

Informe de resultados de la Cuestión 6/1 del UIT-D

Información, protección y derechos del consumidor

Periodo de estudios 2022-2025



Informe de resultados de la Cuestión 6/1 del UIT-D

Información, protección y derechos del consumidor

Periodo de estudios 2022-2025



Información, protección y derechos del consumidor: Informe de resultados de la Cuestión 6/1 del UIT-D para el periodo de estudios 2022-2025

ISBN 978-92-61-40933-3 (versión electrónica)

ISBN 978-92-61-40943-2 (versión EPUB)

© Unión Internacional de Telecomunicaciones 2025

Unión Internacional de Telecomunicaciones, Place des Nations, CH-1211 Ginebra, Suiza

Algunos derechos reservados. Esta obra se ha puesto a disposición del público con arreglo a una licencia Creative Commons Attribution-Non-Commercial-Share Alike 3.0 IGO (CC BY-NC-SA 3.0 IGO).

De acuerdo con los términos de dicha licencia, el contenido de esta obra podrá copiarse, redistribuirse y adaptarse con fines no comerciales, siempre y cuando se cite adecuadamente, tal y como se indica a continuación. Cualquiera que sea la utilización de esta obra, no debe sugerirse que la UIT respalda a ninguna organización, producto o servicio específico. No se permite la utilización no autorizada del nombre o logotipo de la UIT. Si se adapta la obra, se deberá conceder una licencia para su uso bajo la misma licencia Creative Commons o una equivalente. Si se realiza una traducción de esta obra, debe añadirse el siguiente descargo de responsabilidad junto con la cita sugerida: "Esta traducción no ha sido realizada por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). La UIT no se responsabiliza del contenido ni de la exactitud de esta traducción.

La edición original en inglés será la edición vinculante y auténtica".

Para más información, sírvase consultar la página

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/igo/>

Cita propuesta. Información, protección y derechos del consumidor: Informe de resultados de la Cuestión 6/1 del UIT-D para el periodo de estudios 2022-2025. Ginebra: Unión Internacional de Telecomunicaciones, 2025. Licencia: CC BY-NC-SA 3.0 IGO.

Material de terceras partes. Si desea reutilizar material de terceras partes incluido en esta obra, véanse cuadros, figuras o imágenes, es su responsabilidad determinar si se necesita un permiso a tal efecto y obtenerlo del titular de los derechos de autor. La responsabilidad de las demandas resultantes de la infracción de cualquier componente de la obra que sea propiedad de un tercero recae exclusivamente en el usuario.

Descargo de responsabilidad: Las denominaciones empleadas y el material presentado en esta publicación no implican la expresión de opinión alguna por parte de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) ni de la Secretaría de la UIT en relación con la situación jurídica de ningún país, territorio, ciudad o zona ni de sus autoridades, ni en relación con la delimitación de sus fronteras o límites.

La mención de empresas específicas o de productos de determinados fabricantes no implica que la UIT los apruebe o recomiende con preferencia a otros de naturaleza similar que no se mencionan. Salvo error u omisión, las denominaciones de los productos patentados se distinguen mediante iniciales en mayúsculas.

La UIT ha tomado todas las precauciones razonables para comprobar la información contenida en la presente publicación. Sin embargo, el material publicado se distribuye sin garantía de ningún tipo, ni expresa ni implícita. La responsabilidad respecto de la interpretación y del uso del material recae en el lector.

Las opiniones, resultados y conclusiones que se expresan en la presente publicación no reflejan necesariamente los puntos de vista de la UIT o de sus miembros.

Créditos de la foto de portada: Adobe Stock

Agradecimientos

Las Comisiones de Estudio del Sector de Desarrollo de las Telecomunicaciones de la UIT (UIT-D) constituyen una plataforma neutral en la que expertos de gobiernos, del sector privado, de organizaciones de telecomunicaciones y de instituciones académicas de todo el mundo se reúnen para elaborar herramientas y recursos prácticos a fin de abordar problemas del desarrollo. A tal efecto, las dos Comisiones de Estudio del UIT-D se encargan de elaborar informes, directrices y recomendaciones basados en las aportaciones que reciben de los miembros. Las Cuestiones de estudio se deciden cada cuatro años en la Conferencia Mundial de Desarrollo de las Telecomunicaciones (CMDT). Los miembros de la UIT, reunidos en la CMDT-22 en Kigali en junio de 2022, acordaron que, de cara al periodo de estudios 2022-2025, la Comisión de Estudio 1 se ocuparía de siete cuestiones enmarcadas en el ámbito del "entorno habilitador para una conectividad efectiva".

El presente informe se ha elaborado en respuesta a la Cuestión 6/1, bajo la dirección y coordinación generales del equipo directivo de la Comisión de Estudio 1 del UIT-D, presidida por la Sra. Regina Fleur Assoumou-Bessou (República de Côte d'Ivoire), con el apoyo de los siguientes Vicepresidentes: Sr. Ali Rasheed Hamad Al-Hamad (Kuwait), Sr. Amah Vinyo Capo (Togo), Sr. George Anthony Giannoumis (Noruega), Sr. Roberto Mitsuke Hirayama (Brasil), Sr. Sangwon Ko (República de Corea), Sra. Umida Musaeva (Uzbekistán), Sra. Caecilia Nyamutswa (Zimbabwe), Sra. Memiko Otsuki (Japón), Sra. Khayala Pashazade (Azerbaiyán), Sr. Sunil Singhal (India) y Sr. Mehmet Alper Tekin (Türkiye).

El informe ha sido redactado por las Correladoras para la Cuestión 6/1, Sra. Cristiana Camarate (Brasil) y Sra. Wei Pei (Instituto de Comunicaciones de China), en colaboración con los siguientes Vicerrelatores: Sra. Hadiza Kachallah (Nigeria), Sra. Lin (República Popular de China), Sra. Tharalika Livera (Sri Lanka), Sra. Caroline Kathure Muriangi (Kenya), Sra. Anne Chantal Ngondji (Camerún), Sr. Jesús Coquis Romero (México), Sr. Osman Sahin (Türkiye) y Sr. Issouf Soulama (Burkina Faso).

Merecen un agradecimiento especial los autores principales de los capítulos: Sra. Wei Pei (Introducción, Conclusión, § 3.3); Sr. Issouf Soulama y Sra. Tharalika Livera (Capítulo 1); Sr. Daniel Araujo (Brasil) y Sra. Elisa Daigle Bizarria (Brasil), colaboradores activos, con la orientación de la Sra. Cristiana Camarate (Capítulo 2); Sra. Caroline Kathure Muriangi (§ 3.1); Sra. Hadiza Kachallah (§ 3.2); Sra. Archana Gulati (§ 3.4); Sra. Lin (§ 4.1); Sr. Osman Sahin (§ 4.2); Sr. Jesús Coquis Romero (§ 4.3); Sra. Anne Chantal Ngondji (Capítulo 5); Sr. Teddy Woodhouse (Reino Unido), Sr. Joseph Burton (Estados Unidos) y Sra. Nicola Bennett (Australia), colaboradores activos. El presente informe se ha elaborado con el apoyo tanto de los coordinadores de la Cuestión 6/1 del UIT-D, los editores y el equipo de producción de publicaciones, como de la secretaría de la Comisión de Estudio 1 del UIT-D.

Índice

Agradecimientos	iii
Resumen ejecutivo	vi
Abreviaturas y acrónimos.....	ix
Capítulo 1 - La importancia del diálogo sobre la protección del consumidor digital.....	1
1.1 Cooperación e intercambio de información entre responsables de la formulación de políticas, organismos reguladores y asociaciones de consumidores	1
1.2 Mecanismos y herramientas para recibir comentarios de los consumidores y resolver sus reclamaciones	2
1.3 Mejores prácticas en materia de coordinación y diálogo para la protección de los consumidores digitales.....	6
Capítulo 2 - Tendencias de las políticas y los instrumentos normativos de protección de los consumidores	8
2.1 Instrumentos reglamentarios adecuados para su finalidad	8
2.2 Mejores prácticas en materia de reglamentación de la protección de los derechos de los consumidores	11
Capítulo 3 - Estrategias de transformación digital y cuestiones relevantes para los consumidores.....	13
3.1 Comunicaciones y transacciones en línea mediante telecomunicaciones/TIC nuevas e incipientes	13
3.2 Comunicaciones comerciales no solicitadas	18
3.3 Fraude en línea.....	23
3.4 Utilización indebida de la información de identificación personal	31
Capítulo 4 - Mecanismos para promover decisiones fundamentadas entre los consumidores.....	38
4.1 Experiencias nacionales relacionadas con la publicación de información transparente, comparable, adecuada y actualizada con respecto a las decisiones de los consumidores en materia de suscripción y rescisión de contratos de servicios digitales	38
4.2 Transparencia en la facturación, incluidos los pagos a terceros, véanse la facturación directa por el operador, los servicios con recargo y los pagos móviles.....	41

4.3	Mejores prácticas para las medidas de protección de los consumidores relacionadas con la calidad del servicio/percibida y la seguridad de los servicios ofrecidos a los consumidores.....	44
4.4	Requisitos de transparencia para la gestión del tráfico y prácticas de gratuidad basadas en las experiencias nacionales actuales	47
4.5	Prácticas idóneas sobre mecanismos para promover decisiones fundamentadas entre los consumidores.....	48
Capítulo 5 - Medidas adoptadas para fomentar la protección de los consumidores, en particular de los usuarios vulnerables		49
5.1	Mejores prácticas para garantizar la calidad, la información y la seguridad de los miembros de las comunidades económicamente desfavorecidas, las personas con discapacidad, las personas de edad, las mujeres y los niños	50
Capítulo 6 - Conclusiones		52
6.1	Resumen de las conclusiones principales.....	52
6.2	Directrices de políticas	53
6.3	Perspectivas de futuro	54
Annex 1 - Case studies		55
1.1	Cooperation and information-sharing among policy-makers, regulators and consumer associations.....	55
1.2	Mechanisms/tools for listening to the consumer and means to receive and resolve consumer complaints	56

Resumen ejecutivo

El presente informe contiene los resultados del estudio de la Cuestión 6/1 (Información, protección y derechos del consumidor) del Sector de Desarrollo de las Telecomunicaciones de la UIT (UIT-D) para el periodo de estudios 2022-2025.

I Antecedentes

El crecimiento exponencial de las tecnologías digitales y los servicios de telecomunicaciones ha transformado la forma en que los consumidores interactúan con los mercados, los servicios gubernamentales y entre sí. El número de usuarios de Internet en todo el mundo se ha duplicado en la última década y, actualmente, se estima que asciende a 5 500 millones. Este cambio, si bien ha generado nuevas oportunidades, también ha traído consigo posibles riesgos asociados a las amenazas a la ciberseguridad, el fraude en línea, el robo de información de identificación personal (IIP) y la exposición a prácticas de mercadotecnia engañosas. Dado el carácter cuasiuniversal de Internet, estos riesgos se han generalizado. Diversos organismos nacionales, regionales e internacionales han reconocido la acuciante necesidad de adoptar marcos sólidos para proteger a los consumidores, en particular a los grupos más vulnerables y a los consumidores procedentes de entornos desfavorecidos desde un punto de vista económico.

Este informe se enmarca en una iniciativa más amplia, cuyo objetivo es detectar prácticas y marcos reglamentarios eficaces que garanticen la inclusión digital, la transparencia y el empoderamiento de los consumidores en los sectores de las telecomunicaciones y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). En él se reitera la necesidad de que todas las partes interesadas, en especial los gobiernos, apoyen las iniciativas de alfabetización digital, cruciales para ayudar a los consumidores a utilizar servicios digitales complejos y a protegerse de los ciberriesgos.

El presente informe se basa en las contribuciones a los trabajos de la Comisión de Estudio 1 del UIT-D sobre la Cuestión 6/1 presentadas por escrito por diversos participantes en representación de Estados Miembros de la UIT, Miembros de Sector del UIT-D e Instituciones Académicas, así como en el contenido de los siguientes talleres: "Tendencias en los instrumentos reglamentarios de protección del consumidor para facilitar la transformación digital",¹ celebrado el 17 de mayo de 2023; "Datos personales",² celebrado el 17 de abril de 2024; y "Mecanismos para promover decisiones informadas del consumidor",³ celebrado el 18 de junio de 2024. Cada capítulo del presente informe proporciona directrices específicas sobre temas pertinentes de acuerdo con el contenido antes mencionado.

II Contenido principal

El informe consta de cinco capítulos y destaca la importancia del diálogo y la reglamentación en materia de protección del consumidor digital.

¹ <https://www.itu.int/en/ITU-D/Study-Groups/2022-2025/Pages/meetings/session-Q6-1-may23.aspx>

² https://www.itu.int/en/ITU-D/Study-Groups/2022-2025/Pages/meetings/workshop-personal-data_april24.aspx

³ <https://www.itu.int/en/ITU-D/Regional-Presence/Americas/Pages/EVENTS/2024/cons-awa-2024.aspx#/es>

En el Capítulo 1 se enfatiza la necesidad de contar con marcos integrales para empoderar y proteger a los consumidores en la era digital. También se recalca la importancia de la coordinación entre las partes interesadas, incluidos los responsables de la formulación de políticas, los organismos reguladores, la industria y las asociaciones de consumidores, a la hora de desarrollar mecanismos eficaces para responder a las quejas de los consumidores y proporcionar información clara y accesible.

En el Capítulo 2 se examinan las políticas y los instrumentos reglamentarios utilizados para garantizar la protección de los consumidores. Se destaca la necesidad de que esos instrumentos sean adecuados para su finalidad y propicien un equilibrio entre la seguridad del consumidor y el fomento de la innovación y la competencia. Además, se pone de manifiesto la necesidad de que los instrumentos reglamentarios sean flexibles y capaces de adaptarse a las dinámicas del sector de las TIC.

En el Capítulo 3 se profundiza en cuestiones clave relativas a la protección del consumidor en el contexto de la transformación digital y se esbozan estrategias para salvaguardar los intereses del consumidor y fomentar al mismo tiempo el desarrollo de tecnologías de vanguardia, incluida la Internet de las cosas (IoT).

En el Capítulo 4 se subraya la importancia de facilitar información clara y accesible a los consumidores para que puedan tomar decisiones fundamentadas. Se analizan los mecanismos reglamentarios, entre ellos los requisitos de transparencia, las iniciativas de educación del consumidor y las herramientas que ayudan a los consumidores a comparar servicios y comprender los términos y condiciones, que les permiten navegar por los servicios digitales con seguridad y confianza.

En el Capítulo 5 se destacan las medidas adoptadas por diversos países a fin de proteger a los grupos vulnerables, incluidas las personas de edad avanzada y las personas con discapacidad, mediante reglamentos adaptados, iniciativas de accesibilidad y proyectos didácticos específicos. El objetivo es garantizar un acceso inclusivo y equitativo a los servicios digitales, mejorando al mismo tiempo la protección general del consumidor.

III Principales conclusiones

Necesidad de medidas reglamentarias coordinadas: La protección del consumidor en la era digital requiere de esfuerzos coordinados entre los gobiernos, los organismos reguladores, la industria y las asociaciones de consumidores. con miras a la elaboración de marcos efectivos para los desafíos únicos que plantean la utilización indebida y la proliferación de los servicios digitales.

Importancia de la reglamentación adecuada: Los instrumentos reglamentarios deben adaptarse para abordar cuestiones específicas sin obstaculizar la innovación. La reglamentación debe buscar un equilibrio entre la protección de los derechos e intereses de los consumidores y el fomento de la competencia comercial, la innovación y el progreso tecnológico.

La alfabetización digital como pilar del empoderamiento de los consumidores: Mejorar la sensibilización y la alfabetización digital de los consumidores es crucial para proteger sus derechos e intereses. Las iniciativas de formación y empoderamiento deben centrarse en garantizar que los consumidores comprendan sus derechos, reconozcan actos fraudulentos y aprendan a proteger su IIP.

Marcos inclusivos de protección del consumidor: A fin de brindar una protección eficaz a los consumidores, se han de tener en cuenta las necesidades de las poblaciones vulnerables, incluidas las personas con discapacidad y las personas procedentes de comunidades desatendidas. Las políticas deben garantizar que los servicios digitales sean accesibles para todos, con independencia de los factores demográficos correspondientes.

Fortalecimiento de la rendición de cuentas y la transparencia: Se debe exigir a los proveedores de servicios que divulguen información clara y accesible sobre sus servicios y políticas de privacidad. La transparencia y las herramientas digitales interactivas, entre ellas las plataformas de comparación de servicios, estimulan la confianza y empoderan a los consumidores para que tomen decisiones fundamentadas a la hora de contratar, utilizar, actualizar y cancelar servicios digitales.

Adaptabilidad a las tecnologías emergentes: A medida que nuevas tecnologías tales como la IoT y la inteligencia artificial (IA) reconfiguran el panorama digital, los marcos de protección del consumidor deben evolucionar para hacer frente a los riesgos conexos. Es necesario supervisar y adaptar la reglamentación de forma constante para seguir el ritmo de los avances tecnológicos.

Colaboración internacional: Dada su naturaleza global, el comercio y las comunicaciones digitales requieren de la colaboración internacional para abordar problemas transfronterizos como el fraude en línea, las comunicaciones molestas y las violaciones de datos. Es esencial compartir las mejores prácticas y reforzar la cooperación en materia de reglamentación.

Mecanismos de resarcimiento para el consumidor: La disponibilidad de mecanismos eficientes de presentación de reclamaciones y resolución de controversias es fundamental para la protección del consumidor. Los organismos reguladores deben establecer canales claros para que los consumidores expresen sus inquietudes y velar por que los problemas se resuelvan de manera justa y rápida.

