	3
13	16	D2.1.3 Contenido de una oferta - Esta información esencial deberá incluir: el periodo de la validez de la oferta, cuando aplicable.	3
13	17	D2.1.3 Contenido de una oferta - Esta información esencial deberá incluir: las condiciones de envío.	3
13	18	D2.1.3 Contenido de una oferta - Esta información esencial deberá incluir: la existencia y las condiciones para ejercer el derecho de cancelación y de reembolso.	3
13	19	D2.1.3 Contenido de una oferta - Esta información esencial deberá incluir: las condiciones para la cancelación del contrato, cuando la duración no es conocida o es superior a 1 año.	3
13	20	D2.1.3 Contenido de una oferta - Esta información esencial deberá incluir: una dirección de correo y un número de contacto para atender a dudas del cliente.	3
13	21	D2.1.3 Contenido de una oferta - Esta información esencial deberá incluir: informaciones sobre la garantía y servicio de posventa.	3
13	22	D2.1.4 Contenido de una oferta - En los contratos ejecutados de forma permanente o periódica, deberá ser indicada la duración mínima.	3
13	23	D2.1.5 Contenido de una oferta - Cuando justificable, deberá ser ofrecida una opción de pago.	3
13	24	D2.2.1 Realización de un contrato - La empresa deberá explicar de forma clara las etapas que el consumidor deberá realizar para concluir el contrato.	3
13	25	D2.2.2 Realización de un contrato - El contrato es considerado realizado cuando la empresa tiene confirmación del consumidor. La empresa debe confirmar la recepción de dicha confirmación.	3
13	26	D2.2.3 Realización de un contrato - El consumidor deberá recibir la confirmación de su pedido en una forma que permita su archivo y/o impresión, durante el periodo del contrato, lo más tarde, en el día de la entrega. Dicha confirmación deberá hacerse a través de una declaración clara o a través de un resumen donde deben constar las condiciones del pedido, lo cual deberá englobar los siguientes aspectos: el producto solicitado.	3
13	27	D2.2.3 Realización de un contrato - El consumidor deberá recibir la confirmación de su pedido en una forma que permita su archivo y/o impresión, durante el periodo del contrato, lo más tarde, en el día de la entrega. Dicha confirmación deberá hacerse a través de una declaración clara o a través de un resumen donde deben constar las condiciones del pedido, lo cual deberá englobar los siguientes aspectos: la fecha del pedido.	3
13	28	D2.2.3 Realización de un contrato - El consumidor deberá recibir la confirmación de su pedido en una forma que permita su archivo y/o impresión, durante el periodo del contrato, lo más tarde, en el día de la entrega. Dicha confirmación deberá hacerse a través de una declaración clara o a través de un resumen donde deben constar las condiciones del pedido, lo cual deberá englobar los siguientes aspectos: el precio acordado en el contrato y otros costes.	3
13	29	D2.2.3 Realización de un contrato - El consumidor deberá recibir la confirmación de su pedido en una forma que permita su archivo y/o impresión, durante el periodo del contrato, lo más tarde, en el día de la entrega. Dicha confirmación deberá hacerse a través de una declaración clara o a través de un resumen donde deben constar las condiciones del pedido, lo cual deberá englobar los siguientes aspectos: las condiciones de entrega establecidas.	3
13	30	D2.2.3 Realización de un contrato - El consumidor deberá recibir la confirmación de su pedido en una forma que permita su archivo y/o impresión, durante el periodo del contrato, lo más tarde, en el día de la entrega. Dicha confirmación deberá hacerse a través de una declaración clara o a través de un resumen donde deben constar las condiciones del pedido, lo cual deberá englobar los siguientes aspectos: un contacto en la empresa.	3
13	31	D2.2.3 Realización de un contrato - El consumidor deberá recibir la confirmación de su pedido en una forma que permita su archivo y/o impresión, durante el periodo del contrato, lo más tarde, en el día de la entrega. Dicha confirmación deberá hacerse a través de una declaración clara o a través de un resumen donde deben constar las condiciones del pedido, lo cual deberá englobar los siguientes aspectos: la referencia del pedido.	3
13	32	D2.3.1 Ejecución de un contrato - La empresa debe garantizar que todos los aspectos del contrato son respetados para satisfacción del cliente.	3
13	33	D2.3.2 Ejecución de un contrato - El periodo para entrega es de 30 días, a contar de la fecha de recepción del pedido, excepto si el consumidor acepta un periodo diferente propuesto por la empresa. La empresa deberá informar en caso de no poder cumplir con el plazo establecido y, en ese caso, indicar nueva fecha.	3
13	34	D2.3.3 Ejecución de un contrato - Durante el periodo de entrega el consumidor deberá poder cancelar su pedido y ser reembolsado, en caso de ya haber hecho el pago. Esta posibilidad tiene la validez máxima de 30 días a comenzar en la fecha de recepción del pedido. La cancelación y el reembolso no serán aplicables a los productos personalizados o perecibles.	3
13	35	D2.3.4 Ejecución de un contrato - El cliente debe ser informado, en tiempo oportuno, de cualquier alteración al inicialmente establecido o de cualquier intención para sustituir el producto solicitado. En este caso el consumidor debe tener el derecho de cancelar el pedido y ser reembolsado, en caso de ya haber hecho el pago.	3
13	36	D2.4.1 Derecho de retractación - El cliente debe tener al menos 7 días hábiles para devolver los productos o cancelar un pedido de servicio sin indicar ningún motivo y sin cualquier penalización. Asimismo, debe poder cambiar el producto o ser reembolsado, en caso de ya lo haber hecho.	3
13	37	D2.4.2 Derecho de retractación - Cuando la empresa no haya cumplido con sus obligaciones, el periodo de retractación es ampliado hasta 3 meses. El periodo de 7 días hábiles empezará después de cumplidas todas las obligaciones.	3
13	38	D2.4.3 Derecho de retractación - La empresa deberá, en caso de existir, indicar cualquier restricción al derecho de retractación, para lo que deberá considerar las características del producto.	3
13	39	D2.4.4 Derecho de retractación - Cuando es ejercido el derecho de retractación, el consumidor solo soporta los costes de devolución de los productos.	3
13	40	D2.4.5 Derecho de retractación - Es razonable la obligación que impone al consumidor la devolución los productos en los embalajes originales, cuando es ejercido el derecho de devolución. No es razonable para el consumidor mantener el embalaje del producto más de un mes.	3
13	80	D7.1 Las empresas deben suministrar información clara cuanto a los procedimientos para hacer una reclamación y a la persona/departamento a contactar.	3
13	81	D7.2.1 Reclamaciones - Las empresas deben tener procedimientos internos eficaces para la reclamación. Los procedimientos deben ser confidenciales, de utilización gratuita, fáciles de acceder y utilizar. Siempre que posible la reclamación debe tener una respuesta.	3

D	O	Requisitos	IA
13	82	D7.2.2 Reclamaciones - Debe ser desarrollado todo un esfuerzo para dar respuesta a las reclamaciones y satisfacer al consumidor en el plazo establecido. El plazo no deberá exceder los 30 días, después de la recepción de la reclamación. El consumidor debe ser informado en caso de ser necesario ampliar el plazo.	3
13	83	D7.2.3 Reclamaciones - En el caso de no ser posible para la empresa satisfacer la reclamación, la reclamación debe ser dirigida para la Asociación de Marketing Directo del país o su equivalente.	3
13	85	D7.2.5 Reclamaciones - La empresa debe informar al consumidor en caso de estar adherida a algún sistema alternativo de resolución de litigios, para el cual el consumidor puede dirigir su reclamación para una mejor solución.	3
13	88	D8.2 Las empresas pueden establecer garantías adicionales no previstas en el presente Código. En ese caso deben informar al usuario de sus políticas a través de un aviso en línea.	3
14	2	PI-P.I.A Información acerca de productos y servicios - Descripciones del producto/servicio, incluyendo, según se aplique, la disponibilidad geográfica.	3
14	3	PI-P.I.B Información acerca de productos y servicios - Qué tanto puede esperar pagar por cada producto, incluyendo impuestos.	3
14	4	PI-P.II.A Obtención de productos y servicios - Cómo puede crear una cuenta.	3
14	5	PI-P.II.B Obtención de productos y servicios - Cómo puede seleccionar los artículos.	3
14	6	PI-P.II.C Obtención de productos y servicios - Cómo sabrá si el artículo seleccionado está en el inventario.	3
14	7	PI-P.II.D Obtención de productos y servicios - Cómo puede revisar y modificar su orden de compra.	3
14	8	PI-P.II.E Obtención de productos y servicios - Cómo y cuando recibirá confirmación de su orden de compra (la confirmación debe ser dentro de un plazo de dos días hábiles).	3
14	9	PI-P.II.F Obtención de productos y servicios - Si se puede cancelar la orden de compra antes del envío o no.	3
14	10	PI-P.II.G Obtención de productos y servicios - Cómo se puede contactar el sitio en busca de ayuda mientras se está comprando en línea.	3
14	11	PI-P.II.H Obtención de productos y servicios - Qué métodos de envío existen.	3
14	12	PI-P.II.I Obtención de productos y servicios - El coste estimado de entrega de cada opción de envío.	3
14	13	PI-P.II.J Obtención de productos y servicios - El tiempo estimado de entrega para cada opción de envío.	3
14	14	PI-P.II.K Obtención de productos y servicios - Si se puede verificar el estado de la orden de compra o no.	3
14	15	PI-P.III.A Términos de pago - Que opciones de pago disponibles (la tarjeta de crédito debe ser una de ellas).	3
14	16	PI-P.III.B Términos de pago - En el caso de compras con tarjeta de crédito, cuándo se realizará el cargo a la tarjeta.	3
14	17	PI-P.IV.A Cancelaciones y pedidos - Qué artículos se pueden devolver y cuál es el proceso para la devolución.	3
14	18	PI-P.IV.B Cancelaciones y pedidos - Si obtendrá un reembolso del dinero o solamente un cambio.	3
14	19	PI-P.IV.C Cancelaciones y pedidos - Con cuánto tiempo cuenta para realizar devoluciones.	3
14	20	PI-P.IV.D Cancelaciones y pedidos - Quién cubre los costes de envío en caso de devoluciones, incluyendo artículos defectuosos.	3
14	21	PI-P.IV.E Cancelaciones y pedidos - Si se cobran cuotas por renovación de existencias por las devoluciones o no.	3
14	23	PI-SF.I.A Información de productos y servicios - Qué productos y servicios se ofrecen en línea.	3
14	24	PI-SF.I.B Información de productos y servicios - Cuáles son los riesgos, desempeño histórico y disponibilidad geográfica de los productos y servicios.	3
14	25	PI-SF.I.C Información de productos y servicios - A cuánto ascienden los cargos y cómo se estructuran.	3
14	26	PI-SF.I.D Información de productos y servicios - Cómo puede encontrar el precio o vigente para cada producto o servicio.	3
14	27	PI-SF.II.A Obtención de productos y servicios - Cómo puede abrir una cuenta y qué tan pronto puede utilizarse.	3
14	28	PI-SF.II.B Obtención de productos y servicios - Cómo efectuar una transacción/compra de un producto o servicio.	3
14	29	PI-SF.II.C Obtención de productos y servicios - Cuáles son los tiempos de corte de la transacción.	3
14	30	PI-SF.II.D Obtención de productos y servicios - Cómo puede revisar y modificar su transacción.	3
14	31	PI-SF.II.E Obtención de productos y servicios - Cómo y cuando recibirá la confirmación de su transacción.	3
14	32	PI-SF.II.F Obtención de productos y servicios - Cómo puede ver su saldo de cuenta/detalles del producto.	3
14	33	PI-SF.II.G Obtención de productos y servicios - Cómo puede contactar el sitio para recibir ayuda.	3
14	34	PI-SF.III.A Términos de pago - Opciones de pago disponibles.	3
14	35	PI-SF.III.B Términos de pago - Cuando se requiere el pago para liquidar la transacción.	3
14	36	PI-SF.IV.A Cancelaciones y devoluciones - Cómo puede cerrar su cuenta o cancelar el servicio.	3
14	38	PI-S.I.A Información de productos y servicios - Descripciones de productos/servicios, incluyendo la disponibilidad geográfica, según se aplique.	3
14	39	PI-S.I.B Información de productos y servicios - Qué tanto puede esperar pagar por cada servicio, incluyendo impuestos, cargos adicionales y si se aplican o no cambios de precios.	3
14	40	PI-S.II.A Obtención de productos y servicios - Cómo puede crear una cuenta.	3
14	41	PI-S.II.B Obtención de productos y servicios - Cómo pueden seleccionarse servicios.	3
14	42	PI-S.II.C Obtención de productos y servicios - Cómo sabrá si está disponible o no el servicio que seleccionó.	3
14	43	PI-S.II.D Obtención de productos y servicios - Cómo puede revisar y modificar su reservación o pedido.	3
14	44	PI-S.II.E Obtención de productos y servicios - Cómo puede obtener la confirmación de su reservación o pedido.	3
14	45	PI-S.II.F Obtención de productos y servicios - Cómo se puede poner en contacto con el sitio para obtener ayuda.	3
14	46	PI-S.II.G Obtención de productos y servicios - Métodos de envío disponibles, incluyendo el costo y tiempo esperado de entrega de cada opción.	3
14	47	PI-S.II.H Obtención de productos y servicios - Cómo puede revisar su reservación o verificar el estado de su pedido.	3
14	48	PI-S.III.A Términos de pago - Si se requiere para las reservaciones una tarjeta de crédito u otra forma de depósito.	3
14	49	PI-S.III.B Términos de pago - Las opciones de pago disponibles, incluyendo si se pueden utilizar programas de premios (puntos), en caso de que apliquen (la tarjeta de crédito debe ser una opción).	3
14	50	PI-S.III.C Términos de pago - En el caso de compras con tarjeta de crédito, cómo y cuándo se hará el cargo a su tarjeta.	3
14	51	PI-S.IV.A Cancelaciones y devoluciones - Si es posible y cómo se puede cambiar o cancelar su reservación o pedido.	3
14	52	PI-S.IV.B Cancelaciones y devoluciones - Si se obtiene una devolución del dinero, crédito o cambio y si existe algún cargo adicional.	3
14	53	PI-S.IV.C Cancelaciones y devoluciones - Si se le hará un cargo por las reservaciones perdidas o no, según sea el caso.	3
15	7	O1 La empresa debe proveer los siguientes datos, que deben ser de fácil localización en el sitio web y posibles de visualizar en la pantalla y de imprimir: número de identificación fiscal, cuando la actividad esté gravada por el IVA.	3
15	10	O2.1 Antes de concluir el pedido, el cliente debe tener información sobre: las características principales de los productos o servicios.	3
15	11	O2.2 Antes de concluir el pedido, el cliente debe tener información sobre: como corregir errores en el pedido.	3
15	12	O2.3 Antes de concluir el pedido, el cliente debe tener información sobre: la fecha de conclusión del contrato.	3
15	13	O2.4 Antes de concluir el pedido, el cliente debe tener información sobre: el proceso técnico para concluir el contrato en línea.	3
15	14	O2.5 Antes de concluir el pedido, el cliente debe tener información sobre: si el contrato será archivado y si será accesible.	3
15	15	O2.6 Antes de concluir el pedido, el cliente debe tener información sobre: los idiomas disponibles para concluir el contrato.	3
15	16	O2.1 Las Condiciones Generales deben: ser identificadas como tales en la página de entrada de la empresa y junto al botón para hacer el pedido.	3
15	17	O2.2 Las Condiciones Generales deben: ser formuladas y presentadas de forma clara y comprensiva en el idioma de los clientes a los cuales los productos son dirigidos.	3

D	O	Requisitos	IA
15	18	O2.3 Las Condiciones Generales deben: estar disponibles para impresión y archivo sin dificultades.	3
15	24	O4.1 El precio de los productos debe ser claramente identificado, así como los demás costes asociados, en caso de existieren (impuestos, gastos de envío, etcétera).	3
15	25	O4.2 El sistema para realizar pedidos debe permitir al cliente, en cualquier momento, verificar los productos elegidos y la cantidad.	3
15	27	O4.4 La empresa debe informar en caso de existieren pagos en anticipado, fecha para el importe en falta, otros costes asociados al pago y, en caso de pagos por transacción electrónica, la fecha en que ocurrirá el pago.	3
15	28	O4.5 En los servicios prestados en línea y cuyo precio sea presentado en la factura de teléfono, la empresa debe, antes de aceptar el pedido, indicar los costes de comunicación adicionales aplicables.	3
15	30	O5.1 La empresa debe enviar al cliente una confirmación del pedido, por correo electrónico o en papel, con los siguientes datos: descripción de los productos e información sobre el proceso técnico para concluir el contrato en línea.	3
15	31	O5.2 La empresa debe enviar al cliente una confirmación del pedido, por correo electrónico o en papel, con los siguientes datos: cualquier condición especial aplicable.	3
15	32	O5.3 La empresa debe enviar al cliente una confirmación del pedido, por correo electrónico o en papel, con los siguientes datos: el precio unitario y final de los productos o servicios del pedido.	3
15	33	O5.4 La empresa debe enviar al cliente una confirmación del pedido, por correo electrónico o en papel, con los siguientes datos: cualquier coste adicional aplicable.	3
15	34	O5.5 La empresa debe enviar al cliente una confirmación del pedido, por correo electrónico o en papel, con los siguientes datos: detalles del pago.	3
15	35	O5.6 La empresa debe enviar al cliente una confirmación del pedido, por correo electrónico o en papel, con los siguientes datos: detalles sobre el envío de los productos o el suministro de los servicios.	3
15	36	O5.1 La confirmación del pedido debe contener de forma destacada: detalles de la cancelación y devolución.	3
15	37	O5.2 La confirmación del pedido debe contener de forma destacada: elementos de identificación de la empresa y representante autorizado.	3
15	38	O5.3 La confirmación del pedido debe contener de forma destacada: servicio de información al consumidor y condiciones de la garantía.	3
15	39	O5.4 La confirmación del pedido debe contener de forma destacada: duración mínima del contrato y condiciones de cancelación, cuando aplicable.	3
15	41	O6.1 La empresa debe informar el cliente sobre el envío de los productos o la ejecución del servicio, indicando, en caso de existieren, las limitaciones cuanto al envío de los productos, el no cumplimiento de las fechas de envío o el no envío de productos agotados.	3
15	42	O6.2 En los casos de prestación de servicios, los documentos necesarios para disfrutar de los servicios, deben ser enviados antes del inicio de la provisión del servicio.	3
15	43	O6.3 Los servicios en línea deben ser suministrados en el plazo y de acuerdo con las condiciones establecidas.	3
15	44	O6.4 En los casos en que las empresas reservan el derecho de enviar productos o ejecutar servicios sustitutos, o no enviar los productos en caso de estar acabado, deben hacer constar esa información antes del consumidor recibir la confirmación del contrato.	3
15	45	O6.5 La empresa debe responder a todas las cuestiones y quejas del cliente en un plazo razonable.	3
15	47	O7.1 La empresa debe garantizar al cliente, de acuerdo con ley, el derecho de cancelación e informarlo de aquel derecho antes de hacer el pedido.	3
15	48	O7.2 En los casos en que el cliente ejerce su derecho de cancelación y haz la devolución de acuerdo con lo establecido, debe la empresa hacer el reembolso sin retrasos, en un máximo de 30 días. La empresa debe también observar las especificaciones nacionales, conforme la obligación doce.	3
15	49	O7.3 El cliente debe ser informado de los casos en que no hay derecho de cancelación (productos hechos de acuerdo con especificaciones del consumidor, productos perecederos, software y periódicos no sellados o descargados, servicios que empiezan antes del final del período de cancelación).	3
15	50	O7.4 La empresa debe proveer al cliente un documento para hacer la devolución, con las diferentes opciones disponibles.	3
15	61	O9.1 La transmisión electrónica de información sobre el pago debe realizarse con recurso a técnicas de encriptación.	3
15	62	O9.2 La transmisión electrónica de información sobre el pago podrá realizarse sin recurso a técnicas de encriptación apenas como opción, para situaciones en que el cliente no pueda usarla, situación en que el cliente deberá ser informado de los riesgos asociados.	3
15	64	O10.1 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido: el precio final del viaje y las condiciones de pago.	3
15	65	O10.2 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido: detalles de posibles alteraciones en el precio y la justificación para tales alteraciones.	3
15	66	O10.3 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido: el sitio exacto del viaje o los diferentes sitios y respectivas fechas.	3
15	67	O10.4 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido: la fecha, hora y local de salida y llegada.	3
15	68	O10.5 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido: los medios de transporte.	3
15	69	O10.6 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido: el tipo de alojamiento.	3
15	70	O10.7 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido: el tipo de dieta.	3
15	71	O10.8 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido: información sobre la posibilidad de hacer seguros para situaciones de anulación del viaje, repatriación en caso de accidente o enfermedad, con indicación del nombre y dirección de la empresa de seguros.	3
15	72	O10.9 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido: la fecha, hora y local de salida y llegada.	3
15	73	O10.1 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido, cuando aplicable: el itinerario del viaje.	3
15	74	O10.2 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido, cuando aplicable: requisitos de pasaporte y visto.	3
15	75	O10.3 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido, cuando aplicable: formalidades de salud (vacunas, certificados médicos, etcétera).	3
15	76	O10.4 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido, cuando aplicable: el número mínimo de participantes para que el viaje se realice.	3
15	77	O10.5 Las agencias de viajes deben aún suministrar los siguientes datos, antes de aceptar el pedido, cuando aplicable: visitas, excursiones y otros servicios incluidos.	3
15	78	O10.1 La confirmación del pedido, a recibir lo más tardar en conjunto con la documentación del viaje, debe contener: el nombre y dirección de la agencia de viajes.	3
15	79	O10.2 La confirmación del pedido, a recibir lo más tardar en conjunto con la documentación del viaje, debe contener: las condiciones generales, cuando aplicable.	3
15	80	O10.3 La confirmación del pedido, a recibir lo más tardar en conjunto con la documentación del viaje, debe contener: la información encima referida.	3
15	82	O11.1 Las empresas que actúen como agentes deben informar los clientes de forma clara y comprensiva y en local accesible sobre los siguientes aspectos: que el agente no es una de las partes del contrato.	3
15	83	O11.2 Las empresas que actúen como agentes deben informar los clientes de forma clara y comprensiva y en local accesible sobre los siguientes aspectos: el nombre y dirección de la otra parte del contrato.	3

D	O	Requisitos	IA
15	84	O11.3 Las empresas que actúen como agentes deben informar los clientes de forma clara y comprensiva y en local accesible sobre los siguientes aspectos: las condiciones generales de la otra parte que contrata.	3
15	86	O12 Para España el período de cancelación es de 7 días hábiles, los cuales comienzan a contar en el día en que los productos son recibidos, siendo los costes de devolución a pagar por el cliente. En cuanto al reembolso, la empresa tiene 30 días para hacerlo y en caso de no cumplir este plazo tiene que hacerlo en doble.	3
15	87	O12 En Portugal el período de cancelación es de 14 días, que comienzan a contar en el día en que los productos son recibidos, o, en el caso de los servicios, en el día que el contrato es concluido. El consumidor tiene que mantener los productos en buenas condiciones y la devolución, cuyos costes son pagos por el consumidor, tiene que hacerse a través de una carta certificada a informar la empresa de sus intenciones.	3
16	6	A3 Informar cuando el acceso a mensajes o servicios tenga un coste sea superior al coste de las telecomunicaciones.	3
19	3	R3.1.1 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores: sobre la descripción de los productos/servicios, sus especificaciones técnicas y características relevantes.	3
19	4	R3.1.1 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: los precios de sus productos/servicios, incluyendo, como mínimo: la moneda en que la se realizará el pago, los gastos de envío, gastos de aduanas, impuestos a pagar, promociones y descuentos en vigor.	3
19	5	R3.1.1 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: las diferentes alternativas de envío de la mercancía, incluyendo la relativa a los diferentes plazos de entrega y costes asociados, con indicación del coste del seguro de transporte, entre otros.	3
19	10	R3.1.2 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: la confirmación de la correcta recepción del pedido.	3
19	11	R3.1.2 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: el momento exacto en el cual la compra se considera cerrada.	3
19	12	R3.1.2 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: la duración del período de revocación de la orden.	3
19	13	R3.1.2 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: el momento exacto en el que se hace el cargo de la compra, si la misma es con tarjeta de crédito.	3
19	14	R3.1.2 La organización debe permitir que el cliente: posponga o cancele en cualquier momento y sin compromiso alguno el proceso de compra.	3
19	15	R3.1.2 La organización debe permitir que el cliente: disponga de un sistema de fácil comprensión que le guíe paso a paso durante todo el proceso de compra.	3
19	16	R3.1.2 La organización debe permitir que el cliente: consulte la situación de su pedido en tiempo real.	3
19	17	R3.1.3 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre qué leyes se aplicarán y dónde se debe presentar una demanda en caso de incumplimiento del contrato.	3
19	18	R3.1.3 La organización debe permitir que el cliente: acceda, antes de comenzar la operación de compra, a las condiciones generales de contratación.	3
19	19	R3.1.3 La organización debe permitir que el cliente: acceda al contrato para detectar y corregir errores desde el propio sitio web.	3
19	20	R3.1.3 La organización debe permitir que el cliente: rechace, en caso de no estar de acuerdo, las condiciones generales de compra, permitiéndosele la cancelación de la operación de compra.	3
19	21	R3.1.3 La organización debe asumir un compromiso de: utilizar un lenguaje sencillo y fácil de entender en las condiciones de compra.	3
19	22	R3.1.3 La organización debe asumir un compromiso de: disponer de un sistema de devoluciones establecido documentalmente.	3
19	23	R3.1.3 La organización debe asumir un compromiso de: archivar los diferentes modelos de las condiciones generales de compra aceptadas por cada comprador al menos durante tres años.	3
19	25	R3.1.4 La organización debe permitir que el cliente pueda optar entre diferentes formas de pago que el vendedor pondrá a su disposición.	3
19	28	R3.1.5 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: factura de compra.	3
19	29	R3.1.5 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: albarán de entrega.	3
19	30	R3.1.5 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: proceso de devolución.	3
19	31	R3.1.5 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: garantía del producto.	3
19	32	R3.1.5 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: instrucciones de uso.	3
19	33	R3.1.5 La organización debe asumir un compromiso de: hacer llegar la mercancía solicitada en el plazo prometido y en buen estado.	3
19	34	R3.1.5 La organización debe asumir un compromiso de: en caso de no poder cumplir plazos, avisar con antelación y proponer soluciones alternativas.	3
19	35	R3.1.5 La organización debe asumir un compromiso de: asegurarse de que el cliente ha recibido el producto/servicio en los términos acordados.	3
19	36	R3.1.6 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: el proceso de devolución de mercancías, incluyendo plazos y costes.	3
19	37	R3.1.6 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: las características del servicio posventa y los términos de la presentación del mismo.	3
19	38	R3.1.6 El servicio de posventa debe cumplir con los siguientes requisitos: devolver el cien por cien del dinero en caso de insatisfacción, con indicación del reparto de los gastos de transporte, seguro y devolución.	3
19	39	R3.1.6 El servicio de posventa debe cumplir con los siguientes requisitos: ofrecer diferentes alternativas de contacto (fax, teléfono, e-mail).	3
19	40	R3.1.6 El servicio de posventa debe cumplir con los siguientes requisitos: dar acuse de recibo de las solicitudes de información, sugerencia o queja.	3
19	41	R3.1.6 El servicio de posventa debe cumplir con los siguientes requisitos: indicar un plazo máximo de espera para recibir respuesta a una solicitud de información, sugerencia o queja.	3
19	42	R3.1.6 El servicio de posventa debe cumplir con los siguientes requisitos: recoger las opiniones de clientes y usuarios sobre el servicio ofrecido.	3
19	43	R3.1.6 La organización debe asumir un compromiso de: contestar en el plazo prometido.	3
19	44	R3.1.6 La organización debe asumir un compromiso de: establecer un proceso de presentación de quejas sencillo y rápido.	3
19	45	R3.1.6 La organización debe asumir un compromiso de: disponer de personal competente encargado de prestar este servicio.	3
19	46	R3.1.6 La organización debe asumir un compromiso de: otorgar a este personal todos los recursos técnicos e informativos suficientes necesarios, así como la autoridad suficiente, para dar respuesta satisfactoriamente a las demandas del cliente.	3
19	48	R3.2.1 La organización debe asumir un compromiso de: garantizar el acceso del comprador a las distintas vías para la defensa de sus legítimos derechos, entre ellas la judicial o la extrajudicial de instituciones públicas o privadas.	3
19	49	R3.2.1 La organización debe asumir un compromiso de: estar adherida a un sistema de resolución extrajudicial de conflictos y el acatamiento de las decisiones resultantes.	3
19	50	R3.2.2 La organización debe disponer de mecanismos para: evaluar, con la periodicidad necesaria, el cumplimiento de las promesas hechas a los clientes.	3
19	57	R3.2.2 La organización debe asegurar: su capacidad para comunicarse con clientes de diferentes países.	3
20	4	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio web al menos de los siguientes aspectos: número de identificación fiscal o equivalente.	3
20	15	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio web al menos de los siguientes aspectos: en caso de que esté adherida a algún sistema de resolución extrajudicial de conflictos, debe indicarlo de forma visible en el sitio web.	3

