

Organización para la Cooperación y Desarrollo económico

Traducción de la Recomendación del Consejo de la OCDE relativa a las Directrices sobre la protección al consumidor en el contexto del comercio electrónico.

(Organización para la Cooperación y Desarrollo económico)

Las leyes, políticas y prácticas relativas al consumidor limitan las conductas comerciales fraudulentas, engañosas y desleales. La protección que otorgan es indispensable para crear confianza en el consumidor y establecer una relación más equilibrada entre las empresas y los consumidores en las transacciones comerciales.

La inherente naturaleza internacional de las redes digitales y de las tecnologías de la información que integran el mercado electrónico, requieren una atención global en las políticas de protección del consumidor que posibilite, para el comercio electrónico, un marco legal y autorregulatorio transparente y predecible. El carácter global de las redes es un reto para la capacidad de cada país o jurisdicción, en el tratamiento adecuado de las cuestiones relacionadas con la protección al consumidor en el comercio electrónico. Las políticas nacionales dispares pueden obstaculizar el crecimiento del comercio electrónico y, desde este punto de vista, la protección al consumidor debe tratarse de la manera más eficaz por medio de la consulta y la cooperación internacional. Los gobiernos de los Estados miembros de la OCDE han reconocido que los planteamientos coordinados a nivel internacional son necesarios para el intercambio de información y el establecimiento de un entendimiento general sobre la forma de abordar estos temas.

Los gobiernos se enfrentan al reto de impulsar el desarrollo social y el crecimiento económico basado en las tecnologías emergentes de las comunicaciones y de proporcionar a sus ciudadanos una protección eficaz y transparente en el contexto del comercio electrónico. Existe una variedad de leyes relativas a la protección al consumidor que regulan las prácticas de la actividad económica. Muchos países miembros de la OCDE han comenzado a examinar las leyes y las normas vigentes de protección al consumidor para determinar si es necesario, o no, efectuar cambios para adaptarlas a los aspectos específicos del comercio electrónico. Los países miembros están valorando el modo en el que los esfuerzos autorreguladores puedan proporcionar, en este contexto, una protección eficaz y justa a los consumidores. La consecución de estos objetivos exige la colaboración y el apoyo de toda la sociedad civil; y que todas estas iniciativas se realicen como parte de un esfuerzo global de cooperación entre los gobiernos, las empresas, los consumidores y sus representantes.

En Abril de 1998, el Comité de la OCDE sobre Política de Consumo, inició el desarrollo de una serie de directrices generales con el fin de proteger a los consumidores que participan del comercio electrónico, sin poner barreras al comercio. Estas directrices son una recomendación para los gobiernos, las empresas, los consumidores y sus representantes sobre las características esenciales de una protección al consumidor eficaz en el comercio electrónico. Sin embargo, nada de lo recogido en las presentes directrices impedirá a alguna de las partes que se exceda de estas directrices ni a los países miembros que conserven o adopten disposiciones más estrictas para

proteger a los consumidores que comercian a través de la red. En particular, el objetivo de las directrices es el de proporcionar tanto un contexto como una serie de principios que ayuden:

- a los gobiernos a revisar, formular y poner en práctica políticas legislativas y de autorregulación, y de su aplicación, si fuese necesario, para lograr una protección eficaz del consumidor en el comercio electrónico;
- a las asociaciones empresariales y de consumidores, y a los organismos de autorregulación, proporcionándoles una orientación respecto a los elementos esenciales que deben considerar al revisar, formular y poner en práctica sistemas de autorregulación en el comercio electrónico; y
- de forma individual a las empresas y a los consumidores involucrados en el comercio electrónico, proporcionándoles una orientación clara sobre las características principales de la información que se difunda por este medio y sobre las prácticas leales que las empresas deben ofrecer y que los consumidores tienen derecho a recibir en el comercio electrónico.

