

ENTORNO REGLAMENTARIO Y DE MERCADO

Reglamentación y protección
DEL CONSUMIDOR EN EL
C O N T E X T O D E L A
C O N V E R G E N C I A

Informe



M A R Z O D E 2 0 1 3
Sector de Desarrollo de las Telecomunicaciones



Reglamentación y protección del consumidor en el contexto de la convergencia

Marzo de 2013



El presente informe ha sido preparado para la ITU por Rosalind Stevens bajo la dirección de la División de División del Entorno de Reglamentación y Mercado de la BDT.



Antes de imprimir, piense en el medio ambiente.

© UIT 2013

Reservados todos los derechos. Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta publicación, por cualquier medio, sin la debida autorización por escrito de la UIT.

Prólogo

Tengo el placer de presentar el informe sobre reglamentación y protección del consumidor en el contexto de la convergencia, en el marco de la Resolución 64 de la Conferencia Mundial de Desarrollo de las Telecomunicaciones (Hyderabad, 2010) y las actividades de la Comisión de Estudio 1 del UIT-D. He abogado por que el UIT-D colabore estrechamente con sus miembros sobre este particular para: ayudarles a desarrollar buenas políticas; crear alianzas para la inversión en las TIC; y crear capacidad humana.

La expansión de las tecnologías digitales ha cambiado drásticamente la forma en que se prestan los servicios de comunicaciones electrónicas a los consumidores y en la que éstos acceden a los mismos. Las de redes de banda ancha pueden ofrecer ahora servicios de voz, datos y vídeo sobre la misma plataforma. Además de promover la competencia de una gran diversidad de servicios y aplicaciones donde antes era imposible, esta convergencia exige, por tanto, nuevos marcos reglamentarios para afrontar problemas que antes se gestionaban por separado en los distintos dominios de la radiodifusión, las telecomunicaciones y los servicios en línea.

En el presente informe se describen y analizan los diversos recursos, estrategias y herramientas que necesitan los reguladores para mejorar la observancia de la legislación, la normativa y los reglamentos nacionales que rigen la protección del consumidor en el contexto de la convergencia.

Espero que las directrices, recomendaciones y prácticas idóneas que figuran en el presente informe sobre la aplicación de políticas de protección del consumidor sirvan de ayuda en los esfuerzos multipartitos desplegados para abordar los numerosos problemas que afectan el desarrollo socioeconómico presente y futuro.



Brahima Sanou

Director de la Oficina de Desarrollo
de las Telecomunicaciones

Índice

	<i>Página</i>
Introducción	1
Sección 1: Marco reglamentario actual en materia de protección del consumidor	1
Sección 2: Definir el problema: significado de convergencia para la reglamentación y el consumidor	7
Sección 3: Aspectos esenciales del establecimiento de políticas o marcos reglamentarios para la protección del consumidor y del usuario en el contexto de la convergencia	9
Sección 4: Métodos organizativos y buenas prácticas utilizadas por las ANR para aplicar su legislación, normativa y reglamentación nacionales que rigen la protección del consumidor en el contexto de la convergencia	18
Sección 5: Directrices y recomendaciones sobre métodos y prácticas idóneas para superar las dificultades de la convergencia	22
Sección 6: Resumen y conclusiones	24

Introducción¹

Con el advenimiento del Protocolo Internet (IP) y las redes de banda ancha, se pueden ofrecer servicios de voz, datos y vídeo sobre la misma plataforma. Esta convergencia ha activado la competencia interplataforma en una gran diversidad de servicios y aplicaciones donde antes resultaba imposible. En consecuencia, los proveedores de telefonía "tradicional" ofrecen servicios de vídeo y datos (Internet), y las empresas de cable prestan servicios de acceso a Internet y vocales. Las redes inalámbricas que antes ofrecían sobre todo servicios de voz se han convertido en el principal medio de acceso a Internet en muchos países.

La convergencia ha tenido los siguientes efectos en los servicios, las redes, los dispositivos y las empresas:

- Servicios: Los servicios y aplicaciones de voz, datos y vídeo pueden ofrecerse a través de una misma plataforma.
- Redes: Es posible vincular por IP diferentes tipos de sistemas de transmisión (línea alámbrica, inalámbrica, por satélite, sin licencia) para suministrar servicios convergentes en cualquier lugar y en todo momento.
- Dispositivos: se puede acceder con un mismo dispositivo a servicios telefónicos, transmisión secuencial de vídeo o radiodifusión, y acceso a Internet.
- Empresas: están recurriendo a la fusión y adquisición, así como a la integración vertical para atender la demanda de servicios avanzados para los consumidores.

Sección 1: Marco reglamentario actual en materia de protección del consumidor²

En julio de 2012 la Comisión de Estudio 1 del UIT-D distribuyó una encuesta a sus 193 Estados Miembros sobre políticas de protección del consumidor, centrada en la convergencia. Los resultados de esta encuesta se incorporarán a las conclusiones de la Cuestión 18-2/1 de la Comisión de Estudio 1 del UIT-D para el periodo de estudios 2010-2014.

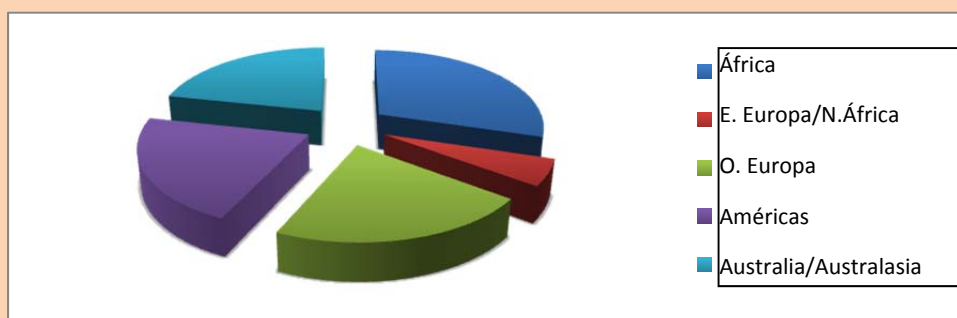
Se recibió un total de 37 respuestas completas, en particular dos de organizaciones regionales/internacionales y dos de Miembros de Sector³. En la Figura 1 se ilustra el número de encuestados desglosados por región. En el Cuadro 1 se clasifican los encuestados por su situación de desarrollo.

¹ Contribución a la Introducción del Proyecto de Informe para la Cuestión 18-2/1, Documento 1/167, Origen: Coordinador de la BDT para la Cuestión 18-2/1, Tercera Reunión de la Comisión de Estudio 1 del UIT-D, Ginebra, 10-14 de septiembre de 2012.

² Fuente: Respuestas a la encuesta de la UIT, y contribuciones a la Cuestión 18-2/1 de la Comisión de Estudio 1.

³ Turk Telekom, U-COM Burundi, ARCTEL-CPLP, African ICT Consumers Network (AICN).

Figura 1: Distribución regional de los encuestados



Fuente: UIT

Cuadro 1: Respuestas desglosadas por situación de desarrollo

	Porcentaje
Países desarrollados	18,9
Países con economía en transición	2,7
Países en desarrollo	54,1
Países menos adelantados	21,3

El 67 por ciento de las 32 respuestas recibidas de los Estados Miembros⁴ afirmaban tener legislación específica en materia de protección del consumidor y derechos del consumidor de telecomunicaciones/TIC. En cambio, sólo dos de los ocho países menos adelantados (PMA)⁵ encuestados, a saber Senegal y Malí, tiene legislación al respecto.

Las disposiciones relativas al consumidor más comúnmente citadas en la legislación son: acceso a la información/transparencia; calidad del servicio; igualdad/derecho de acceso a los servicios; protección de los datos personales; privacidad; confidencialidad de la información y derecho a presentar reclamaciones.

Los derechos menos citados fueron:

- El derecho a terminar/modificar un contrato (7/29, 24%)
- Compensación en caso de interrupción del servicio (5/29, 17%)
- Derecho a bloquear la publicidad (4/29, 14%)
- Acceso a números de emergencia (3/29, 10%)
- Portabilidad del número de teléfono (3/29, 10%)

Prácticamente todos los encuestados afirmaban disponer una disposición universal sobre el acceso por el consumidor a información sobre precios/tasas de acceso y de los servicios fijo, móvil e Internet (con computadores y teléfonos inteligentes). Veintitrés de los encuestados (62%) dicen participar en la investigación de reclamaciones presentadas por el consumidor.

⁴ Los países que participaron en la encuesta fueron Azerbaiyán, Bahréin, Bélgica, Bután, Bolivia, Brasil, Bulgaria, Colombia, Côte d'Ivoire, Chipre, El Salvador, Honduras, Italia, Lituania, Malí, México, Mongolia, Omán, Portugal, Qatar, Rwanda, Senegal, Sudáfrica, Sudán, Suazilandia, Suiza, Siria, Tailandia, Túnez, Uganda, Uruguay, Vanuatu y Venezuela.

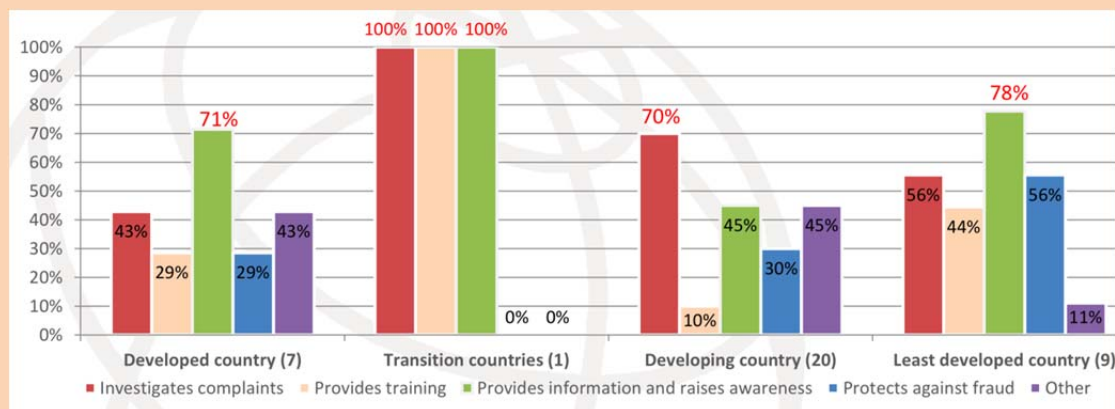
⁵ Los 49 países menos adelantados reconocidos por las Naciones Unidas.

Las reclamaciones del consumidor ayudan al regulador a determinar los aspectos que faltan en la legislación/reglamentación vigente y en los que se debe concentrar la intervención. El tipo de reclamación más común, citada por todos los encuestados, tiene que ver con los precios y la facturación, la calidad del servicio y la falta de cobertura o interrupción del servicio.

Un indicador básico de las buenas prácticas en materia de protección del consumidor es el tiempo que se tarda en resolver una reclamación del cliente. Este tiempo contribuye a demostrar el nivel y coste de recursos necesarios e identifica el organismo más adecuado para tramitar las reclamaciones. Entre las autoridades nacionales de reglamentación (ANR) que aseguran participar en la resolución de reclamaciones, hubo una distribución bastante similar del tiempo que se tarda en resolver una reclamación. Unos dos tercios las solucionan en plazo de 25 días. En cambio 16 de los encuestados experimentan problemas y dificultades debido a procedimientos lentos.

