

LOS DESAFÍOS PARA PRODUCIR EL CAMBIO

¿Cómo puede
Consumers
International generar
un cambio a favor de
los consumidores en el
mundo digital?



ÍNDICE:

PRIMERA PARTE: LOS DESAFÍOS QUE ENFRENTAN LOS CONSUMIDORES

ACCESO, INCLUSIÓN Y LIBERTAD

[Sonia Jorge, Directora ejecutiva, Alliance for Affordable Internet](#)

[Gbenga Sesan, Director ejecutivo, Paradigm Initiative](#)

PRIVACIDAD, SEGURIDAD Y PRESENCIA TECNOLÓGICA GENERALIZADA

[Robin Wilton, Difusión técnica, Internet Society](#)

[Gilad Rosner, Fundador, IoT Privacy Forum](#)

DATOS: LA NUEVA FRONTERA PARA LOS NEGOCIOS / UNA NUEVA FRONTERA PARA LAS MARCAS

[Colin Strong, director mundial de Ciencias del comportamiento de,](#)

[Global IPSOS Mori](#)

SEGUNDA PARTE: CREAR EL CAMBIO

UNA NUEVA INFRAESTRUCTURA PARA LA INFORMACIÓN

[Sarah Gold, fundadora y directora de, IF by Design](#)

OPTIMIZAR EL IMPACTO DE LEGISLAR A FAVOR DE LOS CONSUMIDORES

[Christine Riefa, lectora, Brunel University](#)

MAYOR PARTICIPACIÓN: LA SOCIEDAD CIVIL, LA GOBERNANZA DE INTERNET Y EL SECTOR EMPRESARIAL

[Andrew Pudephatt, Presidente ejecutivo et Charles Bradley, Director ejecutivo,](#)

[Global Partners Digital](#)

INTRODUCCIÓN

AMANDA LONG DIRECTORA GENERAL, CONSUMERS INTERNATIONAL

**AL ESTIMULAR
NUESTRAS PROPIAS
IDEAS Y LAS DE LOS DEMÁS,
SEGUIREMOS ESTABLECIENDO LAS
CONEXIONES Y ESTIMULANDO EL
APRENDIZAJE CONJUNTO QUE
CONDUCIRÁN AL EMPODERAMIENTO
DE LOS CONSUMIDORES DE
TODO EL MUNDO.**



Como parte de un análisis de nuestra estrategia, salimos en busca de perspectivas renovadas y desafiantes. Con el fin de producir un estimulante artículo sobre la forma en que Consumers International y el movimiento global de los consumidores pueden responder mejor ante los desafíos y oportunidades que se nos presentan en el mundo digital, invitamos a participar a algunos expertos y líderes de opinión internacionales.

Hablamos con personas que trabajan en las principales ONG en materia digital, en el mercado global y con expertos en opinión pública, diseñadores digitales y académicos con el propósito de indagar sobre la forma en que Consumers International podría trabajar junto a sus organizaciones miembros y asociadas en todo el mundo para generar un cambio a favor de los consumidores en el mundo digital.

Además, les pedimos que nos plantearan un desafío constructivo, retándonos a ser más eficaces y a pensar en la forma más creativa posible. Estas perspectivas externas fueron un gran aliciente para el debate, y nos ayudaron a informar nuestra futura estrategia y prioridades para la acción.

Ahora, a modo de un valioso recurso para todos quienes trabajan en pos de resultados positivos en el ámbito de la economía y la sociedad digital, ponemos a disposición del público el conjunto completo de sus contribuciones.

TEMAS FUNDAMENTALES CLÉS

EL CONTEXTO DE ESTE DESAFÍO

Gran parte de las respuestas de quienes contribuyeron fue modelada por un reconocimiento del extendido alcance de la tecnología en todos los aspectos de nuestras vidas a medida que avanzamos hacia un mundo en que esta está presente de manera generalizada en nuestras vidas. Más que interactuar con servicios basados en Internet en donde podemos elegir cuándo participamos y bajo qué condiciones, estamos llegando a una etapa en que nuestra experiencia completa del mundo en el que vivimos está determinada por los dispositivos y los servicios digitales.

Al ser cada día más los dispositivos con capacidad de conexión a Internet, y al poder comunicarnos entre nosotros y con otros soportes externos, Internet se convertirá en un entorno físico con presencia en todas partes y que recopilará, analizará y usará constantemente nuestros datos personales para realizar pronósticos de nuestro comportamiento y modelar nuestras vidas de manera tal que puede pasar desapercibida y ser demasiado compleja como para que podamos poder participar en ella a cabalidad.

Pero estos desafíos aún no se han hecho extensivos a todos. Pese a que la penetración

global de Internet llegó en 2017 al 50 %, casi la mitad del mundo se mantiene sin conexión. Como la tecnología digital sigue evolucionando a un ritmo asombroso, se espera que las inequidades aumenten y aquellos que no cuenten con acceso adecuado a Internet están en riesgo de quedar a la zaga.