Garantías en materia de protección de datos: La protección de la IIP sigue suscitando una honda preocupación en el contexto de la economía digital. Los marcos reglamentarios deberían anteponer la seguridad de los datos personales de los consumidores, estableciendo directrices estrictas para el tratamiento de los datos y exigiendo a las organizaciones que apliquen salvaguardias eficaces.

Atención por las prácticas comerciales éticas: Las empresas deben adoptar prácticas éticas en materia de comercialización y de recopilación de datos, a fin de generar confianza en los consumidores. La supervisión reglamentaria puede garantizar el uso de prácticas justas por parte de los proveedores de servicios, especialmente, en lo que respecta a la utilización de los datos de los consumidores con fines comerciales.

Abreviaturas y acrónimos

Abreviatura	Término
2G/3G/4G/5G/6G	Comunicaciones móviles de segunda/tercera/cuarta/quinta/sexta generación ⁴
ACCC	Comisión Australiana de la Competencia y el Consumidor
ACMA	Autoridad Australiana de Comunicaciones y Medios de Comunicación
Anatel	Agencia Nacional de Telecomunicaciones (Brasil)
ARPTC	Organismo Regulador de Correos y Telecomunicaciones (República Democrática del Congo)
ARTCI	Organismo Regulador de las Telecomunicaciones/TIC (Côte d'Ivoire)
BTK	Autoridad en materia de Tecnologías de la Información y la Comunicación (Türkiye)
CONATEL	Consejo Nacional de Telecomunicaciones (Haití)
IA	Inteligencia artificial
IIP	Información de identificación personal
IoT	Internet de las cosas
NCC	Comisión de Comunicaciones de Nigeria
NTRA	Autoridad Nacional de Reglamentación de las Telecomunicaciones (Egipto)
ORM	Operador de red móvil
RA/RV	Realidad aumentada y virtual
RIFEN	Red Internacional de Mujeres Expertas en Tecnologías Digitales
SVA	Servicio de valor añadido
TIO	Defensor del Consumidor de la Industria de las Telecomunicaciones (Australia)
TRCSL	Comisión de Reglamentación de las Telecomunicaciones de Sri Lanka
UIT-D	Sector de Desarrollo de las Telecomunicaciones de la UIT
UIT-R	Sector de Radiocomunicaciones de la UIT

⁴ Si bien los autores del presente documento han procurado utilizar las definiciones oficiales de las distintas generaciones de IMT (véase la Resolución [UIT-R 56](#), relativa a la denominación de las Telecomunicaciones Móviles Internacionales), el UIT-D desea puntualizar que ciertas secciones del documento contienen material proporcionado por los Miembros en el que se utilizan las designaciones comunes del mercado, cuyo formato es "xG". Dicho material no siempre puede asociarse a una generación de IMT específica, ya que se desconocen los criterios subyacentes de los Miembros. En general, por IMT-2000, IMT-Avanzadas, IMT-2020 e IMT-2030 se entienden las tecnologías 3G, 4G, 5G y 6G, respectivamente. Las tecnologías anteriores, véanse GSM, EDGE y GPRS, se denominan 2G en el mercado y podrían considerarse tecnologías "previas a las IMT" o "previas a las IMT-2000" en los documentos e instrumentos normativos de la UIT.

Capítulo 1 – La importancia del diálogo sobre la protección del consumidor digital

El panorama digital está experimentando una rápida evolución, en respuesta a las nuevas tecnologías, plataformas y modelos de negocio. El diálogo continuo ayuda a garantizar que los mecanismos de protección de los consumidores se adapten al ritmo de estos cambios y aborden los riesgos emergentes.

A día de hoy, el empoderamiento y la protección de los consumidores digitales figuran entre los objetivos principales de los responsables de la formulación de políticas, los organismos reguladores y las asociaciones de consumidores.

Con todo, a fin de proteger los derechos e intereses de los consumidores de forma plena y eficaz, estos diferentes actores deben trabajar juntos y elegir instrumentos y herramientas adecuados para informar a los consumidores o atender sus reclamaciones.

A tal efecto, las partes interesadas deben cooperar, intercambiar información y armonizar los mecanismos y herramientas utilizados para recabar las opiniones de los consumidores y resolver sus reclamaciones.

1.1 Cooperación e intercambio de información entre responsables de la formulación de políticas, organismos reguladores y asociaciones de consumidores

La protección de los derechos e intereses de los consumidores requiere de un sistema estructurado en el que los responsables de la formulación de políticas, los organismos reguladores y las asociaciones de defensa de los derechos de los consumidores trabajen en estrecha colaboración. Esta cooperación es vital para ofrecer una protección eficaz a los consumidores, ya que garantiza que las necesidades de los consumidores digitales se tengan en cuenta de cara a la elaboración de políticas y reglamentaciones. A nivel mundial, el 67,5 % de los organismos reguladores de las TIC tiene la responsabilidad de brindar apoyo a la representación de los consumidores.⁵

En consonancia con la Resolución 64 (Rev. Kigali, 2022) de la Conferencia Mundial de Desarrollo de las Telecomunicaciones (CMDT), sobre protección y apoyo al usuario/consumidor de servicios de telecomunicaciones/TIC, algunos países han implantado marcos de colaboración para apoyar a los consumidores digitales.

En Côte d'Ivoire,⁶ el 1 de marzo de 2022, el Organismo Regulador de las Telecomunicaciones/TIC (ARTCI) creó el Comité de los Consumidores en virtud de su Decisión núm. 2022-0723. Este Comité se compone de trece miembros permanentes: nueve representantes de asociaciones de consumidores y cuatro funcionarios del ARTCI. Su objetivo es brindar una plataforma inclusiva para todas las partes interesadas que participan en la protección de los consumidores

⁵ Centro de Datos de la UIT: <https://datahub.itu.int/data/?i=100039&s=3124>

⁶ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0042/es> del UIT-D, presentado por Côte d'Ivoire

de servicios de telecomunicaciones/TIC. Entre las responsabilidades de este Comité figuran la elaboración de opiniones, la propuesta de proyectos de decisión y la formulación de recomendaciones al Consejo Regulador del ARTCI sobre asuntos tales como la protección de los derechos del consumidor, las transacciones electrónicas, los datos personales y la prevención del ciberdelito. Los miembros de las asociaciones de consumidores son designados para mandatos renovables de dos años, tras un proceso de selección transparente definido por el Consejo Regulador del ARTCI.

De forma similar, en Burkina Faso,⁷ el Organismo Regulador de las Comunicaciones Electrónicas y Postales (ARCEP) ha creado un marco de consulta con las asociaciones de consumidores. Esta plataforma propicia un diálogo y un intercambio de información ininterrumpidos con las asociaciones de defensa de los intereses de los consumidores, a fin de conocer sus preocupaciones y expectativas con respecto a las iniciativas públicas de protección de los derechos de los consumidores. A diferencia del modelo de Côte d'Ivoire, este marco no está codificado en un instrumento jurídico y suele articularse en talleres sobre temas específicos, en los que participan todas las asociaciones de consumidores legalmente constituidas.

En la República Democrática del Congo,⁸ el Organismo Regulador de Correos y Telecomunicaciones (ARPTC) ha establecido mecanismos de colaboración con asociaciones de consumidores para mejorar la protección de los consumidores en el marco de los servicios de telecomunicaciones y TIC. Las iniciativas emprendidas tienen por objeto subsanar las deficiencias en el servicio de atención al cliente prestado por los operadores de redes móviles (ORM). La colaboración se centra en informar a los consumidores sobre las tendencias en materia de TIC actuales, detectar los problemas a los que se enfrentan y proporcionar información sobre las soluciones disponibles. Para poner en marcha esta colaboración, el ARPTC seleccionó tres asociaciones de consumidores, una de ellas especializada en el sector de las TIC.

En Côte d'Ivoire,⁹ las autoridades públicas están abriendo centros locales permanentes con miras a reforzar los derechos de los consumidores en el creciente ecosistema digital. Estos centros, estratégicamente ubicados por todo el país, tienen por objeto mejorar la difusión de información y tramitar las quejas de los consumidores. La iniciativa busca fomentar la confianza entre los consumidores y los organismos administrativos, promoviendo así un entorno digital más fiable.

1.2 Mecanismos y herramientas para recibir comentarios de los consumidores y resolver sus reclamaciones

A fin de proteger eficazmente los derechos del consumidor, es esencial establecer sistemas jurídicos o mecanismos técnicos que permitan la recepción y resolución oportunas de reclamaciones. Según el Centro de Datos de la UIT, el 85,3 % de los organismos reguladores de las TIC a nivel mundial son directamente responsables de la tramitación de las reclamaciones de los consumidores. Conscientes de esta necesidad, numerosos Estados Miembros de la UIT han adoptado herramientas para recabar comentarios de consumidores y tramitar sus reclamaciones. Si bien las soluciones específicas varían de un país a otro, el objetivo común es

⁷ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGQ-C-0052/es> del UIT-D, presentado por Burkina Faso

⁸ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGQ-C-0031/es> del UIT-D, presentado por la República Democrática del Congo

⁹ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGQ-C-0056/es> del UIT-D, presentado por Côte d'Ivoire

empoderar a los consumidores y a las organizaciones dedicadas a la defensa de sus derechos, garantizando así que sus preocupaciones sean escuchadas y atendidas de manera eficaz.

En Türkiye,¹⁰ la Autoridad en materia de Tecnologías de la Información y la Comunicación (BTK) ha establecido un sistema de presentación de quejas en línea para atender las reclamaciones de los consumidores en el ámbito de las comunicaciones electrónicas y los servicios postales. Este sistema permite a los consumidores presentar quejas electrónicas, que la BTK transmite a los proveedores de servicios competentes con miras a su resolución. El sistema ofrece múltiples ventajas, como pueden ser una gestión sin documentación impresa, una serie de oportunidades de apelación, un sistema eficaz de resolución de reclamaciones, información de índole reglamentaria y tiempos de respuesta rápidos. Este sistema empodera a los consumidores y contribuye a la creación de un entorno de servicios digitales más eficiente y receptivo en Türkiye.

La Comisión de Comunicaciones de Nigeria (NCC) ha emprendido diversas iniciativas con el objetivo de proteger a los consumidores digitales, que se centran en la resolución de las quejas y la participación de los consumidores.¹¹ La primera herramienta son los canales de reclamación, a través de los cuales la NCC ofrece una plataforma para que los consumidores presenten quejas no resueltas. Estas reclamaciones se remiten a los proveedores de servicios con plazos de resolución específicos, lo que garantiza la recepción oportuna de una respuesta. La segunda gira en torno a la participación de los consumidores; en concreto, la NCC gestiona diversos programas favorables al diálogo con los consumidores digitales, entre ellos el Telecom Consumer Parliament (parlamento de los consumidores de telecomunicaciones). Otro de sus programas, denominado Telecom Consumer Conversations (conversaciones con los consumidores de telecomunicaciones), comprende varias iniciativas interactivas, entre ellas, la Telecom Campus Conversation (conversación en el campus de las telecomunicaciones), un foro que se celebra en universidades de todo el país y en cuyo marco reguladores y proveedores de servicios informan a los estudiantes universitarios sobre cuestiones destacadas del sector y mecanismos de resolución de reclamaciones; el National Youth Service Corps Camp Sensitization (campamento de sensibilización del servicio nacional de juventud), a través del cual los reguladores informan a los participantes del campamento sobre cuestiones candentes del sector; el Village Square Dialogue (diálogo en la plaza del pueblo), un programa especialmente concebido para sensibilizar a los consumidores de telecomunicaciones sobre cuestiones básicas en los idiomas locales; y la Market Conversation (conversación de mercado), cuyo objetivo es informar a vendedores ambulantes de todo el país acerca de cuestiones destacadas del sector, así como de sus derechos y privilegios, en términos comprensibles. A través de estas iniciativas, la NCC trata de empoderar a los consumidores, velando por que estén bien informados y porque sus inquietudes se aborden de manera eficaz.

En la República Democrática del Congo,¹² el ARPTC ha dado prioridad a la protección de los consumidores mediante el establecimiento de varios mecanismos de colaboración con las asociaciones de consumidores. Estos marcos permiten plantear y abordar las inquietudes y expectativas de los consumidores en lo que atañe a los servicios digitales. Como resultado de estas colaboraciones, se han creado varias herramientas para proteger mejor los derechos de los consumidores, entre ellas el sistema de registro central de identidad de equipos (CEIR)

¹⁰ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGQ-C-0089/es> del UIT-D, presentado por Türkiye

¹¹ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGQ-C-0020/es> del UIT-D, presentado por Nigeria

¹² Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGQ-C-0031/es> del UIT-D, presentado por la República democrática del Congo

para luchar contra el robo y la falsificación de terminales móviles, y un portal web a través del cual los consumidores pueden presentar reclamaciones y comparar servicios. Este sitio web también ejerce las veces de simulador y comparador de precios, ya que permite a los usuarios ver las ofertas disponibles en el mercado, elegir las que mejor se adapten a sus necesidades y evaluar el presupuesto para servicios de telecomunicaciones. Una de las herramientas diseñadas en colaboración con los consumidores es una línea gratuita para la recepción de quejas de consumidores de servicios digitales. El ARPTC tiene previsto seguir mejorando esta colaboración con iniciativas tales como un foro de debate en Facebook, una carta tripartita con diversos ORM y asociaciones de consumidores, y encuestas periódicas para valorar la satisfacción de los consumidores con los servicios de telecomunicaciones.

En Australia,¹³ en virtud de la Ley del Consumidor de Australia y el Código de Protección del Consumidor de Telecomunicaciones, se ha creado la figura del Defensor del Consumidor de la Industria de las Telecomunicaciones (Telecommunications Industry Ombudsman, TIO), un órgano alternativo de solución de controversias, gratuito e independiente, destinado a las pequeñas empresas y a los consumidores residenciales. Cabe señalar que todos los proveedores de telecomunicaciones están obligados a adherirse al programa TIO. Con este mecanismo, los consumidores cuyas quejas no han sido resueltas a través de los mecanismos de resolución tradicionales pueden presentar sus quejas al TIO. Una vez revisada la queja en cuestión, el TIO puede ordenar a un proveedor que pague una compensación o remitir el asunto al organismo regulador de las telecomunicaciones –la Autoridad Australiana de Comunicaciones y Medios de Comunicación (ACMA)– o a la Comisión Australiana de la Competencia y el Consumidor (ACCC), quien se encarga de hacer cumplir la ley de consumo.

En Brasil,¹⁴ el organismo regulador nacional, Anatel, es responsable de defender y proteger los derechos de los consumidores de los servicios de telecomunicaciones. Los consumidores pueden presentar reclamaciones relativas a los servicios a través del sistema Anatel Consumidor, ya sea mediante una aplicación para teléfonos inteligentes, Internet, un centro de atención telefónica o en persona en las oficinas de Anatel. Los proveedores de servicios disponen de sus propios canales y herramientas para recibir y tramitar las reclamaciones de los consumidores, incluidos sitios web a través de los cuales se pueden registrar y tramitar solicitudes de información, reclamaciones, solicitudes de servicio, solicitudes de rescisión, etc.; centros de atención telefónica gratuitos que funcionan las 24 horas del día; y tiendas físicas. Anatel también exige que las empresas dotadas de un poder de mercado significativo no solo dispongan de los sistemas antes mencionados, sino también de un defensor del consumidor que ejerza las veces de órgano de apelación para los consumidores que no estén satisfechos con la tramitación de sus reclamaciones. Anatel, cuya misión gira en torno al consumidor, está desarrollando medidas que priorizan la experiencia del cliente y protegen los derechos de los consumidores de telecomunicaciones. En ese contexto, utiliza la inteligencia artificial para llevar a cabo un análisis cualitativo de las reclamaciones y una aplicación de mensajería como canal de contacto oficial, a fin de acercarse aún más a los consumidores.

En China,¹⁵ el sector de las telecomunicaciones se basa en unos preceptos éticos y unas normas sólidas. Su alta calidad deriva de la disciplina de la que hacen gala los operadores estatales de telecomunicaciones, quienes se esfuerzan por informar al público sobre sus derechos

¹³ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0061/es> del UIT-D, presentado por Australia

¹⁴ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0146/es> del UIT-D, presentado por Brasil

¹⁵ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0222/es> del UIT-D, presentado por China Mobile Communications Corporation

en calidad de usuarios. Incumbe a estos operadores optimizar las iniciativas de servicio del mercado con el objetivo de que los consumidores tomen decisiones fundamentadas. China Mobile, el mayor operador de telecomunicaciones del país, adopta medidas proactivas, conforme a lo estipulado en las leyes y los proyectos de ley vigentes, a fin de proporcionar a los consumidores la información adecuada y que, de esta forma, puedan tomar decisiones fundamentadas. China Mobile también mantiene líneas directas de atención al cliente y servicios de atención al cliente, a través de los cuales recaba información de los consumidores. Su objetivo final es garantizar la plena satisfacción del consumidor, velando por que todos los consumidores de telecomunicaciones reciban servicios de alta calidad y puedan seguir tomando decisiones fundamentadas. Además, la Asociación de Consumidores de China, una organización social de ámbito nacional encargada de proteger los derechos legítimos de los consumidores, actúa como tercera parte, recibiendo las quejas de los consumidores, llevando a cabo investigaciones, ofreciendo asesorías a los consumidores y apoyándolos en las acciones legales que decidan emprender para proteger sus derechos. También denuncia incidentes en cuyo marco se infringen los derechos e intereses de los consumidores. Una de sus iniciativas más relevantes es la "Gala 3.15", una retransmisión en directo, de alcance nacional y carácter anual, que organiza en colaboración con los departamentos gubernamentales competentes. En dicha retransmisión, se exponen públicamente los incidentes en los que se han violado los derechos de los consumidores, integrando así la supervisión de carácter social con la de carácter reglamentario. Al atraer la atención del público en general, el evento ejerce una presión importante sobre las empresas, en particular los operadores de telecomunicaciones y los proveedores de servicios, con el objetivo de que evalúen su funcionamiento, optimicen los mecanismos de cumplimiento de la normativa y atiendan con prontitud las inquietudes de los consumidores.