Como ilustra la Figura 2, las responsabilidades en materia de protección del consumidor varían considerablemente entre los países en desarrollo y los países desarrollados o en transición. Por ejemplo, es menos probable que los reguladores de países desarrollados intervengan directamente en la gestión de reclamaciones que los de países en desarrollo, siendo en los países menos adelantados donde los reguladores tienen más responsabilidades en la protección contra el fraude.

Figura 2: Intervención del regulador en la protección del consumidor según el estado de desarrollo



Fuente: UIT

Del 13 por ciento del total de organismos reguladores de las telecomunicaciones (TRA) que aseguraron no disponer de legislación específica en materia de protección del consumidor, 10 de los 17 disponen de otra ANR facultada para aplicar un reglamento general de protección del consumidor en el sector de las telecomunicaciones/TIC.

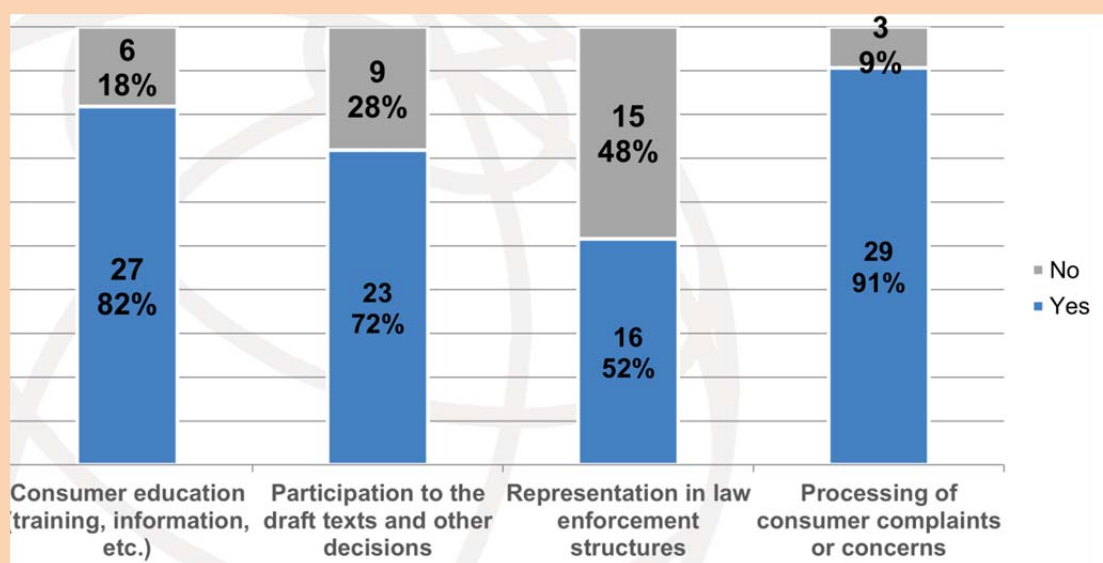
Figura 3: Autoridades Nacionales de Reglamentación para la protección del consumidor con competencias en el ámbito de las telecomunicaciones/TIC⁶

Mexico	PROFECO and COFETEL
Mongolia	Authority for Fair Competition and Consumer Protection of Mongolia
South Africa	ICASA and the National Consumer Commission
Sudan	National Telecommunication Corporation (NTC)

Fuente: UIT

En casi dos tercios de los países encuestados, sólo uno o dos organismos participan en la protección del consumidor, pero en el otro tercio son tres o más. Los encuestados indicaron una considerable variación en el tipo de protección del consumidor al que se dedican estos organismos. En la mayoría de los casos el organismo en cuestión tiene cierta responsabilidad en el ámbito de la educación del consumidor y las reclamaciones: unos tres cuartos intervienen de alguna manera en la redacción de la legislación y poco más de la mitad se encargan también de hacer cumplir la legislación.

Figura 4: Responsabilidades de los organismos de protección del consumidor en el ámbito de las telecomunicaciones/TIC



Fuente: UIT

La mitad de los encuestados afirman que los organismos tienen dificultades para fomentar y hacer cumplir la normativa en materia de protección del consumidor. Este porcentaje se eleva a tres cuartas partes en el caso de los PMA encuestados.

⁶ Datos relativos a los encuestados exclusivamente.

Muchos de los encuestados informaron de que los organismos de protección del consumidor tiene problemas estructurales, tales como la falta de experiencia y de recursos humanos. Otros declararon que su legislación en materia de protección del consumidor es inadecuada o inexistente. También se señalaron problemas en la esfera de la educación y sensibilización del consumidor.

Si bien la mayoría de los encuestados afirman que las responsabilidades de los diferentes organismos implicados están bien delimitadas, casi un tercio informó de que había solapamiento de competencias. Cuando hay solapamiento, sólo la mitad aproximadamente de los encuestados declaró que disponen de mecanismos para compartir activamente información acerca de las dificultades encontradas. La información se comparte, en su caso, en virtud de acuerdos oficiales, mediante documentos e informes especiales, en talleres o por conducto del ministerio correspondiente.

Más o menos la misma proporción afirma cooperar o coordinar los organismos de protección del consumidor según las "necesidades". Quizá esto explica por qué sólo la mitad de los encuestados considera fácil de saber a qué organismo dirigirse para cada asunto. Por otra parte, estas respuestas parecen contradecir las conclusiones del estudio de que sólo dos tercios de los consumidores consiguen resolver sus problemas relativos a los servicios convergentes al contactar a un solo organismo. La división era prácticamente idéntica entre los encuestados que consideran que los consumidores deben apelar a varias entidades para resolver sus problemas concretos.

No obstante, la mayoría de los reguladores de las telecomunicaciones/TIC se consideran capacitados para resolver los problemas relativos a la protección del consumidor de telecomunicaciones/TIC, sin enviar al consumidor a otro organismo.

Más de la mitad de los encuestados estimaron que se precisa de legislación adicional para proteger al consumidor en su país, mientras que casi dos tercios declararon que la legislación existente no permite atender adecuadamente las necesidades del consumidor, o que la legislación ha quedado obsoleta. Casi tres cuartas partes de los encuestados estiman que necesitan más directrices y recomendaciones en materia de protección del consumidor – en particular sobre cómo educar al consumidor y mantenerlo informado.

Pocos encuestados indicaron que se había actualizado la legislación en materia de protección del consumidor en su país (19 encuestados)⁷. En los países encuestados la actualización, en su caso, se hizo hace ya más de dos años (59 por ciento) y contemplaba diversos aspectos, en particular:

- nuevos derechos de usuario;
- mayor información/transparencia;
- seguridad/privacidad de los datos; reglamentación de precios; y
- accesibilidad.

De los encuestados que indicaron que sólo se han llevado a cabo reformas, éstas consistieron en directrices sobre la protección del consumidor (Bahrein), reglamentación del empleado de telecomunicaciones (El Salvador) y un nuevo sistema de resolución de reclamaciones (Senegal).

Muy pocos encuestados (6 de 33) informaron acerca de cambios en la reglamentación para adaptarla a los diversos aspectos de la convergencia⁸. Los cambios han sido diversos, y sólo ha habido coincidencias en la transparencia de precios (tres de ocho) y neutralidad tecnológica/de red (dos de ocho).

⁷ Seis en países desarrollados, uno en un país en transición, ocho en países en desarrollo y cuatro en países menos adelantados.

⁸ Tres de los cuatro países desarrollados, dos de los 17 países en desarrollo y uno de los cinco países menos adelantados.

Las únicas respuestas fueron:

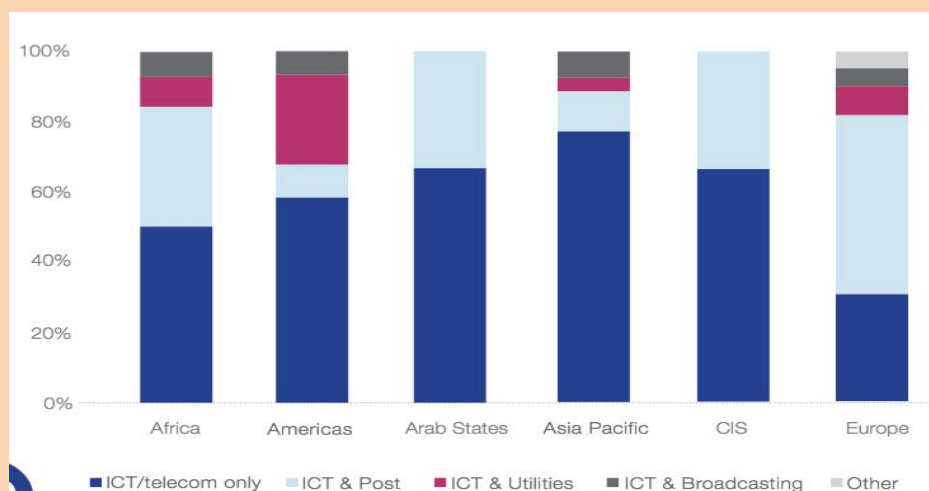
- Reglamentación de la comunicación con el cliente – venta de paquetes de servicios (Colombia)
- Reglamentación de contratos (Colombia)
- Marco reglamentario de la TV de pago (Brasil)
- Protección de la información personal (Italia)
- Convergencia de la utilización del espectro (Uganda)

El número resulta sorprendentemente bajo, habida cuenta de la gran predominancia de servicios convergentes notificados en todos los países encuestados:

- 79 por ciento disponen de servicios VoIP;
- 52 por ciento cuenta con servicios de TVIP/TV móvil;
- 14 por ciento ofrecen servicios bancarios/de pago móviles;
- 21 por ciento dispone de "otros" productos y servicios convergentes, en particular servicios móviles de localización GPS; servicios para tabletas y teléfonos inteligentes; combinados (TV de pago, telefonía e Internet de banda ancha); doble oferta (servicios de línea fija y de banda ancha); triple oferta (servicios de TV restringida, fijos y de banda ancha) y oferta total (servicios de TV restringida, móviles, fijos y de banda ancha).

Los datos de la UIT muestran que a finales de 2012 aún había 158 reguladores separados de telecomunicaciones/TIC en el mundo – pese a que a muchos se les ha ampliado el mandato en los últimos cinco años para incluir la tecnología de la información y la radiodifusión. Los reguladores de las telecomunicaciones/TIC son responsables de la reglamentación del contenido de Internet en sólo el 16 por ciento aproximadamente de los países (principalmente en África, Estados Árabes y Asia-Pacífico)⁹, aunque representa el doble que en 2009. Los reguladores de telecomunicaciones/TIC se ocupan también de la radiodifusión en el 18 por ciento de los países.

Figura 5: Mandato del regulador en el mundo, 2012



Fuente: Informe de tendencias en las reformas de las Telecomunicaciones 2010/2011¹⁰.

⁹ Según las respuestas a la encuesta anual de la UIT sobre reglamentación de las telecomunicaciones/TIC.

¹⁰ Informe de la Comisión de Banda Ancha de la UIT, pág.70 – The State of Broadband 2012 Achieving Digital Inclusion for all www.broadbandcommission.org/Documents/bb-annualreport2012.pdf

Algunos Estados Miembros han comenzado a adoptar un marco reglamentario convergente mediante la fusión de los organismos reguladores de las telecomunicaciones y de la radiodifusión en un mismo regulador convergente de las TIC¹¹. Las responsabilidades de estos reguladores son, entre otras, la protección del consumidor, control de la competencia y la reglamentación específica del sector. Algunos también tienen el mandato específico de garantizar un cierto nivel de protección y educación del consumidor, así como el fomento de condiciones equitativas y el control de la calidad del servicio.

