

Travieso Evans Arria Rengel & Paz

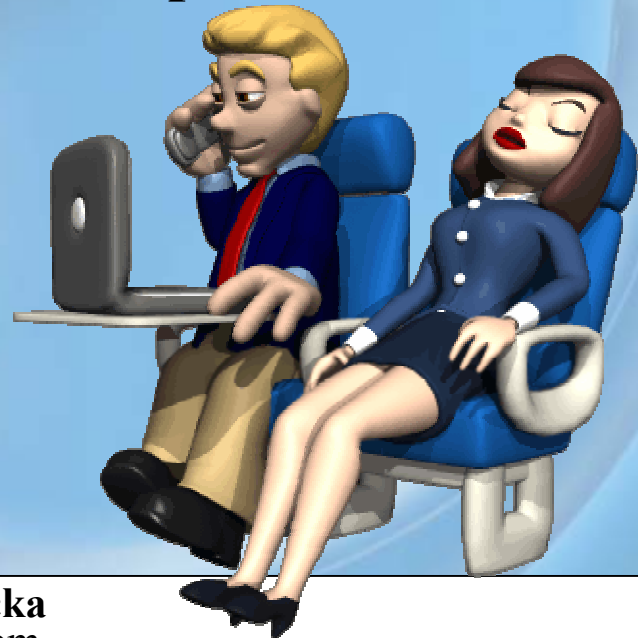


*El Comercio Electrónico y la
nueva Ley de Protección al
Consumidor y al Usuario*

Pedro Alberto Jedlicka
paj@traviesoevans.com

Ventajas del Desarrollo del Comercio Electrónico

- **Consumidores pueden adquirir productos y servicios en cuestión de minutos, en cualquier momento y por intermedio de distintos proveedores en el mundo.**
- **Proveedores pueden alcanzar consumidores con gran facilidad y velocidad en casi todo el planeta, a un costo atractivamente bajo.**
- **Globalización de los mercados**



Dificultades de este desarrollo

- **Los consumidores se preocupan por la existencia de normativas que los protejan legalmente en sus operaciones.**
- **Diversidad legislativa**
- **Falta de información de los consumidores y usuarios**
- **Jurisdicción y ley aplicable.**
Regulaciones imprevisibles para el consumidor



Uniformidad internacional – Protección al consumidor

- **Creación de grupos de consumidores que investigan la adopción de una protección uniforme en las operaciones.**
- **Reuniones gremiales que buscan establecer lineamientos generales en base a la opinión de grupos de consumidores, académicos, comerciantes, etc.**
- **Adopción interna de reformas legislativas que adopten estos lineamientos.**
- **Redacción de un convenio internacional que recoja estos principios de protección al consumidor.**



Uniformidad internacional – Protección al consumidor

- **En Junio de 1999, la Federal Trade Commission inició un taller, en el cual se analizaron varias de estas propuestas.**
- **En Diciembre de 1999, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) redactó unos lineamientos para la protección al consumidor en el contexto del comercio electrónico**
- **En su gran mayoría, la nueva Ley Venezolana de Protección al Consumidor y al Usuario, adoptó lineamientos muy similares a estos.**



La Ley de Protección al Consumidor y al Usuario



De la protección en el Comercio Electrónico ...

Noción de Comercio Electrónico:

- ➔ *Tradicional:* Cualquier forma de transacción o intercambio de información comercial basada en la transmisión de mensajes de datos sobre redes de comunicación o sistemas de información.
- ➔ *Ley de Protección al Consumidor y al Usuario:* Cualquier forma de negocio, transacciones comerciales o intercambio de información con fines comerciales, que sea ejecutada a través del uso de tecnologías de información y comunicación. *(se eliminó el término “información publicitaria”, contenido en proyecto inicial)*. (Art. 31 LPCU)



De la protección en el Comercio Electrónico ...

Definición de Comercio Electrónico:

➔ Cualquier forma de negocio, transacciones comerciales o intercambio de información con fines comerciales ...



➔ Ejecutada a través del uso de tecnologías de información y comunicación.

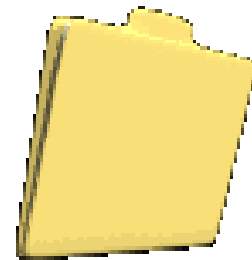


De la protección en el Comercio Electrónico ...