A la vista de lo anterior, el Consejo,

Teniendo en cuenta el Artículo 5 b) de la Convención sobre la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos del 14 de Diciembre de 1960;

Teniendo en cuenta la Declaración Ministerial de 8-9 de Octubre de 1998 [C (98)177 (Anexo 1)]; relativa a la Protección al Consumidor en el Comercio Electrónico.

Teniendo en cuenta la Recomendación del Consejo de 23 de Septiembre de 1980 [C (80)58(Final)], relativa a las Directrices que regulan la Protección de la Privacidad y el flujo transfronterizo de los Datos Personales y la Declaración Ministerial de 8-9 de Octubre de 1998 [C (98)177(Anexo 1)] relativa a la Protección de la Privacidad en las Redes Globales;

Teniendo en cuenta la Declaración Ministerial de 8-9 de Octubre de 1998 [(C98)177(Anexo 3)] relativa a la Autenticación en el Comercio Electrónico;

Teniendo en cuenta la Recomendación del Consejo de 26-27 de Noviembre de 1992 [C (92)188/FINAL)], relativa a las directrices para la Seguridad de los Sistemas de Información y la Recomendación de la OCDE de 27 de Marzo de 1977 [C (97)62/FINAL] relativa a las Directrices sobre Política Criptográfica;

Considerando que el comercio electrónico podría ofrecer a los consumidores importantes y nuevas ventajas entre las que se cuentan la comodidad, el acceso a una amplia gama de productos y servicios y la posibilidad de conseguir y comparar información sobre esos productos y servicios;

Considerando que algunas de las características especiales del comercio electrónico, tales como la facilidad y la velocidad en la comunicación entre empresas y consumidores para la venta de productos y servicios, así como para realizar transacciones internacionales, podrían dar lugar a situaciones comerciales desconocidas que pueden poner en peligro los intereses de los consumidores; por lo cual, es cada vez más importante que los consumidores y las empresas se informen y conozcan sus derechos y obligaciones en el mercado electrónico;

Considerando que las normas relativas a la legislación y jurisdicción vigentes en el ámbito de la protección del consumidor pueden afectar a un gran número de asuntos relacionados con el comercio electrónico; del mismo modo, las normas relativas a la legislación y jurisdicción vigentes en otros ámbitos que pueden tener implicaciones en la protección al consumidor;

Considerando que la confianza del consumidor en el comercio electrónico aumenta con el desarrollo continuado de mecanismos transparentes y eficaces de protección al consumidor que limitan las conductas comerciales en la red fraudulentas, engañosas o desleales;

Teniendo en cuenta que el comercio electrónico debe estar abierto a todos los consumidores y que, por ello, todos han de tener acceso al mismo; y

Considerando que los gobiernos, las empresas, los consumidores y sus representantes deben dedicar especial atención al desarrollo de sistemas internacionales eficaces de defensa de los derechos del consumidor.

RECOMIENDA QUE LOS PAISES MIEMBROS:

Adopten las medidas necesarias para la puesta en práctica de las Directrices que se incluyen en el anexo adjunto a esta Recomendación;

Difundan ampliamente las Directrices a todos los Departamentos ministeriales y organismos gubernamentales relevantes, a los sectores empresariales involucrados en el comercio electrónico, a los representantes de los consumidores, a los medios de comunicación, a las instituciones educativas y a otros grupos de interés público;

Exhorten a las empresas, a los consumidores y a sus representantes, para que desempeñen un papel activo en la promoción y puesta en práctica de las Directrices a nivel internacional, nacional y local;

Exhorten a los gobiernos, a las empresas, a los consumidores y sus representantes, a considerar las recomendaciones de los estudios que se están llevando a cabo sobre las normas relativas a la legislación y jurisdicción aplicables.