En general, los resultados de la encuesta muestran una carencia general de recursos, estrategias e instrumentos para proteger al consumidor en un contexto que converge rápidamente.

Sección 2: Definición del problema: significado de convergencia para la reglamentación y el consumidor

Como se ha resumido en la introducción, la expansión de las tecnologías digitales y de Internet, en particular la Web 2.0, ha transformado drásticamente el acceso y la prestación de los servicios de comunicaciones electrónicas. Esta transformación plantea ciertos retos a los reguladores, entre los que cabe citar:

- Fomento de la inversión en redes de alta velocidad y soluciones tecnológicas avanzadas universalmente disponibles y accesibles.
- Protección de los innovadores, creadores y consumidores contra la falsificación y el pirateo asociado a la distribución en línea (cada vez más transfronteriza) de bienes y servicios.
- Promoción y protección del comercio electrónico: crear un contexto favorable a la proliferación de mecanismos de pago electrónico fiables y eficientes (por tarjeta, Internet y con el móvil) (por ejemplo, servicios de identificación electrónica y de transacciones electrónicas fiables).
- Información al consumidor para que conozca todas las opciones y disponga de protección adecuada y mecanismos de resarcimiento en caso de problemas.
- Preservación de la confianza en Internet mediante una estrategia sólida en materia de ciberdelincuencia y protección y privacidad de los datos, de eficacia probada para las futuras tecnologías.
- Creación de un marco reglamentario más sencillo y claro y unas condiciones equitativas para los proveedores de contenido¹², con el fin de evitar la incertidumbre jurídica, la duplicación y el doble control que puede producirse cuando la reglamentación de la red y la transmisión está separada de la reglamentación del contenido.

Redes de alta velocidad fiables

Para poder ofrecer adecuadamente a los consumidores servicios convergentes que satisfagan sus expectativas es esencial disponer de una infraestructura fiable con conectividad y velocidad mejoradas. Por esta razón, los gobiernos de los Estados Miembros están fomentando activamente la utilización y el desarrollo de la banda ancha como medio para el crecimiento y el desarrollo socioeconómico. Este desarrollo ayuda a las empresas y a los consumidores en sus transacciones nacionales e internacionales, y

¹¹ Es el caso del Organismo Regulador de las Comunicaciones de Tanzania (2003); Organismo de Comunicaciones y Mercado de Australia (ACMA) – 2005; Comisión de Información y Organismo de Medios de Bhután (2000); Comisión de Comunicaciones y Multimedia de Malasia (1998); Oficina de Comunicaciones del Reino Unido (Ofcom) (2003); y la Autoridad Independiente de Comunicaciones de Sudáfrica (ICASA) (2005).

¹² Los operadores de red puede retransmitir las señales de radiodifusión y ofrecerlas al público, por ejemplo operadores de cable o de satélite, operadores móviles, proveedores de TVIP.

promueve el comercio de bienes y servicios digitales y de productos físicos. A fines de 2011, los servicios de banda ancha fijos se comercializaban en 206 países y los servicios de banda ancha móvil (3G y 4G) en 160 países¹³.

Falsificación y piratería en línea

Internet ofrece a los falsificadores y piratas un instrumento eficaz y nuevo para vender sus productos en sitios de subastas, en espacios de comercio electrónico independientes y por correo electrónico. El desarrollo de nuevas tecnologías también plantea dificultades a la hora de impedir la utilización no autorizada de obras protegidas con el fin de recompensar el desarrollo de contenido creativo y la inversión en este campo.

Fomento y protección del comercio electrónico

Los consumidores desean tener fácil acceso a bienes y servicios que compran en línea, incluso mediante sus dispositivos móviles. También quieren garantías de seguridad de sus datos y de que no se utilizan de manera irresponsable o fraudulenta. Si bien la confianza es fundamental para promover el comercio electrónico y el comercio transfronterizo en línea, es indispensable que la reglamentación sea proporcionada y lo suficientemente flexible como para permitir la innovación en el futuro.

Mantener informados a los consumidores y resarcimiento en caso de problemas

El Gobierno, los reguladores y la industria tienen que velar por que los consumidores tengan acceso a información precisa y a la educación sobre servicios convergentes, para que puedan tomar decisiones fundamentadas. Es indispensable que los consumidores comprendan el tipo de contenido al que están accediendo y el nivel de reglamentación correspondiente. Los reguladores tienen que encontrar la forma de proteger a los consumidores contra contenido pernicioso y ofrecerles la posibilidad de resarcimiento, especialmente a medida que se ofrecen cada vez más servicios desde el extranjero.

Preservación de la confianza en Internet

El tráfico Internet se duplica cada 2 a 3 años y el tráfico de Internet móvil todos los años. Según las previsiones, en 2015 habrá 25 000 millones de dispositivos con conexión inalámbrica en el mundo; en 2020 esta cifra se habrá duplicado, es decir 50 000 millones; el tráfico de datos móvil se multiplicará por 12 entre 2012 y 2018, mientras que el tráfico de dato en teléfonos inteligentes se habrá multiplicado por 14 en 2018. El incremento del tráfico tiene el inconveniente de que también aumenta la ciberdelincuencia y el riesgo de seguridad en la red. La confianza en Internet puede verse menoscabada por la utilización impropia de datos personales o los riesgos relativos a la seguridad de los datos en línea¹⁴.

¹³ Estudio de la UIT sobre la creación de un compendio de estudios de caso sobre protección del consumidor de telecomunicaciones/TIC en el contexto de la convergencia, julio 2012.

¹⁴ En un estudio de Eurobarómetro reciente indica que el 40% de los usuarios están preocupados por la seguridad de sus datos en línea y que el 38% está inquieto por la seguridad de los pagos en línea (Estudio especial Eurobarómetro 390, "Cyber security").

Figura 6: Dispositivos utilizados para acceder a Internet en 2012



Fuente: Intel, publicado en "The Device Wars" – en el informe "State of Broadband Report"

Creación de un marco regulatorio más simple y claro

La finalidad general de las políticas reguladoras y la reglamentación para salvaguardar el interés público y proteger al consumidor debería consistir en crear un entorno favorable a la aparición de los servicios de comunicaciones convergentes, sostenibles y de alta calidad. En particular, el establecimiento y mantenimiento de un nivel coherente de protección del consumidor en los diferentes medios digitales. Disponer de mercados en línea legítimos y prósperos beneficia tanto a las empresas como a los consumidores. Por consiguiente, al examinar las políticas de protección del consumidor, los reguladores tienen que evaluar la posible incidencia de la intervención reguladora, en cuanto a las cargas nuevas o adicionales que pudieran imponer a las empresas, en comparación con los posibles beneficios para los consumidores.

Sección 3: Aspectos esenciales del establecimiento de políticas o marcos regulatorios para la protección del consumidor y del usuario en el contexto de la convergencia

Es necesario modificar los marcos regulatorios para, entre otras cosas, mejorar el cumplimiento y aplicación de la legislación, la normativa y la reglamentación en materia de protección del consumidor, por las siguientes razones:

- Los proveedores de servicio que antes operaban en distintos mercados están compitiendo por los mismos clientes.
- Se está produciendo un cambio considerable y constante en la forma en que se suministran y venden los servicios, las aplicaciones y el contenido a los clientes.

El reto para todos los reguladores es comprender la dinámica subyacente de la convergencia desde la perspectiva del consumidor. Para éste, la convergencia no es un concepto abstracto relativo a las redes, proveedores y dispositivos, sino que guarda relación y afecta a su comportamiento y a su relación con el proveedor de servicio. Los consumidores pueden interactuar de manera transparente con otros miembros de su comunidad de acuerdo con sus preferencias personales, en cuanto al tipo de dispositivo, inmediatez, modo¹⁵ y medio¹⁶. Por ejemplo, en el marco de la Web 2.0, muchos sitios permiten a los usuarios compartir contenido multimedia, datos, experiencia, puntos de vista y opiniones sobre diversos

¹⁵ Por ejemplo, pueden comunicar en modo síncrono (conversaciones telefónicas, mensajería instantánea o charlas, etc.) o en modo asíncrono (correo electrónico, bitácoras, mensajes de texto, grupos de debate).

¹⁶ Voz, datos, vídeo e imágenes.

asuntos, e incluso colaborar para resolver problemas globales. En resumen, el "consumidor" tradicional se está convirtiendo en un "prosumidor"¹⁷.

Desde la perspectiva del proveedor de servicios, los prosumidores son una fuente valiosa de datos de usuario que permite creación de perfiles, la minería de datos, la detección de tendencias y crisis, y la resolución de problemas colectivos. Si bien el prosumidor puede desear transferir e intercambiar vastos volúmenes de datos personales en línea por sus propias necesidades, tenderá a sentirse responsable de proteger dicha información contra la utilización indebida. El prosumidor también se enfrenta a diversas restricciones en cuanto a precios, opciones, complejidad técnica, incompatibilidad de dispositivos, condiciones del servicio, etc.

Aunque algunos Estados Miembros ya han promulgado políticas y/o reglamentos para adaptarse a los servicios convergentes, y han decidido intervenir en ámbitos tales como la transparencia de precios y la neutralidad de la tecnología/red. Según las respuestas de todos los encuestados, esta intervención se corresponde con los tipos de reclamaciones más comunes, a saber, las relativas a los precios y la facturación; la calidad del servicio; y las interrupciones/baja cobertura del servicio.

Otros importantes derechos del consumidor citados por los encuestados fueron la protección de datos personales/privacidad/confidencialidad de la información (9/29, 31%) y el derecho a reclamar (8/29, 28%).

Aspectos relativos a la neutralidad de la red y la calidad del servicio

Por lo general el término "neutralidad de la red" se refiere al debate sobre si debería haber un principio fundamental de no discriminación entre las diferentes formas de tráfico Internet que circulan por las redes.

El debate sobre la neutralidad de red se suele plantear desde la perspectiva de la oferta (es decir, si debería permitirse que los operadores de red bloqueen o cobren por dar prioridad el tráfico del proveedor). El incremento masivo real y potencial del tráfico de datos a medida que los consumidores utilizan más servicios y aplicaciones aumenta la presión sobre la capacidad de red y rompe los vínculos tradicionales entre la utilización final y los costos correspondientes a la prestación del servicio.

Si bien los consumidores pueden estar dispuestos a pagar más por tener una velocidad de Internet más elevada y acceso a nuevo contenido y aplicaciones, es muy posible que queden insatisfechos si no existe una diferencia entre las diversas ofertas de servicio, especialmente si la calidad del servicio se degrada o el contenido se bloquea.

La dificultad para los reguladores es lograr un equilibrio entre las exigencias del consumidor en cuanto acceso ilimitado y sin restricciones de contenido, por una parte, y la capacidad del proveedor de utilizar eficientemente el ancho de banda disponible y de resistir la tentación de bloquear aplicaciones Internet y contenido para tratar de controlar el flujo y limitar la competencia y las opciones del usuario, por la otra.