Tecnología de Información

(Ley Especial contra los Delitos Informáticos):

“Rama de la tecnología que se dedica al estudio, aplicación y procesamiento de datos, lo cual involucra la obtención, creación, almacenamiento, administración, modificación, manejo, movimiento, control, visualización, transmisión o recepción de información en forma automática, así como el desarrollo y uso del "hardware", "firmware", "software", cualesquiera de sus componentes y todos los procedimientos asociados con el procesamiento de datos”.



De la protección en el Comercio Electrónico ...

Tecnología de Comunicación:



De la protección en el Comercio Electrónico ...

Tecnologías de Comunicación:

(Ley Orgánica de Telecomunicaciones): Se entiende por telecomunicaciones toda transmisión, emisión o recepción de signos, señales, escritos, imágenes, sonidos o informaciones de cualquier naturaleza, por hilo, radioelectricidad, medios ópticos, u otros medios electromagnéticos afines, inventados o por inventarse.

De la protección en el Comercio Electrónico ...

Tecnologías de Comunicación:



Sistemas de telefonía celular

Sistemas de telefonía fija

Sistemas de radiodifusión sonora y televisión abierta
(Ley Orgánica de Telecomunicaciones)

Sistemas de televisión por cable

Otros

De la protección en el Comercio Electrónico ...

A fin de evitar confusiones, otras legislaciones han excluido expresamente aquellos servicios que no deben incluirse en la noción de comercio electrónico:

Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (España) – Anexo – Definiciones:



“Servicios de la sociedad de la información: todo servicio prestado normalmente a título oneroso, a distancia, por vía electrónica y a petición individual del destinatario.

El concepto de servicio de la sociedad de la información comprende también los servicios no remunerados por sus destinatarios, en la medida en que constituyan una actividad económica para el prestador de servicio (...)

De la protección en el Comercio Electrónico ...

Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (España) – Anexo –



Definiciones:

“... No tendrán la consideración de servicios de la sociedad de la información los que no reúnan las características señaladas en el primer párrafo de este apartado y, en particular, los siguientes:

- 1.- Los servicios prestados por medio de telefonía vocal, fax o télex.*
- 2.- El intercambio de información por medio de correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente para fines ajenos a la actividad económica de quienes lo utilizan.*
- 3.- Los servicios de radiodifusión televisiva (incluidos los servicios de cuasivídeo a la carta) ...*
- 4.- Los servicios de radiodifusión sonora, y*
- 5.- El teletexto televisivo y otros servicios equivalentes como las guías electrónicas de programas ofrecidas a través de las plataformas televisivas...”*

De la protección en el Comercio Electrónico ...

Es pertinente clarificar el alcance de la definición de Comercio Electrónico contenida en la LPCU, a efectos de evitar extender el alcance de esta normativa a los servicios de comunicación antes mencionados.

Sugerimos que ello sea motivo de revisión durante la redacción del reglamento de dicha Ley.



De la protección en el Comercio Electrónico ...

Regulación limitada al Comercio Electrónico B to C (Business to Consumer).

En cualquier caso, el alcance de la regulación del Comercio Electrónico en la LPCU, es aplicable únicamente a las operaciones de este tipo entre proveedor y consumidor o usuario, y no en transacciones de proveedor a proveedor. (Art. 31)



De la protección en el Comercio Electrónico ...

Deberes del proveedor:

- En caso de inexistencia de norma expresa sobre comercio electrónico, el proveedor debe cumplir con todas las normas y procedimientos previstos en la LPCU. (Art. 43)
- Prestar atención a los intereses del consumidor o usuario y actuar de acuerdo con prácticas equitativas de comercio y la publicidad. (Art. 32)
- No deben hacer declaraciones, incurrir en omisiones o comprometerse en prácticas que resulten falsas, engañosas, fraudulentas y discriminatorias. (Art. 32) *** (Cap. II Lineamientos OCDE). Infracción: Podría implicar el delito establecido en el art. 131 LPCU. Prisión 1 a 4 años – Multa 30 a 3000 UT.*
- Los proveedores que difundan información acerca de ellos mismos o de los bienes y servicios que proveen, deberán presentar la información de manera clara, precisa y accesible (Art. 33). *** (Cap. II Lineamientos OCDE). Infracción = Multa 10 a 1000 UT.*

De la protección en el Comercio Electrónico ...