En Haití,¹⁶ el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) supervisa el sector de las telecomunicaciones con el objetivo de proteger los intereses de los consumidores. CONATEL ha creado una unidad especializada para supervisar el trabajo de los operadores y atender las quejas de los consumidores, por ejemplo, problemas como la pérdida de minutos y la publicidad no solicitada. Esta unidad recopila quejas a través de llamadas telefónicas y formularios *in situ*, y procesa los datos correspondientes de acuerdo con los procedimientos establecidos, a fin de garantizar que los consumidores reciban un servicio de alta calidad acorde con las condiciones de licencia de los operadores. Además, CONATEL aboga por la implementación de servicios públicos de comunicación en línea para mejorar la accesibilidad de las personas con discapacidad. Reconociendo los avances en las tecnologías hápticas, como los controles remotos, los anuncios de voz en el transporte público y las señales sonoras en los pasos de peatones, CONATEL apoya iniciativas que empoderan a la Secretaría de Estado para las Personas con Discapacidad. Una de esas iniciativas es el programa RepareNet, que imparte formación a jóvenes con discapacidad sobre reparación de teléfonos móviles, lo que les permite obtener ingresos y participar en la economía digital. Estos esfuerzos reflejan el compromiso de Haití para con la mejora de los servicios de telecomunicaciones y la inclusión de todos los ciudadanos.

El Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT)¹⁷ de México ha creado un "Mapa de Quejas" con objeto de proporcionar a los usuarios información visual sobre las quejas presentadas contra los proveedores de servicios en diversas regiones. La herramienta analiza los datos del

¹⁶ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0171/es> del UIT-D, presentado por Haití

¹⁷ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0184/es> del UIT-D, presentado por México

sistema "Soy Usuario" y clasifica las quejas en función del servicio, el tipo de incumplimiento, el estado y el año, para que los usuarios puedan tomar decisiones fundamentadas sobre los proveedores de servicios.

En Egipto,¹⁸ la Autoridad Nacional de Reglamentación de las Telecomunicaciones (NTRA) ha lanzado su aplicación interactiva MyNTRA, que facilita el proceso de ofrecer servicios de telecomunicaciones a usuarios y empresas a través de teléfonos móviles sin necesidad de ponerse en contacto con el centro de llamadas o visitar en persona las sucursales de los operadores. La aplicación móvil MyNTRA cuenta con una serie de servicios interactivos en línea diseñados para los usuarios, incluido un sistema de quejas que permite a los usuarios elevar sus quejas a la NTRA, preguntar por su estado de tramitación y rastrearlas.

1.3 Mejores prácticas en materia de coordinación y diálogo para la protección de los consumidores digitales

A continuación se resumen las mejores prácticas en materia de coordinación y diálogo entre diferentes partes interesadas:

- **Normas para la colaboración entre las partes interesadas:** Establecer marcos reglamentarios que faciliten la cooperación y el intercambio de información entre los responsables de la formulación de políticas, los organismos reguladores, la industria y las asociaciones de consumidores.
- **Escucha a los consumidores:** Establecer diferentes mecanismos para que los consumidores puedan presentar sus quejas, como correos electrónicos, aplicaciones web y en línea, medios sociales, sistemas telefónicos y tiendas físicas, y poner en marcha de diversas iniciativas de formación de los consumidores.
- **Canales digitales para ampliar el alcance del diálogo:** Digitalizar los sistemas de presentación de reclamaciones con el objetivo de remitir los comentarios directamente a los proveedores de servicios, evitando así el uso de documentación impresa y correo postal, lo que a su vez impulsa los procesos de transformación digital y facilita la supervisión del cumplimiento.
- **Establecimiento de centros:** En determinadas situaciones, quizás convenga establecer oficinas permanentes para las reclamaciones de los consumidores en lugares estratégicos del país. Estos centros pueden priorizar la formación del consumidor, atender dudas y recibir quejas, lo que en última instancia ayuda a crear una relación más estrecha con la comunidad.
- **Plazos para la resolución de las reclamaciones de los consumidores:** Garantizar la previsibilidad y el respeto de las necesidades y demandas de los consumidores estableciendo plazos para la resolución de las reclamaciones. El organismo regulador y las empresas crearán procesos continuos para analizar y cumplir lo acordado.
- **Aplicación de la normativa:** Establecer medidas de cumplimiento de la normativa adecuadas para garantizar que los proveedores de servicios cumplan las resoluciones favorables a los consumidores.
- **Establecimiento de prioridades:** Garantizar que los proveedores de servicios y los organismos reguladores proporcionen productos y servicios de TIC accesibles para las personas con discapacidad y garantizar un fácil acceso a los mecanismos de resolución de reclamaciones.

¹⁸ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0190/es> del UIT-D, presentado por Egipto

- **Disponibilidad de datos sobre las reclamaciones de los consumidores:** Utilizar herramientas de información, como "mapas de calor" (heat maps), que muestren la distribución de las reclamaciones presentadas contra proveedores de servicios, con el objetivo de que los usuarios puedan valerse de la experiencia de sus homólogos a la hora de elegir un proveedor.

Capítulo 2 – Tendencias de las políticas y los instrumentos normativos de protección de los consumidores

2.1 Instrumentos reglamentarios adecuados para su finalidad

Los instrumentos políticos y reglamentarios deben utilizarse de forma proporcionada y limitarse a las acciones esenciales para alcanzar los objetivos de política pública. En ese sentido, no deben restringir innecesariamente las libertades económicas ni la innovación en el mercado que regulan. Los instrumentos reglamentarios empleados por las autoridades nacionales de reglamentación deben ser adecuados para su finalidad y permitir la intervención en el mercado en aras de la consecución de los objetivos de política pública, buscando al mismo tiempo un equilibrio entre el cumplimiento de la normativa, la promoción de la innovación, la competencia y la protección de los consumidores.

Una cuestión importante para el organismo regulador es la forma en que actúan las empresas reguladas con respecto a los objetivos de política pública. Dicho factor podría influir en la selección de los instrumentos y las técnicas de reglamentación adecuados, lo que puede llevarse a cabo en base a un procedimiento sistemático que considere los puntos de vista y las experiencias de las diversas partes interesadas, utilizando métodos como consultas públicas, solicitudes de pruebas, recopilación de datos, análisis de quejas y otros instrumentos, incluidos debates informales.

Tras un análisis inicial y exhaustivo del mercado, cabe la posibilidad de identificar cuestiones normativas específicas, en este caso, cuestiones relacionadas con la protección de los consumidores, y clasificarlas por orden de prioridad. En esta fase de diagnóstico, el objetivo principal debe ser la recopilación y el análisis de datos y pruebas para detectar problemas concretos y ordenarlos según su importancia en el contexto local.

Por ejemplo, se pueden analizar las quejas de los clientes con miras a identificar los problemas reglamentarios más frecuentes o los que más influyen en los clientes. Cabe tener en cuenta que, quizás, no sea necesario priorizar el problema en torno al que gira el mayor número de quejas. En ese caso, puede existir una causa más fundamental cuya resolución podría reducir el número de quejas, incluso aunque se requiera menos esfuerzo para resolver el problema. Por ejemplo, si se registra un número elevado de quejas de clientes por cobros indebidos, puede que no sea necesario trabajar en los procesos de facturación propiamente dichos, sino adoptar medidas sobre la forma en que las empresas anuncian sus productos a los clientes.

Los organismos reguladores deben adoptar medidas proactivas para reducir la asimetría de información existente en torno al problema específico, una vez identificado y priorizado dicho problema. Entre tales medidas figuran el uso de datos y análisis, la solicitud de información, la recopilación de datos y el diálogo con las partes interesadas (véanse asociaciones de protección del consumidor, proveedores de servicios y consumidores). Tras reunir una cantidad de información significativa, es posible definir con claridad un ámbito de trabajo y una serie de objetivos comprensibles para todas las partes involucradas. De esta manera, se establecerá un orden de prioridad entre las actividades y se fomentará la obtención de resultados tangibles.

El objetivo es disponer de indicadores cualitativos y cuantitativos en todo momento y velar por que las entidades implicadas cumplan las normas y los reglamentos. De las quejas, por ejemplo, se infieren el número, el tipo y la naturaleza concreta de los problemas e inquietudes de los clientes. Las inspecciones periódicas deben formar parte de los procesos de diagnóstico, cuando se mida el nivel de aplicación, así como de las investigaciones más exhaustivas de los casos de incumplimiento y las búsquedas de estos últimos, cuando la supervisión no produzca los resultados previstos.

Una vez obtenidas las pruebas necesarias a partir de los datos, se pueden tomar medidas precisas e intensivas y se debe supervisar de forma constante la satisfacción de los consumidores y los índices correspondientes. El regulador debe asimismo determinar la respuesta de los consumidores a la intervención reglamentaria aplicada.

En lo que respecta al seguimiento y la evaluación del mercado, los análisis de las repercusiones reglamentarias, en particular los que se centran en los consumidores, permiten revisar las intervenciones reglamentarias en vigor. Para llevar a cabo intervenciones reglamentarias adecuadas y bien adaptadas es necesario contar con datos fiables, celebrar consultas con las partes interesadas y llevar a cabo análisis independientes. Dado que los organismos reguladores moldean los mercados en los que intervienen, este proceso de recopilación de pruebas, celebración de consultas con las partes interesadas y ejecución de análisis de los indicadores pertinentes puede legitimar las acciones de dichos organismos, lo que, a su vez, puede mejorar la eficacia de sus intervenciones en lo que a la protección de los intereses de los consumidores se refiere.

En aras del cumplimiento de la normativa y la mejora de la prestación de servicios, algunos organismos reguladores establecen definiciones y recurren al refuerzo recíproco de multas e incentivos. Se considera que los incentivos son cruciales y, en general, tienen prioridad sobre las sanciones. No obstante, las tácticas deben escogerse en función de las circunstancias de cada situación, obviando enfoques predefinidos. La experiencia adquirida con este enfoque ha demostrado que la intervención reglamentaria resulta beneficiosa y más efectiva cuando las medidas y normas adoptadas por el organismo regulador son capaces de alentar a las empresas del sector a avanzar en una dirección determinada, mediante la provisión de orientaciones y correcciones en su caso.

La elaboración de reglamentos más ágiles y la medición de su eficacia dependen de la disponibilidad de herramientas y procesos transparentes que tengan la capacidad de modificar el comportamiento de las entidades reguladas en favor de los objetivos establecidos. Las entidades reguladas deben considerarse participantes en el proceso reglamentario, aunque lo ideal sería que fueran más proactivas. En concreto, deben asumir una responsabilidad cada vez mayor, por ejemplo, en las tareas de organización y estructuración necesarias para lograr los resultados deseados. El organismo regulador no solo supervisa este proceso, sino que también desempeña un papel proactivo en la dirección de dicha organización y vela por que la agilidad y los resultados de esta última satisfagan las necesidades de la sociedad y de los clientes.

De la experiencia adquirida durante este proceso se ha colegido que los incentivos propician un aumento de la agilidad y eficiencia de los recursos, una mejor atribución de los esfuerzos y, en particular, la adopción de soluciones más duraderas a los problemas. Los proveedores de servicios también pueden ajustar, ejecutar y adaptar sus procesos, a fin de responder a las demandas reales de la sociedad y de los consumidores. Así, los consumidores pueden utilizar las soluciones existentes sin tener que recurrir repetidamente a los proveedores de servicios y

los organismos reguladores para la resolución de los problemas. Una forma de organizar los incentivos consiste en ordenar las acciones de las entidades por orden de prioridad en función de las necesidades y cuestiones más acuciantes. En el contexto de una mayor participación de las entidades reguladas gracias a la oferta de incentivos, el organismo regulador debe crear un entorno propicio, facilitar la orientación adecuada a efectos del cumplimiento de la normativa y alentar a los miembros de la comunidad empresarial a participar en actividades éticas. Por tanto, los incentivos no son recompensas por cumplir obligaciones, sino que contribuyen a la construcción de un entorno favorable y seguro para el cumplimiento de las normas y los reglamentos, en el que las multas y otras consecuencias externas son excepciones a la regla.

En este contexto, las experiencias que se describen en el apartado dedicado a las mejores prácticas (véase el § 2.2) también destacan aspectos tales como la necesidad de reforzar la supervisión interna de las entidades reguladas. La aplicación de un control a través de metas e indicadores, en lugar de inspecciones continuas, permitiría reducir el volumen de información que han de manejar las entidades reguladas. Esta medida también redundaría en favor de las demandas de transparencia y rendición de cuentas tanto de las entidades reguladas como del propio organismo regulador. En lugar de limitarse a informar sobre las actividades y los procedimientos ejecutados, conviene destacar el papel del organismo regulador y las entidades en relación con los resultados obtenidos y los beneficios aportados a la sociedad. Aunque tal vez no se pueda o no se deba prever un único flujo rígido, se reconoce que la visualización y el establecimiento comunes de un repertorio de herramientas es una tarea sumamente importante para la continuidad y el fortalecimiento de las acciones de respuesta.

En primer lugar, en el proceso de resolución de problemas deberían poder participar todas las partes interesadas en la medida de lo posible, con miras a satisfacer las demandas reales actuales de los consumidores y la sociedad, teniendo en cuenta al mismo tiempo las perspectivas internas de las empresas sobre los posibles desafíos y los cambios factibles. Los objetivos de este proceso deben ser claros para todas las partes interesadas. Esta claridad garantiza la armonización adecuada de los esfuerzos y facilita la consecución de los resultados deseados. Por un lado, la finalidad de las medidas adoptadas debe ser justa y proporcional a la respuesta prevista; por otro, debe quedar claro que, quizás, sea necesario adoptar medidas más significativas y de mayor calado, según proceda.

Para evaluar el éxito de las iniciativas y los resultados, es importante establecer y definir indicadores que demuestren si las intervenciones reglamentarias son capaces de aliviar las dificultades de los consumidores y responder a las inquietudes de la sociedad. Por tanto, se recomienda proporcionar indicadores cualitativos y cuantitativos que permitan medir las repercusiones de las demandas en las empresas. Por ejemplo, las reclamaciones de los clientes indican las dificultades que afrontan los consumidores. Se debe tener en cuenta la posibilidad de realizar inspecciones periódicas si la supervisión no ofrece los resultados deseados.

En el marco de una reglamentación dinámica, pueden efectuarse ajustes a lo largo de los procesos con ayuda de distintas herramientas, en función de las características y la pertinencia de los problemas, la conducta y las respuestas de las entidades reguladas y los resultados presentados. Estos ajustes ayudan a resolver satisfactoriamente los problemas detectados y a mejorar los servicios. Los resultados deben difundirse y comunicarse claramente para que la sociedad conozca los frutos de las iniciativas y los proveedores de servicios puedan compararlos con los esfuerzos globales del sector.

Cabe asimismo señalar que el cambio cultural de las partes interesadas puede ser progresivo y que pueden necesitarse varias etapas para completar y consolidar el nuevo proceso. A tal efecto, será necesario aumentar los niveles de concienciación y compromiso, incluso del personal directivo superior, dotar a los equipos de aptitudes específicas y, en última instancia, institucionalizar el modelo. En algunos casos, las empresas han sabido aprovechar las ventajas y los ahorros que conlleva la resolución de problemas de manera consciente, reorientando los esfuerzos a escala interna en lugar de intensificar los debates administrativos. Esto ha mejorado su imagen y ha generado ganancias para los accionistas.

En conclusión, además de afianzar la supervisión continua y el funcionamiento eficaz de los mecanismos internos de cumplimiento de las empresas, también será necesario examinar los instrumentos utilizados, revisar periódicamente su alcance y definir soluciones acordes a la evolución tecnológica y el comportamiento característico de los usuarios del sector.

2.2 Mejores prácticas en materia de reglamentación de la protección de los derechos de los consumidores

Un resumen de las mejores prácticas en materia de reglamentación de la protección de los derechos de los consumidores suele incluir uno o varios de los principios que figuran a continuación.¹⁹

- **Identificación y definición del problema que debe abordarse:** El alcance debe estar bien definido y los objetivos previstos deben ser claros para las partes interesadas, a fin de que jerarquicen los esfuerzos y se sientan incentivados para alcanzar los resultados deseados.
- **Apertura a soluciones conjuntas:** El proceso de solución debe ser lo más abierto posible para todas las partes implicadas, de tal manera que responda a las demandas reales actuales de los consumidores y de la sociedad.
- **Necesidad de realizar una medición objetiva del rendimiento:** Es preciso centrarse en mejorar los servicios, pero esto no siempre se infiere a partir de evaluaciones subjetivas. Los organismos reguladores deben contar siempre con indicadores cualitativos y cuantitativos para determinar que lo que se solicita es proporcionado y necesario para que la empresa cumpla las normas.
- **Buena gobernanza y cumplimiento normativo del sector:** Los principios y requisitos generales acordados constituyen buenas prácticas establecidas que deben aplicarse sistemáticamente dentro del marco de cumplimiento interno de cada empresa, como base para una acción receptiva, a fin tanto de garantizar el éxito inicial de la implementación propuesta como de asegurar la sostenibilidad de sus resultados.
- **Transparencia y divulgación pública de los resultados:** La labor realizada debe difundirse y comunicarse de forma que el público pueda conocer sus resultados y los proveedores puedan también comparar los resultados de los esfuerzos del sector.
- **Diversidad y flexibilidad de las medidas que procede adoptar:** La reglamentación debe centrarse en resolver de forma satisfactoria los problemas detectados y mejorar los servicios, y brindar la posibilidad de realizar ajustes a lo largo de los procesos con ayuda de herramientas dinámicas.
- **Facilitación de los cambios culturales en las partes interesadas:** Pueden ser necesarias varias etapas para completar y consolidar el nuevo proceso, lo que implica concienciación y compromiso.