Inviten a los países no miembros a tener en cuenta los términos de esta recomendación a la hora de revisar sus políticas, iniciativas y regulaciones en materia de protección al consumidor;

Consulten, cooperen y faciliten el intercambio de información entre sí y con los países no miembros de la OCDE, las empresas, los consumidores y sus representantes, tanto a nivel nacional como internacional, proporcionando una protección eficaz al consumidor en el ámbito del comercio electrónico acorde con las Directrices;

Implanten las Directrices de modo que se fomente el desarrollo de nuevos modelos empresariales y de aplicaciones tecnológicas, que favorezcan a los consumidores; y alienten a los consumidores a beneficiarse de todas las herramientas disponibles que refuercen su posición como compradores; y

PIDE al Comité sobre Política del Consumidor que intercambie información relativa al progreso y experiencias respecto a la implantación de esta Recomendación, que analice esa información e informe al Consejo en 2002 o antes y, si se considerase oportuno, con posterioridad a dicha fecha.

ANEXO

DIRECTRICES

PRIMERA PARTE

AMBITO DE APLICACIÓN

Estas Directrices se aplican solamente al comercio electrónico entre empresarios y consumidores.

SEGUNDA PARTE

PRINCIPIOS GENERALES

I- PROTECCION TRANSPARENTE Y EFECTIVA

Los consumidores que participan en el comercio electrónico deben gozar de una protección transparente y eficaz, que no debe ser inferior al nivel de protección conseguido en otras formas de comercio.

Los gobiernos, las empresas, los consumidores y sus representantes, deben trabajar conjuntamente para la consecución de ese grado de protección y determinar los cambios que pudieran ser necesarios para abordar las características especiales del comercio electrónico.

II- LEALTAD EN LAS PRÁCTICAS COMERCIALES, PUBLICITARIAS Y DE PROMOCIÓN DE VENTAS.

Las empresas involucradas en el comercio electrónico deben prestar una atención adecuada a los intereses de los consumidores y actuar de acuerdo a la buena fe y lealtad en las prácticas comerciales, publicitarias y de promoción de ventas.

Las empresas no deben efectuar ninguna declaración, incurrir en alguna omisión, ni involucrarse en ningún tipo de práctica que pueda ser falsa, engañosa, fraudulenta o desleal.

Las empresas dedicadas a la venta y promoción de productos o servicios ofrecidos a los consumidores, no deben realizar prácticas que pudiesen suponer un riesgo de causar un daño irrazonable a los consumidores.

Siempre que las empresas faciliten a los consumidores información sobre ellas mismas o sobre los productos o servicios que proporcionan, deberán presentar esa información de manera clara, visible, precisa y fácilmente accesible.

Las empresas deben cumplir con las declaraciones que efectúen sobre sus prácticas mercantiles relacionadas con las transacciones con consumidores.

Las empresas deben tener en cuenta la naturaleza global del comercio electrónico y, en la medida que sea posible, hacer frente a las distintas características de las regulaciones de los mercados a los que dirigen su actividad.

Las empresas no deben aprovecharse de las características especiales del comercio electrónico, ocultando su verdadera identidad o localización geográfica para evitar el cumplimiento de las normas de protección al consumidor o los mecanismos de aplicación de dichas normas.

Las empresas no deben utilizar términos contractuales que sean desleales.

La publicidad y promoción de ventas deben ser identificadas claramente como tales.

La publicidad y la promoción de ventas deben identificar la empresa en cuyo nombre se realizan, siempre que su ausencia pueda ser considerada engañosa.

Las empresas deben poder demostrar las alegaciones expresas o implícitas, que realicen, durante el periodo de tiempo en que éstas se mantengan y durante un tiempo razonable con posterioridad.

Las empresas deben desarrollar y poner en marcha procedimientos eficaces y fáciles de utilizar, que permitan a los consumidores elegir si desean o no recibir mensajes comerciales de correo electrónico no solicitados.

Una vez que los consumidores han indicado que no quieren recibir mensajes comerciales de correo electrónico no solicitados, tal elección debe respetarse.

En algunos países, el correo electrónico comercial no solicitado está sujeto a requisitos legales específicos o autorreguladores.