D	O	Requisitos	IA
20	22	P2A.I-1 La EC, previamente al inicio del procedimiento de contratación, debe informar en sus páginas web de: los diferentes pasos que deben ser seguidos por el usuario hasta que el contrato concluya.	3
20	23	P2A.I-1 La EC, previamente al inicio del procedimiento de contratación, debe informar en sus páginas web de: información sobre si la EC va a archivar los documentos formalizadores de las contrataciones efectuadas así como si el usuario podrá acceder a los mismos.	3
20	24	P2A.I-1 La EC, previamente al inicio del procedimiento de contratación, debe informar en sus páginas web de: los medios técnicos que permitan el acceso a tales documentos y modificación de posibles errores existentes en los mismos.	3
20	25	P2A.I-1 La EC, previamente al inicio del procedimiento de contratación, debe informar en sus páginas web de: idiomas en los cuales puede formalizarse el contrato.	3
20	26	P2A.I-2 Las condiciones generales de contratación deben estar claramente identificadas como tales y ser obligatoriamente visualizadas, previamente a la aceptación por parte del usuario de contratación alguna. Las Condiciones Generales de Contratación deben estar inscritas en el Registro de Condiciones Generales de Contratación.	3
20	27	P2A.I-3 El usuario de la EC debe disponer de una información suficiente de las características de la oferta que incluya al menos: características esenciales del producto (nombre genérico del mismo, marca, nombre del fabricante, componentes principales, advertencias principales de uso, entre otras).	3
20	28	P2A.I-3 El usuario de la EC debe disponer de una información suficiente de las características de la oferta que incluya al menos: precios y todos los demás costes soporte el usuario (tributos, comisiones, gastos de entrega, condiciones en ventas a plazos, entre otros). En el caso de que existan costes que no vaya a cobrar la EC se indicará una descripción general de los mismos. Los diferentes costes se indicarán en la moneda nacional de la EC y en la de cada país atendido (o al menos se facilitará la conversión a la misma).	3
20	30	P2A.I-3 El usuario de la EC debe disponer de una información suficiente de las características de la oferta que incluya al menos: modalidades de pago disponibles y breve explicación de cada una (pasarela de pago utilizada, momento en el que será efectuado el cobro, divisas aceptadas, tarjetas aceptadas y funcionamiento del sistema de pago utilizado, en especial en lo referente a las medidas de seguridad que supone).	3
20	31	P2A.I-3 El usuario de la EC debe disponer de una información suficiente de las características de la oferta que incluya al menos: restricciones existentes al envío, ejecución o entrega (disponibilidad en stock o de fabricación, áreas geográficas atendidas, edad mínima, duración mínima del contrato para aquellos que vayan a ejecutarse permanente o recurrentemente, plazo en el que la oferta es válida, plazos establecidos para la decisión sobre la aceptación de las órdenes de compra y medio de comunicación para tal decisión cuando las órdenes deban ser aprobadas por el suministrador, entre otras).	3
20	32	P2A.I-3 El usuario de la EC debe disponer de una información suficiente de las características de la oferta que incluya al menos: modalidades, plazos, lugar de entrega e información acerca de la empresa transportista (nombre, dirección física y electrónica y servicios proporcionados por la empresa al usuario).	3
20	33	P2A.I-3 El usuario de la EC debe disponer de una información suficiente de las características de la oferta que incluya al menos: para contratos cuya duración no esté especificada o exceda de un año deben indicarse las condiciones para la rescisión del mismo.	3
20	34	P2A.I-3 El usuario de la EC debe disponer de una información suficiente de las características de la oferta que incluya al menos: garantías ofrecidas (objeto sobre el que recae, titular, entidad que ofrece la garantía, derechos del titular, limitaciones y condiciones de la garantía, costes adicionales, plazo de la duración de la garantía y forma de hacer efectivos estos derechos).	3
20	35	P2A.I-3 El usuario de la EC debe disponer de una información suficiente de las características de la oferta que incluya al menos: seguros contratados por la EC y que afecten a sus usuarios (seguros de transporte, de crédito, de responsabilidad, entre otros).	3
20	36	P2A.I-3 El usuario de la EC debe disponer de una información suficiente de las características de la oferta que incluya al menos: información del derecho de resolución o desistimiento, cuando éste sea aplicable (plazos de devolución y cálculo de los mismos, forma de ejercicio del derecho, gastos en los que pueda incurrir el consumidor, plazo de reembolso y posible excepción que sea aplicable).	3
20	37	P2A.I-3 El usuario de la EC debe disponer de una información suficiente de las características de la oferta que incluya al menos: derechos del usuario ante la existencia de vicio en los productos adquiridos (plazos y forma de ejercicio, alternativas ofrecidas al usuario en caso de existencia de vicio - sustitución, resolución del contrato, rebaja en el precio).	3
20	38	P2A.I-3 El usuario de la EC debe disponer de una información suficiente de las características de la oferta que incluya al menos: dirección de correo electrónico, nº de teléfono o cualquier otro sistema implementado para atender a las dudas, quejas y sugerencias de los usuarios de la EC.	3
20	39	P2A.I-3 El usuario de la EC debe disponer de una información suficiente de las características de la oferta que incluya al menos: los sistemas de resolución de conflictos entre la EC y sus usuarios a los que puedan acogerse las partes, así como forma de hacer uso de los mismos.	3
20	40	P2A.I-3 El usuario de la EC debe disponer de una información suficiente de las características de la oferta que incluya al menos: legislación aplicable y jurisdicción competente en caso de controversia.	3
20	41	P2A.I-4 Debe existir un medio a través del cual el usuario obtenga una información completa, antes, durante y después de la aceptación, de todos aquellos aspectos que no hayan podido ser incluidos directamente en el sitio web (en especial de las características detalladas de los productos y garantías de los mismos) por su excesivo nivel de detalle. Dicho medio deberá ser dado a conocer al usuario convenientemente antes de cualquier aceptación.	3
20	42	P2A.II-1 La EC debe archivar convenientemente los documentos formalizadores de las contrataciones efectuadas con sus usuarios (órdenes de compra, acuses de recibo, facturas, albaranes de entrega, etc.) por un plazo no inferior a 5 años.	3
20	43	P2A.II-2 Tales documentos deben ser accesibles a los usuarios de la EC a fin de: que puedan obtener copia de los mismos.	3
20	44	P2A.II-2 Tales documentos deben ser accesibles a los usuarios de la EC a fin de: que puedan identificar y corregir posibles errores.	3
20	47	P2B.II-2 El sistema implementado por la EC para que sus usuarios realicen operaciones de contratación (...) debe regirse por criterios que permitan: elección de los diferentes elementos que componen las órdenes de compra, trámites legales a realizar o de las ofertas comerciales (como la gestión del catálogo de productos y demás elementos que componen la oferta del usuario vendedor).	3
20	48	P2B.II-2 El sistema implementado por la EC para que sus usuarios realicen operaciones de contratación (...) debe regirse por criterios que permitan: revisión de los elementos anteriores.	3
20	49	P2B.II-2 El sistema implementado por la EC para que sus usuarios realicen operaciones de contratación (...) debe regirse por criterios que permitan: modificación, cancelación o aceptación de los mismos.	3
20	50	P2B.II-2 El sistema implementado por la EC para que sus usuarios realicen operaciones de contratación (...) debe regirse por criterios que permitan: recepción de justificantes de las contrataciones efectuadas.	3
20	51	P2B.II-2 El sistema implementado por la EC para que sus usuarios realicen operaciones de contratación (...) debe regirse por criterios que permitan: acceso controlado a los contratos realizados.	3
20	52	P2B.II-3 Para el usuario comprador (el sistema debe permitir): la elección de los bienes o servicios de entre aquellos expuestos en el catálogo de productos, así como las cantidades de los mismos, y en su caso, forma de pago y de entrega u otras posibles alternativas disponibles.	3
20	53	P2B.II-3 Para el usuario comprador (el sistema debe permitir): la obtención de un resumen del pedido a efectuar que incluya los productos elegidos, la cantidad de cada uno de ellos a adquirir, el precio por unidad de producto, coste total de la operación (diferenciando el importe y tipo aplicable de impuestos indirectos así como otros tributos aplicables y los gastos de entrega) y todas aquellas alternativas elegidas por el usuario.	3
20	54	P2B.II-3 Para el usuario comprador (el sistema debe permitir): por último, una vez revisado el resumen del pedido e introducidos todos los datos pertinentes, el usuario comprador debe tener la posibilidad de modificar las elecciones realizadas, anular completamente la operación o bien confirmarla (antes de confirmar la operación el usuario debe recibir un aviso advirtiéndole de que va a proceder al último paso en la	3

D	O	Requisitos	IA
		contratación).	
20	55	P2B.II-3 Para el usuario comprador (el sistema debe permitir): una vez confirmada la operación por parte del usuario comprador, y en un plazo nunca superior a 24 horas desde la recepción de la orden de compra, se debe hacer llegar a aquel, por correo electrónico, un mensaje personalizado con el acuse de recibo de la orden del pedido y que incluya un resumen de la contratación efectuada, las condiciones generales y la fecha de recepción de la orden de compra.	3
20	56	P2B.II-3 Para el usuario comprador (el sistema debe permitir): como muy tarde a la entrega del producto, o bien al comienzo de la prestación del servicio, se debe hacer llegar al cliente la confirmación documental de la contratación efectuada, con todas y cada una de las cláusulas de la misma, así como el albarán y factura de la compra efectuada y cualquier otra documentación pertinente, como los formularios para el ejercicio de los derechos de resolución.	3
20	57	P2B.II-3 Para el usuario comprador (el sistema debe permitir): en el caso de que la orden de compra deba ser aprobada por otro individuo la organización compradora previamente a su envío al proveedor, deberán existir mecanismos que permitan: al individuo de la organización compradora que cumplimenta la orden de compra, conocer el estado de la misma (aprobada, rechazada o pendiente de aprobación).	3
20	58	P2B.II-3 Para el usuario comprador (el sistema debe permitir): en el caso de que la orden de compra deba ser aprobada por otro individuo la organización compradora previamente a su envío al proveedor, deberán existir mecanismos que permitan: al individuo de la organización compradora que debe aprobar la orden antes de enviarla al proveedor, conocer los detalles de la orden así como en su caso, los motivos que origina la necesidad de aprobación de la misma.	3
20	59	P2B.II-3 Para el usuario comprador (el sistema debe permitir): en el caso de que la orden de compra deba ser aprobada por otro individuo la organización compradora previamente a su envío al proveedor, deberán existir mecanismos que permitan: disponer de perfiles de autenticación diferenciados (por ejemplo, acceso con diferente nombre de usuario y clave de acceso) para los individuos de la organización compradora que realizan labores de aprobación y los individuos que cumplimentan las órdenes.	3
20	60	P2B.II-3 Para el usuario comprador (el sistema debe permitir): en el caso de que las órdenes de compra deban ser aprobadas por el proveedor para que sean satisfechas, deberán existir mecanismos que permitan conocer al usuario u organización compradora si la orden ha sido aprobada o rechazada por aquél.	3
20	61	P2B.II-4 En su caso, para el usuario vendedor. El sistema implementado por la EC para que dicho usuario desarrolle sus ofertas comerciales en línea (gestión del catálogo de productos, relaciones con los usuarios compradores, entre otras) debe diseñarse de forma que: pueda, en cualquier momento, gestionar el catálogo de los productos que oferte a fin de introducir los cambios que crea necesarios en el mismo.	3
20	62	P2B.II-4 En su caso, para el usuario vendedor. El sistema implementado por la EC para que dicho usuario desarrolle sus ofertas comerciales en línea (gestión del catálogo de productos, relaciones con los usuarios compradores, entre otras) debe diseñarse de forma que: sea notificado cuando se reciba una orden de compra.	3
20	63	P2B.II-4 En su caso, para el usuario vendedor. El sistema implementado por la EC para que dicho usuario desarrolle sus ofertas comerciales en línea (gestión del catálogo de productos, relaciones con los usuarios compradores, entre otras) debe diseñarse de forma que: pueda conocer los detalles de las órdenes recibidas.	3
20	64	P2B.II-4 En su caso, para el usuario vendedor. El sistema implementado por la EC para que dicho usuario desarrolle sus ofertas comerciales en línea (gestión del catálogo de productos, relaciones con los usuarios compradores, entre otras) debe diseñarse de forma que: en su caso, pueda conocer el estado de las órdenes recibidas (aprobadas, rechazadas, o pendientes de aprobación) y decidir sobre las mismas.	3
20	65	P2B.II-5 En el caso de la realización de subastas en línea, el sistema implementado por la EC para que los usuarios realicen sus pujas y ofertas en línea debe diseñarse de forma que: la búsqueda de los elementos por los que pujar y obtener una información detallada de éstos se pueda hacer de forma sencilla y adecuada (incluido el estado actual de la puja y la fecha de finalización de la misma).	3
20	66	P2B.II-5 En el caso de la realización de subastas en línea, el sistema implementado por la EC para que los usuarios realicen sus pujas y ofertas en línea debe diseñarse de forma que: no puedan ser modificadas las condiciones de la subasta una vez que ésta haya comenzado.	3
20	67	P2B.II-5 En el caso de la realización de subastas en línea, el sistema implementado por la EC para que los usuarios realicen sus pujas y ofertas en línea debe diseñarse de forma que: existan mecanismos que permitan a los usuarios pujadores: una valoración de la confiabilidad de los usuarios que ofrecen el elemento por el que se puja, en base a las negociaciones pasadas realizadas por éstos. Además, dicha valoración debe ser conocida por los usuarios pujadores, antes de que éstos realicen alguna puja.	3
20	68	P2B.II-5 En el caso de la realización de subastas en línea, el sistema implementado por la EC para que los usuarios realicen sus pujas y ofertas en línea debe diseñarse de forma que: existan mecanismos que permitan a los usuarios pujadores: revisar y, en su caso, modificar, los detalles de su puja antes de que ésta sea enviada al sistema.	3
20	69	P2B.II-5 En el caso de la realización de subastas en línea, el sistema implementado por la EC para que los usuarios realicen sus pujas y ofertas en línea debe diseñarse de forma que: existan mecanismos que permitan a los usuarios pujadores: una vez revisada su puja y recibida advertencia de que va a proceder al último paso antes de la aceptación, confirmar o anular la operación antes de enviarla al sistema.	3
20	70	P2B.II-5 En el caso de la realización de subastas en línea, el sistema implementado por la EC para que los usuarios realicen sus pujas y ofertas en línea debe diseñarse de forma que: existan mecanismos que permitan a los usuarios pujadores: realizar consultas a la otra parte, por ejemplo a través de e-mail.	3
20	71	P2B.II-5 En el caso de la realización de subastas en línea, el sistema implementado por la EC para que los usuarios realicen sus pujas y ofertas en línea debe diseñarse de forma que: existan mecanismos que permitan a los usuarios pujadores: tener conocimiento, en menos de 24 horas, cuando su puja sea la ganadora (por ejemplo a través de e-mail o mensajes a móviles).	3
20	72	P2B.II-5 En el caso de la realización de subastas en línea, el sistema implementado por la EC para que los usuarios realicen sus pujas y ofertas en línea debe diseñarse de forma que: existan mecanismos que permitan a los usuarios que ofrecen el elemento por el que se puja: modificar las condiciones de la subasta en cualquier momento aunque siempre antes de que aquélla comience.	3
20	73	P2B.II-5 En el caso de la realización de subastas en línea, el sistema implementado por la EC para que los usuarios realicen sus pujas y ofertas en línea debe diseñarse de forma que: existan mecanismos que permitan a los usuarios que ofrecen el elemento por el que se puja: conocer en cualquier momento el estado de la puja.	3
20	74	P2B.II-5 En el caso de la realización de subastas en línea, el sistema implementado por la EC para que los usuarios realicen sus pujas y ofertas en línea debe diseñarse de forma que: existan mecanismos que permitan a los usuarios que ofrecen el elemento por el que se puja: tener conocimiento, en menos de 24 horas, del resultado final de la subasta (por ejemplo a través de e-mail o mensajes a móviles).	3
20	75	P2C.I-1 El usuario debe tener disponible un servicio que atienda convenientemente todas sus dudas, quejas y sugerencias en lo referente a las actividades realizadas por la EC y productos que comercialice.	3
20	76	P2C.I-3 Dicho servicio puede ser accesible por mecanismos diversos tales como correo electrónico, videoconferencia, chats, entre otros, si bien en todo momento se debe atender al usuario de forma honesta, rápida y, en la medida de lo posible, dar solución a los problemas planteados por el usuario.	3
20	77	P2C.I-6 Cuando el servicio se ofrezca por sistemas en tiempo real (teléfono, chats, entre otros) debe estar atendido permanentemente durante el horario comercial de la EC. En el resto de casos (en especial correo electrónico) deberá ser consultado diariamente el registro de las quejas, dudas y sugerencias realizadas por los usuarios de la EC.	3
20	78	P2C.I-7 El usuario debe tener conocimiento de aquellos lugares a los cuales pueda dirigirse en los casos en los que la EC no sea capaz de resolverle sus consultas convenientemente, en especial en lo referente a los conflictos que surjan entre las partes.	3
20	79	P2D.I-3 La entrega del producto puede ser electrónica o física, en todo caso si la EC ofrece varias modalidades de entrega, ésta deberá ser elegida por el usuario.	3
20	80	P2D.I-4 El usuario de la EC debe tener a su disposición sistemas que le permitan conocer la disponibilidad del producto en stock o de fabricación previamente a cualquier contratación.	3

D	O	Requisitos	IA
20	81	P2D.1-5 El usuario de la EC debe tener a su disposición sistemas de seguimiento de sus pedidos que le permitan conocer en cada momento la localización de los mismos, el poseedor del producto y si ha sido entregado, en cuyo caso habrá que informar de a quién se ha realizado la entrega, hora y lugar de la misma (recomendación).	3
20	155	P6.1-3 La EC se compromete a atender e intentar solucionar todas las quejas que le planteen los usuarios respecto al incumplimiento total o parcial de las obligaciones contraídas o cualesquiera otras cuestiones que afecten al desarrollo normal de sus actividades.	3
20	156	P6.1-4 La EC debe informar en un lugar bien visible de su sitio <i>web</i> de los siguientes aspectos: la función de la EC como receptora de las posibles reclamaciones del usuario, para el caso de que éste considere que no se ha solucionado su problema tras la presentación de la queja a la EC en primera instancia.	3
20	157	P6.1-4 La EC debe informar en un lugar bien visible de su sitio <i>web</i> de los siguientes aspectos: la disposición de la EC a someterse a la resolución extrajudicial de conflictos a través de los sistemas arbitrales reconocidos por la EC.	3
21	2	R1A La empresa aplicará el derecho español. Sin embargo, en el caso de aquellos contratos a distancia con consumidores residentes en cualquier otro Estado miembro de la Unión Europea, situación en que se aplicará el derecho de dicho Estado será el aplicable al contrato.	3
21	3	R1B La empresa indicará en su página principal la zona geográfica de cobertura de la oferta.	3
21	5	R2 Antes de cualquier pedido, la empresa proporcionará una información correcta y completa al consumidor. En esta información se proporcionarán los datos siguientes: información sobre la propia empresa (denominación, forma jurídica, dirección completa, número de teléfono, dirección de e-mail, inscripción en el registro mercantil, autorización o licencia).	3
21	6	R2 Antes de cualquier pedido, la empresa proporcionará una información correcta y completa al consumidor. En esta información se proporcionarán los datos siguientes: características esenciales de los productos y de los servicios ofertados (servicio de posventa y garantía inclusive); las fotografías y las ilustraciones tienen valor contractual.	3
21	7	R2 Antes de cualquier pedido, la empresa proporcionará una información correcta y completa al consumidor. En esta información se proporcionarán los datos siguientes: disponibilidad de los productos.	3
21	8	R2 Antes de cualquier pedido, la empresa proporcionará una información correcta y completa al consumidor. En esta información se proporcionarán los datos siguientes: condiciones de entrega de los productos o de prestación del servicio (modalidad de entrega, lugar, plazo).	3
21	9	R2 Antes de cualquier pedido, la empresa proporcionará una información correcta y completa al consumidor. En esta información se proporcionarán los datos siguientes: precios y costes adicionales (tasas, transporte u otros); en el caso de los gastos o costes que no sean fijos, se deberá comunicar la referencia o la variable de la que dependen (por ejemplo, se indicará si los gastos de envío se cobran en función del país o por kilo). Los precios se indicarán al menos en la moneda nacional y en euros.	3
21	10	R2 Antes de cualquier pedido, la empresa proporcionará una información correcta y completa al consumidor. En esta información se proporcionarán los datos siguientes: modalidades de pago y divisas aceptadas.	3
21	11	R2 Antes de cualquier pedido, la empresa proporcionará una información correcta y completa al consumidor. En esta información se proporcionarán los datos siguientes: condiciones generales aplicables; éstas se identificarán como tales y deberán estar redactadas en el idioma de los potenciales clientes los cuales deberán poder localizarlas fácilmente. Además, y como mínimo con tres días de antelación a la celebración del contrato la empresa facilitará información al consumidor sobre todas y cada una de las cláusulas del contrato, remitiendo por escrito, por E-mail o cualquier medio adecuado a la técnica de comunicación utilizada, el texto completo de las condiciones generales. Al mismo tiempo, la empresa informará al consumidor sobre los distintos tipos de soportes entre los que podrá elegir, para recibir los justificantes de la contratación para el caso de que se celebre.	3
21	12	R2 Antes de cualquier pedido, la empresa proporcionará una información correcta y completa al consumidor. En esta información se proporcionarán los datos siguientes: plazo de validez de la oferta.	3
21	13	R2 Antes de cualquier pedido, la empresa proporcionará una información correcta y completa al consumidor. En esta información se proporcionarán los datos siguientes: existencia o ausencia, duración de los plazos, y modalidades para la anulación y el desistimiento o revocación del contrato.	3
21	14	R2 Antes de cualquier pedido, la empresa proporcionará una información correcta y completa al consumidor. En esta información se proporcionarán los datos siguientes: procedimiento de reclamación.	3
21	16	R3A El procedimiento para la realización de pedidos establecido por la empresa evitará al máximo inducir a error o confusión al consumidor ("triple clic"): selección de productos.	3
21	17	R3A El procedimiento para la realización de pedidos establecido por la empresa evitará al máximo inducir a error o confusión al consumidor ("triple clic"): información sobre la elección realizada.	3
21	18	R3A El procedimiento para la realización de pedidos establecido por la empresa evitará al máximo inducir a error o confusión al consumidor ("triple clic"): síntesis o resumen completo del pedido: cantidades, precios, gastos de envío (en este punto se deberá comunicar al consumidor cuál es el coste total detallado), plazo para la entrega del producto o para la ejecución del servicio; el consumidor deberá tener entonces la posibilidad de confirmar, modificar o anular su pedido.	3
21	19	R3B La empresa confirmará el pedido al consumidor mediante un mensaje personalizado (e-mail). En éste se incluirá una síntesis o resumen de su pedido y se le comunicará que tiene la posibilidad de anular su pedido en un plazo de 24 horas. Si el consumidor no ejerce tal posibilidad en dicho plazo, al finalizar éste, el contrato se dará por concluido.	3
21	20	R3C Una vez celebrado el contrato, y como máximo en el momento de entregar los productos o comenzar a ejecutar el contrato, la empresa entregará al consumidor mediante el medio que éste elija -por escrito o en cualquier otro soporte duradero adecuado al medio de comunicación empleado (E-mail)-, justificación documental del contrato realizado donde constarán todos los términos del mismo.	3
21	22	R4A Salvo en los casos expuestos a continuación, la empresa concederá un plazo de revocación o desistimiento de al menos 10 días hábiles a partir de la fecha de entrega de los productos o de la celebración del contrato de prestación de servicios. Durante este plazo, la empresa se compromete a aceptar la devolución de los productos entregados o a anular el contrato de prestación de servicios sin repercutir ningún gasto al consumidor, incluidos los correspondientes a la devolución de los productos. En el caso de que el consumidor haga uso de este derecho de desistimiento, los importes que ya haya pagado deberán serle reembolsados en un plazo de 15 días.	3
21	23	R4B A tal efecto, la empresa facilitará al consumidor, como máximo en el momento de la ejecución del contrato, un documento para ejercitar el derecho de desistimiento o revocación, identificado claramente como tal, que contendrá el nombre y dirección de la persona a quien deba enviarse, los datos de identificación del contrato, y de los contratantes a los que se refiere.	3
21	24	R4C En la venta de aquellos productos personalizados o "a la medida" o de aquellos que, por su naturaleza no puedan ser devueltos o sean susceptibles de perecer rápidamente, la empresa podrá hacer constar, si tal efecto pretendiera y con carácter previo a la compra, la exclusión del derecho de desistimiento que asiste al consumidor. En el caso de artículos que puedan ser reproducidos o copiados con carácter inmediato, se excluye el derecho de desistimiento de los consumidores sólo en los casos en que tales productos se entreguen sin ningún tipo de precinto o embalaje, y si lo hubiera, en aquellos en los que dichos precintos o embalajes hayan sido manipulados y extraídos por el consumidor. La empresa informará sobre esta circunstancia con carácter previo a la compra. El consumidor perderá este derecho cuando extija -y así lo indique expresamente- la prestación inmediata del servicio. En este caso, la empresa deberá advertir con antelación al consumidor que en tal caso perderá su derecho de desistimiento y lógicamente el plazo establecido para ello.	3
21	25	R4D Para cualquier suscripción a un servicio en línea, la empresa concederá un plazo de prueba gratuito de al menos 10 días hábiles.	3
21	27	R5A La empresa emitirá una factura en la que se detallarán todos los gastos. En ésta se recordará al consumidor las modalidades para el ejercicio del derecho de desistimiento o revocación del contrato, si procede. Aquellos productos o servicios entregados o suministrados en línea deberán ir acompañados de un documento electrónico en el que se incluirán los mismos conceptos ya señalados.	3
21	28	R5B La empresa ofrecerá la posibilidad de elegir entre distintas modalidades de pago. Al menos una de ellas deberá permitir al consumidor efectuar el pago únicamente al final del plazo para el desistimiento, si procede, sin que ello suponga un incremento del precio. En ningún	3