¹⁹ <https://www.itu.int/hub/publication/d-stg-sg01-06-3-2023/es>

- **Evolución y mejora del seguimiento:** Los resultados deben estudiarse y someterse a debate continuamente, con objeto de evitar o mitigar la pérdida de eficacia de las medidas con el paso del tiempo.



Capítulo 3 – Estrategias de transformación digital y cuestiones relevantes para los consumidores

En este capítulo se ofrece información sobre los marcos, políticas, métodos organizativos, herramientas y estrategias elaborados por las autoridades nacionales de reglamentación y otras organizaciones con miras a facilitar la transformación digital y se analizan los desafíos conexos.

Entre los desafíos relacionados con los consumidores figuran los inherentes a las comunicaciones y transacciones en línea (3.1), las comunicaciones comerciales no solicitadas (3.2), el fraude en línea (3.3) y la utilización indebida de la IIP (3.4).

3.1 Comunicaciones y transacciones en línea mediante telecomunicaciones/TIC nuevas e incipientes

La tecnología está evolucionando a una velocidad sin precedentes, al tiempo que impulsa la eficiencia, la seguridad, la innovación y la participación en la economía y la sociedad digitales. Tecnologías nuevas e incipientes de la índole de la 5G, la IoT, la IA y la realidad aumentada y virtual (RA/RV) están revolucionando las comunicaciones y transacciones en línea gracias a la conectividad en tiempo real, la automatización, las soluciones personalizadas, la transparencia, la infraestructura adaptable y las experiencias inmersivas.

El cumplimiento de la agenda de transformación digital depende de la capacidad de las economías para poner esas tecnologías nuevas e incipientes al servicio del desarrollo de la economía y la sociedad digitales.²⁰ Además, es necesario crear un ecosistema sólido que respalde este desarrollo, ya que las TIC han calado en todos los aspectos de nuestras vidas. Habida cuenta del dinamismo del sector de las TIC, las estrategias en materia de protección de los consumidores seguirán evolucionando.²¹

Los consumidores participarán cada vez más en la configuración de la economía y la sociedad digitales. Convendría reconocer su creciente papel en el ecosistema digital y facilitar su participación en la economía y la sociedad digitales con ayuda de las telecomunicaciones/TIC nuevas e incipientes. A tal efecto, es necesario aprovechar las tecnologías incipientes para mejorar la experiencia de los consumidores, aplicar medidas adecuadas que faciliten el acceso y el uso, reconocer las expectativas y preferencias de los consumidores y adaptarse a ellas.

²⁰ Informe de la CMDT-22: https://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/tdc/D-TDC-WTDC-2022-PDF-S.pdf

²¹ <https://www.itu.int/pub/D-PREF-TRH.1-2020/es>

3.1.1 Estrategias para facilitar y mejorar las comunicaciones y transacciones en línea de los consumidores mediante telecomunicaciones/TIC nuevas e incipientes y prácticas organizativas

3.1.1.1 Tecnologías emergentes que mejoran la experiencia de usuario y las comunicaciones y transacciones en línea

Las innovaciones en tecnologías nuevas e incipientes traerán consigo oportunidades y beneficios incalculables para el desarrollo y el crecimiento de la economía y la sociedad digitales, incluidas desde la realización de tareas cotidianas hasta la provisión de soluciones que potencien la transformación digital. Estas oportunidades trascienden todos los sectores, al ofrecer soluciones centradas en mejorar la productividad y los resultados laborales, el proceso creativo, el análisis de datos y el aumento de la confianza de los consumidores en el mercado de las TIC, entre otros beneficios.²² Un estudio sobre el potencial que podría albergar la IA en África muestra que los beneficios que podrían obtenerse en tan solo cuatro países del África subsahariana (Ghana, Kenya, Nigeria y Sudáfrica) podrían alcanzar un valor de 136 000 millones USD de aquí a 2030.²³

El uso de tecnologías inmersivas ha mejorado de forma significativa la experiencia de usuario y, en consecuencia, ha repercutido en el consumo, ya que ha permitido combinar el mundo real con distintas experiencias virtuales. China Mobile ha transformado el turismo cultural e histórico al utilizar tecnología 5G y de realidad virtual para brindar a los usuarios la posibilidad de sumergirse en actividades de culturas antiguas.²⁴

3.1.1.2 Comprender el comportamiento de los consumidores en la era digital

La aparición de nuevas tecnologías puede mejorar la experiencia del consumidor al redundar en favor de la comodidad, la seguridad, la accesibilidad (primero móvil) y la privacidad de una amplia gama de productos y servicios, además de ofrecer una experiencia fluida al cliente y métodos de pago sencillos.²⁵

Las tecnologías nuevas e incipientes ya han tenido notables repercusiones en el consumo y los consumidores obtienen nuevos valores y experiencias con el uso de estas tecnologías²⁶ gracias, entre otras cosas, a la integración de las experiencias en línea y fuera de línea.

Estos avances van acompañados de retos²⁷ derivados de los daños que pueden sufrir los usuarios a causa de los riesgos atinentes a la protección de datos,²⁸ la seguridad de los datos y la IIP, la transparencia y la ética de la inteligencia artificial, la ampliación de la brecha digital²⁹ y las prácticas comerciales desleales.³⁰ En lo que respecta a la ampliación de la brecha digital,

²² Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0242/es> del UIT-D, presentado por Access Partnership Limited (Reino Unido)

²³ *Ibid*

²⁴ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0231/es> del UIT-D, presentado China Mobile Communications Corporation

²⁵ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0335/es> del UIT-D, Informe del taller sobre mecanismos de sensibilización del consumidor para promover decisiones informadas del consumidor: Taller conjunto de la Cuestión 6/1 y la Cuestión 3/2 celebrado en Brasilia del 18 al 20 de junio de 2024.

²⁶ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0231/es> del UIT-D, presentado por China Mobile Communications Corporation

²⁷ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0343/es> del UIT-D, presentado por Camerún

²⁸ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0470/es> del UIT-D, presentado por Chad

²⁹ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0242/es> del UIT-D, presentado por Access Partnership Limited (Reino Unido)

³⁰ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0325/es> del UIT-D, presentado por la República del Congo

cabe destacar que los consumidores vulnerables, entre ellos las mujeres, las personas con discapacidad, las personas de edad avanzada y los habitantes de las zonas rurales, remotas y marginadas, corren el riesgo de quedarse atrás.³¹ La falta de una conectividad universal y efectiva repercute en su capacidad para participar activamente en la economía y la sociedad digitales, fenómeno que también afecta a las pequeñas y medianas empresas (pymes).³²

Además, el acceso a información fidedigna y objetiva suscita cada vez más inquietud,³³ como muestra sin lugar a dudas la creciente prevalencia de la desinformación. Se trata de una cuestión importante que despierta interés en todo el mundo y algunos países como China,³⁴ India y los Estados Unidos, además de la Unión Europea, han emitido directrices, avisos y códigos de prácticas para hacer frente a las ultrafalsificaciones.³⁵

Otra cuestión importante es la recopilación de grandes cantidades de información, incluidos datos sanitarios e IIP, a través de diferentes dispositivos, como pueden ser cámaras de seguridad. Un estudio de Kaspersky indica que los dispositivos IoT son blanco de un número cada vez mayor de ciberataques.³⁶ Según los datos relativos a los incidentes, el hecho de que los piratas informáticos puedan acceder a transmisiones de vídeo domésticas plantea todo un desafío en términos de protección de datos.³⁷

3.1.1.3 Estrategias para mejorar las comunicaciones en línea de los consumidores

La creciente complejidad de la economía y la sociedad digitales trae consigo la necesidad de empoderar a los consumidores para que tomen decisiones fundamentadas en materia de adquisición y utilización.³⁸ A tal efecto, es fundamental comprender mejor las preferencias y el comportamiento de los consumidores respecto de la adquisición y utilización de productos y servicios de TIC, así como sus niveles de participación en la economía y la sociedad digitales. Este conocimiento mejorado puede obtenerse con ayuda de las ciencias conductuales,³⁹ tal y como han hecho Anatel en Brasil y la Ofcom en el Reino Unido. Además, convendría empoderar a los consumidores para que tomen ese tipo de decisiones de manera fundamentada, mejorando su acceso a información transparente y proporcionándoles herramientas para la toma de decisiones,⁴⁰ como comparadores de tarifas, reclamaciones y niveles de calidad de servicio, estrategia que ya han aplicado México y Egipto.

En Brasil, para dar respuesta a los consumidores que demandaban servicios rápidos, personalizados y a medida, la empresa de telecomunicaciones Vivo⁴¹ adoptó una serie de estrategias encaminadas a mejorar la interacción con sus clientes. Entre sus objetivos figuraba la oferta de experiencias de usuario más sencillas, claras y fluidas, con una experiencia omnicanal

³¹ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0150/> del UIT-D, presentado por la RIFEN

³² Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0242/> del UIT-D, presentado por Access Partnership Limited (Reino Unido)

³³ *Ibid*

³⁴ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0505/es> del UIT-D, presentado por China Mobile Communications Corporation

³⁵ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0150/es> del UIT-D, presentado por la RIFEN

³⁶ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0325/es> del UIT-D, presentado por la República del Congo

³⁷ *Ibid*

³⁸ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0335/es> de la CE 1 del UIT-D, Informe del taller sobre mecanismos de sensibilización del consumidor para promover decisiones informadas del consumidor: Taller conjunto de la Cuestión 6/1 y la Cuestión 3/2 celebrado en Brasilia del 18 al 20 de junio de 2024.

³⁹ *Ibid*

⁴⁰ *Ibid*

⁴¹ *Ibid*

(continúa entre plataformas) y un enfoque centrado en el cliente en todos los canales y aplicaciones digitales.

En China, un sistema integral protege el derecho de los consumidores a saber en qué momento están siendo atendidos por IA o en qué momento un servicio de telecomunicaciones/TIC utiliza IA. Dicho sistema persigue los siguientes objetivos: elaborar una política que oriente la creación de un marco de protección de los derechos de los consumidores en el campo de la IA, prestando especial atención a cuestiones tales como las normas en materia de I+D, los acuerdos de notificación, el etiquetado de contenidos y los mecanismos de reclamación; desarrollar normas aplicables a los productos y servicios de IA; mejorar las tecnologías y los servicios para ayudar a los consumidores a identificar y prevenir la información fraudulenta; y publicar directrices para el uso seguro de la IA, promoviendo al mismo tiempo la alfabetización en IA.⁴²

3.1.1.4 Estrategias para mejorar las transacciones en línea

Los pagos y transacciones en línea son funcionalidades centrales de la economía y la sociedad digitales, ya que permiten a los usuarios acceder a productos y servicios de TIC. A raíz de la pandemia de COVID-19, el método de pago preferido por los consumidores ha pasado a ser el digital,⁴³ tal y como afirman el 98 % de los usuarios encuestados en Bamako⁴⁴ y el 77,5 % de los usuarios de telefonía móvil en China continental.⁴⁵ Por tanto, es fundamental que las transacciones en línea sean seguras y fluidas. En distintas contribuciones se ha señalado que los servicios de dinero móvil, como M-Pesa, Orange Money y MTN Mobile Money, crecen con más rapidez en mercados que combinaban unas tasas de penetración móvil elevadas y amplios grupos poblacionales de consumidores no bancarizados.⁴⁶

Los consumidores han experimentado dificultades de índole diversa al utilizar los servicios de dinero móvil, como la exposición al fraude y las estafas, por ejemplo, el intercambio de rostros con IA para eludir la verificación facial en las aplicaciones de pago digital,⁴⁷ y los largos y burocráticos procesos para corregir errores y resolver reclamaciones.⁴⁸ Entre otras dificultades cabe mencionar los elevados costes de las transacciones, la mala calidad del servicio, la falta de transparencia e información sobre los procesos de reclamación y la exposición a riesgos tales como la utilización indebida de los datos,⁴⁹ según se indica en un informe presentado por Malí. Existe una falta de colaboración entre las partes interesadas pertinentes, una falta de intervenciones reglamentarias en la tramitación de quejas de los consumidores y una falta de supervisión reglamentaria en los sistemas de gestión de reclamaciones establecidos por los proveedores de servicios de dinero móvil.⁵⁰

Algunas de las estrategias utilizadas por la Comunidad Económica y Monetaria de África Central (CEMAC) para afianzar la confianza de los consumidores en los servicios consisten en establecer normas que permitan a dichos consumidores recuperar fondos transferidos por error a un

⁴² Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0505/> del UIT-D, presentado por China

⁴³ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0224/es> del UIT-D, presentado por China Telecommunications Corporation

⁴⁴ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0376/es> del UIT-D, presentado por Malí

⁴⁵ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0224/es> del UIT-D, presentado por China Telecommunications Corporation

⁴⁶ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0383/es> del UIT-D, presentado por la República del Congo

⁴⁷ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0224/es> del UIT-D, presentado por China Telecommunications Corporation

⁴⁸ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0383/es> del UIT-D, presentado por la República del Congo

⁴⁹ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0376/es> del UIT-D, presentado por Malí

⁵⁰ *Ibid*

destinatario no deseado. A tal efecto, es imperativo que las transacciones de dinero móvil, si bien se acreditan de inmediato en la cuenta del destinatario, no estén disponibles para su uso hasta que no hayan pasado cinco minutos, de tal manera que el remitente tenga la oportunidad de revertir la transacción.⁵¹

En la contribución de la República del Congo se hace hincapié en la necesidad de que los organismos reguladores y los operadores desempeñen un papel más activo y asuman un mayor número de responsabilidades en la lucha contra el fraude en el ámbito del dinero móvil.⁵²

Para mejorar la seguridad de los datos, BestPay de China Telecom estableció un Centro de Protección del Usuario⁵³ que permite la gestión transparente del autoservicio. Esta herramienta auxiliar basada en IA mejora la participación del usuario, la detección de problemas y la gestión de la experiencia, al tiempo que los productos de control de riesgos inteligente abordan los problemas de seguridad. También hay soluciones específicas para las personas de edad avanzada.⁵⁴

3.1.2 Mejores prácticas en favor de la transformación digital

A fin de impulsar la transformación digital con un enfoque centrado en el consumidor, los organismos reguladores deberían alentar a las organizaciones a adoptar las siguientes prácticas:

- **Aplicar políticas y directrices centradas en el consumidor:** Elaborar marcos que den prioridad a las necesidades de los usuarios. Velar por que los reglamentos apoyen la innovación digital y, al mismo tiempo, protejan a los consumidores.
- **Aprovechar las tecnologías incipientes:** Mejorar los productos y servicios digitales con ayuda de tecnologías nuevas e incipientes, tales como la IA, con miras a la detección del fraude y el refuerzo de la ciberseguridad. Adoptar un enfoque omnicanal para mejorar la participación del consumidor.
- **Educar y empoderar a los consumidores:** Diseñar programas que utilicen tecnologías tanto tradicionales como incipientes para informar a los usuarios sobre las herramientas digitales y los dinámicos problemas de los consumidores.
- **Abordar las nuevas preocupaciones de los consumidores:** Establecer mecanismos para hacer frente a los desafíos éticos, ambientales, sanitarios y de protección de la IIP y los datos a los que se enfrentan los consumidores.
- **Reforzar las medidas internas de protección del consumidor:** Aplicar sistemas de control interno y marcos de prevención de riesgos para proteger a los consumidores.
- **Fomentar una cultura centrada en el consumidor:** Promover la innovación y la capacidad de respuesta a las necesidades del consumidor en todos los niveles de la organización.
- **Crear un ecosistema digital transparente y responsable:** Desplegar una infraestructura de apoyo que garantice una transformación digital responsable manteniendo la confianza y la transparencia.

⁵¹ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0383/es> del UIT-D, presentado por la República del Congo

⁵² Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0475/es> del UIT-D, presentado por la República del Congo

⁵³ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0224/es> del UIT-D, presentado por China Telecommunications Corporation

⁵⁴ *Ibid*

3.2 Comunicaciones comerciales no solicitadas

Las comunicaciones comerciales no solicitadas, o spam, son mensajes digitales no deseados y, a menudo, invasivos, que se envían masivamente a través de mensajes de texto, llamadas, correos electrónicos o medios sociales.

En el ámbito de las telecomunicaciones, las comunicaciones comerciales no solicitadas se han convertido en un problema para los consumidores de todo el mundo, y varios países han adoptado leyes o reglamentos a fin de controlar, regular o implantar prácticas responsables de comercialización por mensaje de texto y sanciones para las prácticas irresponsables.