Las empresas deben poner especial cuidado en la publicidad y la promoción de ventas que se dirige a los niños, a las personas mayores, a los enfermos graves y a otros grupos de la población que carezcan de la capacidad para comprender adecuadamente la información que se les proporciona.

III- INFORMACIÓN EN LÍNEA

A. INFORMACION SOBRE LA EMPRESA

Las empresas involucradas en el comercio electrónico con los consumidores, deben proporcionar una información precisa, clara y de fácil acceso sobre ellas mismas que permita, como mínimo:

- La identificación de la empresa - incluyendo su nombre legal o el nombre bajo el que realiza la actividad comercial, la dirección geográfica principal de la empresa, la dirección del correo electrónico u otros medios electrónicos de contacto, o el número de teléfono; y, cuando sea posible, los datos de su inscripción en el registro mercantil, incluso domicilio de éste, y de cualquier otro registro oficial pertinente.
- Una comunicación rápida, fácil y eficaz con la empresa;
- Unos mecanismos de resolución de litigios apropiados y efectivos;
- La atención para procedimientos legales; y
- La localización de la empresa y sus directivos, a efectos de posibilitar la actuación de las autoridades competentes.

Cuando una empresa da a conocer que pertenece a algún sistema de autorregulación, asociación de empresas, organismo de resolución de conflictos u organismo de certificación, debe proporcionar a los consumidores una vía fácil de verificación de su pertenencia a esos sistemas u organismos, así como la información adecuada para que los consumidores puedan contactar con ellos y acceder a sus códigos y prácticas.

A.INFORMACION RELATIVA A LOS PRODUCTOS O SERVICIOS

Las empresas involucradas en el comercio electrónico con los consumidores deben proporcionar información precisa y de fácil acceso sobre los productos o servicios ofrecidos, que ha de permitir que los consumidores tomen una decisión informada para contratar, y de modo que los consumidores puedan conservar un registro adecuado de tal información.

C.INFORMACION RELATIVA A LA TRANSACCIÓN

Las empresas involucradas en el comercio electrónico con consumidores deben proporcionar información suficiente respecto a los plazos, condiciones y costes relacionados con las transacciones comerciales con el fin de permitir que los consumidores adopten una decisión informada para contratar.

Dicha información ha de ser clara, precisa, de fácil acceso y proporcionada de modo que los consumidores puedan analizarla adecuadamente antes de contratar.

En los casos en que las empresas faciliten la contratación en más de un idioma deben poner a disposición de los consumidores toda la información necesaria en esas lenguas para que puedan tomar una decisión informada sobre la transacción.

Las empresas deben proporcionar a los consumidores un texto claro y completo sobre los términos y las condiciones relevantes de la transacción de modo que los consumidores puedan acceder y conservar un registro adecuado de la misma.

Cuando sea aplicable y apropiado según sea la transacción, la información sobre la misma debe incluir lo siguiente:

- Un desglose de los costes totales cobrados y/o impuestos por la empresa
- Una información sobre la existencia de otros costes aplicados habitualmente al consumidor y que no cobrados y/o impuestos por la empresa;
- Los plazos de entrega o prestación del servicio;
- Los términos, condiciones y formas de pago;
- Las restricciones, limitaciones o condiciones de compra, tales como los requisitos de aprobación de los padres/tutores, restricciones geográficas o temporales;
- Las instrucciones para el uso adecuado del producto en las que se incluyan las advertencias relativas a la seguridad y salud;
- La información relativa a los servicios post-venta disponibles;
- La información sobre las condiciones de la resolución, terminación, devolución, intercambio, cancelación y/o información sobre la política de reembolso;
- Las garantías disponibles.
- La información sobre los costes debe contener una indicación sobre el tipo de moneda aplicable.

IV- PROCEDIMIENTO DE CONFIRMACIÓN

Con el fin de evitar ambigüedades en el momento de la compra, el consumidor, antes de que ésta se formalice, debe poder identificar con precisión los productos o servicios que desea adquirir; identificar y corregir algunos errores o modificar el pedido; expresar un consentimiento formado y deliberado de la compra que va a efectuar; y conservar un registro completo y preciso de la negociación.