D	O	Requisitos	IA
		caso la empresa aceptará que el consumidor efectúe el pago antes de haberse producido la ejecución del contrato.	
21	45	R10A La empresa se compromete a poner a disposición del consumidor todas las pruebas que obren en su poder.	3
21	46	R10B La empresa deberá contar con un mecanismo interno para atender reclamaciones y designar a un responsable. Ante cualquier problema, el consumidor podrá dirigirse a dicho responsable bien a través del correo electrónico, bien por teléfono.	3
22	33	A14.1 Los oferentes que realicen transacciones comerciales con los consumidores a través de medios electrónicos de comunicación a distancia, deberán informar claramente sobre los pasos a seguir para la adquisición del bien o la contratación de servicio ofrecido.	3
22	34	A14.2 Con anterioridad a la adquisición del bien o la contratación del servicio, y sin perjuicio de las obligaciones de información recogidas en el artículo 6 de este Código, el oferente deberá facilitar al consumidor el acceso a las condiciones generales de contratación aplicables en cada caso, para que las pueda consultar, archivar e imprimir. Asimismo, el oferente deberá informar al consumidor, de forma visible, acerca de, como mínimo, los siguientes extremos: precio de compra completo, con referencia a los impuestos aplicables incluidos, así como la moneda, la modalidad de pago, el franqueo y los portes.	3
22	36	A14.2 Con anterioridad a la adquisición del bien o la contratación del servicio, y sin perjuicio de las obligaciones de información recogidas en el artículo 6 de este Código, el oferente deberá facilitar al consumidor el acceso a las condiciones generales de contratación aplicables en cada caso, para que las pueda consultar, archivar e imprimir. Asimismo, el oferente deberá informar al consumidor, de forma visible, acerca de, como mínimo, los siguientes extremos: términos, condiciones y formas de pago, incluyendo en su caso, opciones de crédito.	3
22	37	A14.2 Con anterioridad a la adquisición del bien o la contratación del servicio, y sin perjuicio de las obligaciones de información recogidas en el artículo 6 de este Código, el oferente deberá facilitar al consumidor el acceso a las condiciones generales de contratación aplicables en cada caso, para que las pueda consultar, archivar e imprimir. Asimismo, el oferente deberá informar al consumidor, de forma visible, acerca de, como mínimo, los siguientes extremos: las diferentes modalidades de entrega o ejecución que puedan existir de los productos o servicios contratados.	3
22	38	A14.2 Con anterioridad a la adquisición del bien o la contratación del servicio, y sin perjuicio de las obligaciones de información recogidas en el artículo 6 de este Código, el oferente deberá facilitar al consumidor el acceso a las condiciones generales de contratación aplicables en cada caso, para que las pueda consultar, archivar e imprimir. Asimismo, el oferente deberá informar al consumidor, de forma visible, acerca de, como mínimo, los siguientes extremos: características de los bienes o servicios y, en su caso, condiciones necesarias para su utilización.	3
22	39	A14.2 Con anterioridad a la adquisición del bien o la contratación del servicio, y sin perjuicio de las obligaciones de información recogidas en el artículo 6 de este Código, el oferente deberá facilitar al consumidor el acceso a las condiciones generales de contratación aplicables en cada caso, para que las pueda consultar, archivar e imprimir. Asimismo, el oferente deberá informar al consumidor, de forma visible, acerca de, como mínimo, los siguientes extremos: existencia o inexistencia de costes adicionales.	3
22	40	A14.2 Con anterioridad a la adquisición del bien o la contratación del servicio, y sin perjuicio de las obligaciones de información recogidas en el artículo 6 de este Código, el oferente deberá facilitar al consumidor el acceso a las condiciones generales de contratación aplicables en cada caso, para que las pueda consultar, archivar e imprimir. Asimismo, el oferente deberá informar al consumidor, de forma visible, acerca de, como mínimo, los siguientes extremos: condiciones para el ejercicio de los derechos de desistimiento y devolución, cancelación o cambios del correspondiente producto o servicio.	3
22	41	A14.2 Con anterioridad a la adquisición del bien o la contratación del servicio, y sin perjuicio de las obligaciones de información recogidas en el artículo 6 de este Código, el oferente deberá facilitar al consumidor el acceso a las condiciones generales de contratación aplicables en cada caso, para que las pueda consultar, archivar e imprimir. Asimismo, el oferente deberá informar al consumidor, de forma visible, acerca de, como mínimo, los siguientes extremos: garantías aplicables a la adquisición del producto o servicio.	3
22	42	A14.2 Con anterioridad a la adquisición del bien o la contratación del servicio, y sin perjuicio de las obligaciones de información recogidas en el artículo 6 de este Código, el oferente deberá facilitar al consumidor el acceso a las condiciones generales de contratación aplicables en cada caso, para que las pueda consultar, archivar e imprimir. Asimismo, el oferente deberá informar al consumidor, de forma visible, acerca de, como mínimo, los siguientes extremos: lugar y forma de presentación de posibles reclamaciones.	3
22	43	A14.2 Con anterioridad a la adquisición del bien o la contratación del servicio, y sin perjuicio de las obligaciones de información recogidas en el artículo 6 de este Código, el oferente deberá facilitar al consumidor el acceso a las condiciones generales de contratación aplicables en cada caso, para que las pueda consultar, archivar e imprimir. Asimismo, el oferente deberá informar al consumidor, de forma visible, acerca de, como mínimo, los siguientes extremos: domicilio del oferente a efectos legales.	3
22	44	A14.3 En el momento inmediatamente anterior a la aceptación o prestación del consentimiento para la adquisición del bien o la contratación del servicio, el consumidor tendrá derecho a revisar un resumen en el que se incluyan, como mínimo, la relación de los productos que ha solicitado o de los servicios que desea contratar, así como las características esenciales de los mismos y las condiciones de compra o contratación, su importe total, el método de pago elegido, los impuestos aplicados y, en su caso, la forma y gastos de envío. Además, el consumidor deberá poder archivar e imprimir dicho resumen.	3
22	46	A15.1 Inmediatamente después de la aceptación por el consumidor de la adquisición del bien o la contratación del servicio, el oferente deberá enviarle un acuse de recibo, o facilitarle la descarga o impresión de un documento justificativo de la adquisición o contratación realizada, que contenga los datos relativos al contrato efectuado.	3
22	47	A15.2 Una vez celebrado el contrato, el consumidor tendrá derecho a solicitar información sobre el estado en que se encuentra la entrega del bien o la prestación del servicio contratado, en la medida en que la naturaleza del bien o servicio contratado lo permita. Para ello, el oferente deberá informarle a través de la pantalla, del correo electrónico, del teléfono, u otro/s medio/s equivalente/s.	3
22	49	A16 Si el oferente se encuentra en la imposibilidad de enviar o prestar los productos o servicios contratados dentro del plazo indicado en el contrato, deberá notificar esta circunstancia al consumidor, informándole del nuevo plazo en el que aquél/los estarán disponibles. En este caso el consumidor tendrá la posibilidad de rescindir el contrato y pedir que se le reembolse el importe del producto o servicio si lo hubiese pagado.	3
22	51	A17.1 El consumidor dispondrá de un periodo de reflexión, cuya duración será como mínimo la establecida en la normativa aplicable, durante el que podrá devolver el producto o servicio contratado sin penalización alguna. El oferente deberá indicar con claridad si los gastos relativos al coste directo de la devolución del producto o servicio contratado son soportados por él o si, por el contrario, recaen sobre el consumidor, así como el resto de condiciones de devolución de los productos o servicios contratados.	3
22	52	A17.2 Este derecho de desistimiento y devolución no será de aplicación a los productos o servicios que puedan ser reproducidos o copiados con carácter inmediato, a aquéllos cuyo precio esté sujeto a fluctuaciones de un mercado no controlado por la empresa oferente, a los destinados a la higiene corporal, a aquéllos que por su naturaleza no puedan ser devueltos, y a todos aquéllos para los que la normativa aplicable prevea tal excepción.	3
22	53	A17.3 En caso que el consumidor devuelva en perfecto estado el producto o servicio previamente contratado, con el documento justificativo del contrato y en los plazos establecidos en el mismo, tiene derecho a escoger entre el reembolso de las cantidades satisfechas o la sustitución del producto o servicio contratado por otro.	3
22	54	A17.4 El oferente deberá establecer los mecanismos necesarios para facilitar al consumidor con el que han contratado el ejercicio de su derecho de desistimiento y la correspondiente devolución del producto o servicio.	3
22	56	A18.1 Los oferentes pondrán a disposición de los consumidores con los que han contratado un servicio interno de atención al cliente que resolverá las cuestiones o dudas que le puedan surgir al consumidor en un momento previo a la contratación de un bien o servicio, y que además atenderá las consultas o quejas que se le planteen posteriormente, que deberán ser respondidas en el plazo de tiempo más breve posible.	3
22	57	A18.2 Los oferentes deberán proporcionar a los consumidores, de forma clara y suficiente, los datos necesarios para establecer un contacto rápido, personal y directo con el departamento o persona encargada de atender las posibles dudas o quejas que se planteen, así como del horario comercial de atención al cliente.	3

D	O	Requisitos	IA
22	58	A18.3 Los oferentes deberán guardar un registro en soporte duradero donde se recojan las quejas presentadas por los consumidores con los que haya contratado y las diversas circunstancias ocurridas en relación con cada una de dichas quejas.	3
23	5	A4.A Las Tiendas Virtuales se comprometen a mantener activo y plenamente operativo un servicio de atención al cliente para atender las dudas, quejas y/o los comentarios de sus usuarios y clientes. En todo caso este servicio deberá constar de un número de teléfono y de una dirección de correo electrónico que deberán resultar fácilmente localizables y visibles desde la página de inicio de las Tiendas Virtuales.	3
23	6	A4.B El servicio de atención al cliente de las Tiendas Virtuales, deberá de estar operativo en horario de oficina.	3
23	16	A10.1 Las Tiendas Virtuales adheridas al CBCE deberán de disponer de Condiciones Generales de la Contratación en las que se regule la contratación de productos o servicios a través de su web.	3
23	17	A10.2 Las Tiendas Virtuales dispondrán de un enlace directo y claramente visible, que remita a los usuarios a las Condiciones Generales de Contratación. Este enlace deberá ser accesible desde todas las páginas desde las que sea posible iniciar un proceso de contratación. En todo caso, las Condiciones Generales de Contratación de los productos y servicios de las Tiendas Virtuales respetarán la Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación.	3
23	19	A11.1 Las Tiendas Virtuales se comprometen a respetar los plazos de entrega que para cada producto indiquen en sus Condiciones Generales. En todo caso este plazo no podrá superar los 10 días, a contar desde el instante que la Tienda Virtual hubiese recibido el pedido de compra.	3
23	20	A11.2 Los usuarios tendrán siete días para desistir de la compra, a contar desde el momento en que hubieran recibido el producto adquirido. Este derecho no le asistirá en las ventas de objetos que puedan ser reproducidos o copiados con carácter inmediato, que se destinen a la higiene corporal o que, en razón de su naturaleza, no puedan ser devueltos. Las Tiendas Virtuales, deberán de informar sobre este derecho en las Condiciones Generales de la Contratación.	3
24	2	P1c El poseedor del sitio web no podrá tener negocios ilícitos y, como tal, tendrá que garantizar que en el sitio web no hay venta ni promoción de productos o servicios que sean ilegales o que pongan en causa la legislación aplicable.	3
24	14	P2f En el caso de la transacción ser abandonada antes de estar concluida, el poseedor del sitio web tiene que garantizar que los respectivos datos personales pueden ser eliminados.	3
24	40	P5a El poseedor del sitio web tiene de incluir en la realización de un contrato, la siguiente información: la identidad, la dirección física y otras formas de contacto relevantes de la empresa, de forma a que esta sea claramente identificada.	3
24	41	P5a El poseedor del sitio web tiene de incluir en la realización de un contrato, la siguiente información: las principales características de los bienes y servicios propuestos, en términos cualitativos y cuantitativos.	3
24	42	P5a El poseedor del sitio web tiene de incluir en la realización de un contrato, la siguiente información: el precio a cobrar por la empresa al consumidor, incluyendo, siempre que posible, todas las tasas y cualquier coste adicional no opcional.	3
24	43	P5a El poseedor del sitio web tiene de incluir en la realización de un contrato, la siguiente información: las condiciones generales de la oferta y las restricciones, en su caso (de área geográfica, en función de edad, medios de pago no autorizados, la durabilidad de los bienes de consumo).	3
24	44	P5a El poseedor del sitio web tiene de incluir en la realización de un contrato, la siguiente información: el período de validez de la oferta, en su caso.	3
24	45	P5a El poseedor del sitio web tiene de incluir en la realización de un contrato, la siguiente información: las condiciones de entrega.	3
24	46	P5a El poseedor del sitio web tiene de incluir en la realización de un contrato, la siguiente información: la existencia de condiciones para ejercer el derecho de retracción (que nunca deberá ser inferior a 10 días hábiles, salvo si el consumidor solicitar expresamente la prestación inmediata del servicio) y reembolso.	3
24	47	P5a El poseedor del sitio web tiene de incluir en la realización de un contrato, la siguiente información: las condiciones de rescisión del contrato, cuando sea de duración no especificada o de duración superior a un año.	3
24	48	P5a El poseedor del sitio web tiene de incluir en la realización de un contrato, la siguiente información: una dirección y un teléfono para esclarecimiento de dudas.	3
24	49	P5a El poseedor del sitio web tiene de incluir en la realización de un contrato, la siguiente información: información sobre las condiciones de garantía y el servicio de posventa.	3
24	50	P5b El contrato es considerado celebrado, cuando el poseedor del sitio web recibe, por parte del consumidor, la confirmación de su pedido. Inmediatamente a seguir, el poseedor del sitio web es animado a confirmar la recepción de dicha confirmación, en una forma posible de grabación y/o impresión, durante la vigencia del contrato, o lo más tarde, en el día de la entrega.	3
24	51	P5c El poseedor del sitio web tiene que asegurar que la confirmación se hace a través de una declaración clara o a través de un resumen donde consten las condiciones del pedido, englobando los siguientes aspectos: los productos solicitados.	3
24	52	P5c El poseedor del sitio web tiene que asegurar que la confirmación se hace a través de una declaración clara o a través de un resumen donde consten las condiciones del pedido, englobando los siguientes aspectos: la fecha del pedido.	3
24	53	P5c El poseedor del sitio web tiene que asegurar que la confirmación se hace a través de una declaración clara o a través de un resumen donde consten las condiciones del pedido, englobando los siguientes aspectos: el precio establecido y las condiciones de entrega, acordadas en la realización del contrato y demás encargos.	3
24	54	P5c El poseedor del sitio web tiene que asegurar que la confirmación se hace a través de una declaración clara o a través de un resumen donde consten las condiciones del pedido, englobando los siguientes aspectos: un contacto de la empresa.	3
24	55	P5c El poseedor del sitio web tiene que asegurar que la confirmación se hace a través de una declaración clara o a través de un resumen donde consten las condiciones del pedido, englobando los siguientes aspectos: una referencia de pedido.	3
24	56	P5d Los procedimientos/pasos definidos por el poseedor del sitio web, para efectuar los pedidos y posterior realización del contrato, tienen que ser explicados de forma clara y basados en un interfaz sencillo y accesible, en particular en lo que respecta a la selección de los productos y respectivas cantidades, minimizando al máximo el riesgo de error por parte del consumidor.	3
24	57	P5e Mismo después del proceso del pedido, el poseedor del sitio web tiene que garantizar un acceso fácil a un registro en línea de los términos y de las circunstancias aplicables a las transacciones, que debe estar disponible para imprimir y conservar en un archivo separado.	3
24	58	P5f En el momento de la transacción, el poseedor del sitio web deberá proporcionar el envío inmediato de la información sobre el pedido en un formato que pueda ser fácilmente grabado y archivado. Salvo indicación contraria explícita para el consumidor, el poseedor del sitio web deberá garantizar la entrega en un plazo máximo de 30 días desde el momento de la transacción. Así, en el caso de el poseedor del sitio web no conseguir garantizar la entrega en el plazo definido, deberá informar de inmediato al consumidor, y dar la opción para cancelar el pedido.	3
24	59	P5g El poseedor del sitio web tiene que informar al consumidor de todo y cualquier fallo en la expedición de los productos solicitados en el plazo establecido por omisión o estipulado. En su caso, deberán ser especificadas una nueva fecha y período de entrega.	3
24	60	P5h El poseedor del sitio web tiene así, de proveer al consumidor, la opción para confirmación, modificación o cancelación de su pedido.	3
24	61	P5i Durante el período de entrega, el consumidor puede cancelar su pedido e reclamar el reembolso en el caso del pago ya haber ocurrido. En caso de no ser así, el poseedor del sitio web tiene de indicar la validez máxima del período sujeto a devolución – que empieza a contar a partir de la recepción del pedido.	3
24	62	P5j Cuando el derecho de devolución hubiere sido ejercido por el consumidor, el poseedor del sitio web, queda obligado a reembolsar en un plazo máximo de 30 días los montantes pagados por el consumidor.	3
24	63	P5k El poseedor del sitio web tiene que especificar las políticas y procedimientos para la devolución de productos o cancelación de servicios y para el respectivo reembolso.	3
24	64	P5l El poseedor del sitio web tiene que especificar a título informativo, que las cancelaciones/reembolsos no son aplicables a productos hechos a medida o a productos perecederos, como sea en los siguientes casos: suministro de bienes o prestación de servicios cuyo precio dependa de fluctuaciones de tasas en el mercado financiero que el proveedor no puede controlar.	3

D	O	Requisitos	IA
24	65	P5l El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que especificar a título informativo, que las cancelaciones/reembolsos no son aplicables a productos hechos a medida o a productos perecederos, como sea en los siguientes casos: suministro de bienes confeccionados según especificaciones del consumidor, o que, por su naturaleza, no pueden ser reenviados o sean susceptibles de una rápida deterioración.	3
24	66	P5l El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que especificar a título informativo, que las cancelaciones/reembolsos no son aplicables a productos hechos a medida o a productos perecederos, como sea en los siguientes casos: suministro de grabaciones audio y video, de discos y programas de ordenador, a los cuales el consumidor haya sacado el sello de garantía de inviolabilidad.	3
24	67	P5l El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que especificar a título informativo, que las cancelaciones/reembolsos no son aplicables a productos hechos a medida o a productos perecederos, como sea en los siguientes casos: suministro de periódicos y revistas.	3
24	68	P5l El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que especificar a título informativo, que las cancelaciones/reembolsos no son aplicables a productos hechos a medida o a productos perecederos, como sea en los siguientes casos: servicios de apuestas y loterías.	3
24	69	P5m La responsabilidad por el transporte de los pedidos deberá estar a cargo de la empresa proveedora o que presta el servicio. El coste del referido transporte deberá, salvo acuerdo en contrario, ser soportado por el consumidor, lo cual deberá ser previamente informado del mismo.	3
24	70	P5n Siempre que haya una utilización fraudulenta de una tarjeta de crédito o de débito por otro, el consumidor podrá solicitar la anulación del pago realizado y la consecuente restitución de los montantes debitados para pago.	3
24	71	P5o El poseedor del sitio <i>web</i> debe siempre proceder a la indicación de los costes para el consumidor en la moneda del poseedor del sitio <i>web</i> .	3
24	72	P5p Si el derecho de retracción fuere aplicable, y en el caso de el suministro de los productos o servicios ocurrir en línea, su devolución tiene que ser acompañada por un documento electrónico con sus características.	3
24	73	P5q El consumidor no puede ser impedido de comprar en caso de no querer que sus datos sean registrados en una base de datos cuyos fines sobrepasen el acto de la compra.	3
24	74	P5r En el caso de contratos realizados con carácter permanente o recurrente, el poseedor del sitio <i>web</i> tiene que indicar la duración mínima del contrato.	3
24	76	P6a El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que asegurar procedimientos de reclamación internos eficaces, confidenciales, de utilización gratuita, de fácil acceso y utilización.	3
24	77	P6b En el sistema de reclamaciones interno, el poseedor del sitio <i>web</i> tiene que definir un responsable, que el consumidor podrá contactar por teléfono, y/o correo electrónico. Asimismo, deberá proveer información clara cuanto a los procedimientos aplicables en lo que se refiere a la forma de hacer una reclamación, como sean los formularios a rellenar, entre otros.	3
24	78	P6c Deberá ser desarrollado todo el tipo de esfuerzos para dar una respuesta a las reclamaciones y satisfacer el consumidor en un plazo establecido, que por omisión, no deberá exceder los 30 días después de la recepción de la reclamación.	3
24	79	P6d La reclamación tiene que ser resuelta, sin perjuicio de los derechos del consumidor legalmente establecidos, nombradamente, asegurando que no tiene costes adicionales para el consumidor.	3
24	80	P6e El consumidor tiene que ser informado en tiempo oportuno de cualquier ampliación de plazos que pueda comprometer los compromisos establecidos en el contrato.	3
24	81	P6g En el caso de que el consumidor no esté contente con el tratamiento de su reclamación, el poseedor del sitio <i>web</i> tiene que proveer información relativa a potenciales mecanismos de resolución de conflictos externos (...).	3
24	117	P9a El poseedor del sitio <i>web</i> debe garantizar niveles de calidad, seguridad y rendimiento, por forma a establecer una rapidez mínima al nivel de los procesos de negocio, como sea a través de: autenticación de los socios en las transacciones.	3
24	119	P9a El poseedor del sitio <i>web</i> debe garantizar niveles de calidad, seguridad y rendimiento, por forma a establecer una rapidez mínima al nivel de los procesos de negocio, como sea a través de: garantizar la integridad y confidencialidad de las transacciones y de la información acerca de las transacciones.	3
24	120	P9a El poseedor del sitio <i>web</i> debe garantizar niveles de calidad, seguridad y rendimiento, por forma a establecer una rapidez mínima al nivel de los procesos de negocio, como sea a través de: operación en instalaciones físicas que garanticen la disponibilidad y continuidad del negocio 24X7X365.	3
24	130	P10i El productor de contenidos del sitio <i>web</i> debe proveer contenidos que permitan evaluar el nivel de apoyo al cliente (encuestas en línea).	3
25	2	R1A La ley aplicable es la del Estado portugués.	3
25	3	R1B La empresa debe indicar la zona geográfica de cobertura de la oferta en la página de entrada.	3
25	5	R2A La empresa está legalmente constituida según la legislación del país donde está ubicada.	3
25	6	R2B La empresa no venderá ni hará la promoción de productos o servicios ilegales, que ofendan la dignidad humana o que tengan alguna relación con convicciones religiosas, políticas o sindicales.	3
25	8	R3 La empresa informa correcta y completamente los consumidores antes de cualquier pedido, sobre: su denominación, forma jurídica, dirección completa, número de teléfono, dirección de correo electrónico, datos de autorización o licencia, en su caso.	3
25	9	R3 La empresa informa correcta y completamente los consumidores antes de cualquier pedido, sobre: características esenciales de los productos o servicios, garantías y servicio posventa inclusive.	3
25	10	R3 La empresa informa correcta y completamente los consumidores antes de cualquier pedido, sobre: disponibilidad de los productos.	3
25	11	R3 La empresa informa correcta y completamente los consumidores antes de cualquier pedido, sobre: condiciones de entrega de los productos o de prestación del servicio (modalidad, lugar y plazo para la entrega).	3
25	12	R3 La empresa informa correcta y completamente los consumidores antes de cualquier pedido, sobre: precios y costes adicionales (tasas, transporte u otros); en el caso de los gastos o costes que no sean fijos, se deberá comunicar la referencia o la variable de la que dependen (por ejemplo, se indicará si los gastos de envío se cobran en función del país o por kilo). Los precios se indicarán al menos en la moneda nacional y en euros.	3
25	13	R3 La empresa informa correcta y completamente los consumidores antes de cualquier pedido, sobre: modalidades de pago y divisas aceptadas.	3
25	14	R3 La empresa informa correcta y completamente los consumidores antes de cualquier pedido, sobre: las condiciones generales aplicables, y si son identificables como tales.	3
25	15	R3 La empresa informa correcta y completamente los consumidores antes de cualquier pedido, sobre: cualquier restricción a la oferta, nombradamente cuanto a la validez de la misma y respectiva área geográfica.	3
25	16	R3 La empresa informa correcta y completamente los consumidores antes de cualquier pedido, sobre: la duración y las modalidades del derecho de retracción y posibilidades para el consumidor poder reclamar el reembolso de los costes inherentes a la devolución del producto.	3
25	17	R3 La empresa informa correcta y completamente los consumidores antes de cualquier pedido, sobre: el procedimiento en caso de reclamación.	3
25	19	R4 La empresa confirmará el pedido a través de un mensaje de correo electrónico, inmediatamente después de la realización del mismo. El mensaje de confirmación incluirá la denominación de la empresa, el número o referencia del pedido, el valor total del pedido e información sobre el procedimiento para resolución del contrato, incluyendo a quien es dirigida la comunicación de dicha resolución y, aún, sobre la posibilidad de el consumidor poder solicitar el reembolso de los costes inherentes a la devolución.	3
25	21	R5A La empresa facilitará un plazo de, al menos, 14 días para retracción, a contar de la fecha de entrega del producto o conclusión de prestación del servicio. El consumidor tiene 30 días para hacer la devolución de los productos, a contar de la fecha de recepción. Durante ese plazo, la empresa se compromete a recibir los productos o a anular el contrato de prestación de servicios sin encargos para el consumidor. En el caso del consumidor ejercer el derecho de retracción, la empresa tiene 14 días, a contar de fecha de devolución de los productos o del fin de la utilización del servicio, para rembolsar al cliente.	3

D	O	Requisitos	IA
25	22	R5B El derecho de retracción no es aplicable a los contratos que respeten a productos personalizados o hechos a medida o que, por su naturaleza, no puedan ser devueltos o sean susceptibles de perecer rápidamente, al suministro de periódicos, revistas y otras publicaciones del género, ni a los valores mobiliarios.	3
25	23	R5C En lo que respecta a los productos susceptibles de hacer una copia, como es el caso del software y de música, el derecho de retracción deberá tener en cuenta lo siguiente: si la empresa permitir la apreciación previa del producto, nombradamente a través de muestras o demostraciones que permitan el conocimiento adecuado del mismo, el derecho de retracción solo puede ser invocado cuando el consumidor no tenga dañado el embalaje original ni extraído el sello de garantía.	3
25	24	R5D El consumidor pierde este derecho en caso de solicitar la inmediata prestación del servicio. Esta solicitud debe ser expresa y precedida de un aviso a informar de la pérdida del derecho de retracción.	3
25	25	R5E En la suscripción de servicios en línea, la empresa debe conceder un plazo de prueba gratuito de, al menos, 14 días.	3
25	27	R6A La empresa emitirá una factura en la que se detallarán todos los gastos. En ésta se recordará al consumidor las modalidades para el ejercicio del derecho de desistimiento o revocación del contrato, si procede. Aquellos productos o servicios entregados o suministrados en línea deberán ir acompañados de un documento electrónico en el que se incluirán los mismos conceptos ya señalados.	3
25	28	R6B La empresa ofrecerá la posibilidad de elegir entre distintas modalidades de pago. Al menos una de ellas deberá permitir al consumidor efectuar el pago únicamente al final del plazo para el desistimiento, si procede, sin que ello suponga un incremento del precio.	3
25	46	R11A La empresa se compromete a poner a disposición del consumidor todas las pruebas que obren en su poder.	3
25	47	R11B La empresa deberá contar con un mecanismo interno para atender reclamaciones y designará a un responsable. Ante cualquier problema, el consumidor podrá dirigirse a dicho responsable bien a través del correo electrónico, bien por teléfono.	3
30	3	¿Hay posibilidad de consultar el estado de los pedidos?	3
30	4	¿Hay servicio de atención al cliente?	3
33	2	¿Hay algún servicio de apoyo a la venta?	3
33	4	¿Hay información sobre política/proceso de devolución?	3
33	5	¿Hay información sobre sistemas de crédito?	3
33	6	¿Hay informaciones cuanto al método de pago?	3
33	7	¿Hay información cuanto al método de expedición y costes asociados?	3
33	8	¿Hay información sobre garantías?	3
33	11	¿Los procedimientos de compra son comunes con los de otro(s) sitio(s) web?	3
33	14	¿Hay enlaces para obtener más información sobre el producto/servicio?	3
34	3	¿Hay información sobre los procedimientos para las devoluciones?	3
34	4	¿Hay información detallada de los productos?	3
35	2	¿La compra de productos estándares tiene un proceso más sencillo que los otros productos (one click)?	3
35	3	¿La realización del pedido es sencilla?	3
37	29	¿Hay indicación de los métodos de pago?	3
37	30	¿Hay posibilidad de elegir una moneda?	3
37	31	¿Hay posibilidad de elegir el método de expedición?	3
37	32	¿Hay posibilidad de elegir la forma de empaquetar los productos?	3
37	33	¿Hay indicación de los costes de expedición?	3
37	34	¿Hay forma de consultar las condiciones generales?	3
37	36	¿Hay utilización de cesto de compras?	3
37	37	¿Hay posibilidad de hacer cálculos con los productos del cesto de compras?	3
37	38	¿Es utilizado un mensaje de confirmación del pedido?	3
37	39	¿Hay mecanismos para verificar el estado del pedido?	3
37	55	¿Es posible probar el producto/servicio?	3
37	58	¿Hay posibilidad de hacer el pago en off-line?	3
37	59	¿Hay servicio de atención al cliente?	3
37	60	¿Hay servicio de post-venta?	3
37	64	¿Las condiciones generales de venta son presentadas?	3
37	71	¿Hay algún compromiso para hacer la entrega del producto en poco tiempo?	3
39	10	¿Hay servicio de atención al cliente?	3
39	13	¿Hay demostración en-línea del producto?	3
39	14	¿Hay entrega en-línea del producto?	3
41	5	¿Hay un servicio de atención al cliente?	3
42	11	¿La información que se recoge en una venta es utilizada en las siguientes, para identificar el cliente, ...?	3
42	14	¿Las condiciones generales están en un lenguaje sencillo?	3
42	15	¿Las condiciones generales están disponibles para consulta?	3
42	21	¿Son utilizados servicios comunes para el pago o envío de los productos?	3
42	22	¿Es posible conocer la situación del pedido?	3
42	23	¿Hay servicio de pos-venta?	3
43	3	¿Hay información suficiente de los productos?	3
43	5	¿Hay diferentes modalidades para hacer el pedido?	3
43	6	¿Hay diferentes modalidades para hacer el pago?	3
43	7	¿Hay diferentes modalidades para el envío?	3
43	8	¿Hay servicio de pos-venta?	3
44	2	¿Hay información sobre las cantidades de producto en almacén?	3
44	3	¿Es suministrada información sobre la situación del pedido (fecha de expedición, dónde está, fecha de recepción)?	3
44	4	¿Es confirmada la recepción del pedido?	3
44	5	¿El cliente es informado cuando su pedido es expedido?	3
44	6	¿El cliente es informado cuando hay problemas con su pedido?	3
45	4	¿Hay servicio de atención al cliente?	3
46	4	¿Es posible hacer compras en-línea?	3
46	5	¿Cuándo se realiza el pago, hay alguna indicación en el sitio web de que la operación es realizada en seguridad?	3
48	4	¿La empresa presenta sus políticas cuanto a la satisfacción del cliente?	3
48	5	¿La empresa presenta sus políticas cuanto a la devolución de productos?	3
48	6	¿La empresa presenta sus políticas cuanto al reembolso?	3
49	2	¿Hay información sobre la entrega del producto?	3
49	3	¿Hay información sobre los procedimientos de devolución?	3
49	9	¿Hay información sobre el uso del producto/servicio?	3