En 2010 la ANR de Italia (AGCOM) llevó a cabo una investigación de las técnicas de gestión del tráfico relativa a aplicaciones móviles VoIP y punto a punto (P2P). Tras consultar a las partes pertinentes¹⁸, AGCOM está analizando si los actuales requisitos de transparencia en materia de calidad de servicios de acceso a Internet son los adecuados. Entre las medidas cabe citar la prueba de velocidad de Internet Misura¹⁹, que utilizan los consumidores para verificar la velocidad efectiva de las conexiones de banda

¹⁷ Término utilizado para describir a los usuarios que consumen y producen bienes y servicios, que se atribuye a Don Tapscott definido en "Wikinomics", Don Tapscott, Anthony D. Williams, Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything (Wikinomics: La nueva economía de las multitudes inteligentes), Portfolio Trade, 2006. ISBN 1-59184-367-7.

¹⁸ Realizada en 2011 y aprobada en la Resolución 713/11/CONS.

¹⁹ www.misurainternet.it/

ancha fija. Si la AGCOM llega a la conclusión de que los requisitos no son los adecuados, considerará la posibilidad de introducir nuevas medidas reglamentarias para proteger la neutralidad de la red²⁰.

En junio de 2011 el Parlamento Holandés aprobó legislación para impedir el bloqueo o discriminación de cierto contenido, servicios o aplicaciones. Ahora los proveedores de Internet móvil deben permitir que los consumidores utilicen Skype y otros servicios rivales – que permiten a los usuarios de teléfonos inteligentes enviar mensajes de texto sin coste adicional – en sus redes sin que tengan que pagar por ello ni tengan preferencia los servicios que ellos ofrecen²¹.

En el Reino Unido el método preferido consiste en fomentar la autoregulación en primer lugar. En virtud de un código de prácticas sobre la gestión del tráfico en Internet, de carácter abierto y voluntario, los proveedores de este servicio (PSI) aceptan suministrar un acceso pleno y abierto a Internet y confirman que no recurrirán a prácticas de gestión del tráfico destinadas a degradar el servicio de los competidores²². El código comprende indicadores parámetros esenciales (KFI), que establece las políticas de gestión del tráfico de cada operador en un formato sencillo y comparable. El objetivo general de la política es permitir a los PSI que gestionen sus redes de una manera tal que les permita innovar y crear nuevos modelos empresariales, garantizando al mismo tiempo un buen servicio al consumidor. La ANR, Ofcom, está facultada para intervenir a los efectos de garantizar la transparencia y establecer una calidad de servicio mínima, si el mercado "evoluciona de manera contraria o perjudicial para la competencia"²³.

Precios, facturación y transparencia

Las reclamaciones de los consumidores más citadas por los encuestados tienen que ver con los precios y la facturación. Estas reclamaciones se presentan pese a que los consumidores tienen acceso casi universal a información sobre precios de todos los servicios, incluidos los servicios móviles, el acceso a Internet y los de teléfonos inteligentes. Brasil, El Salvador, Sudáfrica y Uruguay mencionaron explícitamente en sus respuestas la disponibilidad de información sobre el consumidor para la suscripción y el pago de servicios TV. Así, quizá suministrar información no sea por sí mismo suficiente para proteger al consumidor en el contexto de la convergencia de servicios.

En Turquía, por ejemplo, se modificó la legislación de telecomunicaciones en 2010 y 2011 con el fin de incluir medidas concebidas para integrar diferentes aspectos de los servicios convergentes, en particular la TVIP, la VoIP y los servicios de pago con el móvil. Entre las medidas adoptadas cabe citar la facturación detallada; el derecho a no recibir publicidad, tarifas o servicios; y el derecho del abonado a fijar un valor máximo de su factura de telecomunicaciones.

El Grupo de Telecomunicaciones de Turquía ha indicado algunas dificultades que ha tenido en la práctica a aplicar esta última disposición²⁴:

- Cómo definir el límite: ¿debe referirse al total de la factura o a un servicio seleccionado, dada la gran variedad de servicios agrupados en el servicio de telecomunicaciones, desde servicios de seguridad hasta software?
- Cuál es la relación del límite con las campañas o promociones especiales (que tienen un periodo de suscripción mínimo y/o pagos mensuales).

²⁰ Documento 1/162-E18, julio de 2012, op.cit.

²¹ www.physorg.com/news/2011-06-dutch-parliament-mobile-net-neutrality.html

²² www.broadbanduk.org/category/open-internet/

²³ Departamento de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte, Communications Review Seminar Series, The Consumer Perspective, <http://dcmscommsreview.readandcomment.com/consumers/>

²⁴ Documento 1/162-E 18 de julio de 2012, Türk Telekom Group (Turquía) Propuesta de texto para el proyecto de Informe sobre la Cuestión 18-2/1.

- Cómo controlar los servicios de valor añadido incluidos en la factura, que pueden resultar confusos para el cliente y el operador.
- Cómo distinguir las sumas que se deben a distintos operadores cuando el consumidor utiliza el método de selección del operador, dado que un operador no puede controlar el tráfico de los demás.
- Cómo controlar el límite en tiempo real dentro del sistema de red de la RTPC. A menos que el proveedor de servicios pueda detener el servicio inmediatamente en el momento en que se alcanza el límite, tendrá que correr con el coste adicional.

El Grupo de Telecomunicaciones de Turquía cita como ejemplo el servicio VoIP de Türk Telekom (Wirofon), en el que las llamadas de abonado se cobran y registran como si se hubieran cursado por la línea RTPC normal. Otro ejemplo que cita es el de las tarjetas de llamada, que funcionan como tarjetas de prepago pero cuyo precio está ligado al abono de la línea telefónica, es decir, una vez que el cliente ha llegado al límite de gasto, ya no puede seguir utilizando la tarjeta, lo que posiblemente sucede cuando más la necesita.

Supuestamente Türk Telekom ha informado a la Autoridad de Tecnología de la Información y la Comunicación de Turquía (ICTA) que se tardará aproximadamente entre un año y año y medio en llevar a cabo la adaptación y modificación de la infraestructura de TI y de la RTPA para ofrecer una contabilidad "casi en tiempo real" antes de hacer la transición a las NGN. Ha propuesto que en un primer lugar este derecho en concreto del consumidor debería restringirse a los servicios GSM. Los operadores GSM se han opuesto a este método, y aducen que ya ofrecen abonos de prepago, que sirven efectivamente para los mismos fines que un límite máximo.

En la República de Corea los paquetes de servicios están causando problemas a los consumidores, tanto en la etapa de suscripción inicial como durante la utilización y al rescindir el servicio²⁵. Los programas de descuento para paquetes de servicios varían en función de la composición de los productos. Los descuentos suelen estar ligados a compromisos a largo plazo, lo que complica las condiciones del contrato.

A los efectos de resolver estos y otros problemas relacionados con los consumidores y la convergencia, el Gobierno de Corea ha publicado recientemente unas directrices para los proveedores de servicios de comunicaciones (véase el Cuadro 1).

²⁵ Los operadores de telecomunicaciones dominantes están facultados para ofrecer paquetes de servicios, incluidos los servicios sujetos a reglamentación de los precios, a no ser que las ofertas puedan menoscabar la competencia y/o perjudicar a los consumidores.

Recuadro 1: Directrices de la República de Corea para los proveedores de comunicaciones en relación con la oferta de paquetes de servicios a los consumidores

En el caso de los paquetes de servicios, los proveedores deben:

- *Especificar claramente las condiciones principales de los acuerdos del usuario (descuentos a largo plazo, descuentos acumulables, precio de rescisión, etc.).*
- *Estipular en detalle los descuentos en la factura, para que el consumidor puede comprobar los descuentos aplicados.*
- *Informar acerca de los paquetes de servicios, en particular el precio, los descuentos, el periodo de prueba, la fórmula de cálculo del precio de rescisión, etc.*
- *No cobrar por la rescisión de los servicios restantes si el consumidor desea rescindir algunos de los servicios del paquete.*
- *Indicar en el acuerdo de usuario quién es responsable en caso de que surjan problemas.*

En el caso de los contratos de Internet de banda ancha, los proveedores de servicio quizá no deban:

- *Imponer tasas de anulación a los clientes que reciben beneficios adicionales no estipulados en el contrato, si luego rescinden el servicio antes de la expiración del periodo contractual.*

En el caso de ofertas:

- *La imposición de multas no está autorizada, a no ser que el consumidor haya sido notificado claramente al respecto, incluida la información sobre su valor y el periodo contractual.*

El Gobierno de Corea también exige a los proveedores que supervisen estrechamente sus agencias de venta para garantizar que cumplen las directrices estipuladas y ayuden a sus clientes a comprender plenamente el contrato al que se están adhiriendo. Por ejemplo, recomienda ofrecer al cliente folletos fáciles de comprender o con viñetas, así como publicar el correspondiente contrato en la página web del proveedor o en un lugar donde la información sea fácil de encontrar.

Interrupción/poca cobertura del servicio

Los derechos del usuario en caso de interrupción del servicio parecen estar menos desarrollados entre los Estados Miembros encuestados. Sólo 5 de los 29 encuestados mencionaron el derecho de compensación en caso de interrupción del servicio y sólo 3 de 29 citaron el derecho de acceso a servicios de emergencia.

En Omán todos los consumidores tienen el derecho a recibir ofertas de la misma clase e idénticas condiciones. Se exige a los operadores que ofrezcan la mejor calidad del servicio posible y cumplan los requisitos estipulados en la licencia. Si el servicio queda interrumpido durante más de 24 horas seguidas por motivos técnicos o de mantenimiento, el proveedor de servicios debe exonerar la tasa mensual de abonado. Si el dispositivo suministrado por el operador se estropea dentro del periodo de garantía, el operador está obligado a reemplazarlo o repararlo²⁶.

La Autoridad Independiente de Comunicaciones de Sudáfrica (ICASA) ha creado un índice de satisfacción del cliente (CSI) en los servicios TIC, con el fin de identificar y definir parámetros de calidad del servicio (QoS) que estén en consonancia con los utilizados por otros reguladores, lo que ayudará a ICASA a controlar la satisfacción del cliente y a evaluar la calidad de los operadores.

²⁶ Documento 1/162-E18 de julio de 2012, op.cit.

La creciente dependencia en la línea alámbrica y en los servicios inalámbricos, los incidentes de interrupción del servicio o la imposibilidad de acceso a los mismos en determinadas zonas quizá no esté bien documentada o no resulte fácil de comparar para los consumidores. Por ejemplo, durante las enormes inundaciones y apagones en el centro de Manhattan (Nueva York) y en todo Estados Unidos a finales de 2012, se produjeron problemas graves en la red, y los clientes perdieron acceso a los servicios de TV por fibra óptica (FiOS), Internet y conexiones telefónicas.

La Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) tiene previsto celebrar a partir de principios de 2013 una serie de audiencias públicas para examinar los problemas de las redes nacionales de telecomunicaciones durante las catástrofes naturales y otros tiempos de crisis²⁷. La finalidad es imponer requisitos más estrictos a las redes alámbricas e inalámbricas para afrontar este tipo de emergencia a gran escala, especialmente la fiabilidad de las redes de emergencia 9-1-1. También se investigará si los consumidores tienen suficiente acceso a información sobre sus servicios de comunicaciones en caso de emergencia y/o si sería útil disponer de información adicional. Por ejemplo, si ayudaría que los consumidores conocieran la calidad y fiabilidad de los servicios o dispositivos que ofrecen las empresas en comparación con los competidores durante situaciones de emergencia anteriores.