En Nigeria,⁵⁵ los ORM han adoptado diversas estrategias de telemarketing para difundir información a sus abonados sobre los servicios y ofertas disponibles en sus redes, lo que ha provocado un repunte en el número de quejas de los consumidores por mensajes de telemarketing no solicitados y llamadas automáticas. En consecuencia, la NCC publicó un instrumento reglamentario en virtud del cual los ORM que operaban en Nigeria debían:

- 1) Crear una base de datos con las preferencias de los consumidores en relación con el servicio "no molestar".
- 2) Reservar el código corto "2442" para que los abonados pudieran inscribirse en la base de datos correspondiente, de forma gratuita, como medio para restringir los mensajes de telemarketing no solicitados de una o más de las categorías siguientes: alertas de noticias, mensajes religiosos, deportes, educación, salud y turismo.
- 3) Dar a conocer el servicio "no molestar" entre los consumidores utilizando distintas redes.
- 4) Garantizar que los SMS autorizados y generados por la red solo puedan enviarse a los consumidores entre las 8.00 y las 20.00 horas.
- 5) Imponer sanciones administrativas a los operadores que incumplan el instrumento normativo, con el objetivo de disuadir el incumplimiento.
- 6) Eximir las alertas de transacciones financieras y los mensajes relacionados con las elecciones del servicio "no molestar", a fin de prevenir el fraude y garantizar el flujo de información durante las elecciones. También se aplican exenciones en situaciones de emergencia pública y de seguridad.

En este sentido, China⁵⁶ prioriza los derechos de los consumidores mejorando el entorno de consumo, equilibrando el desarrollo con la reglamentación y reforzando las garantías jurídicas. Además, actualiza continuamente las leyes y normas para hacer hincapié en los derechos digitales y proteger a los consumidores vulnerables.

Rwanda⁵⁷ ha adoptado una serie de controles y reglamentos con el objetivo de limitar las comunicaciones comerciales no solicitadas, al tiempo que promueve prácticas de comercialización responsables y consensuadas. El reglamento exige que los mensajes electrónicos comerciales incluyan información precisa sobre la persona que autorizó el envío del mensaje y una opción funcional de cancelación de suscripción que permita al destinatario ordenar el cese de toda comunicación futura. También prohíbe utilizar *software* de recopilación de direcciones y listas de direcciones recolectadas para enviar mensajes electrónicos comerciales

⁵⁵ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0032/es> del UIT-D, presentado por Nigeria

⁵⁶ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGQ-C-0069/es> del UIT-D, presentado por la Universidad de Beihang

⁵⁷ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0155/es> del UIT-D, presentado por Rwanda

no solicitados y, en términos más generales, disuade a las personas de utilizar las TIC de manera inadecuada.

La Comisión de Reglamentación de las Telecomunicaciones de Sri Lanka (TRCSL)⁵⁸ publicó una política de autogobernanza de los operadores en materia de mensajes promocionales, por la que se establecieron los procedimientos que deben adoptar los operadores respecto de los mensajes promocionales que ellos mismos gestionan y los mensajes promocionales que generan terceras partes.

Para los mensajes promocionales generados por terceras partes, se adoptaron los siguientes procedimientos:

- 1) El operador registra a los puertos/clientes que: i) están autorizados a generar mensajes promocionales; y ii) garantizan al operador que todos los mensajes transmitidos cuentan con el consentimiento de los consumidores registrados con dicho cliente.
- 2) Solo los puertos/clientes registrados deberían poder generar mensajes promocionales a sus respectivos clientes registrados. Los mensajes promocionales generados por puertos/clientes no registrados se bloquean.
- 3) El operador registra e investiga todas las reclamaciones de clientes recibidas en relación con mensajes no solicitados a través de clientes/puertos SMS, o a través de números móviles estándar, y toma medidas al respecto, como puede ser desconectar el puerto o bloquear una máscara de número o un número de teléfono móvil de forma permanente.
- 4) El operador publica información sobre los métodos gratuitos de bloqueo de mensajes promocionales generados por un determinado puerto o máscara de número en su sitio web y en otros canales de información al cliente.

Para los mensajes promocionales gestionados por el operador (dentro del ámbito de control del operador):

- 1) Todos los mensajes promocionales incluyen una opción de baja voluntaria, que permite a los clientes interrumpir cómodamente la recepción de mensajes promocionales del proveedor de servicios/puerto/máscara de número correspondiente.
- 2) Todos los mensajes promocionales se generan bajo una máscara de número para identificar de forma única al emisor del mensaje promocional.
- 3) Todos los mensajes promocionales incluyen una opción de baja voluntaria, para dejar de recibir esa información.
- 4) La opción de baja voluntaria, o de bloqueo de SMS, será gratuita.
- 5) Los métodos de baja voluntaria o bloqueo de SMS para los mensajes promocionales del operador se publicarán en el sitio web del operador y se comunicarán a través de múltiples medios de información al cliente.

A pesar de haber aplicado las directrices de política de autogobierno antes mencionadas, se registró un aumento de las quejas de los consumidores en relación con los mensajes promocionales excesivos, intrusivos y no conformes, en concreto, con los mensajes promocionales no solicitados y las prácticas de telemarketing. En ese contexto, la TRCSL elaboró un código de prácticas para los operadores de telecomunicaciones, con el fin de colmar las lagunas de las que adolecían las directrices anteriores y mejorar la protección de los consumidores.⁵⁹

⁵⁸ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0125/es> del UIT-D, presentado por Sri Lanka

⁵⁹ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0492/es> del UIT-D, presentado por Sri Lanka

En Brasil,⁶⁰ se adoptaron diferentes medidas para luchar contra el problema de las llamadas abusivas, entre ellas, medidas encaminadas a fomentar la adopción de buenas prácticas, bloquear la capacidad de originar llamadas si se superan ciertos umbrales de llamada, o de eficiencia, y mejorar la calidad de la información brindada a los consumidores. Anatel puso en marcha iniciativas para empoderar a los usuarios en la lucha contra el telemarketing abusivo, el cobro de deudas y otras llamadas similares. El objetivo de estas iniciativas fue abordar aspectos específicos del problema, como la utilización indebida de números, las llamadas masivas y la violación de los derechos de los usuarios. A continuación se facilita más información al respecto:

- 1) Se creó un "registro de bloqueo de llamadas comerciales", integrado por consumidores que no desean recibir llamadas a través de las cuales se les ofrecen productos y servicios de telecomunicaciones, y, en paralelo, se elaboró un código de conducta para normalizar la gestión de las llamadas.
- 2) Se exigió a las empresas de telemarketing y a las entidades responsables de grandes volúmenes de llamadas (más de 10 000 llamadas diarias) que utilizaran el prefijo 0303, independientemente del motivo de la llamada, para que los consumidores pudieran identificar a la parte llamante y decidir si responder, o no.
- 3) Se adoptó una decisión cautelar basada en tres ejes de acción, encaminados a: limitar el volumen de llamadas por acceso (número de origen); fomentar un uso eficaz de las redes de telecomunicaciones por parte de los usuarios; y crear normas que obren en favor de la transparencia en lo que respecta al origen de las llamadas. La decisión parte de la premisa de que la aplicación de soluciones tecnológicas para la emisión masiva de llamadas, en un volumen superior a la capacidad humana de marcación, respuesta y comunicación, y de tal manera que las llamadas en cuestión se desconecten en tres segundos, se hayan completado o no (lo que se conoce como llamadas cortas), se considera una utilización indebida de los recursos de numeración y un uso inadecuado de los servicios de telecomunicaciones. En estos casos, los operadores de red identifican el origen y bloquean, durante un periodo de 15 días, la posibilidad de originar llamadas desde los accesos del servicio telefónico fijo conmutado (líneas fijas) y del servicio móvil personal (teléfonos móviles) de las personas jurídicas que:
 - a) generen 100 000 o más llamadas cortas por código de acceso en un día; o,
 - b) generen 100 000 o más llamadas, siendo el porcentaje total de llamadas cortas igual o superior al 85 % del total de llamadas.
- 4) En virtud de dicha decisión también se exigió a los proveedores de servicios de telecomunicaciones que utilizaran recursos de numeración colaboraran con miras a ofrecer una herramienta de búsqueda en Internet que pudiera utilizarse para identificar a los titulares de los códigos de acceso de los teléfonos fijos y móviles de las personas jurídicas. Se puede acceder a la herramienta en cuestión a través del portal de Internet www.qualempresameligou.com.br/.
- 5) Se aplicó el protocolo de autenticación e identificación de llamadas *Verify Origin* (antes conocido como *STIR/SHAKEN*), una solución que permite a los consumidores ver el número de identificación de la parte llamante; la identificación, el nombre y el logotipo de la parte llamante; el motivo de la llamada; y un sello digital que certifica el origen de la parte llamante (datos de llamada completos). Con esta información, los consumidores pueden identificar las llamadas de las empresas y decidir si les interesa responder o no.
- 6) Se entabló una relación de coordinación con la Autoridad Nacional de Protección de Datos de Brasil, a fin de proyectar medidas estructurales contra los intermediarios de datos, es decir, contra las empresas que se especializan en recopilar información pública compartida por otras empresas y forman parte de la cadena de teleservicios, cuyas actividades influyen en gran medida en el volumen de llamadas que recibe el

⁶⁰ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0453/es> del UIT-D, presentado por Brasil

público. Se han incoado decenas de procedimientos jurídicos contra empresas de telecomunicaciones y de teleservicios, así como contra sus contratistas.

En Australia,⁶¹ el organismo regulador emprende constantemente iniciativas de aplicación y el cumplimiento de la normativa orientadas combatir las estafas en el ámbito de las telecomunicaciones y toma medidas en contra de los proveedores en caso de incumplimiento. Además, emite alertas destinadas a los consumidores en relación con la suplantación de la identidad de las agencias gubernamentales y las estafas de acceso remoto. En este contexto, se han adoptado diversas medidas dirigidas por el gobierno y por la industria para luchar contra las estafas en telecomunicaciones, que han generado resultados positivos. Dichas iniciativas han consistido en:

- 1) Especificar 7226 (SCAM) como un número especial común de servicio comunitario (de uso voluntario por parte de los proveedores de telecomunicaciones, para proporcionar a sus clientes una manera rápida y fácil de denunciar las estafas de forma directa).
- 2) Evitar que los números de teléfono gratuito, tarificación local y con recargo se utilicen para llamadas salientes (a fin de que los estafadores no utilicen estos números para ganarse la confianza del consumidor durante las llamadas fraudulentas).
- 3) Otorgar al organismo regulador la facultad de retirar un número asociado con estafas u otras actividades fraudulentas.
- 4) Registrar el Código para Reducir las Estafas en Llamadas y por SMS, lo que incluye exigir a los proveedores de telecomunicaciones que:
 - identifiquen, rastreen y bloqueen las llamadas y los mensajes de texto fraudulentos, y
 - publiquen información para ayudar a sus clientes a gestionar y denunciar de forma proactiva las llamadas y los mensajes de texto fraudulentos.
- 5) Exigir procesos de verificación de identidad más estrictos antes de la transferencia de números móviles entre proveedores, en virtud de la Norma de la Industria de las Telecomunicaciones de 2020, a fin de evitar que los estafadores secuestren números de teléfonos móviles para robar cuentas financieras de clientes.
- 6) Exigir procesos de verificación de identidad más estrictos para las transacciones de alto riesgo (como el intercambio de SIM y las solicitudes de cambio de cuenta) a tenor de la Ley de Determinación de Proveedores de Servicios de Telecomunicaciones de 2022, a fin de evitar el acceso no autorizado de agentes malintencionados a los servicios de telecomunicaciones y la información personal de la población.
- 7) Obligar a los proveedores de servicios de telecomunicaciones a utilizar filtros contra estafas con miras a identificar y bloquear los SMS maliciosos que incluyan enlaces o números de teléfono sospechosos antes de que lleguen a los teléfonos móviles de los clientes.
- 8) Combatir las estafas basadas en la devolución de llamadas con ayuda de la iniciativa *Call Stop*. En colaboración con un proveedor de telecomunicaciones, dicha iniciativa se centra en las estafas basadas en la devolución de llamadas, en cuyo marco los clientes reciben un correo electrónico o un SMS alegando problemas con su cuenta bancaria. En la comunicación se solicita a los clientes que devuelvan la llamada al banco al número proporcionado, a través del cual se comunican con un estafador que se hace pasar por la entidad bancaria. En este caso, los estafadores engañan al consumidor para que proporcione acceso a su cuenta o transfiera dinero a una cuenta controlada por ellos. Hasta que se bloquea el número fraudulento identificado, la iniciativa *Call Stop* evita que los clientes que llaman a dicho número fraudulento se comuniquen con el estafador y,

⁶¹ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0212/es> del UIT-D, presentado por Australia

en su lugar, desvía la llamada a un mensaje automático que advierte a los clientes de que están siendo víctimas de una estafa.

3.2.1 Mejores prácticas relacionadas con las comunicaciones comerciales no solicitadas

- 1) En el marco de la transformación digital es necesario que los consumidores se sientan seguros y protegidos cuando optan por utilizar un servicio nuevo, por lo que se recomienda a los países que adopten marcos reglamentarios para gestionar las comunicaciones comerciales no solicitadas, así como sanciones y mecanismos de aplicación que se ocupen de las irregularidades y exijan responsabilidades a las partes cuando sea necesario.
- 2) Los países deben establecer marcos jurídicos y normativos que apoyen el desarrollo del mundo digital mediante la aplicación de reglamentos que protejan contra la utilización indebida de la IIP del consumidor y la mejora de la transparencia sobre los procedimientos de obtención y uso de la información de los consumidores en el ámbito de las comunicaciones.
- 3) Para responder a las dinámicas necesidades en materia de protección de los consumidores en la era digital, se alienta a los países a ajustar y mejorar continuamente las políticas y los reglamentos aplicables, mediante la promoción activa de la transformación digital en el marco de las leyes tradicionales de protección del consumidor.
- 4) Los mercados deberían respetar el hecho de que los destinatarios de las comunicaciones comerciales no solicitadas las consideren, en términos generales, molestas y no deseadas. La colaboración con todas las partes interesadas en la definición de estrategias de comercialización éticas y eficaces puede atenuar las repercusiones de este desafío.
- 5) Dada la extrema complejidad de las comunicaciones comerciales no solicitadas, conviene adoptar diversas medidas preventivas complementarias.
- 6) Conviene adoptar una reglamentación conjunta o un enfoque holístico, cuando proceda, para abarcar las iniciativas emprendidas por la industria y el gobierno en favor de los objetivos de política pública, junto con campañas continuas de sensibilización y empoderamiento de los consumidores.
- 7) Se debe facilitar la cooperación internacional con otros países y organismos reguladores internacionales para reforzar el compromiso estratégico en la lucha mundial contra las estafas, el telemarketing no solicitado y el correo basura, con miras a facilitar el intercambio de información sobre correo basura, combatir las estafas prioritarias y sensibilizar a la población.

Entre las estrategias éticas y eficaces que existen para gestionar las comunicaciones comerciales no solicitadas, cabe citar las siguientes:

- 1) La educación y el empoderamiento de los consumidores, así como la colaboración entre las diversas partes interesadas, son fundamentales para abordar los nuevos desafíos, mejorar la transparencia y fomentar la confianza en la economía digital. Este enfoque es clave para proteger eficazmente a los consumidores en un panorama digital en constante evolución.
- 2) Se necesitan mecanismos eficaces de baja voluntaria y suscripción/cancelación de suscripciones que permitan a los clientes abstenerse de recibir más mensajes del proveedor de servicios o la aplicación correspondiente.
- 3) Los comercializadores o entidades comerciales deben obtener un consentimiento explícito por escrito (no verbal) para añadir nuevos contactos a su lista de suscriptores, antes de enviar mensajes promocionales con la intención de vender, lograr ventas adicionales o publicitar un producto, negocio o servicio.

- 4) Incluso aunque el consumidor sea quien proporcione su número de teléfono y venga manteniendo una relación de larga data con la empresa, se debería obtener su consentimiento por escrito antes de enviarle comunicaciones comerciales.
- 5) La comercialización basada en permisos implica que se debe obtener el consentimiento de los clientes antes de enviarles cualquier comunicación comercial. Cabe implementar un proceso de doble aceptación para las suscripciones, que permita a los usuarios confirmar su interés en recibir mensajes.
- 6) Es necesario cerciorarse de que los consumidores están dispuestos a recibir mensajes de texto transaccionales que contengan información actualizada importante o les ayuden a realizar una acción que no se traduzca en una venta.
- 7) Los comercializadores o las entidades comerciales deberán facilitar información importante, por ejemplo, su identidad, la frecuencia de envío de mensajes, el método de baja voluntaria o las tarifas aplicables, en el primer mensaje de texto enviado al consumidor antes de confirmar su aceptación.
- 8) Se incluirán llamamientos a la acción claros y conformes al final de cada mensaje, en los que se expondrán el propósito de la campaña, la frecuencia de comunicación, los términos y condiciones, la política de privacidad e información sobre el mensaje y las tarifas de datos.
- 9) Se impondrán sanciones por infringir las disposiciones legislativas o reglamentarias en materia de comercialización por SMS.
- 10) Se velará por que las empresas de telemarketing utilicen un prefijo numérico específico para las comunicaciones comerciales no solicitadas.
- 11) Se creará un "registro de no molestar" o un "registro de no llamar", gracias al cual las personas y las empresas puedan abstenerse de recibir llamadas no solicitadas a efectos de la comercialización o venta de productos y otras formas de comunicación.
- 12) Se debe alentar a los proveedores de servicios de telecomunicaciones a utilizar filtros contra estafas, con miras a identificar y bloquear llamadas y SMS maliciosos con enlaces o números de teléfono sospechosos antes de que lleguen a los clientes.
- 13) Los proveedores de telecomunicaciones deben controlar e identificar a los responsables de grandes volúmenes de llamadas y exigirles que cumplan las normas bajo la supervisión del organismo regulador.

3.3 Fraude en línea

3.3.1 Tendencia general del fraude en línea

El rápido desarrollo de las tecnologías cibernéticas y de la información ha propiciado un auge del fraude en línea. Aunque, en sus inicios, este se manifestaba mediante mensajes de texto relativamente simples y estafas telefónicas, ahora se ha convertido en un sofisticado negocio que utiliza tecnología avanzada y tácticas innovadoras. A continuación, se describen tres de las principales tendencias observadas en la actualidad.

