



# CREAR UN MUNDO DIGITAL EN EL QUE LOS CONSUMIDORES PUEDAN CONFIAR

Recomendaciones propuestas del movimiento de los  
consumidores para los estados miembros del G20

Consumers International  
and The Federation of German  
Consumer Organisations  
Marzo 2017



**CONSUMERS  
INTERNATIONAL**

AUNANDO ESFUERZOS  
PARA EL CAMBIO

**verbraucherzentrale**

*Bundesverband*

# CREAR UN MUNDO DIGITAL EN EL QUE LOS CONSUMIDORES PUEDAN CONFIAR

## Recomendaciones propuestas del movimiento de los consumidores para los estados miembros del G20

Consumers International y Verbraucherzentrale Bundesverband, en representación del movimiento mundial de los consumidores, piden al G20 que reconozca la importancia de la confianza y el empoderamiento de los consumidores para aprovechar las ventajas de la economía digital. Ellos solicitan que se asigne a la OCDE la tarea de elaborar, en conjunto con Consumers International y los grupos de participantes claves, una caja de herramientas que contenga las políticas, acciones y criterios de medición destinados a apoyar a los consumidores en los aspectos que se exponen en el presente documento, y que, durante 2018, informen al respecto a los ministros del G20.

La confianza y seguridad de los consumidores son esenciales para el éxito de la economía digital. El rápido desarrollo de la tecnología digital ha aportado ventajas sociales y económicas a millones de consumidores en todo el mundo, conectando a las personas al interior de sus países y entre los distintos países, permitiendo que tengan fácil acceso a la información y a los servicios, y poniendo a su disposición la posibilidad de elegir y las comodidades que hace una generación eran imposibles de imaginar.

Sin embargo, el éxito sostenido de la economía digital solo será posible si los futuros avances, además de estar disponibles para todos, son lo suficientemente confiables como para que puedan incorporarse a la vida cotidiana de cada persona. La responsabilidad de garantizar que se protejan los derechos en línea, y que se respeten las libertades personales y la autonomía de los consumidores no es algo que puedan aplicar todos los países de manera aislada, sino que requiere la colaboración internacional de todos los gobiernos, organizaciones internacionales y empresas.

## 1 MARCO REGULATORIO

Para abordar de manera eficaz toda la complejidad de los mercados digitales y la experiencia en línea de los consumidores digitales es necesario que su protección y empoderamiento forme parte integral del marco normativo. Las normas deben ser proporcionales a las características, tipo y diversidad de los servicios y productos digitales ofrecidos, y a los derechos y responsabilidades de los consumidores.

El marco de protección de los consumidores debería cumplir los requisitos establecidos en los lineamientos, recomendaciones y reglamentos internacionales tales como las Directrices de Naciones Unidas de protección del consumidor, y debería proporcionar a todos los consumidores un nivel de protección equitativo más allá de si sus actividades se llevan a cabo en línea o fuera de línea, y más allá de su ubicación. Debería abordar los nuevos desafíos que surgen del uso de la tecnología digital por parte de los consumidores, como por ejemplo la seguridad, la responsabilidad, los términos complejos, la incompatibilidad y la asequibilidad. Las intervenciones deberían basarse en pruebas y centrarse en los resultados, y deberían reconocer aquellos casos en que las soluciones no reglamentarias podrían tener un impacto mayor sobre los resultados para los consumidores.

Los países deberían acordar un avance hacia la elaboración de normas abiertas y complementarias. Es esencial que existan sistemas integrales de medición de la forma en que la economía digital afecta la confianza y seguridad de los consumidores.

Deberían existir mecanismos jurídicos y legales o de supervisión firmes, eficaces, proporcionales y de fácil acceso para proteger a los consumidores contra los fraudes y el trato injusto en línea, y para sancionar el abuso, los fallos de naturaleza técnica y los errores.

