

MÓDULO 6

CONFIANZA DE CONSUMIDOR Y EMPRESA

Artículo 6.1: Definiciones

Para los efectos de este Módulo:

mensaje electrónico comercial no solicitado significa un mensaje electrónico que se envía a una dirección electrónica con fines comerciales o publicitarios sin el consentimiento del receptor o a pesar del rechazo explícito del receptor, a través de un proveedor de servicio de acceso a Internet o, en la medida de lo previsto por las leyes y regulaciones de cada Parte, a través de otro servicio de telecomunicaciones.

Artículo 6.2: Mensajes Electrónicos Comerciales No Solicitados

1. Cada Parte adoptará o mantendrá medidas relativas a los mensajes electrónicos comerciales no solicitados que:
 - (a) requieran a los proveedores de mensajes electrónicos comerciales no solicitados, facilitar la capacidad de los receptores para prevenir la recepción continua de aquellos mensajes;
 - (b) requieran el consentimiento de los receptores, según se especifique de acuerdo con las leyes y regulaciones de cada Parte, para recibir mensajes electrónicos comerciales; o
 - (c) dispongan de otra forma la minimización de los mensajes electrónicos comerciales no solicitados.
2. Cada Parte proporcionará recursos en contra de los proveedores de mensajes electrónicos comerciales no solicitados que no cumplan con las medidas adoptadas o mantenidas de conformidad con el párrafo 1.
3. Las Partes procurarán cooperar en casos apropiados de interés mutuo relativos a la regulación de los mensajes electrónicos comerciales no solicitados.

Artículo 6.3: Protección al Consumidor en Línea

1. Las Partes reconocen la importancia de medidas transparentes y efectivas para proteger a los consumidores de prácticas comerciales fraudulentas, que induzcan a error y engañosas cuando participan del comercio electrónico.

2. Las Partes reconocen la importancia de la cooperación entre sus respectivas agencias nacionales de protección al consumidor u otros organismos pertinentes en las actividades relacionadas con el comercio electrónico transfronterizo, con el fin de mejorar el bienestar del consumidor.

3. Cada Parte adoptará o mantendrá leyes o regulaciones para prohibir prácticas comerciales fraudulentas, que induzcan a error y engañosas que causen daño, o que sea probable que causen daño, a los consumidores que participan en actividades comerciales en línea. Aquellas leyes o regulaciones podrán incluir derecho contractual o extracontractual y podrán ser de naturaleza civil o penal. “Prácticas comerciales fraudulentas, que induzcan a error o engañosas” incluyen:

- (a) tergiversar o falsear información sobre las características físicas, precio, la idoneidad para su finalidad, cantidad o el origen de los bienes o servicios;
- (b) publicitar el suministro de bienes o servicios sin tener intención de suministrarlos;
- (c) no entregar productos o no prestar servicios a los consumidores después de haberles cobrado por ellos; o
- (d) efectuar cobros o cargos en cuentas financieras, telefónicas o de otro tipo, pertenecientes a los consumidores sin autorización.

4. Cada Parte adoptará o mantendrá leyes o regulaciones que:

- (a) requieran, al momento del envío, que los bienes y servicios suministrados sean de una calidad aceptable y satisfactoria, consistente con las afirmaciones del proveedor respecto de la calidad de los bienes y servicios; y
- (b) proporcionen a los consumidores un resarcimiento apropiado cuando no lo sean.

5. Cada Parte pondrá a disposición del público y facilitará el acceso a sus leyes y regulaciones de protección al consumidor.

6. Las Partes reconocen la importancia de mejorar el conocimiento sobre, y el acceso a, políticas y procedimientos relacionados con la protección al consumidor, incluyendo mecanismos de resarcimiento al consumidor, incluso para los consumidores de una Parte que realizan transacciones con proveedores de otra Parte.

7. Las Partes promoverán, según sea apropiado y sujeto a las respectivas leyes y regulaciones de cada Parte, la cooperación en materias de interés mutuo relacionadas a prácticas comerciales que induzcan a error o engañosas, incluyendo en la aplicación de sus leyes de protección al consumidor, con respecto a actividades comerciales en línea.

8. Las Partes procurarán explorar los beneficios de mecanismos que faciliten la solución de demandas relacionadas con transacciones de comercio electrónico, incluyendo los de solución de controversias alternativos.

Artículo 6.4: Principios sobre el Acceso y el Uso del Internet

Sujeto a las políticas, leyes y regulaciones aplicables, las Partes reconocen los beneficios de que sus consumidores tengan la capacidad de:

- (a) acceder y usar los servicios y aplicaciones a elección del consumidor disponibles en Internet, sujeto a una administración razonable de la red¹²;
- (b) conectar a Internet los dispositivos de usuario final de elección del consumidor, siempre que dichos dispositivos no dañen la red; y
- (c) acceder a información sobre las prácticas de administración de redes del proveedor del servicio de acceso a Internet del consumidor.

¹² Las Partes reconocen que un proveedor de servicio de acceso a Internet que ofrece a sus suscriptores cierto contenido de manera exclusiva no estaría actuando de manera contraria a este principio.