D	O	Requisitos	IA
49	10	¿Hay información sobre la garantía del producto/servicio?	3
49	11	¿Hay indicación sobre los costes de expedición?	3
49	12	¿Hay información sobre la tramitación del pedido?	3
49	14	¿Hay información sobre las posibilidades de crédito?	3
49	15	¿Hay información sobre los procedimientos para realizar el pedido?	3
50	4	¿Hay una descripción completa de los producto/servicios?	3
50	7	¿Es presentada alguna garantía de solución de los problemas del cliente?	3
50	8	¿Hay preocupación con los problemas del cliente?	3
50	9	¿Hay servicio de atención al cliente?	3
50	10	¿La utilización del medio de pago es sencilla?	3
50	12	¿Hay posibilidad de el cliente verificar los procedimientos de la transacción?	3
50	13	¿Hay posibilidad de el cliente verificar el estado de su pedido?	3
51	19	¿Hay sistema de cesto de compras?	3
51	20	¿El sistema de cesto de compras permite hacer cambios en los cálculos?	3
51	21	¿Hay posibilidad de hacer compras rápidas (one click)?	3
51	23	¿Hay posibilidad de terminar el pedido en off-line?	3
51	24	¿Hay posibilidad de hacer el pedido por teléfono/fax/correo electrónico?	3
51	25	¿Hay política de cancelación de la compra?	3
51	26	¿Hay información sobre la política de devolución?	3
51	27	¿Hay información sobre el envío?	3
51	28	¿Hay información sobre la política de pago?	3
51	29	¿Hay servicio de ofrendas?	3
52	2	¿Hay un servicio de atención al cliente de calidad?	3
53	6	¿Hay garantía de devolución del dinero?	3
53	9	¿Hay indicación de los derechos del consumidor?	3
54	8	¿Hay confirmación del pedido realizado por el cliente?	3
58	4	¿Hay información suficiente para el usuario tomar las decisiones?	3
58	11	¿Hay información para las diferentes etapas del proceso de compra?	3
60	10	¿Hay un formulario para el cliente solicitar informaciones, presentar quejas, etcétera?	3
61	3	¿Hay servicio de atención al cliente?	3
61	4	¿Hay servicio de pos-venta?	3
62	3	¿Hay mecanismos para ayudar en el proceso de decisión?	3
62	8	¿Hay alternativas para la realización de las transacciones financieras?	3
63	3	¿Hay información sobre el servicio de atención al cliente?	3
64	3	¿Hay diferentes alternativas para realizar el pago?	3
64	4	¿El proceso es conveniente para el cliente?	3
65	6	¿Hay posibilidad de, en cualquier momento, modificar y/o posponer el proceso de compra?	3
65	7	¿Hay confirmación de la realización sin problemas de la operación de compra?	3
65	8	¿Hay diferentes tarifas para diferentes tipos y plazos de envío?	3
65	10	¿Hay posibilidad de realizar el pago mediante varios medios?	3
65	15	¿Hay información clara de cómo realizar la compra?	3
65	16	¿Hay información sobre la disponibilidad de los productos en el momento de la compra?	3
66	7	¿Hay diferentes opciones para el envío de los productos?	3
66	8	¿Es utilizado el sistema de cesta de compras (añadir productos, verificar estado del pedido)?	3
66	16	¿Hay información sobre todo el proceso de compra (envío, plazo de entrega, promociones, tasas de envío, otros gastos, política de devoluciones, garantía del producto)?	3
66	19	¿Hay indicación del plazo previsto para la entrega del producto?	3
66	22	¿Hay diferentes opciones para hacer el pago?	3
11	2	PS-2.2 Las obligaciones de seguridad de los usuarios y los compromisos de seguridad de la entidad en relación con los usuarios son comunicados a los usuarios autorizados.	4
11	3	PS-2.4 El proceso para informar la entidad sobre violaciones del sistema de seguridad y para la presentación de quejas es comunicado a los usuarios autorizados.	4
11	4	PS-2.5 Los cambios que pueden afectar al sistema de seguridad son comunicados a los gestores y a los usuarios que serán afectados.	4
11	6	PD-2.2 Las obligaciones de seguridad y de disponibilidad de los usuarios y los compromisos de seguridad y de disponibilidad de la entidad en relación con los usuarios son comunicados a los usuarios autorizados.	4
11	7	PD-2.4 El proceso para informar la entidad sobre problemas de disponibilidad, violaciones del sistema de seguridad y para la presentación de quejas es comunicado a los usuarios autorizados.	4
11	8	PD-2.5 Los cambios que pueden afectar la disponibilidad y la seguridad del sistema son comunicados a los gestores y a los usuarios que serán afectados.	4
13	48	D4.2 La empresa debe proveer medios de pago seguro y sencillo e intentar mantenerse al día en el tema de los mecanismos de pago.	4
13	49	D4.3 La empresa debe garantizar la implementación de sistemas de seguridad adecuados y de confianza, para salvaguardar la seguridad, la integridad y la confidencialidad de los pagos y de las transacciones financieras realizadas por los consumidores. El consumidor debe ser informado, antes de la realización de un contrato, del nivel de protección concedido a sus datos financieros. Las empresas deben informar al consumidor, en términos generales, de toda y cualquier tecnología utilizada para proteger la transmisión, el procesamiento y/o almacenamiento de los datos financieros, o sea, el uso de la tecnología de codificación de datos para transacciones con tarjetas de crédito.	4
13	57	D5.3 La declaración de política de privacidad, referida en D5.2, debe incluir los siguientes aspectos - obligaciones de la empresa: informar, cuando solicitado, sobre las medidas aplicadas por la empresa para garantizar la seguridad de los datos personales recogidos y almacenados. La información debe, en especial, referirse a la forma como los datos están protegidos contra fugas, falsificación y uso irregular y/o cualquier actividad que pueda resultar en su alteración.	4
14	75	PIII.I.A Información del certificado del sitio - Cómo se puede verificar si se trata de un sitio seguro y, si lo es, a quien se le ha expedido el certificado digital.	4
14	76	PIII.II.A Identificación del usuario, cuando sea necesaria - Cómo puede crear, abrir una cuenta o perfil.	4
14	77	PIII.II.B Identificación del usuario, cuando sea necesaria - Cómo restablecer su identidad con el sitio.	4
14	78	PIII.II.C Identificación del usuario, cuando sea necesaria - Qué mecanismos se usan para evitar el acceso no autorizado a su información, tanto desde Internet como desde dentro de la compañía.	4
14	79	PIII.III.A Protección de la información que se está transmitiendo - Qué mecanismos se utilizan para proteger su información mientras se está transmitiendo.	4

D	O	Requisitos	IA
14	81	PIII.IV.B Protección de la información almacenada - Qué mecanismos se utilizan para proteger la información almacenada.	4
19	24	R3.1.4 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre los sistemas de seguridad empleados para garantizar la seguridad y privacidad de las transacciones.	4
19	26	R3.1.4 La organización debe asumir un compromiso de: usar un sistema seguro en las transacciones de pago.	4
19	27	R3.1.4 La organización debe asumir un compromiso de: acreditar su identidad mediante el uso de un certificado digital de servidor.	4
20	17	P1.III-1 La EC que realice transacciones económicas, o gestiones de carácter administrativo, o recoja datos personales, a través de Internet, debe contar con un certificado de servidor que garantice su identidad frente a los usuarios.	4
20	18	P1.IV-1 La EC debe utilizar sistemas de firma electrónica avanzada en las comunicaciones que realice con sus usuarios, de forma que exista un seguridad jurídica sobre la identidad del emisor, el momento exacto de la comunicación, la integridad del contenido, se evite el repudio por parte del emisor y adicionalmente se pueda conseguir la confidencialidad de los datos enviados.	4
20	45	P2A.II-3 La forma de acceder a dichos documentos supondrá unos medios técnicos suficientes a fin de que éstos no puedan ser visualizados o/y modificados por personas no autorizadas.	4
20	46	P2B.I La EC debe implementar un procedimiento en línea que garantice que sólo aquellos usuarios convenientemente autenticados, tengan acceso a los bienes o servicios que se contraten en línea.	4
20	95	P3.I-1 La EC debe desarrollar las estrategias de seguridad que le permitan cumplir con las siguientes premisas básicas de seguridad: Confidencialidad, supone proteger la información almacenada o transmitida por un sistema de accesos no autorizados.	4
20	96	P3.I-1 La EC debe desarrollar las estrategias de seguridad que le permitan cumplir con las siguientes premisas básicas de seguridad: Integridad, supone proteger la información almacenada o transmitida de modificaciones no autorizadas.	4
20	97	P3.I-1 La EC debe desarrollar las estrategias de seguridad que le permitan cumplir con las siguientes premisas básicas de seguridad: Autenticación, supone garantizar la identidad de las partes implicadas en el acceso a los servicios ofrecidos.	4
20	98	P3.I-1 La EC debe desarrollar las estrategias de seguridad que le permitan cumplir con las siguientes premisas básicas de seguridad: Control de accesos, supone limitar el acceso a los recursos y servicios disponibles únicamente a los usuarios autorizados.	4
20	99	P3.I-1 La EC debe desarrollar las estrategias de seguridad que le permitan cumplir con las siguientes premisas básicas de seguridad: No repudio, de forma que ni el origen ni el destino de un mensaje puedan negar haber participado en la transmisión del mismo. Debería poder probarse quien envió y quien recibió.	4
20	100	P3.I-1 La EC debe desarrollar las estrategias de seguridad que le permitan cumplir con las siguientes premisas básicas de seguridad: Disponibilidad, supone que los servicios ofrecidos por el sistema se encuentren accesibles durante los periodos establecidos. Esta afirmación implica necesariamente la capacidad de recuperación ante fallos del sistema.	4
20	115	P4.I-11 La EC implantará las medidas de seguridad adecuadas para la protección de los datos personales incluidos en sus ficheros, para lo cual deberá contar con un documento de seguridad, en aplicación de la normativa vigente.	4
20	121	P4.I-17 Se deben adoptar medidas que eviten que los datos circulen por la red de forma inteligible, por lo que se debe utilizar el protocolo SSL, o sistema equivalente, en la recogida y tratamiento de datos que implique su transmisión por Internet.	4
21	41	R8 La empresa dispondrá de un certificado emitido por un organismo independiente. La empresa utilizará los procedimientos de seguridad establecidos para las transferencias de datos, sobre todo en lo relativo a los números de las tarjetas de crédito.	4
22	60	A19.1 Los oferentes deberán proporcionar a los consumidores mecanismos de pago sencillos y seguros, y realizar todos los esfuerzos necesarios para mantenerse al día sobre los avances en este campo.	4
22	61	A19.2 Los oferentes deberán adoptar sistemas de seguridad apropiados y dignos de confianza para salvaguardar la seguridad, integridad y confidencialidad de las transacciones financieras y pagos realizados por los consumidores. Estos deberán ser informados con claridad, antes de concluir la celebración del contrato, sobre el nivel de protección que se aplica a sus datos financieros y las posibles limitaciones de los sistemas de seguridad empleados. El oferente deberá informar al consumidor de la forma más transparente, clara y sencilla posible sobre la seguridad de los medios de pago y la tecnología que se esté utilizando para proteger las transmisiones, procesamiento y/o almacenamiento de sus datos financieros.	4
22	90	A26 Las empresas adheridas a este Código deberán adoptar las medidas de seguridad apropiadas para salvaguardar la integridad y confidencialidad de los datos personales recabados, tratados y/o almacenados y realizar todos los esfuerzos necesarios para mantenerse al día sobre los avances en este campo. Los consumidores deberán ser informados sobre el nivel de protección que se aplica a sus datos personales y las posibles limitaciones de los sistemas de seguridad empleados. El oferente deberá informar al consumidor de la forma más transparente, clara y sencilla posible sobre la tecnología que se esté utilizando para proteger las transmisiones, procesamiento y/o almacenamiento de sus datos personales.	4
23	10	A8.3 Las Tiendas Virtuales adoptarán las medidas técnicas y legales necesarias para asegurar la privacidad y la seguridad de los datos otorgados por los titulares de los mismos.	4
23	13	A9.1 Para ofrecer las máximas garantías de seguridad, las Tiendas Virtuales adheridas al CBCE, deberán de disponer de sistemas de comunicaciones seguras que garanticen la confidencialidad de los datos que el cliente introduzca en la página web de la Tienda Virtual cuando esté realizando el pago de cualquier producto o servicio.	4
23	14	A9.2 En todo caso, si la Tienda Virtual no ofreciera el pago mediante un servicio de TPV-Virtual de una entidad financiera de reconocido prestigio, deberá de disponer de sistemas de transmisión de los datos de cobro mediante SSL, o cualquier sistema superior.	4
24	20	P21 El poseedor del sitio web tendrá que proveer, por solicitud del usuario, información sobre las medidas adoptadas para garantizar la seguridad de los datos personales reunidos y almacenados. Esa información debe, en especial, hacer referencia a la forma como los datos están protegidos contra fugas, falsificación y uso indebido y/o cualquier otra actividad que pueda alterar su estatuto, formato y/o accesibilidad.	4
24	22	P3a El poseedor del sitio web tiene que asegurar que el usuario pueda acceder a la información sobre la adopción y la ejecución de una política eficaz de seguridad en el sitio web. El acceso podrá hacerse a través de enlaces click-through que lo conduzcan a la información de certificación.	4
24	23	P3b El poseedor del sitio web tiene que garantizar la implementación de sistemas de seguridad adecuados y de confianza en sus sitios web (...) debiendo alertar al consumidor, antes de la celebración de un contrato, para el nivel de protección concedido a sus datos financieros y personales.	4
24	24	P3c Los poseedores de sitios web tienen que informar al consumidor, en términos generales, de toda y cualquier tecnología utilizada para proteger la transmisión, el procesamiento y/o el almacenamiento de los datos.	4
24	25	P3d El poseedor del sitio web deberá instituir un sistema de confirmación por entidades certificadoras... El certificado digital tiene que contener, al menos, las siguientes informaciones: nombre o denominación del titular de la firma y otros elementos necesarios para su identificación inequívoca.	4
24	26	P3d El poseedor del sitio web deberá instituir un sistema de confirmación por entidades certificadoras... El certificado digital tiene que contener, al menos, las siguientes informaciones: nombre e firma digital de la entidad certificadora, así como la indicación del país donde está establecida.	4
24	27	P3d El poseedor del sitio web deberá instituir un sistema de confirmación por entidades certificadoras... El certificado digital tiene que contener, al menos, las siguientes informaciones: clave pública correspondiente a la clave privada detenida por el titular.	4
24	28	P3d El poseedor del sitio web deberá instituir un sistema de confirmación por entidades certificadoras... El certificado digital tiene que contener, al menos, las siguientes informaciones: número de serie del certificado.	4
24	29	P3d El poseedor del sitio web deberá instituir un sistema de confirmación por entidades certificadoras... El certificado digital tiene que contener, al menos, las siguientes informaciones: el inicio y el fin de validez del certificado.	4

D	O	Requisitos	IA
24	30	P3d El poseedor del sitio <i>web</i> deberá instituir un sistema de confirmación por entidades certificadoras... El certificado digital tiene que contener, al menos, las siguientes informaciones: la indicación de la existencia o no de determinadas restricciones de utilización.	4
24	31	P3e El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que garantizar que suministra a los usuarios el acceso a su información personal, garantizando que los procedimientos de seguridad y autenticación son claros y suministrados en un lenguaje accesible.	4
24	32	P3f El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que proveer a los consumidores mecanismos de pago seguros y simple.	4
24	33	P3g El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que garantizar la existencia de un tiempo máximo de sesión (10 minutos), al final del cual deberá haber nuevo proceso de autenticación.	4
24	34	P3h El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que desanimar los usuarios a proveer información crítica o personal en medios o canales considerados inseguros.	4
25	42	R9 La empresa dispondrá de un certificado emitido por un organismo independiente. La empresa utilizará los procedimientos de seguridad establecidos para las transferencias de datos, sobre todo en lo relativo a los números de las tarjetas de crédito.	4
34	2	¿Hay información sobre la seguridad en el pago con tarjeta de crédito?	4
34	5	¿Hay información sobre la seguridad de los datos personales?	4
37	7	¿Es utilizada alguna tecnología de encriptación?	4
37	8	¿El usuario tiene que autenticarse?	4
37	9	¿Hay alguna prueba de autenticidad, en el sitio <i>web</i> , de la empresa?	4
37	35	¿Hay utilización de conexiones seguras para realizar el pedido?	4
37	46	¿Hay política de seguridad?	4
38	2	¿Hay algún proceso para la autenticación del usuario?	4
38	3	¿Hay alguna garantía de integridad en el desarrollo de la transacción?	4
38	4	¿Hay alguna prueba de autenticidad del sitio <i>web</i> ?	4
39	6	¿Hay mecanismos de seguridad/protección?	4
42	16	¿Son utilizadas medidas de seguridad (SSL, certificados digitales, ...)?	4
45	3	¿Los sistemas de pago electrónico son seguros?	4
46	6	¿Hay indicación de la tecnología de seguridad utilizada?	4
49	8	¿Son utilizados mecanismos de seguridad en las transacciones?	4
50	11	¿Hay seguridad en la utilización del medio de pago?	4
51	22	¿Hay seguridad en las transacciones?	4
54	6	¿Hay utilización de sistemas que garanticen la seguridad de las transacciones?	4
56	2	¿Hay medidas/garantías cuanto a la seguridad de los datos personales?	4
58	8	¿Son utilizadas medidas de seguridad y privacidad adecuadas?	4
62	7	¿Son utilizados modos seguros para la transmisión de información?	4
62	9	¿Hay posibilidad de crear un acceso personal, con identificador y clave de usuario?	4
65	4	¿Hay garantía de confidencialidad de los datos del cliente?	4
65	9	¿Son utilizados medidas de seguridad, las cuales son comunicadas a los clientes?	4
66	15	¿Son utilizados procedimientos para garantizar la seguridad de los pagos?	4
2	2	A5-1a) Los interesados a los que se soliciten datos personales deberán ser previamente informados de modo expreso, preciso e inequívoco: de la existencia de un fichero o tratamiento de datos de carácter personal, de la finalidad de la recogida de éstos y de los destinatarios de la información.	5
2	3	A5-1b) Los interesados a los que se soliciten datos personales deberán ser previamente informados de modo expreso, preciso e inequívoco: del carácter obligatorio o facultativo de su respuesta a las preguntas que les sean planteadas.	5
2	4	A5-1c) Los interesados a los que se soliciten datos personales deberán ser previamente informados de modo expreso, preciso e inequívoco: de las consecuencias de la obtención de los datos o de la negativa de suministrarlos.	5
2	5	A5-1d) Los interesados a los que se soliciten datos personales deberán ser previamente informados de modo expreso, preciso e inequívoco: de la posibilidad de ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición.	5
2	6	A5-1e) Los interesados a los que se soliciten datos personales deberán ser previamente informados de modo expreso, preciso e inequívoco: de la identidad y dirección del responsable del tratamiento o, en su caso, de su representante.	5
2	7	A5-2 Cuando se utilicen cuestionarios u otros impresos para la recogida, figurarán en los mismos, en forma claramente legible, las advertencias a que se refiere el apartado anterior.	5
2	9	A6-1 El tratamiento de los datos de carácter personal requerirá el consentimiento inequívoco del afectado, salvo que la ley disponga otra cosa.	5
2	10	A6-2 No será preciso el consentimiento cuando los datos de carácter personal se recojan para el ejercicio de las funciones propias de las Administraciones públicas en el ámbito de sus competencias; cuando se refieran a las partes de un contrato o precontrato de una relación negocial, laboral o administrativa y sean necesarios para su mantenimiento o cumplimiento; cuando el tratamiento de los datos tenga por finalidad proteger un interés vital del interesado en los términos del artículo 7, apartado 6, de la presente Ley, o cuando los datos figuren en fuentes accesibles al público y su tratamiento sea necesario para la satisfacción del interés legítimo perseguido por el responsable del fichero o por el del tercero a quien se comuniquen los datos, siempre que no se vulneren los derechos y libertades fundamentales del interesado.	5
2	12	A7-1 De acuerdo con lo establecido en el apartado 2 del artículo 16 de la Constitución, nadie podrá ser obligado a declarar sobre su ideología, religión o creencias. Cuando en relación con estos datos se proceda a recabar el consentimiento a que se refiere el apartado siguiente, se advertirá al interesado acerca de su derecho a no prestarlo.	5
2	13	A7-2 Sólo con el consentimiento expreso y por escrito del afectado podrán ser objeto de tratamiento los datos de carácter personal que revelen la ideología, afiliación sindical, religión y creencias. Se exceptúan los ficheros mantenidos por los partidos políticos, sindicatos, iglesias, confesiones o comunidades religiosas y asociaciones, fundaciones y otras entidades sin ánimo de lucro, cuya finalidad sea política, filosófica, religiosa o sindical, en cuanto a los datos relativos a sus asociados o miembros, sin perjuicio de que la cesión de dichos datos precisará siempre el previo consentimiento del afectado.	5
2	14	A7-3 Los datos de carácter personal que hagan referencia al origen racial, a la salud y a la vida sexual sólo podrán ser recabados, tratados y cedidos cuando, por razones de interés general, así lo disponga una ley o el afectado consienta expresamente.	5
2	16	A15-1 El interesado tendrá derecho a solicitar y obtener gratuitamente información de sus datos de carácter personal sometidos a tratamiento, el origen de dichos datos, así como las comunicaciones realizadas o que se prevén hacer de los mismos.	5
2	17	A15-2 La información podrá obtenerse mediante la mera consulta de los datos por medio de su visualización, o la indicación de los datos que son objeto de tratamiento mediante escrito, copia, telecopia o fotocopia, certificada o no, en forma legible e inteligible, sin utilizar claves o códigos que requieran el uso de dispositivos mecánicos específicos.	5
2	19	A27-1 El responsable del fichero, en el momento en que se efectúe la primera cesión de datos, deberá informar de ello a los afectados, indicando, asimismo, la finalidad del fichero, la naturaleza de los datos que han sido cedidos y el nombre y dirección del cesionario.	5
2	20	A27-2 La obligación establecida en el apartado anterior no existirá en el supuesto previsto en los apartados 2, letras c), d), e) y 6 del artículo 11, ni cuando la cesión venga impuesta por ley.	5

D	O	Requisitos	IA
4	20	A21-2 Lo dispuesto en el apartado anterior no será de aplicación cuando exista una relación contractual previa, siempre que el prestador hubiera obtenido de forma lícita los datos de contacto del destinatario y los empleara para el envío de comunicaciones comerciales referentes a productos o servicios de su propia empresa que sean similares a los que inicialmente fueron objeto de contratación con el cliente. En todo caso, el prestador deberá ofrecer al destinatario la posibilidad de oponerse al tratamiento de sus datos con fines promocionales mediante un procedimiento sencillo y gratuito, tanto en el momento de recogida de los datos como en cada una de las comunicaciones comerciales que le dirija.	5
4	22	A22-1 El destinatario podrá revocar en cualquier momento el consentimiento prestado a la recepción de comunicaciones comerciales con la simple notificación de su voluntad al remitente. A tal efecto, los prestadores de servicios deberán habilitar procedimientos sencillos y gratuitos para que los destinatarios de servicios puedan revocar el consentimiento que hubieran prestado. Asimismo, deberán facilitar información accesible por medios electrónicos sobre dichos procedimientos.	5
4	23	A22-2 Cuando los prestadores empleen dispositivos de almacenamiento y recuperación de datos en equipos terminales, informarán a los destinatarios de manera clara y completa sobre su utilización y finalidad, ofreciéndoles la posibilidad de rechazar el tratamiento de los datos mediante un procedimiento sencillo y gratuito. Lo anterior no impedirá el posible almacenamiento o acceso a datos con el fin de efectuar o facilitar técnicamente la transmisión de una comunicación por una red de comunicaciones electrónica o, en la medida que resulte estrictamente necesario, para la prestación de un servicio de la sociedad de la información expresamente solicitado por el destinatario.	5
8	2	A6.a) El tratamiento de datos personales solo puede ocurrir con el consentimiento inequívoco del interesado o cuando el tratamiento es necesario para: ejecución de contrato o contratos en que el titular de los datos sea parte o de diligencias previas a la formación del contrato o declaración de la voluntad de negocio realizadas por su solicitud.	5
8	3	A6.b) El tratamiento de datos personales solo puede ocurrir con el consentimiento inequívoco del interesado o cuando el tratamiento es necesario para: cumplimiento de obligación legal a la cual el responsable por el tratamiento se encuentre obligado.	5
8	4	A6.c) El tratamiento de datos personales solo puede ocurrir con el consentimiento inequívoco del interesado o cuando el tratamiento es necesario para: protección de intereses vitales del titular de los datos, en caso de que este se encuentre en situación física o legal que lo impida de dar el consentimiento.	5
8	5	A6.d) El tratamiento de datos personales solo puede ocurrir con el consentimiento inequívoco del interesado o cuando el tratamiento es necesario para: ejecución de una misión de interés público o en el ejercicio de autoridad pública atribuida al responsable por el tratamiento o a un tercero a quien los datos sean comunicados.	5
8	6	A6.e) El tratamiento de datos personales solo puede ocurrir con el consentimiento inequívoco del interesado o cuando el tratamiento es necesario para: la prosecución de intereses legítimos del responsable por el tratamiento o de un tercero a quien los datos sean comunicados, excepto que con eso no prevalezcan los intereses o los derechos, libertades y garantías del titular de los datos.	5
8	8	A7-1 Es prohibido el tratamiento de datos personales sobre convicciones filosóficas o políticas, afiliación en partidos o sindicatos, religión, vida privada y origen racial o étnica, así como el tratamiento de datos sobre la salud, la vida sexual o los datos genéticos.	5
8	9	A7-2 A través de disposición legal o de autorización de la CNPD, puede ser permitido el tratamiento de los datos referidos en el número anterior cuando por motivos de interés público importante ese tratamiento sea fuere indispensable al ejercicio de las atribuciones legales o estatutarias de su responsable, o cuando el titular de los datos haya dado su consentimiento expreso para ese tratamiento, en ambos los casos con garantías de no discriminación y con las medidas de seguridad previstas en el artículo 15.º.	5
8	10	A7-3.a) El tratamiento de los datos referidos en el n.º1 es aún permitido cuando se verifique una de las siguientes condiciones: ser necesario para proteger los intereses vitales del titular de los datos o de otra persona y el titular de los datos se encuentre física o legalmente incapaz de dar su consentimiento.	5
8	11	A7-3.b) El tratamiento de los datos referidos en el n.º1 es aún permitido cuando se verifique una de las siguientes condiciones: ser realizado, con consentimiento del titular, por una fundación, asociación o organismo sin ánimo de lucro de carácter político, filosófico, religioso o sindical, en el ámbito de sus actividades legítimas, con la condición de el tratamiento respetar apenas a los miembros de la organización o a las personas con ella mantengan contactos regulares relacionados con sus objetivos, y de los datos no se comunicaren a terceros sin el consentimiento de sus titulares.	5
8	12	A7-3.c) El tratamiento de los datos referidos en el n.º1 es aún permitido cuando se verifique una de las siguientes condiciones: sean datos que el titular haya divulgado públicamente y que sea posible deducir de sus declaraciones el consentimiento para el tratamiento de los mismos.	5
8	13	A7-3.d) El tratamiento de los datos referidos en el n.º1 es aún permitido cuando se verifique una de las siguientes condiciones: ser necesario para la declaración, ejercicio o defensa de un derecho en proceso judicial e se utilice únicamente con esa finalidad.	5
8	14	A7-4 El tratamiento de los datos referentes a la salud y a la vida sexual, incluyendo los datos genéticos, es permitido cuando fuere necesario para efectos de medicina preventiva, de diagnóstico médico, de prestación de cuidados o tratamientos médicos o de administración de servicios de salud, desde que el tratamiento de esos datos sea efectuado por un profesional de salud obligado a sigilo o por otra persona sujeta igualmente a secreto profesional, sea informada la CNPD, en arreglo al artículo 27.º y se garanticen las medidas adecuadas a la seguridad de la información.	5
8	16	A10-1.a) Al recabar datos personales directamente del titular, el responsable por el tratamiento o su representante debe proveer las siguientes informaciones, excepto si el titular ya tiene conocimiento de las mismas: la identidad del responsable por el tratamiento y, en su caso, de su representante.	5
8	17	A10-1.b) Al recabar datos personales directamente del titular, el responsable por el tratamiento o su representante debe proveer las siguientes informaciones, excepto si el titular ya tiene conocimiento de las mismas: la finalidad del tratamiento de los datos.	5
8	18	A10-1.c) Al recabar datos personales directamente del titular, el responsable por el tratamiento o su representante debe proveer las siguientes informaciones, excepto si el titular ya tiene conocimiento de las mismas: otras informaciones, como - los usuarios o categorías de usuarios de los datos.	5
8	19	A10-1.c) Al recabar datos personales directamente del titular, el responsable por el tratamiento o su representante debe proveer las siguientes informaciones, excepto si el titular ya tiene conocimiento de las mismas: otras informaciones, como - el carácter obligatorio o facultativo de las respuestas y las consecuencias del suministro, o no, de los datos.	5
8	20	A10-1.c) Al recabar datos personales directamente del titular, el responsable por el tratamiento o su representante debe proveer las siguientes informaciones, excepto si el titular ya tiene conocimiento de las mismas: otras informaciones, como - la existencia y las condiciones del derecho de acceso y de rectificación, cuando sean necesarias, considerando las condiciones de recogida de los datos, para garantizar a su titular un tratamiento leal de los mismos.	5
8	21	A10-2 Los documentos utilizados para recabar datos personales deben contener las informaciones referidas en el número anterior.	5
8	22	A10-4 En el caso de los datos se recogieren en redes abiertas, el interesado debe ser informado, excepto que ya lo sepa, de que sus datos pueden circular en la red sin condiciones de seguridad, con el riesgo de que otros los vean y utilicen.	5
8	24	A11-1.a) El titular de los datos tiene el derecho de obtener del responsable del tratamiento, libremente y sin cualquier restricción, con la periodicidad razonable y sin demoras o costes excesivos: la confirmación de si sus datos son o no objeto de tratamiento, así como información sobre las finalidades de dicho tratamiento, las categorías de los datos sobre que incide y los destinatarios o categorías de destinatarios a quien serán comunicados los datos.	5
8	25	A11-1.b) El titular de los datos tiene el derecho de obtener del responsable del tratamiento, libremente y sin cualquier restricción, con la periodicidad razonable y sin demoras o costes excesivos: la comunicación, de forma inteligible, de sus datos sujetos a tratamiento y de cualquier información disponible sobre el origen de dichos datos.	5
8	26	A11-1.c) El titular de los datos tiene el derecho de obtener del responsable del tratamiento, libremente y sin cualquier restricción, con la periodicidad razonable y sin demoras o costes excesivos: el conocimiento de la lógica subyacente al tratamiento automatizado de sus datos personales.	5