## 2 CONDUCTA EMPRESARIAL RESPONSABLE Y EL PAPEL DE LOS ÓRGANOS DE CONTROL

El trato justo a los consumidores debería formar parte integral de los objetivos, la correcta gobernanza y la cultura corporativa de todos los proveedores digitales, y estos deberían ser responsables de respetar la protección de los consumidores digitales. Las empresas deberían adherir a los lineamientos sobre prácticas recomendables de la Organización de Naciones Unidas que establecen que todos los consumidores de productos y servicios digitales sean tratados en forma equitativa, honesta y justa en todas las etapas de su relación con los proveedores de los productos y servicios. Debería evitarse toda práctica que aumente el riesgo de perjuicio a los consumidores, y se debería prestar especial atención a las necesidades de los grupos menos favorecidos o a los consumidores en situación de vulnerabilidad.

Los países deberían contar con órganos de control responsables de todos los aspectos de la protección de los consumidores digitales. Tales órganos deben contar con la autoridad e independencia necesarias para cumplir con sus responsabilidades, y con los recursos y capacidades técnicas para comprender de manera efectiva la evolución del sector. Habida cuenta de la importancia fundamental que tiene la información en el contexto de la economía digital, es esencial que existan órganos independientes de protección de la información que puedan llevar a cabo sus responsabilidades de protección de la información de los consumidores.

## 3 ACCESO E INCLUSIÓN

Los consumidores deberían tener acceso a conexiones a Internet asequibles, constantes y de buena calidad que les permitan aprovechar las oportunidades que ofrece la economía digital. Los gobiernos, las instancias normativas y las empresas deben realizar un esfuerzo concertado y coordinado a fin de garantizar a la población que aún permanece sin Internet la disponibilidad de conexiones abiertas, de alta calidad, y a precios asequibles. Los servicios de acceso deberían respetar el principio de neutralidad de la red.

Debe prestarse particular atención a garantizar el acceso a los grupos de consumidores marginados o menos favorecidos y a aquellos que viven en zonas geográficas remotas o donde la conexión es cara, y las medidas del acceso deberían reflejar a los grupos de bajos ingresos e igualdad demográfica. Los países deberían abordar todo aquello que influya sobre la asequibilidad, como por ejemplo, el costo de los dispositivos y la aplicación de límites a los datos abusivos que pueden mantener los precios de las conexiones a tasas artificialmente elevadas.



## 4 DIVULGACIÓN Y TRANSPARENCIA

La información clara acerca de los productos, proveedores, procesos y derechos de los consumidores digitales debería ser de uso práctico para los consumidores. Su acceso debería ser fácil a fin de permitir que los consumidores comprendan las consecuencias de sus actividades en línea, y debería facilitar la toma de decisiones segura e informada.

La información debe diseñarse de tal manera que permita que el consumidor promedio la comprenda con rapidez y que reconozca la información crucial que se le entrega con suficiente tiempo antes del momento de la compra. La información crucial puede entregarse mejor a través de: el aviso de todo aquello que podría estar más allá de las expectativas razonables de los consumidores, una presentación clara y sencilla, la posibilidad de comparar los precios y funcionalidad de manera fácil, un resumen de los términos y condiciones claves, la reducción de la longitud de las declaraciones sobre divulgación y el lenguaje simplificado. Su entrega debe estar a la par con las prácticas recomendables sobre comunicación eficaz en entornos digitales. La comprobación de la exactitud y credibilidad de la información que se entrega en línea debería ser de responsabilidad del proveedor, y esta debería cumplir con las normas internacionales. Los instrumentos normativos deberían garantizar que la digitalización de los servicios dé como resultado el que los consumidores estén más informados, y no crear barreras de mercado, complicaciones y confusión innecesarias.