Protección de los datos personales y de la privacidad

Proteger la privacidad de los datos del consumidor y garantizar que éstos se utilizan para los fines previstos son salvaguardias esenciales en el contexto de la convergencia. Sin embargo, sólo 3 de los 17 encuestados indicaron que se ha modificado la legislación sobre seguridad y/o privacidad de los datos en los últimos dos años.

En muchos Estados Miembros, la responsabilidad de proteger los datos corresponde a otra autoridad. En Italia, por ejemplo, la autoridad de protección de datos²⁸ es responsable de la aplicación del Código de Protección de los Datos Personales y de garantizar que existen todas las salvaguardas pertinentes²⁹. Esto incluye todos los aspectos del Código, en particular la tramitación de datos personales en comunicaciones electrónicas y la retención de los datos de tráfico. En Lituania la responsabilidad de proteger los datos personales recae sobre la Dirección Nacional de Protección de Datos.

En cambio, en Omán la responsabilidad de la protección de la confidencialidad y de los datos del beneficiario³⁰ reside en el organismo regulador de las telecomunicaciones de Omán, (aunque la legislación sobre comercio electrónico y ciberdelincuencia es responsabilidad de la Autoridad de Tecnología de la Información). La reglamentación permite a los titulares de licencia solicitar datos personales del consumidor sólo si es necesario activar el servicio y siempre y cuando se informe al consumidor de los motivos por los que se recaban, procesan y conservan sus datos. Los titulares de licencias tienen la obligación específica de proteger la privacidad y confidencialidad de los datos, en particular de velar por que los sistemas y las redes sean lo suficientemente seguras para impedir el acceso no autorizado. No está permitido que los titulares de licencia intercambien información con sus filiales sin el permiso del consumidor.

²⁷ www.fcc.gov/document/chairman-genachowski-announces-post-superstorm-sandy-field-hearings

²⁸ www.garanteprivacy.it

²⁹ Código de Protección de Datos Personales (Decreto N° 196 de 30 de junio de 2003): Estatuto consolidado de Italia que traspone las Directivas EC 95/46 (protección de datos personales), 2002/58 (privacidad electrónica) y 2006/24 (retención de datos de tráfico) y por el que se regula la aplicación de principios de protección de datos a diversos sectores, se establece la autoridad italiana de protección de los datos y se describen las facultades y mecanismos de aplicación de la ley de la DPA.

³⁰ Resolución 113/2009 relativa a la reglamentación de la protección de la confidencialidad y privacidad de los datos del beneficiario.

En septiembre de 2012, la TRA de Omán inició una consulta pública sobre la reglamentación de servicios web³¹. La propuesta incluye disposiciones para filtrar contenido, bloquear contenido indeseado y limitar los resultados de búsquedas, así como para intensificar las obligaciones de privacidad y seguridad. Si se adoptan estas disposiciones el regulador estará autorizado a bloquear el acceso a sitios ofensivos.

Éste es un terreno difícil para los reguladores de las comunicaciones. Si la regulación se considera excesivamente estricta, puede verse como un obstáculo a la innovación de nuevos servicios TIC. Por ejemplo, Google ha modificado recientemente su política de privacidad, que vincula los datos del usuario recabados a través de los servicios del motor de búsqueda, YouTube y Google+, cuando antes se mantenían separados. Google afirma que este cambio beneficia al consumidor, ya que le permite ajustar mejor los resultados de las búsquedas y la publicidad de acuerdo a las necesidades de cada usuario³².

Otro ejemplo de la dificultad de lograr un equilibrio es el de los servicios de computación en la nube, cuya popularidad se está incrementando, y que se ofrecen a los usuarios a través de un PC o un dispositivo portátil. Mientras que antes los usuarios finales compraban una licencia para instalar y ejecutar software en su computador, los servicios en la nube ofrecen a los usuarios acceso a una nube virtual donde se encuentra el software y desde donde pueden acceder al mismo. Los servicios de almacenamiento en la nube ofrecen almacenamiento en línea que puede accederse desde cualquier computador o dispositivo.

Si bien los proveedores de servicio son responsables de lo que sucede con sus servicios, es probable que sus actividades no queden comprendidas dentro del marco reglamentario nacional. La reglamentación se aplica allá donde la actividad de computación en nube se lleva a cabo – ya sea en la sede de la empresa de computación en nube, en el lugar donde se encuentra el centro de almacenamiento de datos, o desde el lugar donde el usuario inicia o accede a los servicios de computación en nube.

La Unión Europea (EU) ha creado una Estrategia de Computación en Nube³³, con el objetivo de "crear confianza digital". Dado el alcance mundial de los servicios en la nube, la cuestión radica en cómo reglamentar la transferencia internacional de datos, especialmente para impedir el fraude y el crimen en el ciberespacio.

Por otra parte, en el informe del Parlamento Europeo sobre los aspectos relativos a la privacidad se afirma que "el problema de la privacidad en la nube se ha subestimado, cuando no pasado por alto"³⁴. El informe cita las inquietudes planteadas por la Agencia Europea de Seguridad de las Redes y la Información (ENISA) acerca de "los riesgos para el cliente si el proveedor del servicio en la nube utiliza y/o gestiona indebidamente los datos" contenidos en sus centros de datos. Se afirma que el riesgo surge en parte porque la infraestructura es propiedad casi exclusivamente de empresas privadas y representa una parte considerable y creciente de Internet – lo que genera "conflictos inherentes entre los intereses económicos y comerciales del proveedor del servicios y las necesidades del consumidor"³⁵.

Servicios de esparcimiento móviles y mecanismos de pago móvil

Es evidente que el rápido crecimiento de la utilización de teléfonos móviles para acceder a servicios de esparcimiento y/o efectuar pagos digitales repercute en los actuales marcos reglamentarios. El extremo

³¹ www.tra.gov.om/newsite1/NewsDetails.aspx?newsid=273

³² Véase por ejemplo el informe de Guardian "Google's privacy policy: EU data protection chiefs 'to act within days'" lunes 8 de octubre de 2012.

³³ Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, el Consejo, el Comité Económico y Social Europeo y el Comité de las Regiones, Liberar el potencial de la computación en nube en Europa, COM (2012) 529 final, Bruselas, 27.9.2012.

³⁴ Dirección General de Políticas Internas del Parlamento Europeo, Departamento de Políticas C, Lucha contra el ciberdelincuencia y protección de la privacidad en la nube, PE 462.509.

³⁵ Agencia Europea de Seguridad de las Redes y la Información (ENISA), *Cloud computing: benefits, risks and recommendations for information security*, Heraklion, noviembre de 2009.

oriente, especialmente en Japón³⁶ y Corea, está liderando la asimilación de estos servicios, seguido de Europa, en particular Escandinavia, el Reino Unido e Italia.

Muchos consumidores utilizan hoy en día los teléfonos móviles para efectuar micropagos al participar en servicios de televisión interactiva (por ejemplo, para votar en concursos), hacer regalos virtuales y comprar aplicaciones. La mayoría de los nuevos modelos de teléfono inteligente disponen de la función de comunicación en el campo cercano (NFC), que les permite transferir datos a distancias muy cortas, normalmente entre 3 y 18 mm, aunque pueden alcanzar los 10 cm. Las NFC pueden utilizarse para la transferencia rápida de ficheros, transacciones de pago y otros servicios. Los móviles también pueden emplearse como tarjetas integradas de pago sin contacto ("pago con el móvil") para comprar al por menor – una alternativa flexible al pago con tarjeta o en metálico.

Disponer de métodos de pago más flexibles y convenientes beneficia claramente tanto al consumidor como a la empresa, siempre y cuando el consumidor esté debidamente protegido y tenga confianza en la seguridad de los sistemas que utiliza.

El marco reglamentario que rige el pago en línea y móvil no deja de evolucionar. Algunos países disponen de legislación específica que se aplica al pago en línea y/o móvil, mientras que en otros se aplica la reglamentación general de protección del consumidor, de telecomunicaciones o financiera.

Las estructuras necesarias ya existen hasta cierto punto en la reglamentación actual. En el Reino Unido la ANR es responsable de la reglamentación del contenido y de la tarificación de los servicios con recargo (PRS), que comprende los servicios de pago móvil que se incluyen en la factura del teléfono o en la cuenta de prepago, incluidos algunos sistemas de pago NFC. Sin embargo, si el pago se debita de una "billetera electrónica" que se carga mediante una tarjeta de débito, el responsable de la reglamentación es el regulador de servicios financieros. Esta situación puede resultar confusa para el consumidor cuando surge algún problema. Este razonamiento presupone que las transacciones son legítimas y controladas por el supervisor nacional, lo que no tiene por qué ser así en el caso de las transacciones internacionales.

En Corea, existe reglamentación específica de protección del consumidor que rige el comercio electrónico³⁷, la cual impone una serie de obligaciones a los proveedores de servicios de pago, entre las que cabe citar:

- utilizar formularios de pedido que permita a los consumidores modificar o confirmar su pedido antes de la validación;
- ofrecer a los consumidores información sobre el vendedor (que también debe figurar en el sitio web del mismo) y sobre los mecanismos de resolución de controversias disponibles;
- proteger la información personal revelada por el consumidor durante el procedimiento de pago³⁸.

³⁶ En Japón, las ventas de teléfonos móviles con NFC ha superado los 64 millones, a finales de 2009 (FeliCa, 2010).

³⁷ Ley de transacciones financieras electrónicas de 2007 (EFTA) y Ley de protección del consumidor de comercio electrónico (ECPA).

³⁸ Informe de la OCDE sobre protección del consumidor en el pago móvil y en línea, 17 de agosto de 2012 DSTI/CP(2010) 22/FINAL.

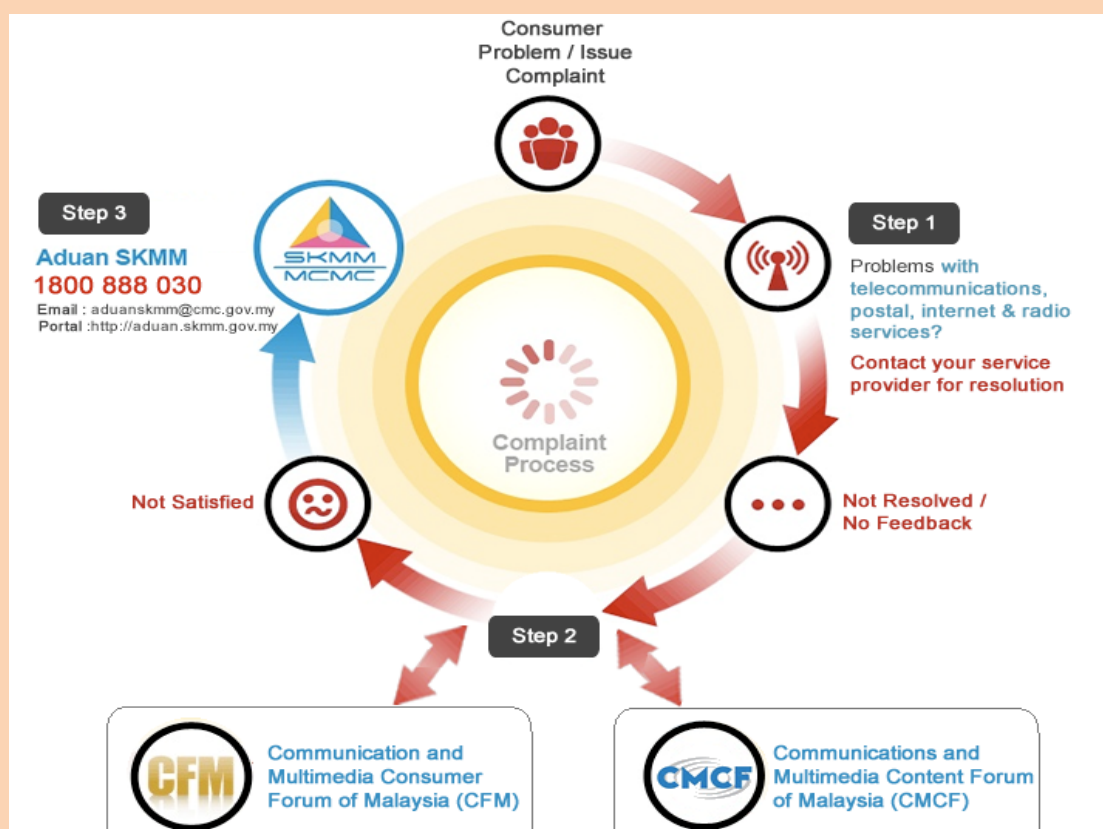
El derecho a reclamar

El acceso a un proceso de reclamaciones justo y transparente es esencial en cualquier marco eficaz para la protección del consumidor. En la mayor parte de los marcos reglamentarios de las TIC se exige que los operadores establezcan y publiquen procedimientos para tramitar las reclamaciones de los consumidores. La mayoría de los encuestados participan en el procedimiento de tramitación de reclamaciones o resolución de controversias o bien puede transferir éstas a otro organismo encargado de la protección del consumidor.