INFLUENCIA SOBRE LA ECONOMÍA Y LA SOCIEDAD DIGITAL

Muchos de los colaboradores comentaron que la rapidez con que se producen las innovaciones digitales obliga a las instancias normativas a mantenerse al corriente, zanjando los vacíos a medida que se presentan en lugar de anticiparse a los problemas antes de que se presenten. A esto se añade la falta de conocimientos tecnológicos en la mayoría de los círculos normativos, incluidos los abogados. Los procesos digitales traspasan las fronteras, por lo que cobran importancia los discrepantes niveles de protección ante los distintos problemas digitales. Entre ellos, los autores señalaron otros problemas creados por esta falta de velocidad y coordinación.

Por ejemplo, la adecuada reacción ante asuntos de índole más sistémica, como la privacidad digital, son aún más difíciles de elaborar, ya que sus diversos participantes tienen distintas motivaciones y reaccionarán a distintas intervenciones. Esto quiere decir que se requiere un enfoque transfronterizo para la protección y la seguridad. Otros participantes opinaron que la falta de una respuesta normativa eficaz e integrada ha provocado el aumento de la influencia de las grandes empresas tecnológicas en términos de imponer tendencias y prácticas comunes que tienden a seguir los operadores menores.

**ESTAMOS
LLEGANDO A UNA
ETAPA EN QUE NUESTRA
EXPERIENCIA COMPLETA DEL
MUNDO EN EL QUE VIVIMOS ESTÁ
DETERMINADA POR LOS
DISPOSITIVOS Y LOS
SERVICIOS DIGITALES.**

LOS DESAFÍOS QUE ENFRENTAN LAS ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES

Se solicitó ampliar el concepto de “consumidores” a una noción bastante más general que aquella con la que trabajan las organizaciones, trascendiendo aquellos problemas que han afectado a los consumidores tradicionalmente, como por ejemplo, si tal producto o servicio “ha cumplido sus expectativas”, para considerar, en términos más amplios, la función de los consumidores en los modelos empresariales de las empresas tecnológicas y el valor generado por sus datos.

Y debe mejorar el conocimiento técnico. En un mundo interconectado y altamente digitalizado, los problemas como el de la seguridad en línea, la protección de la información y la ética en la gestión de los datos comienzan a predominar en la agenda política global. Es necesario que las organizaciones de consumidores desarrollen una comprensión más informada de estas tendencias y que establezcan nuevas asociaciones a fin de seguir influyendo y elaborando normas.

Pero hubo también quienes plantearon que, tal como debemos pensar en nuestro futuro trabajo, no debemos olvidar ciertos fundamentos que aún no se han tratado adecuadamente, como por ejemplo, esforzarse más en educar y sensibilizar al público sobre las implicancias para la privacidad



asociadas a la publicidad dirigida. La mayoría opinó que seguía siendo esencial presionar para el logro de una mayor protección de los consumidores, movilizarlos para demandar niveles más altos de protección, y aprovechar recursos tales como la ambiciosa normativa sobre protección de la información de la Unión Europea como una manera de aumentar el nivel básico de los derechos de los consumidores en el mundo.

Muchos participantes pusieron de relieve la importancia de mantener un diálogo franco con el empresariado con el mismo énfasis que se da al trabajo con legisladores y en los procesos internacionales.

COLABORACIÓN CON OTROS PARTICIPANTES RESULTA FUNDAMENTAL PARA LOGRAR UNA COMPRESIÓN MÁS PROFUNDA Y MATIZADA DE LA TECNOLOGÍA Y PARA ENCONTRAR LAS MEJORES SOLUCIONES PARA LOS PROBLEMAS QUE ENFRENTAN LOS CONSUMIDORES EN EL ÁMBITO DIGITAL.

SACAR EL MÁXIMO PARTIDO DE NUESTRA DIFUSIÓN GLOBAL

Se mencionó a un diverso grupo de participantes, y hubo quienes recomendaron mantener una disposición a participar en nuevos diálogos y en debates más constructivos con el mundo empresarial en temas tales como la privacidad de los datos, demostrando con ello que los servicios pueden apoyar la privacidad sin perjuicio de la experiencia del usuario. Otros participantes recomendaron trabajar junto a desarrolladores con

el fin de aprovechar el poder de la tecnología para resolver los problemas de los consumidores, por ejemplo, en el desarrollo de aplicaciones digitales capaces de detectar prácticas poco justas o en el uso de plataformas en línea para establecer relaciones más estrechas con los consumidores.

Otros participantes se concentraron más en aprovechar al máximo nuestras posibilidades globales de difusión, equilibrándolas con una comprensión clara de los enfoques y acciones locales, y en apoyar a coaliciones locales a nivel nacional con participantes de la empresa privada, del sector público y de la sociedad civil. En el caso de los consumidores de aquellos países que necesitan un mayor acceso, la nueva tendencia que se observó en muchos estados autoritarios de cortes o interrupciones en la conexión, debe tratarse con urgencia como problemas con relevancia tanto para los consumidores como para los ciudadanos.

**PODRÍAMOS
APROVECHAR NUESTRA
POSICIÓN EN EL CENTRO DE
LA COMUNIDAD DE DEFENSA DE
LOS CONSUMIDORES PARA
DIRIGIR LA FORMA DE CREAR Y
CONECTAR LAS PIEZAS DE
UNA NUEVA**





**CONSUMERS
INTERNATIONAL**

AUNANDO ESFUERZOS
PARA EL CAMBIO

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 con el propósito de 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

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

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