## 5 USO LEAL Y CLARIDAD SOBRE LA PROPIEDAD

La tecnología digital ha cambiado la naturaleza de muchos servicios y productos debido a que el software de conexión viene integrado en un número cada vez mayor de productos de uso general para el consumidor. Las partes fundamentales que hacen funcionar dichos productos disponen ahora de licencia para los consumidores y están protegidas por términos y condiciones, lo que implica que los proveedores tienen un mayor control de la funcionalidad de los productos. Estos nuevos desarrollos deben respetar los derechos de los consumidores, y deben comunicarse en forma clara a estos a fin de que tomen decisiones informadas en relación con la compra y el uso de los productos que pueden conectarse. Debería dejarse en claro qué entidad es la responsable del desempeño y la seguridad en cada punto de la entrega del producto y durante toda la vida útil de este. Las instancias normativas deberían considerar los marcos para tratar los posibles perjuicios que pudieran surgir.

Los consumidores necesitan garantías sobre su derecho a un uso leal. Los controles que los productores pueden ejercer sobre el uso de un producto y los datos que se le asocian deben ser legítimos, justos y proporcionales. Las empresas deberían seguir el debido proceso en la aplicación de sanciones.



## 6 EDUCACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN EN MATERIA DIGITAL

La educación y la sensibilización deberían complementar, y no reemplazar, la protección normativa y legislativa. La actividad debería llevarse a cabo a través del canal más eficaz, y debería evaluarse y precisarse en profundidad para garantizar que aborde las necesidades específicas de los consumidores y de los grupos marginados o menos favorecidos. La educación y sensibilización en materia digital debería apoyar a los consumidores para que desarrollen las habilidades y la confianza en su manejo de los riesgos y oportunidades, tomar decisiones informadas, conocer la manera de obtener ayuda y asesoramiento y tomar medidas para proteger y mejorar su bienestar y su identidad en línea.

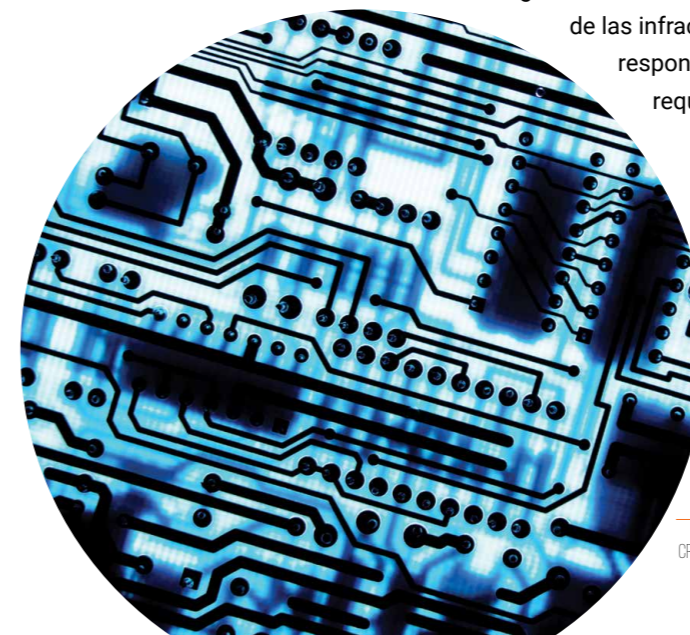
Las empresas deberían desarrollar sistemas que les faciliten a los consumidores el comprender los riesgos y oportunidades asociados a los servicios y productos que se les ofrecen a través de Internet.

## 7 SEGURIDAD Y PROTECCIÓN

Los entornos digitales seguros y protegidos, donde todos los consumidores puedan participar en un amplio rango de actividades, son esenciales para crear confianza. Son necesarias medidas de seguridad y protección digitales para proteger la información sobre pagos, los recursos financieros y la identidad personal de los consumidores ante fraudes o uso inadecuado, para tratar los casos de productos defectuosos y para proteger la seguridad personal de los consumidores. Deberían elaborarse normas internacionales que garanticen que las empresas proporcionen las actualizaciones esenciales relativas a seguridad en todos los productos digitales durante un plazo específico y razonable tras la venta de sus productos o servicios. Las normas sobre responsabilidad, claramente establecidas, deberían garantizar que los consumidores sean compensados en su integridad en caso de resultar perjudicados por causa de un problema de seguridad o protección.