Por ejemplo, aunque la Comisión de Comunicaciones y Multimedia de Malasia (MCMC) no participa directamente en la tramitación, tiene la responsabilidad de velar por que las reclamaciones del consumidor se atiendan de manera justa y eficiente. Las reclamaciones guardan relación con todos los aspectos de los servicios de comunicaciones y multimedia, las telecomunicaciones, la radiodifusión, los servicios Internet, los servicios postales y de correo, y la certificación digital. La MCMC también es responsable de supervisar el nivel de reclamaciones recibidas por los consumidores.

A los consumidores se les alienta a tratar de resolver el problema con el proveedor de servicios en un primer lugar, y si éste no se lo resuelve en el plazo de siete semanas, a remitir su reclamación al Foro independiente de consumidores autorregulado (creado por la MCMC). El Foro dispone de un portal de reclamaciones en línea que ayuda a los usuarios a resolver los problemas con el proveedor sin recurrir a ayuda externa. El portal se ha desarrollado de conformidad con el Código de Prácticas General del Consumidor (GCC) que depende del Foro del Consumidor y utiliza procedimientos normales para tramitar las reclamaciones del consumidor y las controversias.

Figura 7: Oficina de reclamaciones del consumidor en Malasia: Proceso de tramitación de reclamaciones



Fuente: Sitio web de la Comisión de Comunicaciones y Multimedia de Malasia: www1.skmm.gov.my/?lang=en-US

En Arabia Saudita, la Comisión de Comunicaciones y Tecnología de la Información (CITC) exige a los proveedores de servicio que establezcan una unidad administrativa independiente para tramitar las reclamaciones. También desempeña una función directa en la tramitación de reclamaciones por medio de

la revisión de los procedimientos de reclamación de los proveedores. Asimismo, ofrece un procedimiento de resolución de controversias cuando el cliente y el proveedor no consiguen llegar a un acuerdo.

Resarcimiento transfronterizo

Aunque los planes ADR específicos del sector son comunes en toda la Unión Europea, hay varias deficiencias que menoscaban su eficacia, tales como lagunas en la cobertura, falta de información al cliente y las empresas y disparidad en la calidad de los procedimientos. Es importante resolver estas deficiencias cuando los consumidores efectúan transacciones transfronterizas en el entorno digital.

La nueva legislación propuesta exigirá a todos los Estados Miembros que velen por que los consumidores y comerciantes puedan recurrir a un plan ADR de calidad para resolver las controversias relacionadas con la venta de bienes o la prestación de servicios, incluso por medios en línea. Para ello se pueden utilizar los planes ADR existentes y adaptarlos según las necesidades, o bien crear nuevos ADR. Todos y cada uno de los Estados Miembros tendrán que garantizar que haya una autoridad competente responsable de supervisar estos planes. También se aplicarán plenas garantías de confidencialidad y protección de los datos.

Se fomentarán estos planes para formar redes de entidades ADR en sectores específicos y para cooperar con las autoridades nacionales responsables de aplicar la legislación en materia de protección del consumidor³⁹.

Sección 4: Métodos organizativos y buenas prácticas utilizadas por las ANR para aplicar su legislación, normativa y reglamentación nacionales que rigen la protección del consumidor en el contexto de la convergencia

La aplicación efectiva de la reglamentación y las políticas nacionales en materia de protección del consumidor es fundamental para salvaguardar el interés público y proteger el consumidor. Según los resultados de la encuesta realizada por la Comisión de Estudio de la UIT, muchas ANR tiene dificultades para aplicar la legislación en el contexto de la convergencia. El principal obstáculo parece ser la necesidad de ampliar o mejorar la legislación. Por otra parte, muchos de los encuestados afirman que los organismos de protección del consumidor adolecen de problemas estructurales y falta de experiencia o de personal para aplicar la reglamentación. Un cuarto de los encuestados mencionó la falta de educación y sensibilización del consumidor acerca de sus derechos.

Problemas estructurales y división de responsabilidades

En Turquía la responsabilidad sobre la protección del consumidor está dividida entre la Autoridad de Tecnologías de la Información y la Comunicación (ICTA) (www.btk.gov.tr), que dispone de una sección dedicada a la protección del consumidor, y la Dirección General de Protección del Consumidor y de la Competencia (www.tuketici.gov.tr), que forma parte del Ministerio de Aduanas y Comercio de Turquía. Existe una clara división de responsabilidades entre ambos, y los principios de división de tareas están aprobados oficialmente. Por ejemplo, si un consumidor presenta una reclamación sobre los servicios de telecomunicaciones a la Dirección General de Protección del Consumidor y de la Competencia, ésta la transmite, si procede, a la ICTA.

Aunque los respectivos reguladores han informado de que esta práctica está funcionando bien, el Grupo de Telecomunicaciones de Turquía ha indicado a la Comisión de Estudio diversas dificultades relativas a la reglamentación de los servicios convergentes. Cabe citar por ejemplo "situaciones conflictivas y confusas entre diferentes autoridades; la incidencia de la convergencia en la competencia; dificultades para

³⁹ Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on alternative dispute resolution for consumer disputes COM (2011)793 final, Brussels, 29.11.2011 and Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on online dispute resolution for consumer disputes COM(2011)794 final, Brussels, 29.11.2011.

analizar los servicios convergentes para la reglamentación o la normativa; y la prevención de efectos negativos de la reglamentación en el desarrollo y mejora de los servicios convergentes".

En China, donde el Consejo Nacional ha establecido el objetivo de lograr la plena convergencia de las telecomunicaciones y medios en 2013, los dos reguladores implicados – el Ministerio de Industria y Tecnología de la Información (MIIT) y la Administración Nacional de Radio, Cine y Televisión (SARFT) adoptan enfoques diferentes a la reglamentación. La censura de contenido sigue obrando en poder de los radiodifusores y de la SARFT, lo que al parecer ha planteado dificultades a los proveedores de telecomunicaciones que quisieran ampliar sus servicios de TVIP y móviles. Por ahora la asimilación de estos servicios ha sido relativamente baja en China, comparada con el enorme número de abonados a la banda ancha fija y a móvil 3G.

En cambio, en Corea del Sur el organismo regulador de la radiodifusión y el Ministerio de Telecomunicaciones llegaron a un acuerdo en 2006 (después de prolongados debates) de ejercer un control conjunto de los servicios de TVIP. Desde entonces se ha producido un rápido crecimiento del número de abonados a la TVIP, que según los operadores de TVIP se eleva a 1 687 833, registrando así un aumento de 34 000 en los seis meses previos a enero de 2013, debido sobre todo al rápido crecimiento del número de consumidores que utilizan los servicios en tiempo real⁴⁰.

Recursos adecuados para la aplicación de la normativa y la educación y sensibilización del consumidor

En Colombia, la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) es responsable de reglamentar la protección del consumidor en todos los servicios de tecnologías de la información y la comunicación. La legislación en materia de protección del consumidor se ha actualizado para tener específicamente en cuenta los servicios convergentes⁴¹. La Resolución 3066 define una normativa específica para la venta de paquetes de servicios, así como prácticas idóneas relativas a la comunicación con los usuarios a través de oficinas, líneas telefónicas, redes sociales y SMS. Ahora bien, para aplicar satisfactoriamente estos cambios, la CRC necesita disponer de recursos suficientes para ello, así como para las campañas de educación e información al consumidor⁴².

En el Reino Unido, el Gobierno ha propuesto una nueva ley de derechos del consumidor⁴³. La finalidad es desarrollar un nuevo marco que reduzca la carga reglamentaria de las empresas (al tener que aplicar un solo marco de derechos del consumidor, en lugar de los actuales 12 instrumentos legislativos) y que permita además integrar las futuras innovaciones y ganar la confianza del consumidor por medio de las salvaguardias adecuadas.

De aprobarse esta ley, se modernizará la legislación relativa al consumidor que data de hace 30 años y se especificarán claramente los derechos de los consumidores de contenido digital, en particular los relativos a las descargas, el contenido en disco, la recepción secuencial de contenido y el contenido accesible por la nube. Es preciso que este tipo de contenido se corresponda con toda descripción ofrecida y toda versión de ensayo o demostración, y debe tener una "calidad satisfactoria ... [que cumpla] las expectativas razonables del consumidor habida cuenta de todas las circunstancias del caso". El proveedor de contenido digital debe disponer del derecho a suministrar dicho contenido y no debe exponer al consumidor a una situación de infracción del derecho de autor.

⁴⁰ <http://advanced-television.com/2009/07/06/iptv-subscribers-increase-in-korea/>

⁴¹ La Ley Nacional 1480, enmendada en 2011, incluye modificaciones de la protección de la salud y seguridad del consumidor, la protección del menor, el acceso a la información y aspectos tales como garantías de bienes y servicios. La normativa del usuario CRC 3066, también enmendada en 2011, se ha modificado en lo que respecta a la utilización de tecnologías para la comunicación con empresas, tiempo de respuesta máximos, acceso a la información y normativa sobre los paquetes de servicios.

⁴² op.cit.

⁴³ www.gov.uk/government/news/new-proposals-for-consumer-rights

Reglamentación de la normativa del servicio

En su respuesta, Brasil indicó que tenía dificultades para gestionar los servicios convergentes, debido a la falta de experiencia en la coordinación/cooperación entre los organismos pertinentes y a la carencia de procedimientos jurídicos para abordar la convergencia.

Aunque el Ministerio de Comunicaciones es el principal responsable de formular la política nacional en materia de integración digital, radio y TV, servicios postales y telecomunicaciones, la Agencia Nacional de Telecomunicaciones (Anatel)⁴⁴ tiene la responsabilidad específica de fomentar el desarrollo del sector de telecomunicaciones brasileño. Entre sus potestades se cuentan la concesión de licencias, la reglamentación y la supervisión. Las decisiones del regulador sólo pueden impugnarse en los tribunales.

La protección del consumidor está reglamentada en el Código de Defensa del Consumidor (Código de Defesa do Consumidor)⁴⁵, que se administra a través de distintos organismos.