El consumidor debe tener derecho a cancelar la negociación antes de formalizar la compra.

V- PAGO

Se debe proporcionar a los consumidores mecanismos de pagos seguros, fáciles de utilizar, así como una información sobre el nivel de seguridad que ofrecen tales mecanismos.

Las delimitaciones de la responsabilidad en los casos de uso no autorizado o fraudulento de los sistemas de pago y los mecanismos de reembolso en las tarjetas de crédito ofrecen herramientas poderosas para incrementar la confianza del consumidor, por lo que debe alentarse su desarrollo y utilización en el comercio electrónico.

VI- RESOLUCION DE CONTROVERSIAS Y COMPENSACIÓN

A.LEGISLACIÓN Y JURISDICCION APLICABLES

Las transacciones transfronterizas entre empresas y consumidores, ya se desarrollen electrónicamente o de otra forma, están sujetas al marco legal vigente sobre la legislación y jurisdicción aplicables

El comercio electrónico plantea desafíos a los sistemas legales vigentes. Por lo tanto, debe considerarse si el marco legal vigente sobre la legislación y la jurisdicción aplicables debe ser modificado o aplicado de forma diferente con el fin de asegurar una eficaz y transparente protección al consumidor en el contexto del continuo crecimiento del comercio electrónico.

Al considerar si es necesario modificar el marco legal vigente, los gobiernos deben asegurar que este marco sea justo para los consumidores y empresas; facilite el comercio electrónico; permita a los consumidores disfrutar de un nivel de protección que no sea inferior al proporcionado en otras formas de comercio y les proporcione un acceso oportuno a los resolución de disputas y resarcimiento sin coste o carga indebidos.

A.RESOLUCION DE CONFLICTOS Y MECANISMOS DE COMPENSACIÓN ALTERNATIVOS

Se debe proporcionar a los consumidores un acceso oportuno a los mecanismos de resolución de conflictos y de compensación sin coste o cargas indebidos.

Las empresas, las asociaciones de consumidores y los gobiernos deben trabajar conjuntamente para que se continúen utilizando y desarrollando sistemas de autorregulación justos, eficaces y transparentes, así como otros sistemas y procedimientos, incluyendo mecanismos alternativos de resolución de conflictos con el fin de resolver las reclamaciones y las controversias de los consumidores en el comercio electrónico, prestando especial atención a las transacciones transfronterizas.

- Las empresas y las asociaciones de consumidores deben continuar estableciendo mecanismos internos justos, eficaces y transparentes que hagan frente a las reclamaciones y las dificultades de los consumidores, mediante soluciones justas, adecuadas y sin coste ni cargas indebidas. Se debe alentar a los consumidores para que se aprovechen de las ventajas de tales mecanismos.
- Las empresas y las asociaciones de consumidores deben seguir cooperando para el establecimiento de programas de autorregulación para estudiar las reclamaciones de los consumidores y de ayudarles a resolver las controversias que surjan en el contexto del comercio electrónico.
- Las empresas, las asociaciones de consumidores y los gobiernos deben trabajar conjuntamente para posibilitar a los consumidores la elección de mecanismos alternativos de resolución de conflictos que proporcionen una solución efectiva, justa, y adecuada y sin costes o cargas indebidos.
- En la puesta en práctica de todo lo anterior, las empresas, las asociaciones de consumidores y los gobiernos deben utilizar tecnologías de la información de un modo innovador para aumentar el conocimiento y la libertad de elección del consumidor.

Finalmente, se requiere realizar posteriores estudios para comprobar si se cumplen los requisitos de la Sección VI a nivel internacional.