Deberes del proveedor:

- Deben desarrollar e implantar procedimientos fáciles y efectivos que permitan al consumidor o usuario escoger entre recibir o no mensajes comerciales electrónicos no solicitados. (Art. 34)

⇒ Anti - Spam ←



- Cuando un consumidor o usuario haya indicado que no quiere recibir mensajes comerciales electrónicos no solicitados tal decisión debe ser respetada (Art. 34). *** (Cap. II. Lineamientos OCDE).*
Infracción = Multa 10 a 1000 UT.

¿Cómo puede el consumidor manifestar dicha intención?



En principio, siguiendo los procedimientos fáciles y efectivos establecidos por el proveedor.

De la protección en el Comercio Electrónico ...

Deberes del proveedor:

- Deben adoptar especial cuidado en la publicidad dirigida a los niños, ancianos, enfermos de gravedad y otras personas que no estén en capacidad de entender plenamente la información que se les esté presentando. (Art. 35). *** Cap. II. Lineamientos OCDE. Infracción = No hay sanción expresa en la LPCU.*
- Cuando publicite su pertenencia a algún esquema relevante de autorregulación, asociación de empresarios, organismo de solución de controversias o algún órgano de certificación, deberá suministrar información adecuada y suficiente para hacer contacto con ellos, y un procedimiento sencillo para verificar esa membresía. *** Cap. III. Lineamientos OCDE (Información en línea sobre la empresa). Infracción = No hay sanción expresa en la LPCU.*



De la protección en el Comercio Electrónico ...

Deberes del proveedor:



PRIVACIDAD Y CONFIDENCIALIDAD.

- El proveedor deberá “garantizarse” la utilización de medios necesarios que permitan la privacidad de los consumidores o usuarios que hagan uso de los bienes o servicios ofertados por cualquier medio electrónico, así como la privacidad de las transacciones realizadas. (Art. 37)
- La información suministrada por el consumidor no puede ser inteligible para terceros no autorizados que tengan acceso a ella voluntaria o accidentalmente. (Art. 37)
- Los proveedores podrán utilizar cualquier vía para garantizar la privacidad y confidencialidad de las relaciones, la cual deberá encontrarse ampliamente a la disposición de los consumidores o usuarios. (Art. 37) ** *No está en los lineamientos OCDE. Infracción = 10 a 1000 UT.*

De la protección en el Comercio Electrónico ...

Deberes del proveedor:



PRIVACIDAD Y CONFIDENCIALIDAD.

- Art. 48 – Constitución Nacional:



“Se garantiza el secreto e inviolabilidad de las comunicaciones en todas sus formas. No podrán ser interferidas sino por orden de un tribunal competente, con el cumplimiento de las disposiciones legales y preservándose el secreto de lo privado que no guarde relación con el correspondiente proceso”.

- Art. 5° – Ley sobre Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas:



“Los Mensajes de Datos estarán sometidos a las disposiciones constitucionales y legales que garantizan los derechos a la privacidad de las comunicaciones y de acceso a la información personal”.

De la protección en el Comercio Electrónico ...

Deberes del proveedor:

PRIVACIDAD Y CONFIDENCIALIDAD.



- Es dudoso el alcance de la garantía que exige el legislador respecto a la privacidad y confidencialidad de la información suministrada por el consumidor.

Consideramos que el proveedor debería cumplir con dicho requisito, si ha adoptado razonablemente la tecnología existente para prevenir el acceso no autorizado a dicha información.

Es la interpretación que se ha contemplado en textos de derecho comparado, tales como la E-sign Act (Electronic Signatures in Global and National Commerce Act) de los Estados Unidos.



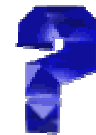
De la protección en el Comercio Electrónico ...

