

## Protección a los Consumidores y Usuarios-e

Rafael Solórzano Palacios  
Abogado

Octubre de 2004

### **Consideraciones Generales.-**

Dentro del marco de la Unión Europea, en el ámbito supranacional, e igualmente en las legislaciones de la mayoría de sus países miembros, se han gestado varias iniciativas que tienen por objeto establecer un marco normativo capaz de velar por la protección de los derechos de los consumidores y usuarios en el comercio electrónico, equivalente al aplicable a las transacciones tradicionales. A partir de 1999 se han dictado varios instrumentos normativos, entre ellos los siguientes:

- Resolución de 19 de enero de 1999 del Consejo de la Unión Europea.
- Decisión N° 283/1999 CE de 25 de enero de 1999 del Parlamento Europeo y del Consejo.

Estos dos instrumentos, que constituyen el pilar de la protección de los derechos de los consumidores y usuarios en el comercio electrónico en la Unión Europea, se basan en la misma premisa, la de establecer las condiciones necesarias para obtener la confianza de los consumidores/usuarios, como requisito indispensable, para que éstos acepten la Sociedad de la Información y las ventajas que ofrece el Comercio Electrónico. La existencia de esta base, sumada con otros proyectos nacionales, ha hecho posible materializar el propósito de proteger al *consumidor y usuario-e*.

En Venezuela, con la promulgación de la nueva Ley de Protección al Consumidor y al Usuario<sup>1</sup>, el legislador nacional abre el camino para la tutela de los derechos del consumidor y del usuario en el Comercio Electrónico, pero se hace necesaria la existencia de mecanismos idóneos para que esta iniciativa no quede en letra muerta. De acuerdo con el marco general de regulación del Comercio Electrónico previsto en el Capítulo V de la Ley, es posible diseñar este tipo de mecanismos.

El artículo 36 de la citada Ley, establece lo siguiente:

“Cuando un proveedor publicite su pertenencia a algún esquema relevante de autorregulación, asociación de empresarios, organismo de solución de controversias o algún órgano de certificación; el proveedor deberá suministrar al consumidor la información adecuada y suficiente para hacer contacto con ellos, así como un procedimiento sencillo para verificar dicha membresía y tener acceso a los principales estatutos y prácticas del órgano de certificación o afiliación correspondiente”.

Del contenido de este artículo, podemos extraer las siguientes conclusiones:

---

<sup>1</sup> Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 37.930 del 4 de mayo de 2004.

- Se reconoce el derecho de los proveedores de servicio de adherirse a algún código de conducta para garantizar seguridad a los consumidores y usuarios, al permitir que éste se adscriba a “algún esquema de autorregulación, asociación de empresarios, organismo de solución de controversias o algún órgano de certificación”.
- Como requisito para publicitar dicha membresía, la ley obliga al proveedor de servicios a suministrar al consumidor/usuario toda la información necesaria para verificar su acreditación, así como las políticas o normativas de autorregulación.

### ¿Qué aspectos debe contemplar un Código de Conducta para ofrecer confianza a los Consumidores y Usuarios-e?

Siguiendo en líneas generales el Código de Conducta desarrollado en España por la Asociación para la Promoción de las Tecnologías de la Información y el Comercio Electrónico (APTICE)<sup>2</sup>, tenemos ciertos principios que en conocimiento del consumidor/usuario permitirían obtener su confianza al momento de contratar electrónicamente. En Venezuela, podemos identificar algunos de esos principios con su equivalente en la Ley de Protección al Consumidor y al Usuario, como vemos a continuación:

<b>Ppios. Código de Conducta APTICE</b>	<b>LPCyU</b>
1. Identificación de la Entidad Certificada	- Información confiable.- Art. 33 - Información sobre el proveedor.- Art. 36
2. Garantía sobre las ofertas y su suministro	- Deberes del proveedor.- Art. 32 - Procedimientos.- Art. 34 - Claridad de la información.- Art. 39 - Garantías.- Art. 41
3. Seguridad e infraestructura informática	- Confiabilidad del pago.- Art. 40
4. Protección de datos de carácter personal	- Privacidad y confiabilidad.- Art. 37 - Selección de información.- Art. 38
5. Calidad de los contenidos	- Prevención en la publicidad.- Art. 35
6. Reglas para la solución extrajudicial de los conflictos	- Información sobre el proveedor.- Art. 36
7. Requisitos para la implantación del Código de Conducta	No aplica, ya que deben ser fijados por la entidad de certificación.

De la comparación del marco establecido en la Ley de Protección al Consumidor y al Usuario con los principios previstos en el Código de Conducta de APTICE, vemos que la norma los consagra, aún cuando en ocasiones utiliza términos diferentes. Esta similitud entre la ley y el código de conducta APTICE no constituye, en mi opinión, ninguna casualidad. Considero que el legislador optó por ofrecer unas bases generales para la protección del *consumidor y del usuario-e*, permitiendo la instauración de entidades de regulación de las actividades comerciales que utilizan como medio las nuevas tecnologías.

<sup>2</sup> Fuente: <http://www.apdice.org/>

De lo expuesto podemos observar, que en nuestro país, existe un marco general contentivo de una serie de principios que permiten la tutela de los derechos de los consumidores y usuarios en el Comercio Electrónico, pero que es insuficiente mientras no se concreten estrategias capaces de poner en marcha o en funcionamiento los lineamientos legales. Por estas razones, estimo de vital importancia la materialización de dichas estrategias, tanto para resguardar los derechos del *consumidor y usuario-e*, a fin de obtener su confianza, como para educar a los proveedores de servicios en el respeto de tales derechos.

-0-