

15 June, 1999

Original: English

Respuestas de Estados Unidos al cuestionario sobre

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

TEMA

Internet y el crecimiento del comercio electrónico han aumentado enormemente el acceso a información de toda índole. Estados Unidos es partidario del flujo más amplio posible de información y contenido a través de Internet, pero al mismo tiempo reconoce las preocupaciones de los consumidores ante las comunicaciones comerciales de negocios que podrían no ser confiables. Además, los consumidores de Internet deben tener la confianza de que los bienes y servicios que se ofrecen en línea están adecuadamente representados, que obtendrán lo que han requerido y por lo que han pagado y que existirá la posibilidad de revertir la orden si ninguna de estas dos cosas ocurre.

ANTECEDENTES

El 30 noviembre 1998, el Presidente Clinton giró instrucciones al Secretario de Comercio para que, previas consultas con la Comisión Federal de Comercio y otros organismos del gobierno central, promoviera la confianza del consumidor en el comercio electrónico mediante la conducción de esfuerzos dirigidos a garantizar una efectiva protección al consumidor en sus transacciones en línea. El Presidente también encomendó al Departamento que trabajara con el Representante de Comercio de Estados Unidos para ayudar a evitar la creación de obstáculos al comercio exterior al tiempo que se protegen los intereses de los consumidores.

Estados Unidos está comprometido a hacer cumplir las leyes vigentes de protección al consumidor en el ambiente en línea y a ajustar aquellas partes de dichas leyes que así lo requieran para dar cabida a las características únicas del ambiente en línea. Buscamos la cooperación de la industria y los defensores de los consumidores para crear mayor conciencia entre éstos, concebir mecanismos fáciles de utilizar para atender las demandas de los consumidores a nivel mundial y trabajar conjuntamente para lograr una protección eficaz de los consumidores en el ciberespacio .

Esfuerzos nacionales

La Comisión Federal de Comercio (FTC) ha tomado la ofensiva en contra de las prácticas confusas y engañosas en línea. La estrategia de este organismo consiste en emprender acciones de aplicación de la ley en los casos que así lo ameriten, realizar campañas de educación de consumidores y negocios y aclarar la aplicación de los reglamentos vigentes a la conducta en línea. En su mayor parte, las autoridades a cargo del cumplimiento de la ley y la FTC han determinado que ésta cuenta con suficiente autoridad legal para

15 June, 1999

Original: English

investigar y entablar juicio contra los acusados de llevar a cabo prácticas ilegales en línea. Las cuestiones legales internacionales que tienen que ver con la protección del consumidor están adquiriendo una importancia cada vez mayor, a medida que el contenido de la Red se torna cada vez más internacional. La Comisión Federal de Comercio llevó a cabo un taller público los días 8 y 9 junio 1999 relativo a las perspectivas estadounidenses sobre la protección al consumidor en el mercado internacional. Este taller constituyó un foro para que un amplio espectro de partes interesadas abordaran temas relacionados con el papel de la protección al consumidor en el comercio electrónico internacional.

El Departamento de Comercio también está trabajando con el sector privado para llevar adelante campañas de concientización de los consumidores y fomentar los esfuerzos de la industria por ayudar a éstos a resolver reclamos sobre compras en línea y alcanzar una efectiva protección del consumidor en línea. Más aun, el Departamento de Comercio está trabajando conjuntamente con la Comisión Federal de Comercio y la unidad contra el fraude del Departamento de Justicia para definir un enfoque interinstitucional coordinado en materia de esfuerzos de protección del consumidor en línea.

En este tema de la protección del consumidor en el ambiente en línea, Estados Unidos continúa favoreciendo un enfoque que se base en la aplicación y observancia de las protecciones legales existentes. Estados Unidos considera que la protección del consumidor en todo el mundo puede ampliarse mediante: (1) una resuelta aplicación de las leyes vigentes en materia de protección al consumidor, (2) una mayor educación del consumidor, (3) una mayor cooperación entre las autoridades a cargo del cumplimiento de la ley y (4) la participación del sector privado en el desarrollo de una protección eficaz al consumidor, incluida por ejemplo, la puesta en marcha, a nivel mundial, de mecanismos sencillos de resolución de reclamos de los consumidores. Estados Unidos dirigirá sus esfuerzos a lograr que una publicidad verdadera y adecuada se convierta en la base fundamental de los anuncios en Internet y a apoyar y difundir los actuales mecanismos publicitarios de la industria.

Esfuerzos internacionales

La naturaleza mundial de Internet requiere que las cuestiones relativas a la protección del consumidor sean abordadas a partir de una base mundial. A fin de poder proteger a los consumidores en línea, la comunidad internacional debe tratar asuntos que tienen que ver con la selección de la ley y la jurisdicción: cómo decidir si se ha consumado una transacción virtual y qué leyes de protección al consumidor rigen en ese caso. La cooperación internacional entre grupos del sector privado y los gobiernos será, por lo tanto, un elemento integral en la consideración de los temas de la protección del consumidor en línea.

Estados Unidos es de la opinión que los gobiernos deberían abstenerse de establecer reglas y mecanismos de observancia comunes para la protección del consumidor en línea.

15 June, 1999

Original: English

Estados Unidos apoya resueltamente el liderazgo de la industria en la promoción de la protección del consumidor y la cooperación internacional entre grupos del sector privado para establecer reglas y mecanismos de observancia internacionales comunes para proteger al consumidor. Los problemas relacionados con la protección del consumidor han sido catalogados como problemas prioritarios para el próximo año por organizaciones internacionales del sector privado, como el Trans-Atlantic Business Dialogue (TABD), el U.S.-Japan Business Council (USJBC) y el Global Business Dialogue (GBD). Estos esfuerzos del sector privado pueden ser respaldados por protecciones legales adecuadas (y en la mayoría de los casos ya existentes) para los consumidores.

El gobierno de Estados Unidos participa activamente en las discusiones internacionales sobre las políticas de protección al consumidor. La OCDE, con la participación del empresariado internacional, se encuentra actualmente trabajando en un conjunto de lineamientos sobre la protección del consumidor en línea. Los temas de la protección al consumidor también serán abordados en el marco de la reunión del Comité Conjunto de Expertos del ALCA sobre Comercio Electrónico en 1999. También nos proponemos adelantar conversaciones bilaterales sobre este tema, en las cuales participen defensores de los consumidores y la industria. Por su parte, la Unión Europea está analizando una propuesta de ordenanza sobre "Ciertos aspectos legales del comercio electrónico en el mercado interno". La propuesta de ordenanza está dirigida a crear un marco legal más consistente en la Unión Europea en áreas relacionadas con la jurisdicción, las comunicaciones comerciales, la responsabilidad contractual y la aplicación de las leyes en el ambiente en línea; la ordenanza tiene implicaciones para la protección del consumidor en línea, al igual que varias otras ordenanzas adoptadas recientemente por la UE. El gobierno de Estados Unidos revisa en estos momentos la propuesta de ordenanza para posteriormente discutir ésta y otras normativas de manera informal con los colegas de la Comisión Europea.