En primer lugar, se puede observar que el ciberespacio, caracterizado por su apertura y su diversidad, por utilizar identidades virtuales y por posibilitar interacciones cómodas, brinda un entorno propicio para determinadas actividades fraudulentas. Los estafadores pueden utilizar información personal para ganarse falsamente la confianza de los consumidores. De esta forma, es más fácil eludir los mecanismos de seguridad establecidos por los proveedores de servicios de pago y los operadores de telecomunicaciones, entre otras entidades. Así es como logran

estafar a víctimas desprevenidas, causándoles no solo pérdidas económicas, sino también daños mentales y emocionales, entre otras cosas. Por ejemplo:

- Uganda registra 24,1 millones de usuarios de dinero electrónico activos, lo que se traduce en una tasa de penetración nacional del 56 %, y todos ellos podrían ser víctimas de fraudes en línea.
- En la República de Corea,⁶² los delincuentes recurren al robo de identificadores para obtener teléfonos móviles con fines ilícitos; así, en 2022, se utilizaron entre 200 y 300 teléfonos de este tipo para cometer diversos fraudes, según la policía coreana.
- En Australia, en 2022, los consumidores sufrieron pérdidas por valor de 3 100 millones de dólares australianos debido a estafas, cifra récord que afectó significativamente tanto a las víctimas como a la economía en general.

Según el Informe global sobre estafas y spam de Truecaller (2022), Brasil lleva los últimos cuatro años ocupando la peor posición del ranking, con 32,9 llamadas de spam por usuario al mes, lo que supone casi el doble que el siguiente país con peor resultado, Perú, que registra 18,02 llamadas por usuario al mes.⁶³ Las pérdidas económicas derivadas de las estafas y el robo de identificadores tienen repercusiones notables para las víctimas y la economía en general.⁶⁴

En segundo lugar, la constante evolución de las tecnologías incipientes trae consigo el riesgo de que los estafadores en línea que siguen de cerca estos avances aprovechen cada innovación para atacar. El fraude en línea puede estar relacionado con otras actividades, como la violación de la IIP, obrar en favor de estas últimas y operar en sinergia con toda una cadena de operadores clandestinos y semiclandestinos, con el fraude en línea como eje central.

Así, se utiliza contenido fraudulento generado por IA, por ejemplo, vídeos ultrafalsificados, para engañar a personas y cometer estafas con objetivos específicos.⁶⁵ Por ejemplo, en China, donde las plataformas de pago digital dependen en gran medida de la verificación facial para el inicio de sesión, la comprobación de transacciones y el desbloqueo de cuentas, los estafadores han pasado a utilizar tecnologías tales como la de intercambio de rostros por IA, causando así pérdidas significativas a los consumidores.⁶⁶ En la India, los estafadores se hacen pasar por agentes de servicios de mensajería o fuerzas del orden y utilizan información personal filtrada para engañar a las víctimas. Las estafas basadas en contraseñas de un solo uso también han causado pérdidas financieras significativas debido al aumento de los pagos digitales.⁶⁷

En tercer lugar, ciertos tipos de personas son particularmente vulnerables al fraude en línea. En China, el informe de investigación nacional sobre el uso de Internet por menores de edad (2021) muestra un aumento de la proporción de usuarios de Internet menores de edad que han sido víctimas de estafas en línea.⁶⁸ Además, el 20 % de los usuarios de Internet menores de edad no sabe cómo luchar contra el fraude en línea, las violaciones de la privacidad, el acoso, etc., siendo los niños más pequeños los menos conscientes.⁶⁹

⁶² Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0152/es> del UIT-D, presentado por la República de Corea

⁶³ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0145/es> del UIT-D, presentado por Brasil

⁶⁴ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0212/es> del UIT-D, presentado por Australia

⁶⁵ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0356/es> del UIT-D, presentado por la RIFEN

⁶⁶ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0224/es> del UIT-D, presentado por China

⁶⁷ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0302/es> del UIT-D, presentado por India

⁶⁸ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-RGO-C-0222/es> del UIT-D, presentado por China Mobile Communications Corporation

⁶⁹ *Ibid*

La lucha contra estas manifestaciones del fraude en línea ejerce una presión considerable sobre los recursos de muchos países. Según se indica en la contribución de Liberia, solo 25 de los 54 países africanos cuentan con legislación relativa a los derechos de los consumidores en línea y las transacciones electrónicas, y otros cuatro están trabajando en proyectos de ley al respecto.⁷⁰ En muchos casos, las leyes vigentes han quedado obsoletas y ya no permiten combatir las nuevas formas de fraude en línea a las que se exponen los consumidores. Por ejemplo, en Uganda, las leyes sobre transacciones electrónicas y delitos informáticos se promulgaron en 2011 y, a día de hoy, no garantizan la protección de los derechos del consumidor en línea.⁷¹ Del mismo modo, en Sudáfrica, la reglamentación de la publicidad engañosa sigue basándose en una Ley de Protección del Consumidor que data de 2008.⁷²

3.3.2 Medidas innovadoras para la gestión del fraude en línea

3.3.2.1 Mejora de las políticas y la legislación pertinentes

Muchos países están actualizando su legislación con el objetivo de proteger los derechos e intereses de los consumidores.

La **India** ha modificado sus leyes relativas a las transacciones electrónicas. A tal efecto, ha incluido los delitos relacionados con las tecnologías de la información en la Ley de TI de 2000 y ha introducido la palabra "electrónico" en el Código Penal de la India, incluyendo explícitamente los registros y documentos electrónicos en la misma categoría que los registros y documentos físicos.⁷³

En 2023, el Gobierno de la **India** publicó un proyecto de Directrices para la prevención y reglamentación de los patrones de diseño engañoso, con la intención de frenar la amenaza que suponían para los consumidores en línea. Por patrón de diseño engañoso, o "patrón oscuro", se entiende *"cualquier práctica o patrón de diseño engañoso que utiliza interacciones IU/XU (interfaz de usuario/experiencia de usuario) en cualquier plataforma; que se haya diseñado para engañar o inducir a error a los usuarios con el objetivo de que hagan algo que originalmente no tenían la intención de hacer, o no querían hacer; que para ello socave o perturbe la autonomía, la toma de decisiones o la capacidad de elección del consumidor; y que equivalga así a publicidad engañosa, prácticas comerciales desleales o infracciones de los derechos de los consumidores"*.⁷⁴

En **Sudáfrica**, la Ley de Protección del Consumidor regula explícitamente la publicidad falsa y engañosa para proteger a los consumidores de anunciantes sin escrúpulos.⁷⁵

La legislación sobre delincuencia en línea de **Uganda** contempla el fraude al consumidor en línea como delito punible.⁷⁶

En **China**, en 2016, la Corte Popular Suprema, la Fiscalía Popular Suprema y el Ministerio de Seguridad Pública emitieron conjuntamente dictámenes sobre la aplicación de la ley en la gestión del fraude en las redes de telecomunicaciones y otras causas penales. A fin de

⁷⁰ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0004/> del UIT-D, presentado por Liberia

⁷¹ *Ibid*

⁷² *Ibid*

⁷³ *Ibid*

⁷⁴ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0196/es> del UIT-D, presentado por la Fundación UIT-APT (India)

⁷⁵ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0004/es> del UIT-D, presentado por Liberia

⁷⁶ *Ibid*

castigar con más firmeza el fraude en línea y aplicar sanciones drásticas integrales en todas las etapas de la cadena de actividades conexas, en diciembre de 2022, China comenzó a aplicar oficialmente la Ley de Lucha contra el Fraude en las Telecomunicaciones y en Línea, en la que se estipulaban las responsabilidades de los gobiernos locales, los departamentos reguladores de la industria y las empresas, así como las medidas que debían adoptar en materia de prevención y gobernanza.⁷⁷

En **Brasil**, el plan estratégico de Anatel para 2023-2027 prevé medidas estratégicas para prevenir el fraude y las estafas en el ecosistema digital, promoviendo así la creación de conciencia en el ámbito de la ciberseguridad y mejorando la seguridad digital de los ciudadanos.⁷⁸ Se han emprendido otras iniciativas centradas en aspectos específicos del problema, como la utilización indebida de los recursos de numeración, las llamadas masivas y las infracciones de los derechos de los usuarios.⁷⁹

En **Australia**, la ACMA ha adoptado varias normas nuevas para poner fin a las actividades fraudulentas, en concreto: a) ha modificado el Plan de Numeración de Telecomunicaciones de 2015 para apoyar varias iniciativas encaminadas al desmantelamiento de estafas; b) ha registrado el código de reducción de llamadas y mensajes de texto fraudulentos en julio de 2022 (Reducing Scam Calls and Scam SMS Code), que obliga a los proveedores de telecomunicaciones a identificar, rastrear y bloquear las llamadas y los mensajes de texto fraudulentos, así como a publicar información para ayudar a los clientes a gestionar y denunciar esas llamadas; c) ha exigido procesos de verificación de la identidad más estrictos antes de que los números móviles puedan transferirse entre proveedores, en virtud de la Norma de la Industria de Telecomunicaciones (notificación de números móviles para verificación de identidad adicional) de 2020; y d) ha exigido procesos de verificación de la identidad más estrictos para las transacciones de alto riesgo a través de la Ley de Determinación de Proveedores de Servicios de Telecomunicaciones (autenticación de identidad del cliente) de 2022.⁸⁰

3.3.2.2 Mejora de los mecanismos de supervisión y cumplimiento

A tal efecto, se están adoptando tres tipos de estrategias. En primer lugar, muchos países han establecido plataformas para gestionar las reclamaciones de los consumidores. En **Nigeria**, la NCC ha creado una plataforma multicanal gratuita para la recepción de reclamaciones presentadas por escrito, mediante un portal de consumidores, por correo electrónico y a través de cuentas de Facebook, Twitter e Instagram, entre otros canales, para tender un puente entre los consumidores y la Comisión y garantizar la resolución eficaz de sus reclamaciones.⁸¹ La BTK, el organismo regulador nacional de **Türkiye** para el sector de las comunicaciones electrónicas y los servicios postales, exige a los proveedores de servicios que establezcan sistemas para resolver las reclamaciones de los consumidores de forma transparente, rápida y sencilla, incluidos procedimientos y principios para resolver las reclamaciones y solicitudes.⁸²

En segundo lugar, se han creado órganos consultivos encargados de formular recomendaciones sobre cuestiones reglamentarias. En **Côte d'Ivoire**, el Consejo del Consumidor establecido

⁷⁷ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0069/es> del UIT-D, presentado por Universidad de Beihang

⁷⁸ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0251/es> del UIT-D, presentado por Brasil

⁷⁹ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0145/es> del UIT-D, presentado por Brasil

⁸⁰ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0212/es> del UIT-D, presentado por Australia

⁸¹ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0020/es> del UIT-D, presentado por Nigeria

⁸² Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0089/es> del UIT-D, presentado por Türkiye

por el ARTCI es responsable de proponer opiniones, proyectos de decisiones, etc., sobre las cuestiones reglamentarias que incumben a la ARTCI, entre ellas la protección de la privacidad y la confidencialidad, y la prevención y la lucha contra la delincuencia en línea, a fin de proteger y salvaguardar los derechos e intereses legítimos de los consumidores permitiéndoles participar personalmente en el proceso de toma de decisiones del organismo regulador.⁸³

En tercer lugar, se están reforzando los mecanismos de supervisión y control del cumplimiento, y se está promoviendo un modelo de reglamentación dinámico que combina la disciplina externa con incentivos internos.

En **Brasil**, Anatel ha adoptado un mecanismo de aplicación que permite imponer multas y sanciones de otra índole en caso de fraude o infracción en los servicios de telecomunicaciones. Anatel propuso la teoría de la reglamentación reactiva, que prevé disposiciones de cumplimiento flexibles y variadas para los proveedores de servicios de telecomunicaciones en función de circunstancias específicas, con el objetivo de garantizar un funcionamiento adecuado y regulado, prevenir el fraude en línea y satisfacer las necesidades de los consumidores.⁸⁴

En **Australia**, entre abril y junio de 2023, la ACMA tomó medidas contra tres proveedores por incumplimiento, a raíz de que permitieran el envío de SMS utilizando identificadores de remitentes basados en texto sin haber realizado todas las comprobaciones necesarias para garantizar que los identificadores no estuvieran siendo utilizados por estafadores.⁸⁵

3.3.2.3 Cooperación con plataformas y partes interesadas

Habida cuenta de la complejidad de las estafas en línea, muchos países han optado por afianzar la cooperación con las partes interesadas, incluidas plataformas, en aras de la eficacia en la prevención, el desmantelamiento y la resolución de las estafas. A tal efecto, se han adoptado diversos enfoques.

El primero consiste en reforzar el intercambio de información entre el gobierno y las empresas de TI.

La Comisión de Comunicaciones de **Uganda** se centra en el fraude en los pagos móviles y colabora con varias partes interesadas clave, entre ellas el Banco Central, la Autoridad Nacional de Registro de Identidades, la Asociación de Proveedores de Servicios de Tecnología Financiera, el Equipo de intervención en caso de emergencia informática de las telecomunicaciones y diversas organizaciones de defensa del consumidor, para facilitar la ejecución de iniciativas reglamentarias favorables al registro y la verificación de tarjetas SIM, crear capacidad entre las partes interesadas y construir un entorno seguro en el ámbito de los pagos móviles para prevenir y combatir el fraude en ese contexto.⁸⁶

En **Egipto**, gracias al servicio My Lines, los ciudadanos pueden utilizar su documento nacional de identidad para averiguar directamente cuántas líneas móviles están registradas a su nombre

⁸³ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0042/es> del UIT-D, presentado por Côte d'Ivoire

⁸⁴ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0039/es> del UIT-D, presentado por Brasil

⁸⁵ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0212/es> del UIT-D, presentado por Australia. Los informes de la ACMA sobre estos incumplimientos se pueden consultar en <https://www.acma.gov.au/publications>, en la categoría "Scams".

⁸⁶ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0046/es> del UIT-D, presentado por Uganda

en todos los operadores móviles que operan en el país. Este servicio protege la privacidad de los abonados y contribuye a la reducción de las operaciones fraudulentas.⁸⁷

En julio de 2023, **Australia** reforzó la cooperación con las partes interesadas mediante la creación del Centro Nacional de Lucha contra las Estafas, un punto de encuentro en el que las fuerzas del orden, los proveedores de telecomunicaciones y las plataformas digitales, entre otros interesados, puedan compartir información sobre estafas, centrarse en las estafas prioritarias y crear conciencia al respecto.⁸⁸

Otro enfoque consiste en alentar a las empresas a innovar con el objetivo de optimizar los mecanismos de lucha contra el fraude en línea.

En **Australia**, los principales proveedores de telecomunicaciones utilizan filtros contra estafas. Telstra, el mayor proveedor de telecomunicaciones del país, utiliza un filtro contra estafas por SMS para identificar y bloquear mensajes maliciosos con enlaces o números de teléfono sospechosos antes de que lleguen al teléfono móvil de un cliente. A tal efecto, se analiza el contenido de los SMS en busca de patrones y características sospechosas. Los expertos revisan los mensajes sospechosos para detectar estafas, mientras los datos del destinatario permanecen ocultos. Por otro lado, el segundo mayor proveedor de telecomunicaciones de Australia, Optus, anunció en julio de 2023 que se había asociado con la Bolsa Australiana de Delitos Financieros y diversos miembros del sector bancario. Dicho operador presentó la iniciativa Call Stop, cuyo objetivo es evitar que los clientes que llaman a un número fraudulento identificado se comuniquen con el estafador incluso aunque el número aún no se haya bloqueado. A tal efecto, las llamadas se reenvían a un mensaje automático que advierte a los clientes de la estafa. *"El mensaje indica que el número al que se ha llamado ha sido denunciado por haber sido utilizado para actividades fraudulentas y que se puede obtener más información en optus.com.au/CallStop. De esta manera, se advierte a las personas de que están siendo víctimas de un estafador"*.⁸⁹

La empresa **china** BestPay ha establecido mecanismos de gestión interna del servicio de atención al cliente, sistemas de garantía de formación del cliente, sistemas integrales de control interno y sistemas de gestión de riesgos en todo el proceso, a fin de cumplir con la responsabilidad social de la organización en materia de protección de los derechos e intereses de los consumidores, incluida la confidencialidad. BestPay utiliza múltiples canales en línea y fuera de línea para formar a los consumidores en temas de seguridad y dotarlos de habilidades y conocimientos básicos y avanzados que les permitan proteger su información y sus datos personales. Entre los canales en línea cabe citar los mensajes, las plataformas oficiales de medios sociales y la información emergente personalizada.⁹⁰

El tercer enfoque consiste en aumentar las obligaciones y responsabilidades jurídicas de las empresas en la lucha contra el fraude.

