



**CONSUMERS
INTERNATIONAL**

COMING TOGETHER
FOR CHANGE

PONER A LOS
CONSUMIDORES
EN EL CENTRO
DEL ACUERDO

PROTECCIÓN
EFECTIVA

ELECCIÓN
INFORMADA

ACCESO E
INCLUSIÓN

LA LISTA DE VERIFICACIÓN DEL CONSUMIDOR PARA UN ACUERDO INTERNACIONAL DE COMERCIO ELECTRÓNICO

SEGURIDAD DE
PRODUCTO

PROTECCIÓN
DE DATOS

COOPERACIÓN
INTERNACIONAL

NEGOCIACIONES
TRANSPARENTES
E INCLUSIVAS

PONER A LOS CONSUMIDORES EN EL CENTRO DEL ACUERDO

El comercio electrónico no sería el éxito, sin la participación activa de los consumidores y su futuro depende de su confianza. Por lo tanto, un acuerdo internacional sobre comercio electrónico transfronterizo debe proteger a los consumidores y brindarles beneficios reales.

Los acuerdos comerciales tienen el potencial de ofrecer precios más bajos y una mayor opción para los consumidores y, en el caso del comercio electrónico, medidas para facilitar y hacer más seguro comprar en línea. La mejor manera de lograr esto, y de asegurar que los intereses de los consumidores sean un punto central del acuerdo, es incluir un capítulo dedicado a los consumidores que incorpore los principios de protección al consumidor acordados internacionalmente que los socios comerciales deben seguir.

ELECCIÓN INFORMADA

Los consumidores que compran en línea deben tener información sobre los productos y servicios presentados de manera clara, precisa, fácilmente accesible y visible para que puedan tomar decisiones informadas. Los servicios de suscripción deben indicar claramente cuándo se realizarán los pagos y cómo un consumidor puede darse de baja. Los consumidores deben saber dónde y a quién están comprando y tener una comprensión clara de sus derechos. El marketing y las revisiones de los consumidores deben ser veraces y transparentes.

ACCESO E INCLUSIÓN

Las necesidades de los consumidores marginados o vulnerables y los consumidores con discapacidades deben considerarse en los procesos de diseño de sitios web y comercio electrónico, como los pagos y la entrega. Se deben usar fuentes más grandes y colores aceptables en pantallas pequeñas, a menudo la única opción para los consumidores de bajos ingresos. El marketing responsable, las advertencias y la verificación de la edad deben utilizarse para proteger a los consumidores vulnerables.

PROTECCIÓN EFECTIVA

Los consumidores deben ser tratados de manera justa y se les debe otorgar una protección efectiva no menor que la protección provista en otras formas de comercio. Los consumidores deben poder aceptar explícitamente una compra y recibir un recibo. Los sistemas de pago deben ser seguros. Debe haber una oportunidad para devolver un producto y recibir un reembolso si no ha sido dañado. Los consumidores deben tener acceso fácil a una resolución de disputas justa y efectiva si algo sale mal después de realizar una compra en línea.

SEGURIDAD DE PRODUCTO

Los productos que representan un riesgo para la salud y la seguridad no deben comercializarse ni venderse a los consumidores, independientemente de si se venden en tiendas o en línea. Las advertencias de seguridad del producto y la información sobre el uso seguro, deben aclararse a los consumidores antes de la compra. Las autoridades deben cooperar con el Portal de Retiro Global y los productos que figuran en el portal no deben venderse a los consumidores.

PROTECCIÓN DE DATOS

Todos los países deben tener altos estándares de protección de datos y privacidad en las leyes nacionales sustantivas y procesales. Los consumidores deben poder ejercer un control total sobre sus datos personales, cómo se recopilan, utilizan y si se comparten, y pueden proteger su privacidad. Para garantizar una aplicación y coordinación adecuadas, todos los países deben contar con organismos públicos de aplicación que trabajen en cooperación.

COOPERACIÓN INTERNACIONAL

Se debe alentar a los reguladores y organismos de aplicación en los países participantes a cooperar a través de estructuras como la ONU, el ICPEN, la OCDE y los organismos regionales, o en un proceso voluntario establecido en paralelo a un acuerdo de comercio electrónico. Dichos diálogos entre reguladores deberían centrarse en la protección del consumidor y en la mejora de la vigilancia del mercado, la aplicación, la reparación y la resolución de disputas. Se deben establecer procesos efectivos para el intercambio de información, realizar investigaciones conjuntas, retiros y acciones de cumplimiento.

NEGOCIACIONES TRANSPARENTES E INCLUSIVAS

Las negociaciones sobre el comercio electrónico deben ser transparentes y el diálogo entre múltiples partes interesadas debe fomentarse a nivel nacional e internacional. Las propuestas de negociación y los textos consolidados también deben ponerse a disposición del público para que los consumidores sepan qué se está negociando en su nombre.

¹ incluidas las transacciones no monetarias, cuando los consumidores adquieren bienes y servicios "gratuitos" a cambio de sus datos personales.