Los gobiernos deberían legislar para garantizar que la información financiera, los datos personales y toda información personal que pueda identificarse se almacene y transmita conforme a las más elevadas normas de seguridad que sean razonables, y basarse en el riesgo para los consumidores. Para mejorar la protección de los datos, debería incentivarse a las empresas para que adopten normas sobre prácticas recomendables tales como privacidad y seguridad a partir del diseño, y la evaluación independiente de la seguridad de los datos a través de la notificación oportuna de las infracciones, sanciones, y limitación de responsabilidades para los consumidores y requisitos para su compensación.

Las instancias normativas deberían coordinar sus metodologías para crear conciencia en torno a la seguridad en línea. Las empresas deberían desarrollar sistemas que faciliten a los consumidores la adopción de prácticas seguras y protegidas.



## 8 PROTECCIÓN DE LOS DATOS Y SEGURIDAD EN LÍNEA

Los flujos de datos son esenciales para la economía digital. Los consumidores deberían estar en condiciones de controlar sus datos y preferencias personales sobre privacidad de modo que puedan aprovechar las oportunidades en el entorno de un sistema confiable y protegido. Las instancias normativas deberían tener en cuenta el efecto de que una diversidad de productos, servicios y organizaciones acumulen información sobre las personas, y los derechos de estas como consumidores y ciudadanos. Las empresas y las instancias normativas deberían examinar y reevaluar de manera periódica el alcance de la recopilación de información personal, y si esta es proporcional a la entrega de los servicios. Deberían considerarse los aspectos de la privacidad con importancia para los consumidores en la etapa del diseño de los productos digitales.

Los derechos a la privacidad y a la protección de la información de los consumidores deben protegerse y respetarse en forma adecuada a fin de que aborden las inquietudes de los consumidores y los perjuicios derivados, tales como las prácticas discriminatorias, el mercadeo invasivo, la pérdida de privacidad y la exposición a riesgos de seguridad. Se debería informar a los consumidores acerca de las consecuencias de la forma en que su información puede utilizarse en la economía digital, y se les deben ofrecer medios sencillos y eficaces para mantener el control o mitigar los riesgos. Las empresas deberían proporcionar medios sencillos y seguros para que los consumidores tengan acceso y control de su información y para que aprovechen la oportunidad para compartirla conforme a sus preferencias, expectativas y derechos jurídicos.

Se debería informar claramente a los consumidores acerca de qué información se recopilará y a qué fin será destinada mientras dure la relación asociada al producto o servicio entregado. Debería informarse con claridad a los consumidores acerca de la forma en que los algoritmos que afectan la calidad, el precio o el acceso al servicio toman decisiones acerca de ellos. Las instancias normativas deberían garantizar la legitimidad del uso de algoritmos, y que esto no sea discriminatorio a través de la toma de decisiones perjudiciales basadas en información confidencial, como por ejemplo información racial, de género, o de religión, y que considere el marco adecuado para abordar los problemas en caso de que se presenten, lo que podría incluir el derecho a impugnar las decisiones automatizadas.

Deberían instituirse políticas nacionales sobre protección de la información. Deberían aplicarse plenamente las leyes sobre protección de la información, y en caso necesario, si se identifica algún perjuicio para los consumidores, estas deberían fortalecerse. En caso de violaciones a la seguridad, los consumidores deberían contar con fácil acceso a la compensación.

Deberían coordinarse las políticas internacionales sobre flujo de información a través de las fronteras de manera que los países involucrados establezcan altas normas de protección en sus leyes nacionales tanto de fondo como relativas a procedimientos.