VII- PRIVACIDAD

Con el fin de proporcionar a los consumidores una protección adecuada y eficaz, el comercio electrónico entre consumidores y empresarios debe realizarse conforme a los principios expuestos en las directrices de la OCDE que rigen la Protección de la Privacidad y el Intercambio de Datos Personales (1980) y teniendo en cuenta la Declaración Ministerial de la OCDE relativa a la Protección de la Privacidad en las Redes Globales (1998).

VIII- EDUCACION Y CONCIENCIACIÓN

Los gobiernos y las asociaciones de empresas y consumidores deben trabajar conjuntamente para educar a los consumidores en materia de comercio electrónico, para posibilitar que los consumidores que participan en el comercio electrónico tomen decisiones informadas e incrementar el conocimiento de las empresas y de los consumidores sobre el marco jurídico vigente en materia de protección del consumidor que se aplica a sus actividades en la red.

Los gobiernos, las empresas, los medios de comunicación, las instituciones educativas y las asociaciones de consumidores deben hacer uso de todos los medios efectivos para instruir a los consumidores y a los empresarios, incluso mediante el uso de las técnicas innovadoras que las redes globales hacen posible.

Los gobiernos, las asociaciones de consumidores y las empresas deben trabajar conjuntamente para que, de una forma comprensible y de fácil acceso, se proporcione a los consumidores y a las empresas toda la información relativa a la legislación en materia de protección al consumidor.

TERCERA PARTE

IMPLANTACIÓN

Para lograr el objetivo de esta Recomendación, los países Miembros deben, a nivel nacional e internacional, y en cooperación con las empresas, los consumidores y sus representantes:

- a. revisar y, si fuese necesario, promover prácticas autorreguladoras y/o adoptar y modificar la legislación y prácticas para hacer que esa legislación y prácticas sean aplicables al comercio electrónico, teniendo en cuenta el principio de neutralidad de la tecnología y de los medios de comunicación;
- b. alentar el liderazgo continuado del sector privado, incluyendo la participación de las asociaciones de consumidores, en el desarrollo de mecanismos autorreguladores efectivos que contengan normas sustantivas y específicas aplicables a los mecanismos de resolución de controversias y de atención de reclamaciones;
- c. fomentar el liderazgo continuado del sector privado en el desarrollo de la tecnología como herramienta para proteger y fortalecer a los consumidores;
- d. promover la existencia, el propósito y los contenidos de las Directrices tan ampliamente como sea posible y fomentar su uso; y
- e. facilitar a los consumidores la posibilidad de acceder tanto a la educación, información y asesoramiento, así como para formular reclamaciones relacionadas con el comercio electrónico.

CUARTA PARTE

COOPERACION GLOBAL

Con el fin de proporcionar una protección eficaz al consumidor en ámbito del comercio electrónico global, los países Miembros deben:

Facilitar la comunicación, la cooperación y, cuando fuera posible, el desarrollo y la aplicación de iniciativas conjuntas a nivel internacional entre las empresas, las asociaciones de consumidores y los gobiernos.

Cuando sea apropiado, cooperar a nivel internacional a través de autoridades judiciales, legislativas y administrativas, mediante el intercambio de información, la coordinación, la comunicación y las acciones conjuntas para combatir las conductas comerciales transfronterizas fraudulentas, engañosas y desleales.

Hacer uso de las redes internacionales existentes y celebrar acuerdos bilaterales y/o multilaterales u otros acuerdos, cuando sea necesario y adecuado, para hacer posible tal cooperación.

Trabajar para obtener el consenso, tanto a nivel nacional como internacional, sobre los ámbitos fundamentales de protección del consumidor, con el propósito de incrementar la confianza del consumidor, asegurar un marco predecible para las empresas y proteger a los consumidores

Cooperar y trabajar para el desarrollo de convenios u otro tipo de acuerdos para el reconocimiento mutuo y la ejecución de sentencias recaídas en litigios entre empresarios y consumidores y de sentencias recaídas en el ejercicio de acciones para combatir las conductas comerciales fraudulentas, engañosas o desleales.