D	O	Requisitos	IA
8	27	A11-1.d) El titular de los datos tiene el derecho de obtener del responsable del tratamiento, libremente y sin cualquier restricción, con la periodicidad razonable y sin demoras o costes excesivos: la rectificación, la eliminación o bloqueo de los datos cuyo tratamiento no cumpla lo dispuesto en la presente ley, nombradamente por el carácter incompleto o inexacto de los datos.	5
8	28	A11-1.e) El titular de los datos tiene el derecho de obtener del responsable del tratamiento, libremente y sin cualquier restricción, con la periodicidad razonable y sin demoras o costes excesivos: la notificación a los terceros a quien los datos hayan sido comunicados de cualquier rectificación, eliminación o bloqueo efectuado en arreglo a la letra d), excepto en caso de eso ser comprobadamente imposible.	5
8	30	A12a) El titular de los datos tiene el derecho: salvo disposición legal en contrario, y al menos en los casos referidos en las letras d) y e) del artículo 6.º, se oponer en cualquier momento, por razones ponderosas y legítimas relacionadas con su situación particular, a que sus datos sean objeto de tratamiento, debiendo, en caso de oposición justificada, el tratamiento efectuado por el responsable, dejar de incidir sobre esos datos.	5
8	31	A12b) El titular de los datos tiene el derecho de: se oponer, a su solicitud y de forma gratuita, al tratamiento de los datos personales de su interés previsto por el responsable por el tratamiento para efectos de marketing directo o cualquier otra forma de prospección, o de ser informado, antes de se comunicaren los datos personales, por primera vez, a terceros para fines de marketing directo o utilizados por terceros, y de ser expresamente facultado el derecho de se oponer, sin costes, a tales comunicaciones o utilizaciones.	5
11	26	PP-2.2a) La política de privacidad y las obligaciones de seguridad de los usuarios y los compromisos de la entidad sobre estos temas en relación con los usuarios, son comunicadas a los usuarios autorizados y divulgadas en el sitio Web, incluyendo: Los tipos y las fuentes de información recogidas y mantenidas, el uso de la información y la posible distribución de la información a terceros. Cuando la información es distribuida a terceros, la empresa debe divulgar su confianza en la política de privacidad del tercero, lo cual puede ser, o no, otro participante en la transacción (en caso de no hacer comentarios cuanto a la política de privacidad del tercero, eso puede ser interpretado como una declaración de confianza).	5
11	27	PP-2.2b) La política de privacidad y las obligaciones de seguridad de los usuarios y los compromisos de la entidad sobre estos temas en relación con los usuarios, son comunicadas a los usuarios autorizados y divulgadas en el sitio Web, incluyendo: Los interesados tienen la oportunidad de rechazar la recogida y/o distribución de datos a terceros, sea a través del no suministro de datos, sea a través de la no autorización para la distribución de datos a los no participantes en la transacción.	5
11	28	PP-2.2c) La política de privacidad y las obligaciones de seguridad de los usuarios y los compromisos de la entidad sobre estos temas en relación con los usuarios, son comunicadas a los usuarios autorizados y divulgadas en el sitio Web, incluyendo: Los interesados deben tener la oportunidad de rechazar la recogida de datos sensibles antes del proceso de recogida y transmisión.	5
11	29	PP-2.2d) La política de privacidad y las obligaciones de seguridad de los usuarios y los compromisos de la entidad sobre estos temas en relación con los usuarios, son comunicadas a los usuarios autorizados y divulgadas en el sitio Web, incluyendo: Las consecuencias, en su caso, de la opción del interesado de no proveer datos o de su no autorización para la cesión a terceros.	5
11	30	PP-2.2e) La política de privacidad y las obligaciones de seguridad de los usuarios y los compromisos de la entidad sobre estos temas en relación con los usuarios, son comunicadas a los usuarios autorizados y divulgadas en el sitio Web, incluyendo: La forma para el interesado revisar sus datos y, en su caso, corregir o removerlos.	5
11	31	PP-2.3 En caso del sitio Web de la entidad utilizar <i>cookies</i> u otros métodos equivalentes, debe divulgar como son utilizados e informar el interesado que rechace las <i>cookies</i> de las consecuencias del hecho, en su caso.	5
11	32	PP-2.4 El proceso para obtener apoyo e informar la entidad sobre violaciones de la política de privacidad y del sistema de seguridad es comunicado a los usuarios autorizados.	5
11	33	PP-2.5a) La entidad divulga sus procedimientos para el consumidor recurrir en caso de la resolución de los problemas de privacidad tener la intervención de terceros, siendo que el proceso debe considerar los siguientes elementos: El compromiso de la empresa en aceptar la intervención terceros, en conjunto con el compromiso de quien acepta la mediación.	5
11	34	PP-2.5b) La entidad divulga sus procedimientos para el consumidor recurrir en caso de la resolución de los problemas de privacidad tener la intervención de terceros, siendo que el proceso debe considerar los siguientes elementos: Procedimientos a desarrollar para la presentación de quejas, primero en la entidad y, en su caso, con el tercero designado.	5
11	35	PP-2.5c) La entidad divulga sus procedimientos para el consumidor recurrir en caso de la resolución de los problemas de privacidad tener la intervención de terceros, siendo que el proceso debe considerar los siguientes elementos: Los usos o acciones a desarrollar con la información personal hasta la resolución de la queja presentada por el interesado.	5
11	36	PP-2.6 La entidad divulga otras prácticas de privacidad que cumpla (leyes, reglamentos u programas de autorregulación).	5
11	37	PP-2.7 En caso de la entidad revocar o cambiar su política de privacidad (reduciendo el nivel de restricción), el interesado debe ser informado del hecho de forma clara y distinta.	5
11	39	PP-2.9 Los cambios que pueden afectar la política de privacidad y la seguridad del sistema son comunicados a los gestores y a los usuarios que serán afectados.	5
11	41	PC-2.2a) La confidencialidad y las obligaciones de seguridad de los usuarios y los compromisos de la entidad sobre estos temas en relación con los usuarios, son comunicadas a los usuarios autorizados antes del suministro de información confidencial, siendo de destacar los siguientes elementos: Proceso de clasificación/desclasificación de la información como confidencial.	5
11	42	PC-2.2b) La confidencialidad y las obligaciones de seguridad de los usuarios y los compromisos de la entidad sobre estos temas en relación con los usuarios, son comunicadas a los usuarios autorizados antes del suministro de información confidencial, siendo de destacar los siguientes elementos: Proceso de autorización de acceso a la información confidencial.	5
11	43	PC-2.2c) La confidencialidad y las obligaciones de seguridad de los usuarios y los compromisos de la entidad sobre estos temas en relación con los usuarios, son comunicadas a los usuarios autorizados antes del suministro de información confidencial, siendo de destacar los siguientes elementos: Como es utilizada la información confidencial.	5
11	44	PC-2.2d) La confidencialidad y las obligaciones de seguridad de los usuarios y los compromisos de la entidad sobre estos temas en relación con los usuarios, son comunicadas a los usuarios autorizados antes del suministro de información confidencial, siendo de destacar los siguientes elementos: Como es compartida la información confidencial.	5
11	45	PC-2.2e) La confidencialidad y las obligaciones de seguridad de los usuarios y los compromisos de la entidad sobre estos temas en relación con los usuarios, son comunicadas a los usuarios autorizados antes del suministro de información confidencial, siendo de destacar los siguientes elementos: Cuando la información es distribuida a terceros, la empresa debe divulgar su confianza en la política de confidencialidad del tercero (en caso de no hacer comentarios cuanto a la política de confidencialidad del tercero, eso puede ser interpretado como una declaración de confianza, en el sentido de que cumple o excede la política de la propia entidad).	5
11	46	PP-2.2f) La confidencialidad y las obligaciones de seguridad de los usuarios y los compromisos de la entidad sobre estos temas en relación con los usuarios, son comunicadas a los usuarios autorizados antes del suministro de información confidencial, siendo de destacar los siguientes elementos: Las prácticas de confidencialidad que deben ser cumplidas para respecta las leyes y reglamentos aplicables.	5
11	47	PC-2.4 El proceso para informar la entidad sobre violaciones de la confidencialidad y del sistema de seguridad y para la presentación de quejas es comunicado a los usuarios autorizados.	5
11	48	PC-2.5 Los cambios que pueden afectar la confidencialidad y la seguridad del sistema son comunicados a los gestores y a los usuarios que serán afectados.	5
12	51	PIII-A. Mostrar en línea y cumplir normas de confidencialidad - los comerciantes en línea deberían mostrar en línea y seguir normas de confidencialidad abiertas, transparentes y basadas en principios de equidad generalmente aceptados en materia de información, incluido el suministro de información acerca de los datos personales que el comerciante en línea recopila, utiliza y divulga; las opciones de los clientes con respecto a la recopilación, uso y divulgación de tal información; el acceso que tienen los clientes a esa información y las medidas de seguridad adoptadas para protegerla; así como los mecanismos establecidos de cumplimiento y reparación en caso de violarse dichas	5

D	O	Requisitos	IA
		normas. Las normas de confidencialidad deberían ser fáciles de encontrar y entender, y estar a la disposición del cliente antes de que éste suministre cualquier dato personal que lo identifique, o en el momento de hacerlo.	
13	7	D1.2 La empresa debe proveer siempre las siguientes informaciones en su sitio <i>web</i> : formas de contactar la empresa, o sea direcciones de correo electrónico específicas para solicitar eliminación de datos de listas de marketing.	5
13	51	D5.2 La empresa debe poner clara para los clientes su política de protección de datos personales y de privacidad del cliente. Asimismo, deben asumir este compromiso a través del anuncio y adhesión a una declaración de política de privacidad en línea, donde están descritas las obligaciones y los derechos de los datos.	5
13	52	D5.3 La declaración de política de privacidad, referida en D5.2, debe incluir los siguientes aspectos - obligaciones de la empresa: proveer información, cuando no sea obvio en el contexto, sobre la razón para solicitar y recoger determinados datos personales y con que propósitos serán utilizados. Apenas deberán solicitar los datos realmente necesarios para los fines especificados.	5
13	53	D5.3 La declaración de política de privacidad, referida en D5.2, debe incluir los siguientes aspectos - obligaciones de la empresa: suministrar informaciones sobre la forma de divulgación de los datos a terceros. Por ejemplo, cuando los datos son cedidos a terceros, debe existir información sobre las utilidades que aquellos pueden hacer de los datos.	5
13	54	D5.3 La declaración de política de privacidad, referida en D5.2, debe incluir los siguientes aspectos - obligaciones de la empresa: informar los consumidores sobre la utilización de tecnologías para recoger o almacenar datos no personales, los objetivos y las implicaciones de la restricción al uso de aquellas tecnologías (<i>cookies</i> , por ejemplo).	5
13	55	D5.3 La declaración de política de privacidad, referida en D5.2, debe incluir los siguientes aspectos - obligaciones de la empresa: informar sobre los procedimientos para acceder, actualizar, corregir o eliminar datos personales, así como indicar un contacto para tratar de las cuestiones relacionadas con aquellos datos. Esta información debe acompañar la solicitud de datos personales.	5
13	56	D5.3 La declaración de política de privacidad, referida en D5.2, debe incluir los siguientes aspectos - obligaciones de la empresa: informar sobre los procedimientos para acceder a mecanismos o servicios de registro de opción negativa, tipo " <i>opt-out</i> ", consultados por la empresa (...).	5
13	58	D5.4 La declaración de política de privacidad, referida en D5.2, debe incluir los siguientes aspectos - derechos sobre los datos: tener acceso a la política de privacidad de la empresa que establezca las obligaciones de aquella. Este aspecto debe ser referido en toda y cualquier transacción realizada por la empresa.	5
13	59	D5.4 La declaración de política de privacidad, referida en D5.2, debe incluir los siguientes aspectos - derechos sobre los datos: poder oponerse a la utilización de sus datos personales para realizar campañas de marketing en el futuro.	5
13	60	D5.4 La declaración de política de privacidad, referida en D5.2, debe incluir los siguientes aspectos - derechos sobre los datos: poder oponerse a la transmisión de sus datos personales a terceros.	5
13	61	D5.4 La declaración de política de privacidad, referida en D5.2, debe incluir los siguientes aspectos - derechos sobre los datos: participar en cualquier mecanismo o servicio de registro de opción negativa, tipo " <i>opt-out</i> ", utilizado o consultado por la empresa y rechazar cualquier utilización futura de sus datos para fines comerciales no previstos inicialmente.	5
13	62	D5.4 La declaración de política de privacidad, referida en D5.2, debe incluir los siguientes aspectos - derechos sobre los datos: saber que los datos serán eliminados en el caso de abandonar la transacción antes de terminarla.	5
13	63	D5.4 La declaración de política de privacidad, referida en D5.2, debe incluir los siguientes aspectos - derechos sobre los datos: solicitar acceso a modificaciones, correcciones o eliminaciones de los datos personales mantenidos por la empresa.	5
13	64	D5.4 La declaración de política de privacidad, referida en D5.2, debe incluir los siguientes aspectos - derechos sobre los datos: estar seguro que cualquier dato personal suministrado es procesado y almacenado de forma segura y confidencial.	5
14	55	PII.I.A Información recopilada sobre usted - Si se recopila información personal (como su nombre, dirección o dirección de e-mail).	5
14	56	PII.I.B Información recopilada sobre usted - Si se recopila información demográfica (como su edad, sexo u ocupación).	5
14	57	PII.I.C Información recopilada sobre usted - Si se recopila otro tipo de información (como el último sitio que visitó, las páginas que consulta mientras visita el sitio, su tipo de <i>browser</i> o el tipo de ordenador que usa).	5
14	58	PII.I.D Información recopilada sobre usted - Si se obtiene información complementaria de cualquier tercero (como sería de vendedores directos) y si se usa junto con la información personal, demográfica o de otra índole que se recopile.	5
14	59	PII.II.A Formas en las que se recopila información sobre usted - Si se usan <i>cookies</i> para recopilar información.	5
14	60	PII.II.B Formas en las que se recopila información sobre usted - Si se usan registros, compras, encuestas, formas y otros métodos para recopilar información.	5
14	61	PII.II.I.A Formas en las que se usa la información acerca de usted - Si se usa para entregar los bienes o servicios que compra.	5
14	62	PII.II.I.B Formas en las que se usa la información acerca de usted - Si se usa para responder a sus consultas, preguntas o solicitudes.	5
14	63	PII.II.I.C Formas en las que se usa la información acerca de usted - Si se usa para efectuar actividades de mercadotecnia o investigación.	5
14	64	PII.II.I.D Formas en las que se usa la información acerca de usted - Si se usa para adaptar su experiencia de navegación.	5
14	65	PII.II.I.E Formas en las que se usa la información acerca de usted - Si se usa de cualquier otra forma.	5
14	66	PII.IV.A Qué información sobre usted se comparte - Qué información se comparte con otras unidades de la organización.	5
14	67	PII.IV.B Qué información sobre usted se comparte - Qué información se comparte con cualquier tercero.	5
14	68	PII.V.A Implicaciones de recopilar y compartir información sobre usted - Si se recibirá algún contacto solicitado o no solicitado y la naturaleza del mismo.	5
14	69	PII.V.B Implicaciones de recopilar y compartir información sobre usted - Si existe cualquier otra implicación.	5
14	70	PII.VI.A Formas en las cuales puede controlar la información recopilada sobre usted - Si puede evitar que se comparta información sobre usted.	5
14	71	PII.VI.B Formas en las cuales puede controlar la información recopilada sobre usted - Si puede evitar un contacto no solicitado.	5
14	72	PII.VI.C Formas en las cuales puede controlar la información recopilada sobre usted - Si puede modificar su información personal.	5
14	80	PII.IV.A Protección de la información almacenada - Qué información se almacena, ya sea en el sitio o en <i>cookies</i> en su ordenador.	5
15	52	O8.1 La empresa debe informar el usuario sobre los motivos por que recoge, procesa y utiliza los datos personales.	5
15	53	O8.2 En los casos en que exista, debe ser indicada la persona/departamento responsable por los datos personales.	5
15	54	O8.3 La empresa puede recoger, procesar y utilizar datos personales de sus clientes cuando los mismos sean necesarios para el establecimiento, organización del contenido o alteración de una relación contractual.	5
15	55	O8.4 En caso de utilización de <i>cookies</i> el usuario debe ser informado, en un lenguaje sencillo, del objetivo, función y propósito de aquel almacenamiento de datos.	5
15	56	O8.5 Los datos de la factura deben ser eliminados así que no sean más necesarios.	5
15	57	O8.6 La empresa solo puede transmitir datos a terceros con el consentimiento del interesado o en caso de la ley prescribir su transmisión.	5
15	58	O8.7 Antes de aceptar cualquier pedido, debe ser obtenido el consentimiento explícito y consciente del cliente, lo cual debe poder revisar su consentimiento en cualquier momento.	5
15	59	O8.8 Siempre que el interesado lo solicite, la empresa debe informar, sin cualquier encargo, sobre los datos personales almacenados. Asimismo, debe atender a las solicitudes del interesado para eliminar o corregir datos o impedir el acceso.	5
16	8	A5.1 Indicar el propósito con que se recaban los datos.	5
16	9	A5.3 Proveer mecanismos para que el usuario ejerza sus derechos de oposición a la cesión de datos y de <i>opt-out</i> .	5
16	10	A5.4 Permitir al usuario el acceso a sus datos para alteraciones y/o suspensión de los mismos.	5
16	11	A5.5 Divulgar la política de privacidad de la empresa y hacer posible el acceso a la misma.	5

D	O	Requisitos	IA
17	2	G1.1 La política de privacidad de la empresa debe incluir: el nombre y la información del contacto (dirección, número de teléfono y dirección del E-mail) de todos los operadores que recogen o que mantienen la información personal de los niños en el sitio Web.	5
17	3	G1.2 La política de privacidad de la empresa debe incluir: tipo de datos personales que son recabados (por ejemplo: nombre, dirección postal, dirección de correo electrónico o aficiones) y cómo son recabados (directamente o a través de cookies, por ejemplo).	5
17	4	G1.3 La política de privacidad de la empresa debe incluir: de qué forma los datos serán utilizados.	5
17	5	G1.4 La política de privacidad de la empresa debe incluir: si los datos serán cedidos a otras entidades y si es así el operador también debe divulgar las clases de negocios de los terceros, los propósitos generales para los cuales se utiliza la información, y si los terceros han acordado mantener el secreto y la seguridad de la información.	5
17	7	G1.6 La política de privacidad de la empresa debe incluir: que el operador no requerirá más información que la razonablemente necesaria para participar en una actividad.	5
17	8	G1.7 La política de privacidad de la empresa debe incluir: que el padre puede repasar la información personal del niño, puede solicitar su eliminación y rechazar determinados usos de la información. Asimismo, deben ser presentadas informaciones sobre como el padre debe proceder para ejercer aquellos derechos.	5
19	58	R3.2.4 La organización debe asumir un compromiso de: informar al potencial comprador sobre qué datos son recogidos durante su visita.	5
19	59	R3.2.4 La organización debe asumir un compromiso de: establecer los mecanismos adoptados para proteger los datos personales almacenados.	5
19	60	R3.2.4 La organización debe asumir un compromiso de: respeto a la privacidad e intimidad de los datos personales recogidos.	5
19	61	R3.2.4 La organización debe permitir que sus clientes: modifiquen o eliminen la información de carácter comercial, que de su persona se ha almacenado.	5
19	62	R3.2.4 La organización debe permitir que sus clientes: accedan a su política de privacidad.	5
20	102	P4.1-1 La EC debe ser respetuosa con los derechos de los usuarios en materia de protección de datos.	5
20	103	P4.1-2 Para poder recoger y tratar datos personales, la EC debe haber inscrito previamente en el Registro correspondiente los ficheros que vayan a contener datos de esa naturaleza.	5
20	104	P4.1-3 En el supuesto de que la EC cuente con un Código de conducta específico sobre protección de datos o con una política privacidad, debe publicarlos en su sitio web en un lugar claramente visible y accesible para el usuario.	5
20	105	P4.1-4 Al recoger información de carácter personal del usuario, debe informarle de forma expresa, precisa e inequívoca de los siguientes aspectos: existencia de un fichero (con su código de inscripción) o tratamiento de datos personales y finalidad para la que se recogen los datos.	5
20	106	P4.1-4 Al recoger información de carácter personal del usuario, debe informarle de forma expresa, precisa e inequívoca de los siguientes aspectos: indicar claramente qué cuestiones son de obligatoria cumplimentación para satisfacer la finalidad señalada y cuáles tiene carácter optativo. En ningún caso se solicitarán datos considerados sensibles, excepto en los supuestos permitidos legalmente.	5
20	107	P4.1-4 Al recoger información de carácter personal del usuario, debe informarle de forma expresa, precisa e inequívoca de los siguientes aspectos: en el formulario de recogida de los datos debe informarse al afectado de todos sus derechos en relación al control de sus datos personales, así como la forma (electrónica, postal, telefónica u otro medio con las suficientes garantías) y lugar para ejercitarlo. Esto incluye indicar el nombre del titular del fichero y los datos necesarios para contactar con él.	5
20	108	P4.1-4 Al recoger información de carácter personal del usuario, debe informarle de forma expresa, precisa e inequívoca de los siguientes aspectos: si la EC desea utilizar los datos recogidos para el envío de publicidad u ofertas personalizadas, se le debe dar la al usuario en ese momento la posibilidad de rechazar este tipo de comunicaciones.	5
20	109	P4.1-4 Al recoger información de carácter personal del usuario, debe informarle de forma expresa, precisa e inequívoca de los siguientes aspectos: la EC debe explicar al usuario si tiene previsto ceder sus datos a terceros, indicando la finalidad de la cesión y la identidad del cesionario, así como su derecho a negarse a tal cesión.	5
20	110	P4.1-4 Al recoger información de carácter personal del usuario, debe informarle de forma expresa, precisa e inequívoca de los siguientes aspectos: la EC debe contar siempre con el consentimiento expreso e inequívoco del interesado (que podrá ser revocado en cualquier momento) para el tratamiento de sus datos personales, a no ser que se hayan obtenido de fuentes accesibles al público, en los términos establecidos legalmente.	5
20	111	P4.1-5 Los datos objeto de tratamiento deberán ser adecuados, pertinentes y no excesivos, en relación con el ámbito y las finalidades determinadas, explícitas y legítimas para las que se hayan obtenido.	5
20	112	P4.1-6 Los datos de carácter personal serán cancelados cuando hayan dejado de ser necesarios o pertinentes para la finalidad para la que se recabaron, así como cuando lo solicite el interesado. La cancelación dará lugar al bloqueo de datos, conservándose a disposición de las autoridades competentes durante el plazo de prescripción de posibles responsabilidades. Cumplido este plazo se procederá a su supresión.	5
20	113	P4.1-9 La EC no realizará transferencias internacionales de datos (ni siquiera entre sus propios establecimientos situados en diferentes Estados) a países que no formen parte de la Unión Europea o que no proporcionen un nivel de protección equiparable según la normativa vigente.	5
20	114	P4.1-10 Si la EC utiliza procedimientos automáticos invisibles de recogida de datos relativos a una persona identificada o identificable, como las "cookies" en su sitio web, informará al usuario sobre su naturaleza, la utilidad concreta y el alcance de la información que se recoge a través de ellos, así como del posterior uso de la misma. En todo caso, la utilización de "cookies" u otros procedimientos debe ser respetuosa con el derecho a la intimidad del usuario.	5
20	118	P4.1-14 Durante el proceso de realización de las operaciones en línea, la EC debe informar al usuario de que los datos introducidos serán incorporados a un fichero, así como de la forma de ejercitar sus derechos en relación a la protección de datos personales. Cuando se utilicen los servicios de "pasarelas de pago" prestados por entidades financieras, no se almacenarán datos que puedan relacionar la identificación del medio de pago con la identidad de su titular, salvo que sea preciso para los fines legítimos que se persiguen.	5
20	120	P4.1-16 Cuando los usuarios registrados en una web tengan acceso en línea a los datos de que dispone el responsable del fichero sobre su persona, deben establecerse procedimientos de identificación, autenticación y control de accesos.	5
21	30	R6A La empresa informará al consumidor sobre los datos recabados (inclusive aquellos obtenidos vía "cookies") así como sobre el uso que de éstos hace. También deberá informar sobre la forma mediante la cual se puede acceder a estos datos y sobre la posibilidad de rectificación y cancelación de los mismos. Este proceso es gratuito.	5
21	31	R6B La empresa sólo recabará aquellos datos que sean imprescindibles y sólo en el momento en el que sea necesario (por ejemplo, los datos personales como el nombre y apellidos del consumidor o el número de su tarjeta de crédito únicamente le serán solicitados cuando éste haya cumplimentado su boletín de pedido).	5
21	32	R6C Si la empresa desea recabar datos no imprescindibles (preferencias, composición familiar...) lo hará bajo la modalidad de encuesta facultativa que deberá ir claramente separada del proceso de pedido y con las declaraciones administrativas que correspondan contenidas en la vigente Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal y normas aplicables.	5
21	33	R6D La empresa ofrecerá al consumidor una opción que le permita negarse a que sus datos sean transmitidos a terceros. La empresa ofrecerá al consumidor una opción para que éste pueda negarse a que le envíen mensajes electrónicos promocionales. Ambas opciones deberán indicarse claramente en el boletín de pedido.	5
22	63	A20.2 Los datos de carácter personal sólo podrán obtenerse para su tratamiento cuando sean adecuados, pertinentes y no excesivos en relación con el ámbito y las finalidades determinadas, explícitas y legítimas para las que se hayan obtenido. Serán cancelados cuando hayan dejado de ser necesarios o pertinentes para dicha finalidad, o cuando lo solicite el titular en el ejercicio de su derecho de cancelación.	5
22	64	A20.4 Las empresas adheridas a este Código deberán apoyar iniciativas para ayudar a educar al consumidor sobre cómo proteger su intimidad en los medios electrónicos de comunicación a distancia.	5