## 9 GESTIÓN Y COMPENSACIÓN DE RECLAMOS

El derecho a la compensación en el mundo en línea no debería ser inferior a aquellos derechos disponibles en otras formas de comercio. Las empresas que ofrecen transacciones en línea deberían tener implementados contundentes mecanismos de resolución de disputas que no impongan a los consumidores un costo, retraso o carga irracionales. Debería estar disponible el recurso a la compensación

independiente para tratar aquellos reclamos que no se resuelvan en forma satisfactoria a través de los mecanismos internos. Los mecanismos de compensación deberían incorporar los nuevos problemas para el consumidor que presentan los productos y servicios digitales, tales como las transacciones intersectoriales o transfronterizas, la caída del servicio, la falta de actualizaciones esenciales u otros inconvenientes o malestares ocasionados por la falla de un producto. Allí donde los reclamos o problemas involucren la participación de varios proveedores o sectores, debe dejarse en claro a quién deben acudir los consumidores en busca de ayuda. Las instancias normativas deberían poder operar a través de las diversas jurisdicciones en respaldo de la resolución de disputas entre los distintos países.

La gestión de reclamos y los mecanismos de compensación deberían ser accesibles, asequibles, independientes, justos, responsables, oportunos y eficaces. Debería estar disponible al público toda la información asociada a los reclamos y a su resolución.

En relación con grandes cantidades de consumidores que pudieran resultar afectados, deberían existir mecanismos adecuados para resolver situaciones de reclamos masivos. Debería proporcionarse la resolución de disputas en línea sin excluir la posibilidad de hacerlo a través de otros canales.

## 10 COMPETENCIA Y OPCIONES

Deberían promoverse mercados nacionales e internacionales competitivos a fin de ofrecer a los consumidores un importante abanico de opciones de proveedores, productos y servicios digitales y para respaldar la entrega de mejores precios, mayor innovación y una más alta calidad del servicio. Deberían establecerse medidas previas para permitir la entrada al mercado de proveedores alternativos sin reducir la protección de los consumidores.

Los países deberían considerar la naturaleza de la competencia y el potencial de perjuicios en la era digital, en particular aquellas características que afectan la posibilidad de elección y la protección de los consumidores, como por ejemplo, la naturaleza esencial de contar con conexión y la dependencia respecto a un pequeño número de grandes empresas, la desproporcionada influencia que da a algunos proveedores el manejo de grandes cantidades de información sobre consumidores, el efecto de red de los servicios digitales que tiene la capacidad de atar a los consumidores a un proveedor en particular o de limitar su posibilidad de cambiar de proveedor. Debería darse prioridad a mejorar la capacidad de los consumidores para comparar entre los distintos proveedores y cambiar con facilidad entre uno y otro, de contar con dispositivos interoperables y compatibles así como normas sobre software y derecho al acceso y transferencia de datos entre los distintos servicios, y debería respaldarse la investigación para establecer globalmente prácticas recomendables en este ámbito.

Consumers International y Verbraucherzentrale Bundesverband hacen un llamado para que los todos gobiernos, organizaciones internacionales, empresas, y organizaciones de consumidores de todo el mundo respalden estas recomendaciones para que la OCDE trabaje junto a Consumers International y los participantes claves en el desarrollo de una caja de herramientas que ayude a crear un mundo digital en el que los consumidores puedan confiar.



**CONSUMERS  
INTERNATIONAL**

AUNANDO ESFUERZOS  
PARA EL CAMBIO

**verbraucherzentrale**

*Bundesverband*

Verbraucherzentrale Bundesverband es la federación alemana de organizaciones de consumidores, y miembro activo de la Organización europea de consumidores (BEUC) y de la organización mundial de consumidores (Consumers International).

Consumers International reúne a más de 200 organizaciones miembros en más de 100 países con el fin de empoderar y defender los derechos de los consumidores en todo el mundo. Somos la voz de los consumidores en los foros normativos internacionales y en el mercado global para garantizarles un trato seguro, justo y honesto.

Consumers International es una organización de beneficencia (No.1122155) y una entidad sin fines de lucro limitada por garantía (No. 04337865) registrada en Inglaterra y Gales.

[consumersinternational.org](http://consumersinternational.org)

[@consumers\\_int](https://twitter.com/consumers_int)

[f /consumersinternational](https://www.facebook.com/consumersinternational)