El acceso al sistema de televisión digital de Brasil (SBTVD), lanzado en 2007, es abierto y gratuito, y permite la transmisión de contenido con imagen y sonido de alta calidad a dispositivos fijos y móviles. Los consumidores disponen de acceso a la TV digital mediante sus televisores y teléfonos móviles, con acceso a servicios de alta definición e interactividad para teléfonos móviles, minitelevisores y computadores. Los servicios interactivos son una característica esencial – los usuarios pueden utilizar el mando a distancia para responder a preguntas, encontrar información sobre la programación, comprar productos anunciados, participar en encuestas y realizar servicios bancarios.

Una de las responsabilidades de Anatel es la reglamentación y protección de los derechos de los abonados a la TV de pago, en particular los "servicios combinados" que agrupa los servicios de TV de pago, telefonía e Internet de banda ancha. En virtud de la nueva legislación⁴⁶, las futuras licencias de TV de pago permitirán utilizar cualquier tecnología disponible para prestar el servicio. De este modo se unificará la normativa brasileña en materia de TV de pago. Anatel prevé que este sector alcanzará en consecuencia los 35 millones de abonados en 2018⁴⁷.

Además de la apertura del mercado a los proveedores de telecomunicaciones, el nuevo marco también amplía la responsabilidad para satisfacer las cuotas estipuladas en materia de contenido local en la programación de la TV de pago, que antes estaba vinculada a la reglamentación de la radiodifusión⁴⁸.

Anatel tiene la reputación de ser muy exigente en cuanto a la calidad del servicio. En 2012 prohibió la venta de suscripciones a la telefonía móvil durante 11 días por la mala calidad del servicio y el creciente número de reclamaciones del cliente⁴⁹. Según la información disponible está siendo muy estricta en la reglamentación de la TV de pago, debido a que el número de reclamaciones se duplicó entre 2010 y 2011,

⁴⁴ Anatel es un organismo especializado instaurado por la Ley General de Telecomunicaciones (LGT). Es independiente en su administración, autónoma desde el punto de vista financiero, y no está subordinada a ningún otro organismo gubernamental.

⁴⁵ Ley 8,078, 11 de septiembre, 1990.

⁴⁶ Reglamentación de la protección y defensa de los derechos del abonado a la TV de pago – Resolución de Anatel Nº 488/2007 modificada por la Resolución de Anatel Nº 528/2009; nueva ley 12.485/2011.

⁴⁷ Los datos de Anatel muestran que el número de abonados a la TV de pago en Brasil alcanzó los 15,1 millones en agosto de 2012, un 30 por ciento más que el mismo mes un año antes. El índice de penetración por hogar aumentó hasta alcanzar el 25,5 por ciento en agosto, desde el 19,4 por ciento registrado el año anterior. America Movil tiene una cuota de mercado del 37,2 por ciento, seguido de DirecTV, mediante su marca Sky Brasil, con un 31,2 por ciento.

⁴⁸ Supervisado por la Agencia Nacional de Cine de Brasil.

⁴⁹ De conformidad con el informe de Chris Forrester sobre television.com avanzada: <http://advanced-television.com/2012/09/19/brazil-wants-better-customer-service-from-pay-tv/>

especialmente en relación con las normas de calidad del servicio. Anatel ha exigido a los operadores planes de inversión futura y objetivos de servicio al cliente.

Equilibrio entre la privacidad de los datos personales y la innovación en productos y servicios de TIC

La convergencia de servicios exige que los reguladores lleguen a un equilibrio entre la aplicación de medidas para salvaguardar la privacidad y el marco reglamentario que incentive a las empresas a desarrollar productos y servicios TIC innovadores.

En Burundi, por ejemplo, el aumento de la delincuencia por teléfonos móviles, en particular las amenazas anónimas, el fraude, el robo bancario y la utilización indebida de tarjetas SIM robadas, ha menoscabado la confianza del abonado en la seguridad de sus comunicaciones. Se han presentado numerosas reclamaciones a los operadores y al regulador. Habida cuenta de lo importante que resulta la confianza del consumidor para impulsar el crecimiento del mercado, el Gobierno ha adoptado una serie de medidas para tratar de resolver el problema. Entre estas cabe citar la obligación de los operadores de instalar equipos de supervisión y proporcionar un registro detallado de llamadas si lo solicita la policía y/o el regulador⁵⁰.

En muchos países de Latinoamérica, en particular Argentina⁵¹, Brasil, Costa Rica y México, se han promulgado leyes para proteger la privacidad de los datos del consumidor, que limitan su recopilación y utilización por terceros. Esta solución basada en derechos generales ofrece una garantía constitucional respecto de "la utilización de imágenes, privacidad, honor, autodeterminación y libertad de información".

En virtud de este planteamiento, las personas tienen el derecho de acceder a sus datos personales y decidir que no se utilicen para fines publicitarios y comerciales o en estudios de mercado. La legislación brasileña que se está preparando comprende el derecho a recibir compensación en caso de utilización indebida de datos personales. En Costa Rica se ha creado una autoridad independiente de protección de datos para velar por el cumplimiento de la legislación y sancionar a los infractores. En México, la reglamentación sobre la utilización de datos personales comprende reglas específicas para la recopilación y utilización de datos en la computación en nube, en particular la obligación de notificar a los usuarios en caso de que se estén utilizando sus datos y/o hayan sido revelados⁵².

En cambio, en Estados Unidos el Gobierno ha optado por la autorregulación para lograr la protección de los datos, junto con medidas concretas y específicas del sector. Por ejemplo, en marzo de 2012 la Comisión Federal de Comercio (FTC) publicó un informe sobre la privacidad del consumidor⁵³, que comprende una serie de principios y prácticas idóneas no vinculantes (véase el Recuadro 2).

⁵⁰ Documento RGQ18-2/1/16, 4 de enero de 2012, Burundi, Lucha contra la delincuencia por teléfono móvil en Burundi: directivas para los operadores y obligaciones del regulador.

⁵¹ Ley de protección de los datos personales (2000).

⁵² Reglamentación de la Ley Federal para la protección de datos personales en poder de terceros privados (2011).

⁵³ Protección de la privacidad del consumidor en una época de rápidos cambios: Recomendaciones para empresas y legisladores, FTC 2012.

Recuadro 2: Directrices sobre prácticas idóneas de la Comisión Federal de Comercio de los EE.UU. relativas a la privacidad de los datos del consumidor

Privacidad desde el diseño

La protección de la privacidad de los datos del consumidor debe integrarse en todas y cada una de las etapas del proceso de desarrollo del producto o servicio. En particular, debe ofrecerse un nivel de seguridad razonable, limitar la recopilación de datos importantes, limitar el periodo de almacenamiento de los datos y adoptar procedimientos para garantizar la exactitud de los datos almacenados.

Opciones simplificadas para empresas y consumidores

El consumidor debe poder indicar fácilmente sus preferencias acerca del tipo de información personal que se comparte y decidir con quién se comparte – por ejemplo, una opción de "desactivar rastreo" que les permita evitar que se le siga el rastro en línea.

Mayor transparencia

Las empresas deben indicar detalladamente el tipo de información sobre el consumidor que recaban y cómo se utiliza ésta, así como ofrecer al consumidor el acceso a sus datos.

Fuente: Protección de la privacidad del consumidor en una época de rápidos cambios: Recomendaciones para empresas y legisladores, Comisión Federal de Comercio de EE.UU., 2012⁵⁴

Sección 5: Directrices y recomendaciones sobre métodos y prácticas idóneas para superar las dificultades de la convergencia

Dos tercios de los encuestados están de acuerdo en que existe una necesidad general de directrices y recomendaciones en materia de protección del consumidor en el contexto de la convergencia. Las siguientes directrices y prácticas idóneas reúnen las conclusiones de la encuesta y ejemplos recabados al preparar el presente informe.

Regla de oro para la convergencia

Actualizar la legislación/normativa existente para adaptarla al contexto de la convergencia

- Eliminar cualquier posible obstáculo técnico/de infraestructura que pudiera disuadir a los consumidores de abonarse a nuevos productos y servicios (por ejemplo, falta de acceso/interrupción del servicio de banda ancha)⁵⁵. Podrían incluirse medidas para controlar la utilización de técnicas de gestión del tráfico con el fin de disuadir la discriminación injusta entre diversos actores del mercado; junto con requisitos de calidad del servicio mínima para garantizar que los clientes tengan acceso fiable a los nuevos servicios, tales como los servicios en la nube.
- Garantizar que se utilizan plenamente las estadísticas sobre reclamaciones al formular las políticas para eliminar las lagunas en el marco reglamentario o legislativo.

⁵⁴ Como se indica en el estudio preparado para la Cumbre de la UIT Conectar las Américas de 2012, *Repercusiones en la Reglamentación de la Convergencia y la banda ancha para las Américas*, preparado por Janet Hernández, experta de la UIT.

⁵⁵ Uno de los objetivos para 2015 de la Comisión de Banda Ancha para el Desarrollo Digital es que los servicios de banda ancha básicos deben ser asequibles en los países en desarrollo –menos del 5 por ciento de PIB mensual per cápita– con el fin de garantizar que su población pueda participar plenamente en la sociedad del conocimiento.

- Examinar el marco reglamentario del contenido; en particular su relación con la transmisión de éste por medios distintos a la radiodifusión. Disponer de un marco jurídico estable es fundamental para tomar las decisiones empresariales que fomentarán el desarrollo y crecimiento de servicios convergentes⁵⁶.
- Realizar siempre una evaluación del impacto para que las políticas se basen en la evidencia. Recabar la opinión de los consumidores acerca de sus experiencias y mantenerse al tanto de las pautas de comportamiento del consumidor. Investigar los cambios de comportamiento en todas las plataformas y tipos de producto (ya sea individual o en paquetes). Determinar lo que el consumidor desea o necesita en realidad y no lo que uno supone basándose en estudios sobre el consumo, encuestas de utilización y datos de reclamaciones.
- Determinar los ámbitos en los que se superponen datos y la explotación de los mismos (por ejemplo, entre la reglamentación de la publicidad y la de la privacidad), que es probable que pertenezcan a las redes sujetas a una reglamentación de las comunicaciones "tradicional", y colaborar más estrecha y efectivamente con otros organismos para garantizar la protección del consumidor y el florecimiento del mercado de las TIC.
- Adoptar nuevas medidas reglamentarias que sirvan para el futuro con el fin mantener el ritmo de los rápidos cambios tecnológicos.

Educación e información al consumidor

- Velar por que el marco reglamentario promueva suficientemente la competencia y la variedad de opciones para el consumidor, así como que éste pueda cambiar de proveedor fácilmente si lo desea. Si bien la compra de un paquete de productos resulta claramente interesante para el consumidor en lo que respecta al precio y la comodidad, puede ser más difícil comparar las diferentes ofertas y cambiar de una a otra.
- Garantizar que los consumidores tienen acceso a información exacta y oportuna, en particular sobre la velocidad de datos y la gestión del tráfico. Si existe discriminación entre servicio y/o prácticas, tales como bloqueo de páginas web, los consumidores deben estar al corriente de ello y el precio de los servicios se ajustará en consecuencia.
- Velar por que los consumidores estén informados sobre los posibles problemas de seguridad y privacidad que pueden encontrar en los servicios de comercio electrónico y móvil, así como las medidas disponibles para limitar el riesgo.