D	O	Requisitos	IA
22	66	A21.1 Se prohíbe la recogida de datos personales por medios fraudulentos, desleales o ilícitos.	5
22	67	A21.2 Cuando las empresas adheridas a este Código recaben datos personales a través de medios electrónicos de comunicación a distancia, deberán informar previamente a los titulares, de forma inequívoca y claramente perceptible, de los siguientes extremos: existencia de un fichero o tratamiento de datos de carácter personal, finalidad de la recogida y destinatarios de la información.	5
22	68	A21.2 Cuando las empresas adheridas a este Código recaben datos personales a través de medios electrónicos de comunicación a distancia, deberán informar previamente a los titulares, de forma inequívoca y claramente perceptible, de los siguientes extremos: código o número de inscripción del responsable del fichero en el Registro de la Agencia de Protección de Datos.	5
22	69	A21.2 Cuando las empresas adheridas a este Código recaben datos personales a través de medios electrónicos de comunicación a distancia, deberán informar previamente a los titulares, de forma inequívoca y claramente perceptible, de los siguientes extremos: carácter obligatorio o facultativo de la respuesta a las preguntas que en su caso les sean planteadas, así como de las consecuencias de la obtención de los datos o la negativa a suministrarlos.	5
22	70	A21.2 Cuando las empresas adheridas a este Código recaben datos personales a través de medios electrónicos de comunicación a distancia, deberán informar previamente a los titulares, de forma inequívoca y claramente perceptible, de los siguientes extremos: posibilidad de ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición.	5
22	71	A21.2 Cuando las empresas adheridas a este Código recaben datos personales a través de medios electrónicos de comunicación a distancia, deberán informar previamente a los titulares, de forma inequívoca y claramente perceptible, de los siguientes extremos: identidad del responsable del tratamiento de los datos, y dirección (postal y de correo electrónico) que facilite la comunicación con el mismo.	5
22	72	A21.3 Cuando los datos de carácter personal no hayan sido recabados del titular, éste deberá ser informado de forma expresa, precisa e inequívoca de la procedencia de los datos, así como de los extremos contenidos en el apartado 2 anterior, dentro de los tres meses siguientes al registro de los datos, salvo que ya hubiese sido informado de los mismos con anterioridad.	5
22	73	A21.4 Cuando los datos hayan sido obtenidos de una fuente accesible al público y se destinen a la actividad de publicidad o prospección comercial, en cada comunicación deberá informarse al titular del origen de los datos, de la identidad del responsable de su tratamiento, de la finalidad de su obtención y tratamiento, y de los derechos que asisten al titular de los mismos.	5
22	74	A21.5 Las empresas que se anuncian en Internet y que recaben, capturen y traten datos personales, deberán informar a los consumidores, mediante un aviso en su web, de dicho tratamiento. De esta forma, el consumidor podrá, si lo desea, ejercitar su derecho de oposición, tanto en lo que se refiere a la captación como al tratamiento y transferencia de sus datos.	5
22	75	A21.6 Los datos de carácter personal sólo podrán ser cedidos a terceros cuando tenga relación directa con el cumplimiento de los fines del cedente y el cesionario. Será preciso contar con el consentimiento del titular, que deberá conocer de forma clara y precisa la finalidad a que se destinarán o el tipo de actividad del cesionario de los datos.	5
22	77	A22.1 Se entenderá por consentimiento del titular toda manifestación de voluntad libre, inequívoca, específica e informada, mediante la que éste consienta el tratamiento de datos personales que le conciernen.	5
22	78	A22.2 El tratamiento de los datos de carácter personal requerirá el consentimiento inequívoco del titular, salvo en los siguientes supuestos: cuando se refieran a las partes de un contrato o pre-contrato de una relación negocial y sean necesarios para su mantenimiento o cumplimiento.	5
22	79	A22.2 El tratamiento de los datos de carácter personal requerirá el consentimiento inequívoco del titular, salvo en los siguientes supuestos: cuando los datos figuren en una fuente accesible al público y su tratamiento sea necesario para la satisfacción del interés legítimo perseguido por el responsable del fichero o por el del tercero a quien se comuniquen los datos, siempre que no se vulneren los derechos y libertades fundamentales del titular.	5
22	80	A22.3 El consentimiento podrá ser revocado cuando exista una causa justificada para ello, y no se le atribuyen efectos retroactivos.	5
22	82	A23.1 Las empresas adheridas a este Código deberán garantizar a los titulares el ejercicio de los derechos de acceso, rectificación y cancelación de sus datos personales, así como el derecho a oponerse al tratamiento y/o transferencia de los mismos, poniendo para ello a su disposición mecanismos de utilización sencillos (como dirección de correo electrónico y postal).	5
22	83	A23.2 En ningún caso, las empresas podrán utilizar la información para finalidades distintas de las que haya consentido el consumidor, salvo que, previamente, le hayan advertido de la intención de hacerlo otorgándole un plazo y un procedimiento razonables para oponerse.	5
22	85	A24.2 Las empresas adheridas a este Código proveerán a los usuarios de información clara y comprensible sobre la presencia y la finalidad de las cookies u otros dispositivos o técnicas similares, poniendo a su disposición mecanismos sencillos y gratuitos para informarles sobre cómo desactivarlas. Asimismo, se avisará de forma clara cuando queda imposibilitado el acceso o la utilización de un servicio interactivo por ser necesario el envío e instalación de cookies u otros dispositivos o técnicas similares en el equipo del usuario.	5
22	86	A24.3 Las cookies u otras técnicas se utilizarán de forma disociada y nunca individualizada o relacionada a los datos personales de los usuarios, de forma que la información que se obtenga no pueda asociarse a persona identificada o identificable, salvo que el consumidor haya dado su consentimiento. En particular, cuando se utilicen cookies o pixels transparentes u otras técnicas asimilables, se proporcionará a los usuarios información clara y comprensible sobre su objetivo y de su utilización desvinculada de cualquier dato de carácter personal.	5
22	88	A25 No podrán utilizarse los grupos de noticias, tablón de anuncios, foros o charlas para captar datos con finalidad publicitaria, salvo que dicha recogida se ajuste a las normas de obtención de datos establecidas en el presente Código.	5
23	8	A8.1 La obtención de datos de carácter personal, sólo podrá llevarse a cabo cuando éstos sean adecuados, pertinentes y no excesivos para alcanzar la finalidad por la que se han recogido. Dicha finalidad deberá ser determinada, explícita y legítima. En todo caso las Tiendas Virtuales se comprometen a destruir los datos personales cuando se haya logrado el fin por el que fueron recogidos.	5
23	9	A8.2 En todo caso, las Tiendas Virtuales recabarán el consentimiento expreso de los titulares de los datos, para proceder a su tratamiento y no cederán dichos datos bajo ningún concepto a terceras empresas si el previo consentimiento expreso del cliente o usuario.	5
23	11	A8.4 En todo caso, las Tiendas Virtuales, informarán a los titulares de los datos de los derechos que les asisten (acceso, rectificación, cancelación y oposición) y pondrán a su disposición los medios necesarios para que ejerza estos derechos. En todo caso, permitirán el ejercicio de estos derechos mediante sistemas de comunicación electrónica como el correo electrónico.	5
24	5	P2a El Manual de Conformidad vincula la adopción y implementación de una política efectiva de protección de los visitantes de los sitios web. La existencia de esa política tiene que ser clara para el visitante a través del suministro de un click-through en el momento (o antes) de la recogida de datos.	5
24	6	P2b El poseedor del sitio web tiene que garantizar que sus archivos que contienen datos sobre los consumidores están registrados en la Comisión Nacional de Protección de Datos Personales.	5
24	7	P2c El poseedor de los datos tiene que garantizar la exactitud y actualidad de los datos, la seguridad de los datos, el acceso mediante solicitud expresa y la adopción de procedimientos para transferencia de datos para terceros.	5
24	8	P2d En el momento de recogida de datos, el poseedor del sitio web tiene que informar el titular de los datos: de la identidad y/o dirección del responsable por el tratamiento de los datos.	5
24	9	P2d En el momento de recogida de datos, el poseedor del sitio web tiene que informar el titular de los datos: los destinatarios de los datos.	5
24	10	P2d En el momento de recogida de datos, el poseedor del sitio web tiene que informar el titular de los datos: del carácter obligatorio o facultativo del suministro de sus datos.	5
24	11	P2d En el momento de recogida de datos, el poseedor del sitio web tiene que informar el titular de los datos: de la existencia de las condiciones del derecho de acceso y rectificación.	5
24	12	P2d En el momento de recogida de datos, el poseedor del sitio web tiene que informar el titular de los datos: cuando no resulta claro, tiene que ser dada información sobre el motivo por el cual los datos personales están a ser solicitados y reunidos y con fines estos serán utilizados, teniendo estos que ser estrictamente necesarios para la ejecución de los fines especificados. (...)	5

D	O	Requisitos	IA
24	13	P2e El poseedor del sitio <i>web</i> no podrá solicitar, mantener o utilizar archivos de datos individualmente identificables y referentes a convicciones políticas, religiosas o filosóficas, sobre la filiación en partidos o sindicatos, la vida privada o origen étnica.	5
24	15	P2g El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que identificar en el sitio <i>web</i> el procedimiento de acceso para consultar, corregir o eliminar los datos personales conforme registrados por el sitio <i>web</i> y garantizar su registro, sin restricciones, con periodicidad razonable y sin demoras o costes excesivos.	5
24	16	P2h En el caso de la empresa pretender recoger datos no necesarios al contrato, tiene que hacerlo en la forma de una encuesta facultativa y debidamente separada e identificada.	5
24	17	P2i El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que proveer informaciones sobre la forma de divulgación de esos datos personales a otras empresas o socios. El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que dar al consumidor la opción de este se oponer a la transferencia de los datos personales para terceros.	5
24	18	P2j El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que informar los consumidores del uso de cualquier tecnología para acumular o localizar datos identificables no personales suministrados (<i>cookies</i>). También deberá ser animado el suministro de información sobre el uso de aquellas tecnologías y las implicaciones de restringir el uso de las mismas.	5
24	19	P2k El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que informar el titular de los datos de las opciones de rechazo de utilización de sus datos para fines de Marketing futuros y/o envío de mensajes promocionales, así como permitir su participación en los procedimientos de acceso a algún servicio preferencial/mecanismo de registro de opción negativa (<i>opt-out</i>).	5
25	30	R7A La empresa informará al consumidor sobre los datos recabados (inclusive aquellos obtenidos vía " <i>cookies</i> ") así como sobre el uso que de éstos hace y como puede acceder a estos datos y rectificarlos, gratuitamente.	5
25	31	R7B La empresa sólo recabará aquellos datos que sean imprescindibles y sólo en el momento en el que sea necesario (por ejemplo, los datos personales como el nombre y apellidos del consumidor o el número de su tarjeta de crédito únicamente le serán solicitados cuando éste haya cumplimentado su boletín de pedido) y apenas en esa vez.	5
25	32	R7C Si la empresa desea recabar datos no imprescindibles al contrato, deberá hacerlo a través de una encuesta facultativa que deberá ir claramente separada del proceso de pedido.	5
25	33	R7D La empresa permitirá al consumidor la opción que le permita negarse a que sus datos sean transmitidos a terceros. De la misma forma, la empresa ofrecerá al consumidor una opción para que éste pueda negarse a que le envíen mensajes electrónicos promocionales. Ambas opciones deberán indicarse claramente en el boletín de pedido.	5
25	34	R7E Los archivos que contienen datos sobre los consumidores serán registrados en la Comisión Nacional de Protección de Datos Personales.	5
28	3	¿Hay recogida de datos personales con el objetivo de personalizar la presentación de productos/servicios?	5
29	5	¿Son recogidos datos para conocer mejor quien visita/consulta el sitio <i>web</i> ?	5
32	12	¿Es solicitado algún dato antes de el usuario visitar al sitio <i>web</i> ?	5
32	13	¿Hay información, cuando son solicitados datos, sobre los peligros de lo hacer a través de Internet?	5
37	47	¿Hay política de privacidad?	5
39	12	¿Hay algún tipo de recogida de datos para personalización del sitio <i>web</i> ?	5
40	2	¿Hay información sobre como serán utilizados los datos personales recogidos?	5
42	7	¿Hay algún incentivo para que los usuarios suministren datos personales?	5
42	27	¿Es garantizada la protección de la privacidad?	5
46	3	¿Hay recogida de datos personales?	5
46	7	¿Hay información sobre la política de protección de datos personales?	5
46	8	¿Hay información sobre los datos que son de suministro obligatorio y los que son de suministro facultativo?	5
46	9	¿Hay información sobre como se puede ejercer el derecho de acceso a los datos personales?	5
46	10	¿Hay posibilidad de ejercer el derecho de acceso en-línea?	5
46	11	¿Hay indicación de un servicio/persona/dirección de correo electrónico/número de teléfono para el tema de los datos personales?	5
46	12	¿Hay indicación de que los datos son para uso interno apenas?	5
46	13	¿Hay indicación de que los datos pueden ser dispensados a terceros?	5
46	14	¿Cuándo hay indicación de que los datos pueden ser dispensados a terceros, el usuario es informado de su derecho de rechazo?	5
46	15	¿El derecho de rechazo a que los datos sean dispensados a terceros puede ser ejercido en-línea?	5
46	23	¿Hay utilización de <i>cookies</i> ?	5
46	24	¿Hay información para el usuario sobre la utilización de <i>cookies</i> ?	5
46	25	¿Hay información sobre el objetivo de las <i>cookies</i> ?	5
49	13	¿Es presentada la política de privacidad de la empresa?	5
50	14	¿Hay garantía de confidencialidad de la información del cliente?	5
52	4	¿Hay una política de privacidad?	5
53	2	¿Es solicitado consentimiento previo para la utilización de las <i>cookies</i> ?	5
58	3	¿Hay mecanismos para intentar obtener datos de los usuarios?	5
60	2	¿Es posible consultar la política de privacidad desde la página de entrada?	5
60	3	¿La política de privacidad se escribe de forma clara?	5
60	4	¿El cliente es informado sobre como inhabilitar las <i>cookies</i> ?	5
60	5	¿Es adoptada una política de <i>opt-in</i> ?	5
60	6	¿Hay una explicación clara sobre lo que la empresa haz con los datos personales?	5
60	7	¿Es solicitada autorización al cliente para utilizar sus datos personales?	5
60	8	¿Hay mecanismos de auto-respuesta?	5
62	10	¿Hay recogida de datos personales?	5
62	11	¿Hay información sobre la utilización que la empresa haz de los datos personales?	5
66	9	¿Hay presentación de la política de confidencialidad y protección de datos adoptada por la empresa?	5
66	10	¿Hay solicitud de autorización al interesado antes de solicitar datos personales?	5
1	2	A3-a) Es ilícita: la publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los derechos y valores reconocidos en la Constitución, especialmente en lo que se refiere a la infancia, la juventud y la mujer.	6
1	3	A3-b) Es ilícita: la publicidad engañosa.	6
1	4	A3-c) Es ilícita: la publicidad desleal.	6
1	5	A3-d) Es ilícita: la publicidad subliminal.	6
1	6	A3-e) Es ilícita: la publicidad que infrinja lo dispuesto en la normativa que regule la publicidad de determinados productos, bienes, actividades o servicios.	6
1	8	A4- Es engañosa la publicidad que de cualquier manera, incluida su presentación, induce o pueda inducir a errores a sus destinatarios, pudiendo afectar a su comportamiento económico, o perjudicar o ser capaz de perjudicar a un competidor. Es asimismo engañosa la publicidad que silencia datos fundamentales de los bienes, actividades o servicios cuando dicha omisión induzca a un error de los destinatarios.	6

D	O	Requisitos	IA
1	10	A5-1a) Para determinar si una publicidad es engañosa deben ser consideradas todos sus elementos y principalmente sus indicaciones concernientes a - las características esenciales de los bienes, actividades o servicios, como sean: origen de procedencia geográfica o comercial, naturaleza, composición, destino, finalidad, idoneidad, disponibilidad y novedad.	6
1	11	A5-1b) Para determinar si una publicidad es engañosa deben ser consideradas todos sus elementos y principalmente sus indicaciones concernientes a - las características esenciales de los bienes, actividades o servicios, como sean: calidad, cantidad, categoría, especificaciones y denominación.	6
1	12	A5-1c) Para determinar si una publicidad es engañosa deben ser consideradas todos sus elementos y principalmente sus indicaciones concernientes a - las características esenciales de los bienes, actividades o servicios, como sean: modo y fecha de fabricación, suministro o presentación.	6
1	13	A5-1d) Para determinar si una publicidad es engañosa deben ser consideradas todos sus elementos y principalmente sus indicaciones concernientes a - las características esenciales de los bienes, actividades o servicios, como sean: resultados que puedan esperarse de su utilización.	6
1	14	A5-1e) Para determinar si una publicidad es engañosa deben ser consideradas todos sus elementos y principalmente sus indicaciones concernientes a - las características esenciales de los bienes, actividades o servicios, como sean: resultados y características esenciales de los ensayos o controles de los bienes o servicios.	6
1	15	A5-1f) Para determinar si una publicidad es engañosa deben ser consideradas todos sus elementos y principalmente sus indicaciones concernientes a - las características esenciales de los bienes, actividades o servicios, como sean: nocividad o peligrosidad.	6
1	16	A5-2 Para determinar si una publicidad es engañosa deben ser consideradas todos sus elementos y principalmente sus indicaciones concernientes a - precio completo o presupuesto o modo de fijación del mismo.	6
1	17	A5-3 Para determinar si una publicidad es engañosa deben ser consideradas todos sus elementos y principalmente sus indicaciones concernientes a - condiciones jurídicas y económicas de adquisición, utilización y entrega de los bienes o de la prestación de los servicios.	6
1	18	A5-4 Para determinar si una publicidad es engañosa deben ser consideradas todos sus elementos y principalmente sus indicaciones concernientes a - motivo de la oferta.	6
1	19	A5-5a) Para determinar si una publicidad es engañosa deben ser consideradas todos sus elementos y principalmente sus indicaciones concernientes a - naturaleza, calificaciones y derechos del anunciante, especialmente en lo relativo a: identidad, patrimonio y calificaciones profesionales.	6
1	20	A5-5b) Para determinar si una publicidad es engañosa deben ser consideradas todos sus elementos y principalmente sus indicaciones concernientes a - naturaleza, calificaciones y derechos del anunciante, especialmente en lo relativo a: derechos de propiedad industrial o intelectual.	6
1	21	A5-5c) Para determinar si una publicidad es engañosa deben ser consideradas todos sus elementos y principalmente sus indicaciones concernientes a - naturaleza, calificaciones y derechos del anunciante, especialmente en lo relativo a: premios o distinciones recibidas.	6
1	22	A5-6 Para determinar si una publicidad es engañosa deben ser consideradas todos sus elementos y principalmente sus indicaciones concernientes a - servicios postventa.	6
1	24	A6-a) Es publicidad desleal: la que por su contenido, forma de presentación o difusión provoca el descrédito, denigración o menosprecio directo o indirecto de una persona o empresa, de sus productos, servicios, actividades o circunstancias o de sus marcas, nombres comerciales u otros signos distintivos.	6
1	25	A6-b) Es publicidad desleal: la que induce a confusión con las empresas, actividades, productos, nombres, marcas u otros signos distintivos de los competidores, así como la que haga uso injustificado de la denominación, siglos, marcas o distintivos de otras empresas o instituciones, o de las denominaciones de origen o indicaciones geográficas de otros productos competidores y, en general, la que sea contraria a las exigencias de la buena fe y las normas de corrección y buenos usos mercantiles.	6
1	26	A6-c) Es publicidad desleal: la publicidad comparativa cuando no se ajuste a lo dispuesto en el artículo siguiente.	6
1	28	A6-1 A los efectos de esta Ley, será publicidad comparativa la que aluda explícita o implícitamente a un competidor o a los bienes o servicios ofrecidos por él.	6
1	29	A6b-2a) La comparación estará permitida si cumple los siguientes requisitos: los bienes o servicios comparados habrán de tener la misma finalidad o satisfacer las mismas necesidades.	6
1	30	A6b-2b) La comparación estará permitida si cumple los siguientes requisitos: la comparación se realizará de modo objetivo entre una o más características esenciales, pertinentes, verificables y representativas de los bienes o servicios, entre las cuales podrá incluirse el precio.	6
1	31	A6b-2c) La comparación estará permitida si cumple los siguientes requisitos: en el supuesto de productos amparados por una denominación de origen o indicación geográfica, denominación específica o especialidad tradicional garantizada, la comparación sólo podrá efectuarse con otros productos de la misma denominación.	6
1	32	A6b-2d) La comparación estará permitida si cumple los siguientes requisitos: no podrán presentarse bienes o servicios como imitaciones o réplicas de otros a los que se aplique una marca o nombre comercial protegido.	6
1	33	A6b-2e) La comparación estará permitida si cumple los siguientes requisitos: si la comparación hace referencia a una oferta especial se indicará su fecha de inicio, si no hubiera comenzado aún, y la de su terminación.	6
1	34	A6b-2f) La comparación estará permitida si cumple los siguientes requisitos: no podrá sacarse una ventaja indebida de la reputación de una marca, nombre comercial u otro signo distintivo de algún competidor, ni de las denominaciones de origen o indicaciones geográficas, denominaciones específicas o especialidades tradicionales garantizadas que amparen productos competidores. Tampoco podrá sacarse una ventaja indebida, en su caso, del método de producción ecológica de los productos competidores.	6
1	36	A8-1 La publicidad de materiales o productos sanitarios y de aquellos otros sometidos a reglamentaciones técnico sanitarias, así como la de los productos, bienes, actividades y servicios susceptibles de generar riesgos para la salud o seguridad de las personas o su patrimonio, o se trate de publicidad sobre juegos de suerte, envite o azar, podrá ser regulada por sus normas especiales o sometida al régimen de autorización administrativa previa. Dicho régimen podrá asimismo establecerse cuando la protección de los valores y los derechos constitucionalmente reconocidos así lo requieran.	6
1	37	A8-4 Los productos estupefacientes, psicotrópicos y medicamentos, destinados al consumo de personas y animales, solamente podrá ser objeto de publicidad en los casos, formas y condiciones establecidas en las normas especiales que los regulen.	6
4	16	A20-1 Las comunicaciones comerciales realizadas por vía electrónica deberán ser claramente identificadas como tales y deberán indicar la persona física o jurídica en nombre de la cual se realizan. En el caso en el que tengan lugar a través de correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente incluirán al comienzo del mensaje la palabra "publicidad".	6
4	17	A20-2 En los supuestos de ofertas promocionales, como las que incluyan descuentos, premios y regalos, y de concursos o juegos promocionales, previa la correspondiente autorización, se deberá asegurar, además del cumplimiento de los requisitos establecidos en el apartado anterior y en las normas de ordenación del comercio, que queden claramente identificados como tales y que las condiciones de acceso y, en su caso, de participación se expresen de forma clara e inequívoca.	6
4	19	A21-1 Queda prohibido el envío de comunicaciones publicitarias o promocionales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente que previamente no hubieran sido solicitadas o expresamente autorizadas por los destinatarios de las mismas.	6
7	2	A7-1 Es prohibida la publicidad que, por su forma, objeto o finalidad, ofenda a los valores, principios e instituciones fundamentales consagradas en la Constitución.	6
7	3	A7-2.a) Es prohibida la publicidad que: utilice la depreciación de instituciones, símbolos nacionales o religiosos o personajes históricos.	6
7	4	A7-2.b) Es prohibida la publicidad que: estimule o haga apelación a la violencia, así como cualquier actividad ilegal o criminal.	6
7	5	A7-2.c) Es prohibida la publicidad que: acometa contra la dignidad de la persona humana.	6
7	6	A7-2.d) Es prohibida la publicidad que: contenga cualquier discriminación con respecto a raza, lengua, territorio de origen, religión o sexo.	6

D	O	Requisitos	IA
7	7	A7-2.e) Es prohibida la publicidad que: utilice el imagen o palabras de una persona sin su autorización.	6
7	8	A7-2.f) Es prohibida la publicidad que: utilice lenguaje obsceno.	6
7	9	A7-2.g) Es prohibida la publicidad que: anime a comportamientos perjudiciales a la protección del ambiente.	6
7	10	A7-2.h) Es prohibida la publicidad que: tenga como objeto ideas de contenido sindical, político o religioso.	6
7	11	A7-3 Sólo puede utilizarse idiomas extranjeros en el mensaje publicitario, mismo en conjunto con el portugués, cuando sea dirigida a los extranjeros que utilicen aquel idioma, sin perjuicio de lo dispuesto en el número siguiente.	6
7	12	A7-4 La utilización de palabras o expresiones en otros idiomas es permitida, excepcionalmente, cuando sea necesaria para la obtención del efecto buscado en la concepción del mensaje.	6
7	14	A8-1 La publicidad tiene que ser claramente identificada como tal, cualquier que sea el medio utilizado.	6
7	16	A11-1 Es prohibida la publicidad que, de cualquier forma, incluyendo su presentación, y considerando su carácter engañoso, induzca o sea susceptible de inducir en error sus destinatarios, aún que no tenga perjuicio económico para ellos o que haga perjuicio a un competidor.	6
7	17	A11-2.a) Para determinar si un mensaje publicitario es engañoso deben ser consideradas las indicaciones de los siguientes elementos: las características de los productos o servicios, como sean su disponibilidad, su naturaleza, su ejecución, su composición, su modo y fecha de fabricación o de prestación de servicio, su adecuación, las utilidades, la cantidad, las especificaciones, el origen geográfica o comercial, los resultados que pueden derivar de la utilización o resultados y características esenciales de los testes o controles efectuados sobre los productos o servicios.	6
7	18	A11-2.b) Para determinar si un mensaje publicitario es engañoso deben ser consideradas las indicaciones de los siguientes elementos: el precio y su modo de fijación o pago, así como las condiciones de suministro de los productos o de prestación de los servicios.	6
7	19	A11-2.c) Para determinar si un mensaje publicitario es engañoso deben ser consideradas las indicaciones de los siguientes elementos: la naturaleza, las características y los derechos del anunciante, como sean su identidad, sus calificaciones y sus derechos de propiedad industrial, comercial o intelectual, o los premios o distinciones que ha recibido.	6
7	20	A11-2.d) Para determinar si un mensaje publicitario es engañoso deben ser consideradas las indicaciones de los siguientes elementos: los derechos y deberes del destinatario, así como los términos de prestación de garantías.	6
7	21	A11-3 También es publicidad engañoso, para efectos del dispuesto en el número 1, el mensaje que por cualquier forma, incluyendo su presentación, induzca o sea susceptible de inducir en error su destinatario al favorecer la idea de que determinado premio, oferta o promoción será concedido, independientemente de pagos, sorteo o necesidad de colocar pedidos.	6
7	23	A13-1 Es prohibida la publicidad que anime a comportamientos perjudiciales a la salud y a la seguridad del consumidor, sea por deficiente información sobre el peligro del producto o de la especial susceptibilidad de la verificación de accidentes en resultado de utilización del producto.	6
7	24	A13-2 La publicidad no debe incluir cualquier presentación visual o descripción de situaciones dónde la seguridad no sea respetada, excepto por razones de orden pedagógica.	6
7	25	A13-3 Lo dispuesto en los números anteriores debe ser particularmente prevenido en la publicidad para los niños, los adolescentes, los mayores y los minusválidos.	6
7	33	A15 La publicidad testimonial debe integrar declaraciones personalizadas, genuinas y posible de comprobar, con relación con la experiencia del declarante o de quien él represente, siendo admitido el testimonio despersonalizado siempre que no fuere atribuido a una persona especialmente calificada, en razón del uso de uniformes o vestimentas propias de determinadas profesiones.	6
7	35	A16-1 Es comparativa la publicidad que identifica, explícita o implícitamente, un competidor o los bienes o servicios ofrecidos por un competidor.	6
7	36	A16-2.a) La publicidad comparativa, cualquier que sea el medio, solo es permitida, en lo que respecta a la comparación, en las siguientes condiciones: no sea engañosa, en arreglo al artículo 11°.	6
7	37	A16-2.b) La publicidad comparativa, cualquier que sea el medio, solo es permitida, en lo que respecta a la comparación, en las siguientes condiciones: compare productos o servicios que respondan a las mismas necesidades o que tengan los mismos objetivos.	6
7	38	A16-2.c) La publicidad comparativa, cualquier que sea el medio, solo es permitida, en lo que respecta a la comparación, en las siguientes condiciones: compare objetivamente una o más características esenciales, pertinentes, comprobables y representativas de los productos o servicios, dónde se puede incluir el precio.	6
7	39	A16-2.d) La publicidad comparativa, cualquier que sea el medio, solo es permitida, en lo que respecta a la comparación, en las siguientes condiciones: no genere confusión en el mercado entre el anunciante y un competidor o entre marcas, designaciones comerciales, otros señales distintivos, productos o servicios del anunciante o de un competidor.	6
7	40	A16-2.e) La publicidad comparativa, cualquier que sea el medio, solo es permitida, en lo que respecta a la comparación, en las siguientes condiciones: no desacredite o deprecie marcas, designaciones comerciales, otros señales distintivos, productos o servicios, actividades o situación de un competidor.	6
7	41	A16-2.f) La publicidad comparativa, cualquier que sea el medio, solo es permitida, en lo que respecta a la comparación, en las siguientes condiciones: se refiera, en todos los casos de productos con denominación de origen, a productos con la misma denominación.	6
7	42	A16-2.g) La publicidad comparativa, cualquier que sea el medio, solo es permitida, en lo que respecta a la comparación, en las siguientes condiciones: no obtenga ventaja indebida del renombre de una marca, designación comercial u otro señal distintivo de un competidor o de la denominación de origen de productos competidores.	6
7	43	A16-2.h) La publicidad comparativa, cualquier que sea el medio, solo es permitida, en lo que respecta a la comparación, en las siguientes condiciones: no presente un producto o servicio como siendo imitación o reproducción de un producto o servicio cuya marca o designación comercial sea protegida.	6
7	44	A16-3 Siempre que la comparación haga referencia a una oferta especial deberá, de forma clara y inequívoca, contener la indicación de su fin o, en su caso, que la oferta especial depende de la disponibilidad de los productos o servicios.	6
7	45	A16-4 Cuando la oferta especial referida en el número anterior aún no haya empezado, deberá indicarse también la fecha de inicio del período de la oferta especial o cualquier otra condición específica.	6
7	48	A17-1.b) La publicidad a bebidas alcohólicas solo es permitida, cualquier que sea el medio de difusión utilizado, cuando: no anime a consumos excesivos.	6
7	49	A17-1.c) La publicidad a bebidas alcohólicas solo es permitida, cualquier que sea el medio de difusión utilizado, cuando: no menosprecie los no consumidores.	6
7	50	A17-1.d) La publicidad a bebidas alcohólicas solo es permitida, cualquier que sea el medio de difusión utilizado, cuando: no sugiera el éxito, el prestigio social o especiales aptitudes por efecto del consumo.	6
7	51	A17-1.e) La publicidad a bebidas alcohólicas solo es permitida, cualquier que sea el medio de difusión utilizado, cuando: no sugiera la existencia, en las bebidas alcohólicas, de propiedades terapéuticas o de efectos estimulantes o sedativos.	6
7	52	A17-1.f) La publicidad a bebidas alcohólicas solo es permitida, cualquier que sea el medio de difusión utilizado, cuando: no asocie el consumo de esas bebidas al ejercicio físico o a la conducción de vehículos.	6
7	53	A17-1.g) La publicidad a bebidas alcohólicas solo es permitida, cualquier que sea el medio de difusión utilizado, cuando: no subraye el contenido de alcohol de las bebidas como una calidad positiva.	6
7	55	A19 Es prohibida toda la publicidad a tratamientos médicos y a medicamentos que solo pueden obtenerse a través de prescripción médica, excepto la que es incluida en publicaciones técnicas destinadas a médicos o otros profesionales de salud.	6
7	57	A21-1 No pueden ser objeto de publicidad los juegos de fortuna o azar, mientras objeto esencial del mensaje.	6
7	58	A21-2 Exceptuase del dispuesto en el número anterior los juegos promovidos por la Santa Casa da Misericórdia de Lisboa.	6