En la República del Congo, los organismos reguladores exigen responsabilidades a las plataformas en línea, entre ellas las redes sociales, los mercados y los motores de búsqueda, en

⁸⁷ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0190/es> del UIT-D, presentado por Egipto

⁸⁸ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0212/es> del UIT-D, presentado por Australia

⁸⁹ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0212/es> del UIT-D, presentado por Australia

⁹⁰ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0224/es> del UIT-D, presentado por China Telecommunications Corporation

materia de publicidad y protección del consumidor frente a productos peligrosos, falsificaciones y fraudes.⁹¹

En Australia, la ACMA lleva a cabo actividades de control del cumplimiento continuas para combatir las estafas y realiza auditorías a los proveedores de telecomunicaciones que envían mensajes de texto masivos, lo que le ha permitido constatar que, en algunos casos, los estafadores aprovechan las vulnerabilidades derivadas del incumplimiento de la normativa para enviar estafas por SMS de gran alcance a los Australianos.⁹²

3.3.2.4 Mejora de las capacidades y los conocimientos digitales de los consumidores

Una mayor concienciación de los consumidores sobre las cuestiones relacionadas con la seguridad y un refuerzo de sus capacidades digitales para lidiar con ellas pueden ayudar a prevenir el fraude en línea y otras actividades maliciosas. Por esa razón, varios países conceden suma importancia a la educación y orientación del consumidor. El Centro de Datos de la UIT revela que el **80,7 % de los organismos reguladores de las TIC** tiene la responsabilidad de ofrecer programas de formación a los consumidores. Además, los países han adoptado diversas medidas, por ejemplo, a efectos de la organización de campañas publicitarias y la oferta de asesoramiento sobre competencias digitales para grupos especiales, como los integrados por las mujeres, los niños y las personas de edad avanzada, y han incrementado su actividad en los campos de la publicidad y el asesoramiento sobre aplicaciones de información, pagos en línea, análisis de riesgos y otros conocimientos pertinentes, con objeto de sensibilizar a los consumidores sobre las medidas preventivas.

Sudáfrica ha creado una autoridad responsable de los nombres de dominio, la Autoridad Africana de Dominios (ZADNA), que se encarga de impartir cursos y capacitación a los consumidores, incluidas las mujeres y las personas con discapacidad, acerca de las mejores prácticas en materia de protección de nombres de dominio con contraseñas seguras, sistemas de autenticación basada en múltiples factores, etc., y de detectar con mayor precisión riesgos de seguridad en la ciberinfraestructura y, de esta forma, evitar comportamientos inapropiados como el fraude en línea.⁹³

Côte d'Ivoire ha creado una red de centros comunitarios permanentes con el objetivo de informar a los consumidores sobre sus derechos. Además, a través de formaciones periódicas sobre la evolución de las tecnologías digitales y los derechos de los consumidores en relación con el uso de bienes y servicios de TIC, contribuye a reducir la brecha digital y a capacitar a los consumidores para que puedan identificar y gestionar adecuadamente riesgos tales como el fraude en línea.⁹⁴

China ha establecido un sistema de apoyo social a largo plazo especialmente dirigido a los consumidores de edad avanzada, a través del cual ofrece asesoramiento e información específicos sobre las tareas que suelen realizar las personas de edad en línea mediante la organización de actividades de interés público en aulas sobre la prevención del fraude. En

⁹¹ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0147/es> del UIT-D, presentado por la República del Congo

⁹² Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0212/es> del UIT-D, presentado por Australia

⁹³ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0073/es> del UIT-D, presentado por Sudáfrica

⁹⁴ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0056/es> del UIT-D, presentado por Côte d'Ivoire.

2023, el Centro Nacional de Lucha contra el Fraude preparó y elaboró un manual didáctico sobre la prevención del fraude en las redes de telecomunicaciones.⁹⁵

En dicho manual se expone la situación actual del fraude en las redes de telecomunicaciones. En concreto, se detallan diez tipos comunes de fraude en línea de alta incidencia, se analizan casos típicos, se exponen prácticas fraudulentas y se ofrecen consejos a los grupos vulnerables para evitar fraudes. Centrándose en la prevención, el manual alienta al público en general a construir conjuntamente un "cortafuegos" contra el fraude en línea. Se trata de una herramienta eficaz para mejorar el nivel de concienciación sobre el fraude de un gran número de consumidores, así como su capacidad para reconocerlo y prevenirlo.

México organiza talleres sobre traducción de lenguas indígenas para fomentar el uso de lenguas autóctonas en la creación de contenidos, con el objetivo de sensibilizar a los pueblos indígenas sobre sus derechos en calidad de usuarios, las amenazas a las que podrían enfrentarse y los medios de que disponen para proteger sus derechos e intereses.⁹⁶

Por último, **BestPay** ha lanzado "Security Classroom", una columna educativa sobre seguridad de la información personal en cuentas públicas de WeChat y aplicaciones móviles. Esta última utiliza imágenes de gran formato, animaciones y vídeos cortos sobre seguridad financiera que abarcan una amplia gama de temas, incluidos conceptos básicos del ámbito financiero, la ciberseguridad, la privacidad, la lucha contra el blanqueo de capitales y el fraude cibernético, y la protección de los derechos de los consumidores.⁹⁷

3.3.2.5 Cooperación internacional

La colaboración internacional desempeña un papel importante en la lucha contra el fraude. En **China**, la Ley de lucha contra el fraude en el ámbito de las telecomunicaciones y en línea de la República Popular de China aboga específicamente por el establecimiento de mecanismos de cooperación eficaces con los países, las regiones y las organizaciones internacionales pertinentes. La cooperación internacional en favor de la observancia legislativa, entre otras esferas, redundará en favor del intercambio de información, las investigaciones, la recopilación de datos empíricos, la detección y detención de estafadores y la recuperación de bienes robados y pérdidas, lo que a su vez permite combatir y frenar eficazmente el fraude transfronterizo en línea.

En **Australia**, la ACMA mantiene la cooperación internacional con otras naciones y organismos reguladores internacionales a fin de promover un compromiso estratégico en la lucha mundial contra las estafas, el telemarketing no solicitado y el correo basura. Esta cooperación viene propiciada por un memorándum de entendimiento, renovado recientemente, que prevé una mayor participación e intercambio de información entre organismos.⁹⁸

⁹⁵ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0068/es> del UIT-D, presentado por China Mobile Communications Corporation

⁹⁶ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0101/es> del UIT-D, presentado por México

⁹⁷ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0224/es> del UIT-D, presentado por China Telecommunications Corporation

⁹⁸ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0212/es> del UIT-D, presentado por Australia

3.3.3 Mejores prácticas en materia de lucha contra el fraude en línea

A partir de la legislación y las experiencias prácticas de varios países en la lucha contra el fraude en línea, he aquí un resumen de las mejores prácticas ampliamente reconocidas.

- 1) **Considerar la actualización periódica de las políticas y los reglamentos de telecomunicaciones/TIC para combatir el fraude en línea:** Modificar y actualizar periódicamente las políticas y los reglamentos de telecomunicaciones/TIC para abordar la naturaleza cambiante del fraude en línea, en consulta con todas las partes interesadas pertinentes.
- 2) **Establecer marcos reglamentarios claros:** Introducir disposiciones específicas para abordar las prácticas engañosas y el fraude, y garantizar la protección de los derechos de los consumidores en relación con las telecomunicaciones/TIC.
- 3) **Adoptar mecanismos de aplicación de la normativa eficaces:** Implantar una supervisión reglamentaria sólida con sanciones por vulneraciones, cuando proceda, y garantizar el cumplimiento.
- 4) **Promover los mecanismos de reclamación de los consumidores:** Poner a disposición de los consumidores mecanismos de reclamación que les permitan resolver controversias de manera rápida, justa, transparente, poco costosa, accesible y efectiva sin cargas ni costos innecesarios.
- 5) **Fomentar la colaboración público-privada:** Fomentar las asociaciones entre organismos gubernamentales y plataformas privadas para compartir información y mejorar la prevención del fraude, y promover la participación de las plataformas con el objetivo de que se responsabilicen de prevenir el fraude en línea y proteger a los consumidores.
- 6) **Aumentar la alfabetización digital y la sensibilización de los consumidores:** Llevar a cabo campañas educativas integrales para sensibilizar sobre el fraude en línea, dirigidas a todos los grupos demográficos y, en particular, a las poblaciones vulnerables.
- 7) **Fomentar procesos de verificación rigurosos para las transacciones en línea y los servicios móviles:** Fomentar procesos de verificación para las transacciones en línea y los servicios móviles, a fin de contribuir a la prevención de actividades fraudulentas contra los consumidores.
- 8) **Promover la colaboración internacional:** Fortalecer la colaboración transfronteriza entre gobiernos, organismos reguladores y otras partes interesadas con el objetivo de compartir las mejores prácticas en la lucha contra el fraude en línea.
- 9) **Apoyar la innovación tecnológica para la prevención del fraude:** Fomentar el desarrollo y la utilización de soluciones tecnológicas para detectar, prevenir y mitigar el fraude en línea.
- 10) **Implantar la supervisión continua de los riesgos:** Evaluar y actualizar periódicamente las estrategias de prevención del fraude para prevenir las amenazas y vulnerabilidades cibernéticas incipientes.

3.4 Utilización indebida de la información de identificación personal

3.4.1 Antecedentes

En la sociedad actual, en la que se realizan cada vez más transacciones sin necesidad de un contacto personal, por ejemplo, a través de aplicaciones de compra en línea y entrega a domicilio, el volumen de información distribuida en el ámbito económico se está disparando. Este fenómeno ha sido posible gracias a que la tecnología digital, las redes, la IA y el almacenamiento en la nube han facilitado en gran medida la recopilación, el mantenimiento y el análisis de información personal. Como cada vez se utiliza más información personal para

finés públicos y privados, también ha aumentado el riesgo de utilización indebida o abuso de la información personal, incluido el robo.

Por IIP se entiende cualquier dato que permita distinguir o rastrear la identidad de una persona, véanse su nombre, fecha y lugar de nacimiento, registros biométricos (por ejemplo, escáner de retina, firma vocal, geometría facial, etc.), así como cualquier otro dato vinculado o vinculable a una persona, como pueden ser datos médicos, educativos, financieros y laborales. Se considera IIP desde el nombre o la dirección de correo electrónico de una persona, hasta sus registros financieros, médicos y de telecomunicaciones, indicadores geográficos, afiliación religiosa, registros legales, etc. El acceso no autorizado a la IIP, así como su utilización o revelación, pueden perjudicar gravemente tanto a las personas, al facilitar el robo de identidades, la comisión de chantajes o la creación de situaciones embarazosas, como a las organizaciones, al socavar la confianza pública o llevar aparejada una responsabilidad jurídica.

Los responsables de la elaboración de políticas se enfrentan al doble desafío de encontrar la mejor manera de permitir el uso de la IIP, a fin de impulsar servicios innovadores y mejorar el bienestar de los consumidores en el marco de la economía digital, y establecer las salvaguardias administrativas, técnicas y físicas adecuadas para garantizar la seguridad y confidencialidad de los registros y proteger contra cualquier daño o inconveniente posible a las personas cuya IIP se está recopilando.

La protección de la IIP suele abarcar la protección de la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información. La mayor parte de los controles de seguridad utilizados para otros tipos de datos también pueden aplicarse a la protección de la IIP. No obstante, existen ciertas salvaguardas específicas de la privacidad de la IIP, como la anonimización, la reducción al mínimo de la IIP recopilada y la desidentificación. Por este motivo, la IIP debe recibir un tratamiento distinto al de otros tipos de datos; debe recopilarse, conservarse y difundirse de acuerdo con unos principios de privacidad rigurosos y una normativa adecuada de protección de la información personal. Numerosos países cuentan con leyes o reglamentos centrados en la protección de la IIP, y algunas directrices internacionales, como las directrices en materia de privacidad de la OCDE, resultan útiles⁹⁹ y se han convertido en instrumentos de referencia para las leyes y políticas de privacidad de muchos países.

3.4.2 Política en materia de IIP en la República de Corea

La preocupación social por los efectos nocivos de la utilización indebida de la información personal no cesa de aumentar en la República de Corea. Según un libro blanco publicado en 2022 por la Comisión para la Protección de la Información Personal, la agencia nacional de protección de datos, ese mismo año se denunciaron oficialmente 210 767 casos de vulneración de la privacidad, lo que supone un aumento del 18,8 % con respecto al año anterior; el número de denuncias (consultas incluidas) se había duplicado desde 2017.

Las modalidades más comunes de utilización indebida o abuso de la IIP son las siguientes: 1) usurpación de identidad a través de teléfonos móviles,¹⁰⁰ 2) abuso de cuentas personales de

⁹⁹ OCDE, *OECD Guidelines on the Protection of Privacy and Transborder Flows of Personal Data*, 1980

¹⁰⁰ Usurpación de identidad a través de teléfonos móviles: los teléfonos móviles se obtienen utilizando identificaciones personales robadas y se utilizan para actividades delictivas. Según la policía, en 2022 se utilizaron entre 200 y 300 teléfonos de este tipo para diversos tipos de fraudes telefónicos.

compras en línea;¹⁰¹ y 3) robo de códigos personales de despacho de aduanas o de números de identificación aduanera.¹⁰²

La Ley de Protección de Datos Personales (PIPA) regula la protección de la privacidad. En el Artículo 3 de dicha Ley se estipulan ocho principios relativos a la protección de los datos personales, en virtud de los cuales los controladores de datos deben procesar la IIP de tal manera que se reduzcan al mínimo los casos de violación de la privacidad y se sigan rigurosos procedimientos de anonimización.¹⁰³

En agosto de 2020, en respuesta a la creciente incidencia del robo de identidades y otras violaciones de la privacidad, los reguladores presentaron las Directrices de anonimización de la IIP. Estas directrices no han tenido las repercusiones previstas en la conducta de los controladores de los datos y se han adoptado medidas adicionales a fin de promover la anonimización de la información personal, entre ellas, la adopción de la política de promoción del uso de IIP anonimizada que anunció la Comisión de la cuarta Revolución Industrial, adscrita a la Oficina del Presidente, en julio de 2021.

El 28 de abril de 2022, la PIPA modificó las Directrices sobre anonimización de la IIP en vigor, en un intento de aclarar las normas y elevar el nivel de protección y confianza en el uso de la IIP en el ámbito económico. Las nuevas directrices prevén procedimientos detallados y progresivos para el tratamiento (desidentificación) de la información personal, el procesamiento de la información personal y el nivel de anonimización, así como varios ejemplos de casos de anonimización y preguntas frecuentes para los controladores de los datos. Además, describen un proceso articulado en torno a seis pasos para anonimizar la IIP, que se resume a continuación.

Directrices enmendadas sobre anonimización de la IIP (abril de 2022)

Paso 1: Fase de pretratamiento – Comprobar si los documentos y datos recopilados son conformes a derecho y obtener el consentimiento de los titulares para el uso de la IIP.

Paso 2: Finalidad de la recopilación – Comprobar si los datos recopilados cumplen los requisitos legales y preparar la documentación jurídica para la anonimización de la IIP.

Paso 3: Gestión de riesgos – Comprobar si los datos recopilados se ajustan a las directrices de evaluación de riesgos y consultar la lista de verificación para la clasificación de la IIP y las directrices sobre normas.

Paso 4: Proceso riguroso de anonimización – Comprobar si el proceso de anonimización se ha aplicado correctamente a cada categoría de IIP recopilada y si cumple las directrices o los procedimientos jurídicos aplicables.

Paso 5: Adecuación de los resultados de la anonimización – Comprobar si el proceso de anonimización se ha completado íntegramente, aplicar niveles adicionales de anonimización si es necesario y preparar la documentación relativa a la anonimización para cumplir las obligaciones legales.

¹⁰¹ Abuso de cuentas personales de compras en línea: los atacantes piratean la información de diversas cuentas personales de compras mediante ataques de "relleno de credenciales" y la IIP se vende ilegalmente en la web oscura para la comisión de ciberataques.

¹⁰² Robo de códigos personales de despacho de aduanas: los códigos robados se utilizan para evadir impuestos o eludir la normativa en materia de importación, o para el contrabando u otros tipos de importaciones ilegales.

¹⁰³ Véanse los principios para la protección de la información personal recogidos en el Artículo 3 [aquí](#)

Paso 6: Comprobación de la consecución de los fines de la anonimización – Confirmar si la anonimización de la información se ha llevado a cabo de conformidad con los objetivos declarados y obtener documentación probatoria de la anonimización de la IIP para su presentación.

3.4.3 Mejora de la protección del consumidor a través de la provisión de información en México¹⁰⁴

El Instituto Federal de Telecomunicaciones de México ha desarrollado una herramienta interactiva que permite a los usuarios visualizar y comparar las características relevantes de las políticas y los términos y condiciones que se aplican a los usuarios de las plataformas digitales, los equipos terminales y los sistemas operativos.

La herramienta también formula recomendaciones sobre seguridad del consumidor, por ejemplo, alienta a los consumidores a asegurarse de que las aplicaciones y el *software* se descargan de tiendas de aplicaciones oficiales, a verificar que las páginas que visitan sean seguras y fiables antes de realizar una compra en línea, a tener cuidado al compartir fotos e información, a revisar la configuración de privacidad, a modificar las contraseñas periódicamente, a usar contraseñas distintas en diferentes plataformas digitales y a no prestar móviles u otros dispositivos en los que se almacene información de cuentas, así como métodos de pago para servicios digitales, a fin de evitar una utilización indebida.

La herramienta de comparación obtuvo el primer premio en la edición de 2023 del concurso anual de buenas prácticas del Foro Latinoamericano de Entes Reguladores de Telecomunicaciones (REGULATEL), en la categoría de calidad de servicio al usuario. REGULATEL otorga este premio cada año en reconocimiento de las mejores prácticas en materia de protección de los derechos de los usuarios y calidad de servicio a escala internacional.