Deberes del proveedor:

- Establecer mecanismos que permitan que el consumidor, antes de efectuar alguna compra, sea capaz de determinar con precisión los bienes o servicios que desea adquirir, identificar y corregir cualquier error en la orden de compra, cancelar la transacción antes de concluir la compra, o bien expresar su consentimiento, así como conservar un registro de la transacción. (Art. 39) ** (*Cap. IV. Lineamientos de la OCDE*).



- No se exige, sin embargo, información relativa a la transacción. Esto es, respecto a los términos, condiciones y costos asociados con la operación.



De la protección en el Comercio Electrónico ...

Deberes del proveedor:



MECANISMOS DE PAGO

- Establecer mecanismos fáciles y seguros de pago, así como información acerca de:
 - a.- El nivel de seguridad de los mecanismos de pago.
 - b.- Las limitaciones al riesgo originado por el uso de sistemas de pago no autorizados o fraudulentos.
 - c.- Medidas de reembolso o corresponsabilidad entre el proveedor y el emisor de tarjetas de crédito. (Art. 40) ** (Cap. V. *Lineamientos de la OCDE*).





Contratos de Adhesión

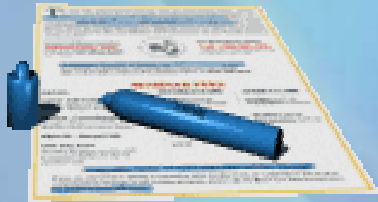
De la protección contractual

- **Del contrato de Adhesión (LPCU):**

Definición (Art. 81): Se entenderá como contrato de adhesión, a los efectos de esta Ley, aquel cuyas cláusulas han sido aprobadas por la autoridad competente o establecidas unilateralmente por el proveedor de bienes o servicios, sin que el consumidor pueda discutir o modificar substancialmente su contenido al momento de contratar.

(Art. 82): Todo contrato de adhesión deberá encontrarse a la disponibilidad del público, bien de manera impresa o a través de la utilización de medios electrónicos, con caracteres legibles a simple vista y en idioma castellano.

.. De todo contrato celebrado entre proveedores y consumidores deberá darse copia impresa o electrónica a las partes para su lectura o información con anticipación a la fecha prevista para su otorgamiento.



De la protección contractual

- **Ley sobre Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas**

(Art. 8°): ... Cuando la ley requiera que ciertos actos o negocios jurídicos consten por escrito y su soporte deba permanecer accesible, conservado o archivado por un período determinado o de forma permanente, esos requisitos quedarán satisfechos mediante la conservación de los Mensajes de Datos, siempre que se cumplan las siguientes condiciones:

- Que la información que contengan pueda ser consultada posteriormente.
- Que conserven el formato en que se generó, archivó o recibió o en algún formato que sea demostrable que reproduce con exactitud la información generada o recibida.
- Que se conserve todo dato que permita determinar el origen y el destino del Mensaje de Datos, la fecha y la hora en que fue enviado o recibido.
- El proveedor puede recurrir a un tercero para que le preste los servicios requeridos para cumplir con este artículo.

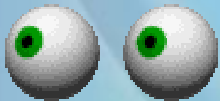


De la protección contractual

- **Del contrato de Adhesión (LPCU):**



(Art. 84): El consumidor o usuario tendrá derecho a retractarse siempre dentro de un plazo de siete días contados desde la firma del contrato o desde la recepción del producto o servicio, por justa causa y si no hubiere hecho uso del bien o servicio, especialmente cuando el contrato se hubiere celebrado fuera del establecimiento comercial, especialmente si ha sido celebrado por teléfono o cualquier otro medio electrónico, o en el domicilio del consumidor.



Aplica únicamente a los contratos por adhesión

De la protección contractual

- **Del contrato de Adhesión (LPCU):**



(Art. 87): Se considerarán nulas de pleno derecho las cláusulas o estipulaciones establecidas en el contrato de adhesión que:

- ... 9. Establezcan como domicilio especial para la resolución de controversias y reclamaciones por vía administrativa o judicial un domicilio distinto a la localidad donde se celebró el contrato, o el consumidor o usuario tenga establecida su residencia ...



Aplica únicamente a los contratos por adhesión

Travieso Evans Arria Rengel & Paz



*El Comercio Electrónico y la
nueva Ley de Protección al
Consumidor y al Usuario*

Pedro Alberto Jedlicka
paj@traviesoevans.com