D	O	Requisitos	IA
7	60	A22-1.a) El mensaje publicitario sobre cursos o otras acciones de formación o de perfeccionamiento intelectual, cultural o profesional, debe indicar: la naturaleza de los cursos o acciones, de acuerdo con la designación oficialmente aceptada en los servicios competentes, así como su duración.	6
7	61	A22-1.b) El mensaje publicitario sobre cursos o otras acciones de formación o de perfeccionamiento intelectual, cultural o profesional, debe indicar: la expresión "sin reconocimiento oficial" cuando la misma no haya sido otorgada por las entidades oficiales competentes.	6
7	63	A22A-1.a) Es prohibida la publicidad a vehículos automóviles que: contenga situaciones o sugerencias de utilización del vehículo que puedan poner en riesgo la seguridad personal del usuario o de terceros.	6
7	64	A22A-1.b) Es prohibida la publicidad a vehículos automóviles que: contenga situaciones o sugerencias de utilización del vehículo perturbadoras del medio ambiente.	6
7	65	A22A-1.c) Es prohibida la publicidad a vehículos automóviles que: presente situaciones de infracción de las reglas del Código de la Carretera, como sean, exceso de velocidad, maniobras peligrosas, no utilización de accesorios de seguridad y no respecto por la señalización o por los peatones.	6
7	66	A22A-2 Para efectos del presente Código, son vehículos automóviles todos los vehículos de tracción mecánica destinados a transitar por sus propios medios en las vías públicas.	6
7	68	A22B-1 Es prohibida, sin perjuicio del dispuesto en legislación especial, la publicidad a productos o servicios milagrosos.	6
7	69	A22B-2 Es considerada publicidad a productos o servicios milagrosos, para efectos del presente diploma, aquella que explorando la ignorancia, el miedo, la creencia o la superstición de los destinatarios, presente cualesquier productos, objetos, aparatos, materiales, sustancias, métodos o servicios como teniendo efectos específicos automáticos o garantidos en la salud, bien estar, suerte o felicidad de los consumidores o de terceros, nombradamente por permitieren prevenir, diagnosticar, curar o tratar de enfermedades o dolores, proporcionar ventajas de orden profesional, económica o social, así como alterar las características físicas o la apariencia de las personas, sin una comprobación científica objetiva de las propiedades, características o efectos anunciados o sugeridos.	6
10	10	A21.a) Las comunicaciones comerciales desarrolladas a distancia, por vía electrónica, deben ser claramente identificadas, para que sean identificadas por un destinatario común: de su naturaleza publicitaria, así que el mensaje sea presentado en el equipo y de forma ostensiva.	6
10	11	A21.b) Las comunicaciones comerciales desarrolladas a distancia, por vía electrónica, deben ser claramente identificadas, para que sean identificadas por un destinatario común: de la identidad del anunciante.	6
10	12	A21.c) Las comunicaciones comerciales desarrolladas a distancia, por vía electrónica, deben ser claramente identificadas, para que sean identificadas por un destinatario común: las ofertas promocionales, como descuentos, premios o regalos, y los concursos o juegos promocionales, así como las condiciones aplicables.	6
10	14	A22-1 El envío de mensajes con fines de marketing directo, cuya recepción sea independiente de la intervención del destinatario, como dispositivos de llamada automática, de telecopia o a través de correo electrónico, necesita de consentimiento previo del destinatario.	6
10	15	A22-2 Los mensajes con fines de marketing directo enviados a personas colectivas no necesitan de consentimiento previo, los cuales tienen, sin embargo, la posibilidad de utilizar los sistemas de opción "negativa".	6
10	16	A22-3 Es también permitido a los proveedores de un producto o servicio, en lo que respecta a los mismos o a productos o servicios análogos, enviar publicidad no solicitada a los clientes con quien hayan celebrado anteriormente transacciones, en caso de el cliente haber tenido, de forma expresa, la oportunidad para rechazar aquel tipo de comunicaciones en el momento de la transacción y en caso de eso no implicar un coste adicional al coste del servicio de telecomunicaciones.	6
10	17	A22-4 En los casos previstos en los números anteriores, el destinatario de los mensajes debe tener acceso a medios que permitan rechazar aquel tipo de publicidad en el futuro, sin cualquier encargo y sin necesidad de invocar justa causa.	6
10	18	A22-5 Es prohibido el envío de mensajes de correo electrónico con fines de marketing directo con ocultación o disimulación de la identidad en nombre de la cual es realizada la comunicación.	6
10	19	A22-6 En cada comunicación no solicitada debe ser indicada una dirección y un medio técnico electrónico, de fácil identificación y utilización, que permita al destinatario del servicio rechazar comunicaciones futuras.	6
10	20	A22-7 Las entidades que promuevan el envío de comunicaciones comerciales no solicitadas cuya recepción sea independiente de la intervención del destinatario, deben mantener, por sí mismas o por organismos que las representen, una lista actualizada de las personas que han manifestado el deseo de no recibir aquel tipo de comunicaciones.	6
10	21	A22-8 Es prohibido el envío de comunicaciones publicitarias por vía electrónica a las personas constantes en las listas referidas en el número anterior.	6
10	23	A23-1 Las comunicaciones publicitarias a distancia por vía electrónica en profesiones reglamentadas son permitidas mediante el estricto respecto por lo dispuesto en las reglas de cada profesión, nombradamente las relativas a la independencia y honor y al sigilo profesional, así como en relación con la lealtad para con el público y entre los miembros de la profesión.	6
12	2	PI-A.2 Los anunciantes en línea deberían revelar que se trata de actividades publicitarias o de comercialización en los casos en que no revelarlo fuera engañoso.	6
12	3	PI-A.3 Si los anunciantes en línea hacen comparaciones de precios, deberían revelar en qué se fundamentan o el área geográfica que abarca el mercado en cuestión. En todos los casos, los anunciantes en línea deberían indicar la fecha en que se efectuó la comparación o, de continuar sus afirmaciones, mantener al día las pruebas.	6
12	4	PI-B.1 Los anunciantes en línea no deberían engañar a los clientes en línea creando falsas impresiones en cuanto a patrocinios, aprobaciones, popularidad, confiabilidad, la calidad del producto o el tamaño de la empresa, mediante el uso indebido de hiperenlaces, "sellos", otras tecnologías, o la propiedad intelectual de otros.	6
12	5	PI-B.2a) Los anunciantes en línea pueden utilizar hiperenlaces para añadir o complementar información acerca de sus productos o servicios, pero no deberían utilizar engañosamente ni los hiperenlaces ni la información proporcionada a través de los mismos con el fin de: contradecir o modificar substancialmente el significado de cualquier declaración o afirmación de hecho.	6
12	6	PI-B.2b) Los anunciantes en línea pueden utilizar hiperenlaces para añadir o complementar información acerca de sus productos o servicios, pero no deberían utilizar engañosamente ni los hiperenlaces ni la información proporcionada a través de los mismos con el fin de: crear la falsa impresión de una asociación.	6
12	7	PI-B.2c) Los anunciantes en línea pueden utilizar hiperenlaces para añadir o complementar información acerca de sus productos o servicios, pero no deberían utilizar engañosamente ni los hiperenlaces ni la información proporcionada a través de los mismos con el fin de: crear la falsa impresión de que el contenido, la mercancía o los servicios de otra compañía son de su propiedad.	6
12	8	PI-B.4 Los anunciantes en línea deberían asegurarse de que los "sellos" o expresiones de aprobación de terceros que incorporan enlaces con programas auto reglamentados o de normas éticas se encuentren en funcionamiento, de modo que los clientes puedan verificar fácilmente la participación en el programa del sello y determinar su propósito, alcance y normas. Los anunciantes en línea que participen en un programa auto reglamentado o de normas éticas, o de sellos o expresiones de aprobación, deberían hacerlo en conformidad con las instrucciones de ese programa en lo referente a la presentación, activación y usos del sello o expresión de aprobación. De hacer una afirmación de hecho, sea ésta expresa o implícita, mediante el uso de un sello o texto, el anunciante en línea debería dar a los clientes la oportunidad de entender los pormenores del programa, incluidas sus afirmaciones de hecho, su alcance y sus normas.	6
12	33	PII-E.6 Los comerciantes en línea deberían proporcionar los términos de la transacción en línea, entre ellos los siguientes: en el caso de concursos, loterías u otras actividades promocionales similares, las reglas completas deberían aparecer al lado o en un hiperenlace o tecnología similar adyacente a la promoción misma.	6
12	52	PIII-C.1 Los anunciantes en línea que envíen mensajes electrónicos de comercialización no solicitados deberían mostrar en línea y cumplir una norma de no establecer contacto con los clientes que no lo deseen – una norma que, como mínimo, permita que esos clientes puedan indicar en línea que no desean recibir futuras solicitudes de contribución o mensajes promocionales. Este procedimiento debería figurar en el	6

D	O	Requisitos	IA
		sitio de la red o en los mensajes por correo electrónico que no sean los relacionados con un pedido determinado.	
12	53	PIII-C.2 Los anunciantes en línea que envíen mensajes electrónicos de comercialización no solicitados deberían también suscribirse a una lista de supresión de mensajes electrónicos, tal como las que ofrecen el Center for Democracy and Technology - http://opt-out.cdt.org/ y la Direct Marketing Association - http://www.e-mps.org/en/ .	6
13	8	D1.2 La empresa debe proveer siempre las siguientes informaciones en su sitio <i>web</i> : formas de contactar la empresa, o sea direcciones de correo electrónico específicas para cuestiones del consumidor o cualquier otro servicio ofrecido.	6
13	42	D3.1 Todas las comunicaciones comerciales deben ser claramente identificadas como tales, así como la entidad responsable por su emisión. Esta disposición es aplicable también a las comunicaciones comerciales no solicitadas vía correo electrónico.	6
13	43	D3.2 Todas las ofertas y juegos promocionales deben ser claramente identificables como tales. Las condiciones aplicables deben ser presentadas sin ambigüedad, de forma precisa y inequívoca.	6
13	44	D3.3 La tecnología de Internet no debe ser utilizada para inducir en error al cliente cuanto al producto o servicio promovido u ofrecido. La empresa no debe impedir al usuario de salir del sitio <i>web</i> de la empresa y debe garantizar que los términos de pesquisa coincidan con el contenido del sitio <i>web</i> .	6
13	45	D3.4 Cuando son efectuadas comparaciones de precios estas no deben engañar al cliente. Cualquier comparación sobre una oferta especial debe indicar la fecha de inicio o de fin y cualquier condición específica aplicable.	6
13	46	D3.5 Los mensajes de publicidad deben ser evidentes.	6
15	20	O3.1 Los productos/servicios ofrecidos, así como su descripción, deben respetar lo dispuesto en la ley.	6
15	22	O3.3 Cuando la empresa envíe mensajes de correo no solicitados, debe identificarlos como tal y permitir al destinatario, de forma sencilla, rechazar la recepción de aquel tipo de mensajes.	6
15	26	O4.3 Las ofertas promocionales deben ser claramente identificadas como tales, así como la validez y las condiciones aplicables, en caso de existieren.	6
16	2	A1 La publicidad debe ser legal, decente, honesta y verdadera.	6
16	12	A5.6a) Tener mecanismos en línea que permitan al usuario indicar que no quiere recibir mensajes publicitarios no solicitados.	6
16	13	A5.6b) Identificar los mensajes publicitarios como tales, así como la empresa que los emite.	6
19	7	R3.1.1 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre: el mecanismo para dejar de recibir comunicaciones comerciales no solicitadas.	6
19	8	R3.1.1.1 La organización debe asumir un compromiso explícito de: no realizar publicidad engañosa.	6
19	9	R3.1.1.1 La organización debe asumir un compromiso explícito de: no remitir comunicaciones comerciales sin identificarlas como tales.	6
20	29	P2A.1-3 El usuario de la EC debe disponer de una información suficiente de las características de la oferta que incluya al menos: las ofertas promocionales, tales como descuentos, premios o regalos, así como los concursos o juegos, deben ser fácilmente identificables, accesibles y las condiciones de las mismas deben estar redactadas de manera clara e inequívoca.	6
20	140	P5C.1-1 La EC no debe realizar campaña publicitaria alguna que resulta ilícita.	6
20	141	P5C.1-3 ...con respecto al uso de buscadores, la EC: no debe utilizar palabras clave (aquellas a través de las cuales los buscadores de Internet identifican a las páginas Web) que sean: términos que no tengan que ver con las actividades de la entidad a certificar.	6
20	142	P5C.1-3 ...con respecto al uso de buscadores, la EC: no debe utilizar palabras clave (aquellas a través de las cuales los buscadores de Internet identifican a las páginas Web) que sean: nombres, marcas o cualquier otro signo distintivo registrado de entidades competidoras, salvo con su consentimiento y respetando en todo caso los derechos de terceros.	6
20	143	P5C.1-3 ...con respecto al uso de buscadores, la EC: no debe utilizar palabras clave (aquellas a través de las cuales los buscadores de Internet identifican a las páginas Web) que sean: productos competidores, salvo con el consentimiento de su fabricante y respetando en todo caso los derechos de terceros.	6
20	144	P5C.1-3 ...con respecto al uso de buscadores, la EC: no debe darse de alta en: buscadores especializados sin relación a las actividades de la EC.	6
20	145	P5C.1-3 ...con respecto al uso de buscadores, la EC: no debe darse de alta en: buscadores especializados en áreas geográficas a las que no atiende la entidad salvo que se indique claramente tal hecho.	6
20	148	P5C.1-6 Previa a la aceptación del contrato por el usuario se le consultará si desea recibir comunicaciones de carácter comercial.	6
20	149	P5C.1-7 La EC no debe realizar comunicación comercial alguna sin el consentimiento previo del receptor de la misma (<i>spam</i>).	6
20	150	P5C.1-8 Cualquier tipo de comunicación comercial realizada por la EC debe quedar claramente identificada como tal así como la persona física o jurídica en nombre de la cual se realiza.	6
20	151	P5C.1-9 La EC consultará al receptor de sus comunicaciones comerciales con el fin de que éste pueda ejercer su derecho a no seguir recibiendo. Con tal fin se indicará en las propias comunicaciones la forma en la cual el receptor puede ejercer sus derechos (dirección de e-mail incluida en el sitio <i>web</i> de la EC, dirección de e-mail incluida en cada mensaje de correo de carácter comercial, listas de exclusión voluntaria, nº de teléfono, dirección de correo convencional).	6
20	152	P5C.1-10 La EC deberá estar inscrita en una o varias listas de exclusión voluntaria, o bien crear listas propias, que serán consultadas periódicamente (al menos una vez al mes) y de cuya existencia se informará al usuario.	6
20	153	P5C.1-11 En el caso de ejercicio de profesiones reguladas la EC debe ajustarse a la normativa reguladora de las mismas (incluidas las deontológicas) en las comunicaciones comerciales que realice.	6
22	2	A3.1 La publicidad en medios electrónicos de comunicación a distancia deberá ser conforme a la ley aplicable, decente, honesta y veraz, en los términos en que estos principios han sido desarrollados por el Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL y por el Código de Práctica Publicitaria de la Cámara de Comercio Internacional.	6
22	6	A5 La publicidad en medios electrónicos de comunicación a distancia será fácilmente identificable como tal. No se admitirá la publicidad encubierta.	6
22	9	A6.2 Los anunciantes deberán informar del coste o precio de acceder a un mensaje o servicio cuando aquél sea mayor que el de las tarifas básicas de telecomunicación. Los destinatarios serán informados de tales costes antes de acceder al mensaje o servicio, de forma clara, y deberán disponer de un plazo de tiempo razonable y suficiente para poder desconectarse del servicio sin incurrir en gastos.	6
22	10	A6.3 Las ofertas deberán identificarse de modo que el que las recibe pueda reconocerlas como ofertas. Si en la publicidad se presenta o realiza una oferta directa de contratación, se deberá proporcionar al destinatario una información clara, completa y precisa sobre el contenido y el alcance de aquélla. En todo caso, las informaciones a que se refiere el artículo 14 deberán resultar perfectamente visibles para el consumidor, y deberán ser exactas y susceptibles de prueba.	6
22	12	A7.1 A los efectos de este Código, se entenderá por promoción publicitaria toda técnica de promoción de ventas que, durante un periodo limitado de tiempo, ofrezca a sus destinatarios un valor añadido consistente en una ventaja económica o en cualquier otro tipo de incentivo material o inmaterial.	6
22	13	A7.2 Las promociones publicitarias en medios electrónicos de comunicación a distancia deberán responder a los principios que rigen la publicidad en general, especialmente los de legalidad, veracidad y buena fe, sin que puedan constituir nunca un medio para abusar de la buena fe de sus destinatarios, ni explotar su posible falta de experiencia o conocimientos.	6
22	16	A8.2 La publicidad en medios electrónicos de comunicación a distancia no deberá constituir nunca un medio de competencia desleal.	6
22	18	A9.1 No se admitirá el envío de publicidad mediante mensajes de correo electrónico u otros medios de comunicación individual equivalentes por parte del anunciante cuando no haya sido solicitada o autorizada expresamente por el destinatario.	6
22	19	A9.2 Se entiende concedida la autorización prevista en el párrafo anterior cuando, al tiempo de recabar los datos, se haya informado debidamente al destinatario sobre la posibilidad de envío publicitario y éste haya otorgado su consentimiento. En particular, se entiende que	6

D	O	Requisitos	IA
		este consentimiento se consigue a través del procedimiento de listas de inclusión voluntarias (<i>opt-in</i>), aunque son igualmente admisibles otras prácticas que garanticen la prestación del consentimiento.	
22	20	A9.3 Aquellos anunciantes que utilizan mensajes por correo electrónico u otros medios de comunicación individual equivalentes con fines publicitarios deberán informar con claridad al destinatario sobre la posibilidad de notificar su deseo de no recibir ofertas posteriores y proporcionarle un mecanismo sencillo y de fácil acceso a través del cual el usuario pueda ejercitar este derecho de revocación de su consentimiento.	6
22	21	A9.4 En todo caso, los mensajes publicitarios enviados por correo electrónico u otros medios equivalentes deberán identificarse claramente como tales, revelando asimismo la identidad del anunciante.	6
22	23	A10.1 No podrán utilizarse los grupos de noticias, tablón de anuncios o foros o charlas para enviar publicidad en línea (online), salvo que, en este último caso, previamente se haya obtenido el consentimiento del moderador del punto de encuentro o, en su defecto, del proveedor del servicio, o se ajuste a las reglas de admisión de publicidad establecidas para ese grupo, foro, charla o similar.	6
22	24	A10.2 Se excluyen de lo previsto en este artículo los foros o charlas de naturaleza publicitaria.	6
22	29	A12.1 Se entenderá por patrocinio cualquier contribución realizada por una entidad pública o privada a la financiación de páginas <i>web</i> u otros servicios prestados a través de medios electrónicos de comunicación a distancia, con la finalidad de promover su nombre, marca, imagen, actividades o productos.	6
22	30	A12.2 Las <i>web</i> o servicios patrocinados deberán cumplir los siguientes requisitos: el contenido editorial no podrá, en ningún caso, ser influido por el patrocinador de tal forma que se atente contra la responsabilidad y la independencia editorial del titular de la página o servicio.	6
22	31	A12.2 Las <i>web</i> o servicios patrocinados deberán cumplir los siguientes requisitos: deberán estar claramente identificadas como tales, e incluirán el nombre, logotipo, marca, servicios u otros signos del patrocinador al principio o al final de la página <i>web</i> o servicio, o en los dos momentos.	6
22	35	A14.2 Con anterioridad a la adquisición del bien o la contratación del servicio, y sin perjuicio de las obligaciones de información recogidas en el artículo 6 de este Código, el oferente deberá facilitar al consumidor el acceso a las condiciones generales de contratación aplicables en cada caso, para que las pueda consultar, archivar e imprimir. Asimismo, el oferente deberá informar al consumidor, de forma visible, acerca de, como mínimo, los siguientes extremos: plazo de validez de la oferta, si se tratase de una oferta promocional.	6
23	22	A12 (...) En ningún caso las Tiendas Virtuales remitirán comunicaciones electrónicas que incluyan ofertas o información comercial, que no hayan sido previamente solicitadas o expresamente autorizadas por sus destinatarios.	6
23	24	A13 Las Tiendas Virtuales pondrán a disposición de los destinatarios de las comunicaciones comerciales, medios sencillos y gratuitos para que estos puedan revocar el consentimiento prestado en cualquier momento. Las Tiendas Virtuales deberán de ofrecer un correo electrónico mediante el cual los usuarios o clientes puedan revocar el consentimiento.	6
23	26	A14 Las comunicaciones comerciales enviadas por las Tiendas Virtuales incluirán al comienzo del mensaje donde vayan contenidas, la palabra "Publicidad". Así mismo, intentarán ofrecer que los destinatarios puedan elegir el formato en que desean recibir las comunicaciones tanto en formato texto como en formato html.	6
24	87	P7e El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que garantizar la distinción de una forma clara y inequívoca entre información y material publicitario, así como la alineación de los mensajes con el público objetivo.	6
24	88	P7f Todos los mensajes publicitarios con referencia a productos tienen que contener una presentación verdadera del producto ofrecido, donde deben ser enumerados los siguientes elementos: las características de los bienes o servicios, el precio, las condiciones de suministro del producto o de prestación del servicio y la naturaleza, calidades y derechos del anunciante.	6
24	89	P7g La publicidad tiene que ser identificable, tanto por la marca del producto, como por el nombre del fabricante, proveedor o distribuidor. (...)	6
24	90	P7h Toda y cualquier oferta, juego promocional o concurso tendrán que ser claramente identificables como tales.	6
24	91	P7i Los mensajes comerciales electrónicos no solicitados tendrán que ser claramente identificados como tales y el poseedor del sitio <i>web</i> tendrá que garantizar que estos mensajes no son enviados de forma aleatoria (sin definición del público objetivo). El poseedor del sitio <i>web</i> tendrá aún que proveer un mecanismo que permita al usuario rechazar que el sitio <i>web</i> siga enviando este tipo de mensajes (anti-spam).	6
24	92	P7j Cualquier comparación referente a una oferta especial tendrá que presentar la indicación de la fecha de inicio y/o fin y toda y cualquier condición específica correspondiente.	6
24	93	P7k El poseedor del sitio <i>web</i> tendrá que garantizar que los mensajes publicitarios en la forma de reportaje, artículo, anotación, texto-legenda o cualquier otra que se difunda mediante pago, son apropiadamente identificadas...	6
24	94	P7l El poseedor del sitio <i>web</i> tendrá que garantizar que la publicidad comparativa que pueda existir en el sitio <i>web</i> es lícita, o sea, que respeta las siguientes condiciones: no es engañosa, siendo su principal objetivo el mayor esclarecimiento, si no mismo la defensa del consumidor.	6
24	95	P7l El poseedor del sitio <i>web</i> tendrá que garantizar que la publicidad comparativa que pueda existir en el sitio <i>web</i> es lícita, o sea, que respeta las siguientes condiciones: compara bienes y servicios que responden a necesidades idénticas o que visan el mismo objetivo.	6
24	96	P7l El poseedor del sitio <i>web</i> tendrá que garantizar que la publicidad comparativa que pueda existir en el sitio <i>web</i> es lícita, o sea, que respeta las siguientes condiciones: compara objetivamente características esenciales, pertinentes, verificables y representativas de esos bienes y servicios, de las cuales el precio puede ser parte integrante.	6
24	97	P7l El poseedor del sitio <i>web</i> tendrá que garantizar que la publicidad comparativa que pueda existir en el sitio <i>web</i> es lícita, o sea, que respeta las siguientes condiciones: no induce confusión en el mercado entre el anunciante y un competidor.	6
24	98	P7l El poseedor del sitio <i>web</i> tendrá que garantizar que la publicidad comparativa que pueda existir en el sitio <i>web</i> es lícita, o sea, que respeta las siguientes condiciones: no desacredita ni ennegrece marcas, nombres comerciales u otro señal de distinción de un competidor.	6
24	99	P7l El poseedor del sitio <i>web</i> tendrá que garantizar que la publicidad comparativa que pueda existir en el sitio <i>web</i> es lícita, o sea, que respeta las siguientes condiciones: siempre que incidir sobre productos que tienen una denominación de origen, es relacionada con productos que tienen la misma denominación.	6
24	100	P7l El poseedor del sitio <i>web</i> tendrá que garantizar que la publicidad comparativa que pueda existir en el sitio <i>web</i> es lícita, o sea, que respeta las siguientes condiciones: no aprovecha la notoriedad de una marca o otro señal de distinción de un competidor.	6
24	101	P7l El poseedor del sitio <i>web</i> tendrá que garantizar que la publicidad comparativa que pueda existir en el sitio <i>web</i> es lícita, o sea, que respeta las siguientes condiciones: no presenta un bien o servicio como una imitación o una reproducción de un bien o servicio de marca o nombre comercial protegido.	6
24	126	P10f El productor de contenidos del sitio <i>web</i> debe facilitar la interacción con el usuario, a través de <i>newsletters</i> , foros, respuesta a mensajes de correo electrónico, rellenando formularios, pagos en línea.	6
24	127	P10g El productor de contenidos del sitio <i>web</i> debe garantizar que los mensajes de correo electrónico de comunicaciones promocionales y/o comerciales no solicitados, están claramente identificados como tales. Asimismo, no deben ser enviados de forma aleatoria y sin destino referenciado, por lo que deben ser considerados aquellos consumidores que han rechazado este tipo de comunicaciones.	6
24	128	P10h El productor de contenidos del sitio <i>web</i> debe promover y divulgar los bienes y servicios de forma estructurada, y cuando posible, acompañada de información visual...	6
27	2	¿Hay posibilidad de participar en alguna comunidad electrónica?	6
28	2	¿Hay información para compras suplementarias?	6
28	4	¿Hay posibilidad de personalizar el sitio <i>web</i> ?	6
28	5	¿Hay oferta de productos/servicios exclusivos?	6
30	2	¿Hay posibilidad de personalizar los pedidos?	6

D	O	Requisitos	IA
30	5	¿Hay descuentos, promociones o premios?	6
32	9	¿Hay algún tipo de oferta para los visitantes?	6
33	9	¿Hay algún tipo de promoción?	6
33	15	¿Hay enlaces para obtener información sobre productos/servicios afines?	6
36	2	¿El producto/servicio ofrecido es distinto?	6
36	4	¿Hay posibilidad de participar en comunidades?	6
37	10	¿Es utilizada alguna forma de atraer la atención del usuario al entrar en el sitio <i>web</i> ?	6
37	11	¿Hay algún tipo de encuesta para saber lo que piensa el usuario del sitio <i>web</i> ?	6
37	12	¿Hay algún tipo de promoción con relación al precio de los productos/servicios?	6
37	13	¿Hay algún plan para fidelizar los clientes?	6
37	14	¿Hay información de interés para el cliente?	6
37	61	¿Hay alguna invitación para que el usuario participe en comunidades electrónicas?	6
37	63	¿El usuario puede inscribirse/adherir a algún tipo de lista de correo?	6
37	65	¿El usuario puede apuntarse para ser informado de nuevos productos/servicios?	6
37	66	¿Es referida en el sitio <i>web</i> la asociación con grandes proveedores/clientes?	6
37	67	¿Hay algún tipo de personalización o segmentación del sitio <i>web</i> ?	6
37	68	¿Hay algún tipo de diferenciación del sitio <i>web</i> en función de las regiones/comunidades?	6
37	70	¿Hay algún tipo de foro de discusión?	6
39	8	¿La información presentada tiene algún interés/valor para el visitante?	6
39	9	¿Es posible enviar mensajes de correo electrónico a partir del sitio <i>web</i> ?	6
39	11	¿Hay mecanismos para algún tipo de comunidad electrónica?	6
41	2	¿Hay la posibilidad de tener un listado de los productos normalmente comprados por el cliente?	6
41	4	¿Hay algún tipo de promoción?	6
42	6	¿Hay suficiente información sobre los productos/servicios?	6
42	8	¿Hay ofertas de venta de productos/servicios concertados?	6
42	10	¿Los productos/servicios son presentados con un precio más bajo, que en otros canales?	6
42	12	¿Hay algún tipo de orientación para el cliente, en función de su perfil?	6
42	13	¿Es posible personalizar los productos/servicios?	6
42	18	¿Es posible poner dudas, por escrito?	6
42	20	¿Es posible escribir mensajes a partir del sitio <i>web</i> ?	6
42	24	¿Hay promoción de algún tipo de comunidades electrónicas?	6
42	25	¿Hay algún control en cuanto a los participantes en las comunidades electrónicas (para garantizar los intereses comunes)?	6
42	26	¿El usuario de la comunidad electrónica puede elegir su "aspecto"?	6
42	28	¿Son utilizados mecanismos de tipo <i>push</i> para envío de información a los usuarios?	6
42	29	¿Son utilizados mecanismos de tipo <i>pull</i> para que los usuarios obtengan información?	6
43	4	¿Hay posibilidad de personalizar el producto?	6
43	11	¿Hay promoción de algún tipo de comunidades electrónicas?	6
45	2	¿Hay catálogos electrónicos de productos?	6
46	2	¿Hay publicidad en el sitio <i>web</i> ?	6
46	16	¿Hay algún tipo de comunidad electrónica?	6
46	17	¿Hay información sobre los objetivos de la(s) comunidad(es) electrónica(s)?	6
46	18	¿Hay indicación sobre la existencia de un moderador?	6
46	19	¿Hay indicación de las reglas de participación en la(s) comunidad(es) electrónica(s)?	6
46	20	¿Hay indicación sobre la posibilidad de acceder o cambiar las aportaciones?	6
46	21	¿Hay indicación sobre la posibilidad de solicitar la supresión de las aportaciones?	6
46	22	¿Hay indicación sobre el plazo de publicación de la aportación?	6
47	2	¿Hay algún elemento de entretenimiento en el sitio <i>web</i> para el usuario (chistes, episodios, dibujos, juegos, vídeos)?	6
48	7	¿Hay testimonios de clientes en cuanto a la calidad, valor y eficiencia del servicio?	6
49	16	¿Hay posibilidad de comparar el producto/servicio?	6
49	18	¿Hay algún tipo de promoción?	6
49	19	¿Hay testimonios de clientes sobre los productos/servicios?	6
49	21	¿Hay imágenes del producto/servicio?	6
50	2	¿Hay posibilidad de presentar información personalizada?	6
50	3	¿Es presentada información relevante para el cliente?	6
50	15	¿Hay algún elemento en el sitio <i>web</i> para el divertimento del cliente?	6
51	8	¿Hay alguna encuesta para recoger opiniones de los usuarios?	6
51	14	¿Hay información del producto?	6
51	15	¿Hay imagen del producto?	6
51	16	¿Hay evaluación del precio?	6
51	17	¿Hay calificación del producto?	6
51	18	¿Hay posibilidad de descargar el catálogo de productos?	6
51	30	¿Hay la posibilidad de suscribir algún tipo de <i>newsletter</i> ?	6
51	31	¿Hay la posibilidad de recibir recomendaciones personalizadas?	6
51	32	¿Hay algún tipo de promoción?	6
52	3	¿Las presentaciones de los productos tienen calidad?	6
53	4	¿Hay promoción de algún tipo de comunidad electrónica?	6
53	12	¿Hay posibilidades de personalizar la información presentada?	6
53	13	¿Hay información sobre productos de la competencia que permita la realización de comparaciones?	6
54	2	¿Hay alguna forma de recompensar la lealtad de los clientes?	6
54	3	¿Hay posibilidad de personalizar los productos/servicios ofrecidos?	6
54	4	¿Hay posibilidad de personalizar el sitio <i>web</i> ?	6
54	5	¿Hay promoción de algún tipo de comunidad electrónica?	6
57	2	¿Es posible personalizar la presentación de información en el sitio <i>web</i> ?	6
57	3	¿El sitio <i>web</i> presenta alguna ventaja para el cliente?	6
58	2	¿El sitio <i>web</i> tiene algún enfoque especial?	6
58	5	¿Hay indicación de los beneficios que se pueden obtener con la compra a través del sitio <i>web</i> ?	6
58	7	¿Hay algún tipo de testimonios?	6