Confianza del consumidor en los servicios convergentes

- Promover y salvaguardar el comercio electrónico y móvil mediante la adopción de medidas que creen confianza entre los consumidores⁵⁷.
- Instar a los operadores a tomar precauciones de seguridad, en particular la integración de funciones de seguridad para impedir transacciones no autorizadas y filtraciones de datos⁵⁸.

⁵⁶ Según se ha informado, la aplicación de la Directiva 2010/13/EU de la Unión Europea sobre medios audiovisuales ('AVMSD') ha generado crecimiento, pasando de unos cuantos proveedores de servicio a más de 7 500 radiodifusiones; también ha aumentado los servicios de vídeo a la carta.

⁵⁷ Nota de la propuesta de la UE de derogar la Directiva sobre firma electrónica y sustituirla por un marco más amplio que permite el reconocimiento mutuo y la aceptación de la identificación electrónica. Servicios de autenticación, firmas y servicios de fiabilidad tradicionales (Documento del Consejo 10977/12).

⁵⁸ Informe de la OCDE sobre protección del consumidor en el pago móvil y en línea, 17 de agosto de 2012 DSTI/CP (2010)22/FINAL.

- Velar por que el consumidor tenga confianza en la seguridad de los servicios en línea. El consumidor debería poder esperar un nivel razonable de seguridad para sus datos, de modo que sólo se recaben los datos estrictamente necesarios, se guarden durante un determinado periodo y haya procedimientos razonables para garantizar su exactitud. Deberían ser capaces de saber qué información se comparte, cómo y con quién, así como tener la opción de desactivar el rastreo en línea.
- Reconocer la necesidad de proteger y educar a los consumidores con necesidades de acceso diferentes que pueden ser particularmente susceptibles a prácticas comerciales engañosas o tener dificultades para comprender plenamente los mecanismos de pago.

Aplicación de la legislación

- Prever un organismo independiente o un equipo regulatorio de protección del consumidor con recursos necesarios y buena preparación en materia de comunicaciones.
- Acordar una clara división de responsabilidades entre los diferentes organismos reguladores concernidos. Para ello se puede recurrir un Memorandum de Entendimiento (MoU) firmado, que incluya disposiciones para compartir información y recursos, según proceda.
- Distinguir entre los fallos/deficiencias/obstáculos y los problemas dimanantes de la legislación/reglamentación real.
- Establecer diversas formas de identificar posibles o reales lagunas en la reglamentación. Para ello se podría recurrir a actividades de control, autoinformación (por ejemplo, de los proveedores de servicios que hayan detectado fallos de seguridad), mecanismos de resolución de reclamaciones y controversias que abarquen todos los aspectos de los servicios convergentes, y la cooperación y coordinación transfronteriza en lo que respecta a los principios reglamentarios, en la medida de lo posible.

Sección 6: Resumen y conclusiones

Situar al consumidor en el eje del proceso de adopción de decisiones del regulador permite seguir confiriendo importancia a la competencia en beneficio del consumidor y contribuye a resolver aspectos en los que el mercado no funciona plenamente.

La mayoría de los encuestados disponen de políticas de protección del consumidor, que incluso participan de algún modo en la tramitación de reclamaciones del consumidor, o bien disponen de un organismo independiente de protección del consumidor en el ámbito de las telecomunicaciones. Ahora bien, muchos países encuestados tienen dificultades para aplicar y/o alentar el cumplimiento de las medidas de protección del consumidor, principalmente por falta de recursos y de experiencia. Muy pocos encuestados han actualizado su reglamentación/legislación para abordar los problemas que plantea la convergencia, aun cuando los servicios convergentes son muy abundantes. La mayoría sigue manteniendo reguladores separados para los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión.

Así pues, cabe preguntarse qué se puede hacer para desarrollar y/o mantener un marco de protección del consumidor adaptado al contexto de la convergencia. La "regla de oro de la convergencia", aunque no sea una panacea, es un buen punto de partida.

Habida cuenta del ritmo al que evoluciona la tecnología comparado con el tiempo que se tarda en implantar y aplicar una nueva legislación y reglamentación, resulta difícil (al tiempo que importante) tratar de encontrar una reglamentación "a prueba de futuro". La forma ideal de enfocar el asunto no es un "cambio total" del marco reglamentario sino una modificación paulatina que vaya resolviendo las principales amenazas (por ejemplo, la utilización indebida de datos personales) y que, a su vez, mantenga las ventajas (por ejemplo, contenido a la medida).

Lo que se necesita es un marco reglamentario que equilibre los intereses de los proveedores y de los usuarios, en ámbitos tales como la protección de los derechos de propiedad intelectual y la gestión de derechos digitales, sin perjudicar los modelos innovadores de negocio electrónico. Por ejemplo, el

comercio electrónico y móvil ofrece enormes oportunidades al comercio transfronterizo, y da acceso a bienes y servicios a comunidades antes mal abastecidas.

Uno de los principales problemas para los reguladores es instaurar una cultura de la seguridad que promueva la confianza en las aplicaciones TIC, que aplique eficazmente los mecanismos de protección del consumidor y de la privacidad. Dado que los servicios convergentes son de alcance mundial, es indispensable aumentar la cooperación transfronteriza.

Unión Internacional de las Telecomunicaciones (UIT)
Oficina de Desarrollo de las Telecomunicaciones (BDT)
Oficina del Director

Place des Nations

CH-1211 Ginebra 20 – Suiza

Correo-e: bdtdirector@itu.int

Tel.: +41 22 730 5035/5435

Fax: +41 22 730 5484

Director Adjunto y
Jefe del Departamento de
Administración y Coordinación
de las Operaciones (DDR)

Correo-e: bdtdeputydir@itu.int

Tel.: +41 22 730 5784

Fax: +41 22 730 5484

Departamento de Infraestructura,
Entorno Habilitador y
Ciberaplicaciones (IEE)

Correo-e: bdtiee@itu.int

Tel.: +41 22 730 5421

Fax: +41 22 730 5484

Departamento de Innovación y
Asociaciones (IP)

Correo-e: bdtip@itu.int

Tel.: +41 22 730 5900

Fax: +41 22 730 5484

Departamento de Apoyo a los
Proyectos y Gestión del
Conocimiento (PKM)

Correo-e: bdtipkm@itu.int

Tel.: +41 22 730 5447

Fax: +41 22 730 5484

África

Etiopía

International Telecommunication
Union (ITU)

Oficina Regional

P.O. Box 60 005

Gambia Rd., Leghar ETC Building

3rd floor

Addis Ababa – Etiopía

Correo-e: itu-addis@itu.int

Tel.: +251 11 551 4977

Tel.: +251 11 551 4855

Tel.: +251 11 551 8328

Fax: +251 11 551 7299

Camerún

Union internationale des
télécommunications (UIT)

Oficina de Zona

Immeuble CAMPOST, 3^e étage

Boulevard du 20 mai

Boîte postale 11017

Yaoundé – Camerún

Correo-e: itu-yaounde@itu.int

Tel.: +237 22 22 9292

Tel.: +237 22 22 9291

Fax: +237 22 22 9297

Senegal

Union internationale des
télécommunications (UIT)

Oficina de Zona

19, Rue Parchappe x Amadou

Assane Ndoye

Immeuble Fayçal, 4^e étage

B.P. 50202 Dakar RP

Dakar – Senegal

Correo-e: itu-dakar@itu.int

Tel.: +221 33 849 7720

Fax: +221 33 822 8013

Zimbabue

International Telecommunication
Union (ITU)

Oficina de Zona de la UIT

TelOne Centre for Learning

Corner Samora Machel and

Hampton Road

P.O. Box BE 792 Belvedere

Harare – Zimbabwe

Correo-e: itu-harare@itu.int

Tel.: +263 4 77 5939

Tel.: +263 4 77 5941

Fax: +263 4 77 1257

Américas

Brasil

União Internacional de
Telecomunicações (UIT)

Oficina Regional

SAUS Quadra 06, Bloco "E"

11^o andar, Ala Sul

Ed. Luis Eduardo Magalhães (Anatel)

70070-940 Brasília, DF – Brazil

Correo-e: itubrasilia@itu.int

Tel.: +55 61 2312 2730-1

Tel.: +55 61 2312 2733-5

Fax: +55 61 2312 2738

Barbados

International Telecommunication
Union (ITU)

Oficina de Zona

United Nations House

Marine Gardens

Hastings, Christ Church

P.O. Box 1047

Bridgetown – Barbados

Correo-e: itubridgetown@itu.int

Tel.: +1 246 431 0343/4

Fax: +1 246 437 7403

Chile

Unión Internacional de
Telecomunicaciones (UIT)

Oficina de Representación de Área

Merced 753, Piso 4

Casilla 50484 – Plaza de Armas

Santiago de Chile – Chile

Correo-e: itusantiago@itu.int

Tel.: +56 2 632 6134/6147

Fax: +56 2 632 6154

Honduras

Unión Internacional de
Telecomunicaciones (UIT)

Oficina de Representación de Área

Colonia Palmira, Avenida Brasil

Ed. COMTELCA/UIT, 4.º piso

P.O. Box 976

Tegucigalpa – Honduras

Correo-e: itutegucigalpa@itu.int

Tel.: +504 22 201 074

Fax: +504 22 201 075

Estados Árabes

Egipto

International Telecommunication
Union (ITU)

Oficina Regional

Smart Village, Building B 147, 3rd floor

Km 28 Cairo – Alexandria Desert Road

Giza Governorate

Cairo – Egipto

Correo-e: itucairo@itu.int

Tel.: +202 3537 1777

Fax: +202 3537 1888

Asia-Pacífico

Tailandia

International Telecommunication
Union (ITU)

Oficina de Zona

Thailand Post Training Center ,5th floor

111 Chaengwattana Road, Laksi

Bangkok 10210 – Tailandia

Dirección postal:

P.O. Box 178, Laksi Post Office

Laksi, Bangkok 10210, Tailandia

Correo-e: itubangkok@itu.int

Tel.: +66 2 575 0055

Fax: +66 2 575 3507

Indonesia

International Telecommunication
Union (ITU)

Oficina de Zona

Sapta Pesona Building, 13th floor

Jl. Merdan Merdeka Barat No. 17

Jakarta 10001 – Indonesia

Dirección postal:

c/o UNDP – P.O. Box 2338

Jakarta 10001 – Indonesia

Correo-e: itujakarta@itu.int

Tel.: +62 21 381 3572

Tel.: +62 21 380 2322

Tel.: +62 21 380 2324

Fax: +62 21 389 05521

Países de la CEI

Federación de Rusia

International Telecommunication
Union (ITU)

Oficina de Zona

4, Building 1

Sergiy Radonezhsky Str.

Moscú 105120 – Federación de Rusia

Dirección postal:

P.O. Box 25 – Moscú 105120

Federación de Rusia

Correo-e: itumoskow@itu.int

Tel.: +7 495 926 6070

Fax: +7 495 926 6073

Europa

Suiza

Union internationale des
télécommunications (UIT)

Oficina de Desarrollo de las
Telecomunicaciones (BDT)

Unidade Europa (EUR)

Place des Nations

CH-1211 Ginebra 20 – Suiza

Correo-e: eurregion@itu.int

Tel.: +41 22 730 5111



Unión Internacional de Telecomunicaciones
Oficina de Desarrollo de las Telecomunicaciones
Place des Nations
CH-1211 Ginebra 20
Suiza
www.itu.int