D	O	Requisitos	IA
58	9	¿Hay algún compromiso con la satisfacción del cliente?	6
58	10	¿Hay algún estímulo particular para que el cliente haga la compra?	6
59	2	¿Los productos en venta son tangibles/intangibles?	6
59	3	¿Los productos en venta son estándares/únicos?	6
60	11	¿El cliente es invitado a establecer contacto con la empresa, poner preguntas o peticiones?	6
61	2	¿Los productos/servicios son presentados de forma cautivante e impulsiva?	6
62	2	¿Hay información que permita la comparación con otras alternativas?	6
62	5	¿Hay información suficiente sobre los productos/servicios de la empresa?	6
64	2	¿Hay muchas opciones de productos?	6
65	2	¿Hay una presentación adecuada de los productos y sus características?	6
65	5	¿Hay información suficiente sobre los productos/servicios ofrecidos?	6
65	13	¿Hay elementos lúdicos o de entretenimiento (juegos, videos, aplicaciones interactivas, etcétera)?	6
65	14	¿Hay promoción de algún tipo de comunidad electrónica?	6
66	20	¿Hay algún tipo de promoción?	6
66	23	¿Hay un buzón de sugerencias para el cliente?	6
66	24	¿Hay posibilidad de suscribir una newsletter?	6
66	25	¿Hay posibilidad de personalizar el sitio web?	6
66	26	¿Hay posibilidad de presentar dudas y/o solicitar informaciones sobre los productos/servicios?	6
7	27	A14-1.a) La publicidad especialmente dirigida a los menores debe tener en cuenta su vulnerabilidad psicológica, absteniéndose de: incitar directamente los menores, explorando su inexperiencia o credulidad, a adquirir determinado producto o servicio.	7
7	28	A14-1.b) La publicidad especialmente dirigida a los menores debe tener en cuenta su vulnerabilidad psicológica, absteniéndose de: incitar directamente los menores a persuadieren sus padres o terceros a comprar determinados productos o servicios.	7
7	29	A14-1.c) La publicidad especialmente dirigida a los menores debe tener en cuenta su vulnerabilidad psicológica, absteniéndose de: contener elementos susceptibles de poner en peligro su integridad física o moral, así como su salud o seguridad, a través de imágenes con escenas de pornografía o de incitamiento a la violencia.	7
7	30	A14-1.d) La publicidad especialmente dirigida a los menores debe tener en cuenta su vulnerabilidad psicológica, absteniéndose de: explorar la confianza especial que los menores depositan en sus padres, tutores o profesores.	7
7	31	A14-2 Los menores solo pueden participar en los mensajes publicitarios dónde exista una relación directa entre ellos y los productos o servicios difundidos.	7
7	47	A17-1.a) La publicidad a bebidas alcohólicas solo es permitida, cualquier que sea el medio de difusión utilizado, cuando: no se dirija específicamente a menores de edad y, en particular, no los presente a consumir aquellas bebidas.	7
11	12	PI-2.1a) La entidad ha definido de forma objetiva y comunicado a los usuarios autorizados las características del sistema y sus límites, incluyendo, entre otros, los siguientes elementos (a proveer en la página Web) - Información descriptiva sobre los productos y servicios suministrados, incluyendo: Fuentes de información (como ha sido obtenido y/o compilado).	7
11	38	PP-2.8 La entidad notifica los usuarios cuando ellos abandonan el sitio web que está abarcado por la política de privacidad de la empresa.	7
13	66	D6.1 La empresa debe animar a los padres a involucrarse en las actividades en línea de sus hijos y, cuando posible, informar los padres sobre como supervisar aquellas actividades.	7
13	67	D6.2 La empresa que se dirige a los niños, no debe explorar su credulidad, lealtad, vulnerabilidad o falta de experiencia.	7
13	68	D6.3 La comunicación comercial para los niños debe estar desarrollada de forma a considerar su edad, su conocimiento y su grado de madurez. Ninguna comunicación debe tener un contenido que pueda ser perjudicial física, mental o moralmente para los niños.	7
13	69	D6.4 La empresa debe tomar las precauciones necesarias para que la publicidad solo para adultos no sea observada por los niños, ni los productos solo para adultos sean recibidos por los niños.	7
13	70	D6.5 Los niños no deben ser animados a entrar en sitios solo para adultos o en sitios considerados como no apropiados, ni deben ser animados a copiar prácticas peligrosas, ni a comunicar con desconocidos.	7
13	71	D6.6 Las empresas deben animar los niños a obtener el consentimiento de sus padres/tutores previamente a la realización de cualquier compra.	7
13	72	D6.7 No deben hacerse ofertas de crédito a los niños.	7
13	73	D6.8.1 Información personal identificable sobre niños: la empresa no debe utilizar o divulgar información personal de niños sin la autorización de los padres/tutores/profesores. El niño deberá indicar su edad antes que otra información sea solicitada.	7
13	74	D6.8.2 Información personal identificable sobre niños: la empresa debe informar de forma clara y sencilla sobre los motivos para solicitar los datos personales y los propósitos. La empresa no debe solicitar más datos personales del niño que los realmente necesarios para la participación en las actividades del sitio web.	7
13	75	D6.8.3 Información personal identificable sobre niños: deben ser presentados avisos claros y sencillos para animar los niños a obtener permiso de sus padres/tutores antes de suministrar datos personales. Los avisos deben ser presentados en el local donde es solicitada la información, y deben ser claros, de visualización y comprensión sencilla para los niños.	7
13	76	D6.8.4 Información personal identificable sobre niños: las empresas deben informar los padres/tutores en los casos en que terceros pueden acceder a los datos personales de los niños a través del sitio web. Los padres deben tener el derecho de rechazar de la divulgación de aquellos datos a terceros.	7
13	77	D6.8.5 Información personal identificable sobre niños: las empresas no deben poner como condición el suministro de datos personales para acceder al sitio web, ni utilizar incentivos especiales, como ofertas o juegos, para que los niños divulguen sus datos.	7
13	78	D6.8.6 Información personal identificable sobre niños: la empresa debe tomar las medidas necesarias para que los menores de edad sean protegidos de las comunicaciones comerciales no solicitadas y que no son de su interés.	7
14	73	PII.VID Formas en las cuales puede controlar la información recopilada sobre usted - Si el sitio está dirigido hacia menores, los requerimientos de consentimiento de los padres para recopilar y usar la información personal de y acerca de los niños.	7
15	21	O3.2 Deben ser adoptados mecanismos para garantizar que los productos y contenidos dirigidos a adultos no son suministrados a menores de edad.	7
16	15	A6 Cuando ofrecieren productos o servicios a niños, las empresas: no deben explorar la ingenuidad ni la inexperiencia de los niños.	7
16	16	A6 Cuando ofrecieren productos o servicios a niños, las empresas: no deben presentar contenido que pueda causar daño a los niños.	7
16	17	A6 Cuando ofrecieren productos o servicios a niños, las empresas: deben identificar los contenidos propios solo para adultos.	7
16	18	A6 Cuando ofrecieren productos o servicios a niños, las empresas: deben animar los padres/tutores a participar/supervisar las actividades de los niños.	7
16	19	A6 Cuando ofrecieren productos o servicios a niños, las empresas: deben animar los niños a obtener previa autorización antes de proveer datos.	7
16	20	A6 Cuando ofrecieren productos o servicios a niños, las empresas: deben proveer información a los padres/tutores sobre como proteger la privacidad de los niños en línea.	7
17	6	G1.5 La política de privacidad de la empresa debe incluir: que el padre tiene la opción a convenir la colección y el uso de la información del niño sin consentir al acceso de la información a los terceros.	7

D	O	Requisitos	IA
17	10	G2.1 Antes de recoger, procesar o divulgar datos personales de menores la empresa debe obtener consentimiento de los padres (El consentimiento no será necesario cuando se recabe una dirección de correo electrónico para: responder a una solicitud del menor, proveer información a los padres, garantizar la seguridad del menor o del sitio, enviar informaciones regularmente, desde que se haya informado los padres y se haya permitido rechazar aquel tipo de comunicaciones)	7
17	11	G2.2 La empresa debe informar los padres y obtener nuevo consentimiento cuando decidieren cambiar los tipos de datos recabados, las utilizations de los datos o suministrar los datos a nuevas o diferentes entidades.	7
17	13	G3.1 La empresa debe permitir a los padres revisar los datos personales recabados de sus menores y verificar la identidad de aquel que lo quiere hacer.	7
17	14	G3.2 La empresa debe permitir a los padres revocar su consentimiento y eliminar los datos personales de los menores, cuando solicitado.	7
19	63	R3.2.5 La organización no debe: incluir contenidos ofensivos, violentos o de apología del terrorismo.	7
19	64	R3.2.5 La organización no debe: realizar ningún tipo de discriminación a través de contenidos o actuaciones por razón de sexo, credo o raza hacia ningún colectivo.	7
19	65	R3.2.5 La organización debe: evitar que un menor de edad realice transacciones comerciales no autorizadas por sus tutores legales.	7
19	66	R3.2.5 La organización debe: limitar el acceso de menores de edad a sitios <i>web</i> aptos solo para adultos.	7
19	67	R3.2.6 La organización debe ofrecer una información completa y sin errores sobre las fuentes o referencias de la información presentada, en caso de no ser su propiedad.	7
19	68	R3.2.6 La organización debe asumir un compromiso de hacer uso de material ajeno y protegido solo con autorización.	7
19	69	R3.2.6 La organización debe permitir que sus clientes accedan al compromiso explícito de respeto a la propiedad intelectual.	7
20	12	P1.II-1 La EC debe de informar en su sitio <i>web</i> al menos de los siguientes aspectos: la EC informará de que los contenidos propios de su sitio <i>web</i> forman parte de su propiedad intelectual. Esto puede hacerse con la mención del "Copyright" en todas las páginas <i>web</i> o mediante una cláusula específica en las condiciones generales de uso del sitio <i>web</i> .	7
20	19	P1.IV-2 Deben usar firma electrónica sólo aquellos empleados que envíen mensajes de correo electrónico a los usuarios, en el ejercicio de sus actividades comerciales o administrativas de atención al cliente.	7
20	20	P1.IV-3 La utilización de estos sistemas de firma electrónica debe estar avalada por un prestador de servicios de certificación reconocido jurídicamente o de facto, que emita certificados seguros a tal efecto.	7
20	90	P2F.I-5 Responsabilidad por contenidos propios da la EC: la EC no puede incluir cláusulas en sus condiciones generales o particulares por las que se exonere de la responsabilidad en que pudiera incurrir por los daños y perjuicios causados contra usuarios o terceros, causados por los contenidos propios de ésta, para el caso de que se acredite que la EC incumpla la normativa aplicable.	7
20	91	P2F.I-5 Responsabilidad por contenidos propios da la EC: se presume, a menos que se haga constar expresamente la fuente, autor o remitente, que el contenido en el sitio <i>web</i> de la EC es propio de esta.	7
20	92	P2F.I-6 Responsabilidad por contenidos de terceros: la EC puede excluir toda responsabilidad por los daños y perjuicios causados contra usuarios o terceros por la información o declaraciones vertidas por los usuarios de su sitio <i>web</i> .	7
20	93	P2F.I-6 Responsabilidad por contenidos de terceros: no obstante, debe comunicar a las autoridades competentes, tan pronto como tenga conocimiento de su existencia, la actividad presuntamente ilícita detectada.	7
20	116	P4.I-12 Si la EC, por el ámbito de su actividad, recogiera datos de menores de edad o de personas incapaces, deberá ser especialmente respetuosa con su derecho a la intimidad y no recabará por su mediación datos su familia, ni le incitará a rellenar sus formularios a través de la promesa de premios u ofertas promocionales de otro tipo.	7
20	117	P4.I-13 Los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación de datos personales relativos a menores o incapaces serán ejercitados por sus representantes legales.	7
20	119	P4.I-15 El usuario debe estar informado en todo caso del momento en que desde una <i>web</i> se transfiere el control a otra <i>web</i> .	7
20	123	P5A.I-1 La EC debe abstenerse de ofrecer, publicar, difundir o proporcionar de cualquier otra forma contenidos propios considerados ilícitos.	7
20	124	P5A.I-3 En el caso de que los contenidos propios puedan ser considerados nocivos por sus usuarios, la EC debe: informar, previamente a su acceso, de las características de los mismos y de que pueden herir la sensibilidad de ciertos colectivos o individuos.	7
20	125	P5A.I-3 En el caso de que los contenidos propios puedan ser considerados nocivos por sus usuarios, la EC debe: implantar sistemas que impidan el acceso a los menores de edad, en el caso de que puedan resultar nocivos para ellos (inscripción en listas sobre sitios <i>web</i> con contenido sexual, entre otras).	7
20	127	P5A.II-1 En concreto, la EC no debe divulgar, reproducir, distribuir, transformar o comunicar al público, en todo o en parte y por cualquier medio, una obra que pertenezca a un tercero sin la autorización expresa de éste y sin respetar sus derechos de propiedad intelectual.	7
20	128	P5A.II-3 Asimismo, la EC no facilitará ni pondrá medios técnicos de cualquier tipo cuyo fin exclusivo sea la lesión de los derechos de propiedad intelectual ajenos.	7
20	129	P5A.II-4 En el caso de que la EC facilite medios técnicos que sean utilizados para la lesión de derechos de propiedad intelectual ajenos, aunque su finalidad exclusiva no sea ésta, aquélla debe avisar de su posible utilización ilícita y poner los medios a su alcance para evitar dicho uso.	7
20	130	P5A.II-7 La EC informará en su página <i>web</i> , y de modo perfectamente visible, sobre la procedencia, autor o titular de los derechos sobre los contenidos propios.	7
20	131	P5B.I-1 La EC debe evitar en su sitio <i>web</i> la inclusión de información o la utilización de imágenes o sonidos que puedan ser nocivos o atenten contra los derechos a la intimidad o al honor de los menores de edad, o que sea contraria a los intereses de éstos, incluso en el caso de que éstos o sus representantes legales hubieran prestado su consentimiento.	7
20	132	P5B.I-2 No obstante lo anterior, la EC debe contar con el consentimiento previo y expreso del representante legal del menor para la obtención, tratamiento o almacenamiento de datos personales, información o imágenes de éstos.	7
20	133	P5B.I-3 La EC debe advertir de la existencia, en su caso, de contenidos que puedan ser nocivos para los menores de edad.	7
20	134	P5B.I-4 La EC debe indicar, en relación con los enlaces a otros sitios <i>web</i> , si éstos tienen similar contenido potencialmente nocivo.	7
20	135	P5B.I-6 La EC debe dar a conocer los medios técnicos que pueda implementar el propio usuario en sus equipos para evitar el acceso a información, imágenes o sonidos de su sitio <i>web</i> que pudieran atentar contra los derechos de los menores.	7
20	136	P5B.I-7 En caso de que el usuario declarara ser menor de edad, y desee realizar trámites legales, transacciones comerciales, acceder o intercambiar información, la EC debe requerir del usuario la verificación de su edad. Además se requerirá información suficiente para que la EC pueda ponerse en contacto con su representante legal.	7
20	137	P5B.I-8 Las EC no enviarán publicidad ni inducirán, de forma ilícita, a contratar bienes o servicios cuyo uso esté restringido a mayores de edad o puedan resultar dañinos para la salud física o mental de estos.	7
20	138	P5B.I-9 La EC debe evitar que sus contenidos incluyan imágenes de violencia, explotación en las relaciones interpersonales o que reflejen un trato degradante o sexista.	7
20	139	P5B.I-10 La EC no debe aprovecharse de la credulidad, vulnerabilidad o falta de experiencia de los menores, con el objeto de que contraten bienes o servicios, o accedan a información inadecuada para su edad.	7
20	146	P5C.I-4 ...y para el caso de uso de links en las páginas <i>web</i> de la EC no se utilizarán de tal manera que se dé a entender: la asociación a otras entidades o productos con los que no tenga relación la EC.	7
20	147	P5C.I-4 ...y para el caso de uso de links en las páginas <i>web</i> de la EC no se utilizarán de tal manera que se dé a entender: que productos de otra entidad son propiedad de la EC.	7

D	O	Requisitos	IA
21	35	R7 La empresa adoptará las siguientes medidas específicas con el fin de proteger a los menores: los mensajes publicitarios deberán diferenciarse claramente para poder ser identificados como tales por el segmento del público al que se dirigen (la edad deberá ser especialmente tenida en cuenta) y se separarán claramente de los juegos y concursos.	7
21	36	R7 La empresa adoptará las siguientes medidas específicas con el fin de proteger a los menores: la empresa no alentará a los menores para que éstos les proporcionen datos o informaciones de índole personal sobre ellos mismos o sobre otras personas. En ningún caso la comunicación de datos por parte de menores podrá ser "premiada" con regalos, con cualquier otro tipo de ventaja ni podrá ser condicionante para acceder a un servicio o a un juego.	7
21	37	R7 La empresa adoptará las siguientes medidas específicas con el fin de proteger a los menores: los datos que posea la empresa sobre menores de edad no podrán ser proporcionados a terceros, a excepción de sus padres o tutores.	7
21	38	R7 La empresa adoptará las siguientes medidas específicas con el fin de proteger a los menores: la empresa no incitará a los menores para que contraten productos o servicios a través de Internet y adoptará las medidas preventivas necesarias para evitarlo.	7
21	39	R7 La empresa adoptará las siguientes medidas específicas con el fin de proteger a los menores: la empresa alentará a los padres y tutores para que éstos controlen el uso de Internet por parte de los menores.	7
21	43	R9 Cuando la empresa establezca enlaces con otras páginas Web, deberá indicar claramente al consumidor que está abandonando su página Web. Asimismo, deberá invitarle a que verifique si la nueva página Web dispone del logotipo "Web Trader" emitido por alguna de las asociaciones de consumidores y usuarios pertenecientes a la red "Web Trader".	7
22	15	A8.1 La publicidad en medios electrónicos de comunicación a distancia deberá respetar los derechos de propiedad intelectual e industrial de terceras personas distintas del anunciante. En particular, en Internet, no se admite la introducción en el código fuente de nombres ocultos (<i>metanames</i>) que coincidan con marcas, nombres, rótulos o denominaciones de empresas o servicios sobre los que no se ostente la titularidad o una autorización de uso.	7
22	26	A11.1 La publicidad en la <i>World Wide Web</i> no podrá impedir la libre o normal navegación del usuario en Internet.	7
22	27	A11.2 En particular, los mensajes publicitarios que reciba el usuario durante su navegación por una página <i>web</i> deberán permitirle en todo momento salir del mensaje publicitario o eliminarlo de su pantalla, volviendo a la página de origen desde la que el usuario accedió al mensaje publicitario.	7
22	92	A27.a La publicidad difundida en medios electrónicos de comunicación a distancia no deberá perjudicar moral o físicamente a los menores y tendrá, por consiguiente, que respetar los siguientes principios: deberá identificar los contenidos dirigidos únicamente a adultos.	7
22	93	A27.b La publicidad difundida en medios electrónicos de comunicación a distancia no deberá perjudicar moral o físicamente a los menores y tendrá, por consiguiente, que respetar los siguientes principios: no deberá incitar directamente a los menores a la compra de un producto o servicio, explotando su inexperiencia o su credulidad, ni a que persuadan a sus padres o tutores, o a los padres o tutores de terceros, para que compren los productos o servicios de que se trate.	7
22	94	A27.c La publicidad difundida en medios electrónicos de comunicación a distancia no deberá perjudicar moral o físicamente a los menores y tendrá, por consiguiente, que respetar los siguientes principios: en ningún caso deberá explotar la especial confianza de los niños en sus padres o tutores, profesores u otras personas.	7
22	95	A27.d La publicidad difundida en medios electrónicos de comunicación a distancia no deberá perjudicar moral o físicamente a los menores y tendrá, por consiguiente, que respetar los siguientes principios: no deberá, sin motivo justificado, presentar a los niños en situaciones peligrosas.	7
22	97	A28.1 Para recoger datos o comunicarse con menores a través de medios de comunicación electrónica, las empresas adheridas a este Código deberán tener en cuenta la edad, el conocimiento y la madurez de su público objetivo. En ningún caso podrán recabarse del menor datos relativos o relacionados con la situación económica o la intimidad de los otros miembros de la familia.	7
22	98	A28.2 Las empresas adheridas a este Código deberán alentar a los menores a obtener autorización de sus padres o tutores antes de facilitar información en línea (online), y establecer mecanismos que aseguren que los niños han obtenido el consentimiento de aquéllos.	7
22	99	A28.3 Los padres o tutores podrán oponerse al envío de publicidad o información solicitada por los menores a su cargo, dirigiéndose para ello al responsable del fichero mediante un sistema que asegure su identidad.	7
22	100	A28.4 Además del respeto a la opción de los padres de limitar la recogida de estos datos online, las empresas adheridas a este Código limitarán la utilización de datos proporcionados por los menores con la única finalidad de la promoción, venta y suministro de productos o servicios dirigidos a menores.	7
22	101	A28.5 En ningún caso podrán cederse los datos relativos a menores sin el previo consentimiento de sus padres o tutores.	7
22	102	A28.6 Las empresas adheridas a este Código deberán ofrecer a los padres o tutores información acerca de cómo proteger en línea (online) la privacidad de sus hijos o pupilos, así como facilitarles mecanismos para ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y determinación de la finalidad sobre los datos de aquéllos.	7
24	36	P4a El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que garantizar que la información que es de su responsabilidad y que se encuentra disponible en los medios electrónicos de comunicación respeta los derechos de propiedad intelectual e industrial de terceros.	7
24	37	P4b El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que poseer una autorización de utilización, del titular, de la información que coincida con marcas, nombres, rótulos o denominaciones de empresas/servicios.	7
24	38	P4c El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que garantizar que las bases de datos que, sea por selección, sea por hacer disponible el contenido, constituyen creaciones intelectuales del respectivo autor, están a ser protegidas en materia de derechos de autor.	7
24	83	P7a El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que garantizar que todos los mensajes publicitarios en el sitio <i>web</i> de su responsabilidad son caracterizadas por el respeto de la dignidad de la persona humana, del interés social, las instituciones nacionales, de las autoridades constituidas e por el núcleo familiar.	7
24	84	P7b El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que garantizar que, por un lado, ningún mensaje publicitario favorece o estimula cualquier especie de ofensa o discriminación racial, social, política, religiosa o de nacionalidad y, por otro lado, ningún mensaje publicitario contiene elementos que puedan inducir a actividades criminosas o ilegales (o que parezcan favorecer, enaltecer o estimular tales actividades).	7
24	85	P7c El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que garantizar que los mensajes publicitarios no contienen afirmaciones o presentaciones visuales o auditivas que ofendan a los patrones de decencia que prevalecen en los grupos objetivo a los cuales la publicidad quiere llegar.	7
24	86	P7d El poseedor del sitio <i>web</i> tiene que garantizar que los anuncios son realizados de forma a no abusar de la confianza del consumidor, no explorar su falta de experiencia o de conocimiento ni beneficiar de su credulidad. (...)	7
24	103	P8a El poseedor del sitio <i>web</i> no puede recabar informaciones personales de menores con menos de 13 años de edad, y en caso de verificar que, por lapsos, tiene informaciones personales de este tipo, esas informaciones deben ser eliminadas de los sistemas. Es por eso que el usuario debe ser animado a indicar su edad antes que le sea solicitada más alguna información personal por parte de un sitio <i>web</i> .	7
24	104	P8b El poseedor del sitio <i>web</i> debe proveer instrucciones claras relativamente a la solicitud de los datos personales, con explicaciones de fácil comprensión de lo(s) fin(es) para el (los) cual(es) la información es reunida. Y no deben ser solicitados más datos personales sobre el menor, además los necesarios para su participación en las actividades del sitio <i>web</i> .	7
24	105	P8c El poseedor del sitio <i>web</i> no debe utilizar o divulgar información personal identificable sobre menores, sin la previa autorización de uno los padres/tutor/profesor.	7
24	106	P8d El poseedor del sitio <i>web</i> debe utilizar instrucciones de aviso para animar los menores a obtener autorización de los padres/tutores, antes de proveer datos personales o de cualquier compromiso relativamente a la compra de bienes o servicios. Estos avisos deben ser presentados en los mismos locales donde es solicitada la información, y deben ser claros, de fácil visualización y comprensión.	7
24	107	P8e El poseedor del sitio <i>web</i> debe informar los padres/tutores de terceros de la recogida de datos. Los padres/tutores tienen el derecho a rechazar la divulgación de informaciones relativas a sus hijos y terceros.	7

D	O	Requisitos	IA
24	108	P8f El poseedor del sitio <i>web</i> debe animar los padres a se involucraren en las actividades en línea de sus hijos y, siempre que posible, deben proveer toda la información a los padres relativamente a la vigilancia de esas mismas actividades. Este proceso puede incluir el suministro de información sobre las herramientas actuales de software y tecnología.	7
24	109	P8g El poseedor del sitio <i>web</i> no debe animar los menores a acceder a los sitios destinados apenas a los adultos o a los sitios que puedan ser considerados como no apropiados.	7
24	110	P8h No deben ser utilizados incentivos especiales como ofertas de premios o juegos para animar los menores a proveer información personal detallada.	7
24	111	P8i Toda y cualquier comunicación comercial dirigida a los menores, debe ser seleccionada por el poseedor del sitio <i>web</i> , considerando la edad, el conocimiento y el nivel de madurez del respectivo público.	7
24	112	P8j El poseedor del sitio <i>web</i> debe tener en cuenta que los productos publicitarios destinados apenas a adultos no deberán ser difundidos junto de los menores.	7
24	113	P8k El poseedor del sitio <i>web</i> debe utilizar filtros para bloquear el acceso a páginas <i>web</i> que integren contenidos relativos a desnudez, violencia, drogas y alcohol.	7
24	114	P8l Deben aún ser adoptadas las medidas necesarias para garantizar la protección contra comunicaciones no solicitadas a través de correo electrónico que no sean del interés del menor.	7
24	115	P8m El poseedor del sitio <i>web</i> no debe hacer ofertas de crédito a los menores.	7
24	150	P11u El poseedor del sitio <i>web</i> debe tener algún cuidado en la colocación de enlaces que remeten el usuario/consumidor para otros sitios, y debe avisarlo de forma explícita.	7
25	36	R8 La empresa adoptará las siguientes medidas específicas con el fin de proteger a los menores: los mensajes publicitarios deberán diferenciarse claramente para poder ser identificados como tales por el segmento del público al que se dirigen (la edad deberá ser especialmente tenida en cuenta) y se separarán claramente de los juegos y concursos.	7
25	37	R8 La empresa adoptará las siguientes medidas específicas con el fin de proteger a los menores: la empresa no alentará a los menores para que éstos les proporcionen datos o informaciones de índole personal sobre ellos mismos o sobre otras personas. En ningún caso la comunicación de datos por parte de menores podrá ser "premiada" con regalos, con cualquier otro tipo de ventaja ni podrá ser condicionante para acceder a un servicio o a un juego.	7
25	38	R8 La empresa adoptará las siguientes medidas específicas con el fin de proteger a los menores: los datos que posea la empresa sobre menores de edad no podrán ser proporcionados a terceros, a excepción de sus padres o tutores.	7
25	39	R8 La empresa adoptará las siguientes medidas específicas con el fin de proteger a los menores: la empresa no incitará a los menores para que contraten productos o servicios a través de Internet y adoptará las medidas preventivas necesarias para evitarlo.	7
25	40	R8 La empresa adoptará las siguientes medidas específicas con el fin de proteger a los menores: la empresa alentará a los padres y tutores para que éstos controlen el uso de Internet por parte de los menores.	7
25	44	R10 Cuando la empresa establezca enlaces con otras páginas Web, deberá indicar claramente al consumidor que está abandonando su página Web.	7
37	45	¿Hay política de ética?	7
46	26	¿El sitio <i>web</i> es presentado como siendo apenas para adultos?	7
46	27	¿Hay información en el sitio <i>web</i> sobre los contenidos propios para adultos apenas?	7
46	28	¿Hay un apartado dedicado a los menores de edad?	7
46	29	¿Hay recogida de datos de los menores de edad?	7
46	30	¿El menor de edad es animado a informar sus padres antes de suministrar cualquier dato?	7
50	5	¿Hay normas de ética?	7