3.4.4 Recopilación de las opiniones de las partes interesadas de Côte d'Ivoire¹⁰⁵

Para conmemorar el décimo aniversario de la protección de datos personales en Côte d'Ivoire, el Organismo Regulador de las Telecomunicaciones/TIC, responsable de la protección de datos, convocó a las partes interesadas a fin de analizar la aplicación de la Ley núm. 2013-450, relativa a la protección de datos personales, formular recomendaciones adecuadas y considerar nuevas perspectivas de desarrollo. El objetivo era recabar opiniones y comentarios sobre las experiencias y dificultades encontradas por las partes interesadas (empresas, administraciones, oficinas, consumidores, etc.) al aplicar la ley; posteriormente, compilar recomendaciones con miras a futuras revisiones del marco jurídico; y, por último, evaluar el impacto de la ley en las distintas partes interesadas. La celebración de consultas exhaustivas con múltiples partes interesadas sobre la aplicación de la normativa constituye una práctica óptima que podría emularse. También cabe la posibilidad de reforzar esas leyes desde el punto de vista de la protección de los derechos de las poblaciones especialmente vulnerables, como los menores de edad y las personas con discapacidad.

¹⁰⁴ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0183/es> del UIT-D, presentado por México

¹⁰⁵ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0177/es> del UIT-D, presentado por Côte d'Ivoire

3.4.5 Medidas de disuasión contra patrones oscuros en la India

La creciente presencia en línea de consumidores a través de múltiples plataformas y servicios comporta la divulgación y recopilación de grandes cantidades de IIP de consumidores, que puede ser analizada con ayuda de la IA y utilizada para desplegar patrones oscuros que, en última instancia, perjudiquen a los consumidores.

La amenaza de los patrones oscuros es especialmente importante en los países en desarrollo, donde muchos consumidores utilizan Internet, e incluso sus teléfonos móviles, por primera vez. En 2023, el Gobierno de la India publicó un proyecto de directrices para la prevención y reglamentación de los patrones oscuros,¹⁰⁶ con objeto de afrontar la amenaza que planean dichas prácticas perjudiciales.

La responsabilidad de forjar un mundo digital seguro y justo también recae en las empresas, que deben elegir modelos de negocio más adecuados, en los organismos reguladores, que deben proteger a los consumidores, y en los consumidores, que deben conocer y hacer valer sus derechos. Sin embargo, la normativa en materia de protección del consumidor debe abarcar la protección de datos y establecer límites para el uso de la IIP. Estas leyes son valiosas en un mundo en el que cada vez que los consumidores inician sesión se añade más información a su ya de por sí completa, y frecuentemente comercializada, identidad digital.

El Reglamento de Servicios Digitales de la UE¹⁰⁷ prohíbe los patrones oscuros y complementa otras regulaciones, como el Reglamento General de Protección de Datos y la Ley de Inteligencia Artificial. La UE también ha adoptado la Directiva sobre prácticas comerciales desleales, cuyo objetivo es prohibir las prácticas comerciales desleales que perjudican los intereses económicos de los consumidores antes, durante y después de la celebración de un contrato, y ha publicado directrices detalladas al respecto. En la India, la Ley de Protección del Consumidor también define y prohíbe las prácticas comerciales desleales, entre las que se incluye el engaño. Las directrices sobre patrones oscuros representan un avance en esta dirección.

3.4.6 Debates sobre prevención de la utilización indebida de la IIP

En el taller conjunto con la Cuestión 6/1 ("Utilización de datos personales: aspectos económicos y reglamentarios") que se celebró en la Sede de la UIT, en Ginebra, el 17 de abril de 2024, se destacó la importancia que revisten la seguridad, la transparencia, la equidad, la responsabilidad, la formación de los consumidores y la capacidad de elección en relación con la utilización de los datos, y se llegó a una serie de conclusiones útiles.

Perspectiva multipartita para la creación y el mantenimiento de la confianza del consumidor:

Además de los organismos reguladores, también la industria debe ser consciente del posible efecto bumerán generado por los consumidores que rechazan las tecnologías explotadoras y los modelos de negocio perjudiciales. Si bien es cierto que, en este momento, muchos consumidores podrían no ser conscientes de que sus datos están siendo recopilados o utilizados de forma indebida, en última instancia serán los propios consumidores quienes ejerzan su libertad para adoptar tecnologías o modelos comerciales que den prioridad a su seguridad y utilicen sus datos de forma debida. La innovación y la competencia son mecanismos

¹⁰⁶ <https://consumeraffairs.nic.in/sites/default/files/file-uploads/latestnews/Draft%20Guidelines%20for%20Prevention%20and%20Regulation%20of%20Dark%20Patterns%202023.pdf>

¹⁰⁷ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/es/policies/digital-services-act-package>

que promueven la oferta de servicios digitales favorables para los consumidores y evitan la necesidad de una reglamentación excesiva.

Importancia de las prácticas de la industria: Los organismos de la industria, como la asociación GSM, trabajan arduamente para fomentar buenas prácticas entre sus miembros. La cooperación entre múltiples partes interesadas es esencial. En ese sentido, se considera necesario y urgente adoptar una normativa protectora, garantizar por la observancia por parte de la industria y ofrecer una formación proactiva a los consumidores.

Protección frente al uso indebido en la era de la IA: Dado que la IA se entrena con ingentes cantidades de datos, pueden surgir problemas de protección del consumidor, en particular cuando las herramientas de entrenamiento y supervisión recaban datos personales y sensibles. Existen riesgos asociados a la utilización de conjuntos de datos públicos que pueden contener datos personales, motivo por el cual es esencial la aplicación de medidas de anonimización estrictas. Se observan también riesgos en términos de sesgo y discriminación, lo que pone de relieve la necesidad de transparencia y el derecho de los consumidores a conocer los riesgos y limitaciones asociados a los modelos de IA para poder tomar decisiones con conocimiento de causa.

3.4.7 Mejores prácticas de sensibilización y capacitación de los consumidores contra la utilización indebida de la IIP

Ante el rápido avance de las tecnologías digitales, en particular la IA, tanto los consumidores como los reguladores experimentan dificultades para mantener al día sus competencias digitales. Este retraso aumenta el riesgo de que los consumidores sufran daños a raíz de fraudes en línea, lo que dota al problema de un carácter urgente y prioritario. En una contribución¹⁰⁸ de la RIFEN se subraya la acuciante necesidad de fomentar la colaboración intersectorial y mundial, así como de crear de capacidades en materia de competencias digitales, para evitar daños mayores.

Teniendo en cuenta el aumento del número de casos de vulneración de datos personales registrado a escala mundial durante el último decenio, la práctica consistente en informar al público y a los consumidores afectados por dichas vulneraciones también contribuirá a prevenir o reducir los posibles daños, así como a aumentar el nivel de concienciación sobre el uso indebido de la IIP. Los operadores de **Türkiye**¹⁰⁹ están obligados por ley a informar de las vulneraciones de datos personales a las autoridades competentes y a las personas afectadas. A este respecto, la KVKK, a saber, la autoridad nacional de protección de datos ha publicado un formulario a través del cual los controladores de los datos pueden notificar casos de vulneración de datos personales. A continuación, la KVKK publica en su sitio web los casos de vulneración notificados que la Junta estima oportunos.

El éxito de la economía y la transformación digitales depende de la utilización eficiente y eficaz de ingentes cantidades de datos, recurso fundamental del que dependen los servicios digitales innovadores.

¹⁰⁸ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0150/es> del UIT-D, presentado por la RIFEN

¹⁰⁹ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0244/es> del UIT-D, presentado por Türkiye

Los esfuerzos por frenar la utilización indebida de la IIP y proteger a los consumidores especialmente vulnerables, según se indica en los párrafos anteriores, se van adaptando a medida que la reglamentación se ajusta a la rápida evolución tecnológica. Los responsables de la formulación de políticas de todo el mundo deben actuar con suma cautela a la hora de elaborar directrices que busquen un equilibrio entre la necesidad de protección y el deseo de aprovechar los beneficios de las nuevas tecnologías. Las partes interesadas deben colaborar para proteger a los consumidores, con objeto de afianzar y mantener su confianza en aras de una transformación digital duradera. Por último, es fundamental mejorar las habilidades y el nivel de concienciación de los consumidores, de tal manera que puedan protegerse contra la utilización indebida de la IIP.

Capítulo 4 – Mecanismos para promover decisiones fundamentadas entre los consumidores

4.1 Experiencias nacionales relacionadas con la publicación de información transparente, comparable, adecuada y actualizada con respecto a las decisiones de los consumidores en materia de suscripción y rescisión de contratos de servicios digitales

El auge de las telecomunicaciones ha traído consigo una proliferación de productos y servicios que facilitan la vida laboral y personal de los usuarios, lo que a su vez ha conllevado la recopilación y utilización generalizadas de datos personales. Esta situación plantea asimismo el reto de garantizar que los consumidores de telecomunicaciones sigan pudiendo tomar decisiones fundamentadas, es decir, decisiones autónomas basadas en un conocimiento cabal y coherentes con un patrón de consumo libre y racional. A tal efecto, todas las partes interesadas deben velar por que los consumidores dispongan de información transparente, comparable, suficiente y actualizada a fin de adquirir, suscribirse a o rescindir contratos de servicios digitales. Las actividades conexas pueden girar en torno a la legislación, la divulgación de datos, la creación de herramientas prácticas, la formación de los consumidores y el diseño de servicios.

4.1.1 Legislación y divulgación de datos para garantizar el acceso de los consumidores a información transparente

Con miras tanto a forjar un mercado saludable como a proteger los derechos e intereses de los usuarios, es preciso reducir al mínimo la asimetría de información entre los operadores y proveedores, por un lado, y los consumidores, por otro. Esto puede lograrse mediante la divulgación pública de datos pertinentes, la publicación de informes de investigación y otra información clave, y la normalización de los instrumentos legislativos y reglamentarios que versen sobre los derechos e intereses de los consumidores. Estas medidas deberían reforzar la supervisión de los operadores y proveedores de servicios, mejorar la transparencia del mercado y salvaguardar eficazmente el derecho de los consumidores a ser informados.

La **India** ha modificado y reforzado su legislación sobre transacciones electrónicas para prohibir las prácticas comerciales desleales en el comercio electrónico, salvaguardar los intereses de los consumidores y garantizar la transparencia de las plataformas de comercio electrónico.¹¹⁰

Sudáfrica ha tomado medidas drásticas contra la publicidad engañosa por vía legislativa. La Ley de Protección del Consumidor núm. 68, por la que se rige el suministro de bienes y servicios, la celebración de contratos de consumo y la promoción y comercialización de bienes y servicios, también protege a los consumidores contra tentativas falsas y engañosas de inducirlos a celebrar contratos desfavorables para ellos.¹¹¹

¹¹⁰ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0004/es> del UIT-D, presentado por Liberia

¹¹¹ *Ibid*

En el **Reino Unido**, el regulador independiente de las comunicaciones, Ofcom, publica la mayoría de los datos de sus encuestas en formato abierto, lo que permite a las partes interesadas descargar y analizar la información. Esto se suma a la publicación de cuadros de datos, informes técnicos y materiales de campo. El organismo regulador ve reflejada esta práctica en las respuestas de la industria a las consultas, incluso sobre temas como la conmutación.¹¹²

En **China**, la Administración de la Información y las Comunicaciones del Ministerio de Industria y Tecnología de la Información es el organismo regulador de la industria de las telecomunicaciones. Dicha entidad es responsable de establecer y promulgar normas y medidas de gestión relacionadas con la calidad de los servicios de telecomunicaciones y supervisar su aplicación, así como de supervisar los aspectos relativos a la calidad de los servicios de telecomunicaciones y divulgar al público el proceso de tramitación y los resultados de los principales eventos relacionados con la calidad del servicio.¹¹³

El operador de telecomunicaciones China Mobile muestra todos los planes tarifarios en lugares destacados, incluidas sus tiendas físicas y la aplicación China Mobile, resaltando información clave como los términos, el alcance y la duración de las promociones.¹¹⁴

En **Madagascar**, donde la contratación de servicios y la rescisión de contratos suscitan un número elevado de quejas, se creó un espacio de información al cliente en el sitio web del ARTEC y se publicó un mapa de infraestructuras que ilustra la cobertura 2G, 3G y 4G en Madagascar.¹¹⁵

En **Türkiye**, la BTK ha adoptado un reglamento sobre los procedimientos y principios aplicables a los servicios de terminación electrónica de contratos a través de la pasarela de cibergobierno. Esta iniciativa contribuye a una protección más eficaz de los consumidores. En concreto, les permite cancelar sus contratos de una forma más rápida y sencilla, además de mantenerlos informados durante todo el proceso de rescisión del contrato. Un servicio de rescisión de contratos electrónicos dotado de un sistema de autenticación multifactorial brinda asimismo protección contra los abusos y las transacciones fraudulentas, lo que redundará en favor de la seguridad y la confianza.¹¹⁶

4.1.2 Herramientas prácticas para ayudar a los consumidores a acceder a información comparativa

Los consumidores suelen experimentar dificultades para realizar comparaciones en términos de contenido y valor, dada la proliferación de productos y servicios que cambian rápidamente. En respuesta al complejo y dinámico entorno del mercado, las partes interesadas pueden colaborar con el objetivo de crear herramientas de información que proporcionen a los consumidores la información necesaria, ayudándoles así a tomar decisiones más fundamentadas y eficientes.

En la **República Democrática del Congo**, el ARPTC ha creado un portal web que permite a los consumidores simular y comparar los precios de los servicios de telecomunicaciones disponibles en el mercado y, de esta forma, elegir los que mejor se adapten a sus necesidades y calcular el presupuesto necesario. El ARPTC también ha presentado una herramienta de

¹¹² Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0237/es> del UIT-D, presentado por el Reino Unido

¹¹³ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0222/es> del UIT-D, presentado por China Mobile Communications Corporation

¹¹⁴ *Ibid*

¹¹⁵ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0028/es> del UIT-D, presentado por Madagascar

¹¹⁶ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0345/es> del UIT-D, presentado por Türkiye

auditoría de los contratos de suscripción ofrecidos por los ORM, que facilita la detección de condiciones dudosas que puedan infringir los derechos de los consumidores.¹¹⁷

El Instituto Federal de Telecomunicaciones de **México** ha desplegado diversos mecanismos de información destinados a los usuarios de los servicios de telecomunicaciones, con el fin de reforzar sus derechos y fomentar el crecimiento de un entorno digital innovador, seguro y digno de confianza. Entre las iniciativas emprendidas cabe mencionar una serie de herramientas en línea y recursos de información, incluidos un comparador de planes y tarifas de telecomunicaciones, una herramienta para seleccionar el mejor plan en función del perfil de uso (Conozco mi Consumo), un comparador de dispositivos móviles y diversos informes en los que se comparan planes y tarifas para una variedad de servicios de telecomunicaciones. Estos recursos y herramientas permiten a los consumidores tomar mejores decisiones en lo que atañe a los servicios de telecomunicaciones, ya que facilitan la comparación, reducen las asimetrías de información y potencian el empoderamiento de los usuarios.¹¹⁸ El Instituto Federal de Telecomunicaciones ha creado un catálogo electrónico de dispositivos de la Internet de las cosas que cumplen con la normativa técnica, a fin de proporcionar información transparente sobre las políticas de privacidad y las características de los dispositivos, y ayudar a los usuarios a tomar decisiones fundamentadas y utilizar correctamente los equipos de IoT.¹¹⁹ El Instituto Federal de Telecomunicaciones también ha desarrollado una herramienta interactiva que proporciona información sobre las políticas y los términos y condiciones de las plataformas digitales, junto con una aplicación interactiva para los usuarios de los servicios digitales. La herramienta destaca la información que los usuarios comparten con las plataformas y la forma en que esta se gestiona, y resume el alcance de los permisos que los usuarios conceden a las plataformas en cuestión.¹²⁰

En **Rumania**, la autoridad nacional de telecomunicaciones, ANCOM, ha creado diversas plataformas (Veritel, Netograf) a través de las cuales los usuarios pueden comparar tarifas y medir la calidad de los servicios de acceso a Internet prestados por diferentes operadores. El acceso a información comparable, adecuada y actualizada a través de herramientas de esta índole ayuda a los usuarios finales a tomar decisiones fundamentadas a efectos de la adquisición y utilización de servicios de comunicaciones electrónicas.¹²¹

4.1.3 Utilizar la formación del consumidor y el diseño de servicios para ayudar a los consumidores a acceder a información completa y actualizada

Las actividades de formación específicas y con un contenido rico pueden mejorar la capacidad de los consumidores para obtener información, evaluar su nivel de protección y acceder a las últimas tendencias y novedades del mercado. El diseño de servicios también puede ayudar a los consumidores a tomar decisiones de compra fundamentadas: un ejemplo sería un sistema de suscripción eficaz y transparente, que permitiera a los consumidores obtener información suficiente y detallada sobre los productos y servicios ofrecidos.

¹¹⁷ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0031/es> del UIT-D, presentado por la República Democrática del Congo

¹¹⁸ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0071/es> del UIT-D, presentado por México

¹¹⁹ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0097/es> del UIT-D, presentado por México

¹²⁰ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0183/es> del UIT-D, presentado por México

¹²¹ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0478/es> del UIT-D, presentado por Rumania

En **México**, el Instituto Federal de Telecomunicaciones publica informes sobre los términos y condiciones de las plataformas de comercio electrónico¹²² y sobre la protección de la información privada de sus usuarios,¹²³ con miras a proporcionar información clara, sencilla y transparente sobre las políticas de las plataformas en ese ámbito. El Instituto ha detectado deficiencias relacionadas con la rescisión de contratos.

El Organismo Regulador de las Telecomunicaciones de **Côte d'Ivoire** ha puesto en marcha un modelo de centros permanentes de proximidad para la educación y la tramitación de reclamaciones de consumidores (CPP-ETRC), con el objetivo específico de informar y formar a los consumidores acerca de los avances tecnológicos registrados en el ámbito de las TIC, así como de sus derechos en calidad de usuarios de productos y servicios de TIC, y organizar actividades periódicas de formación e información sobre las nuevas tecnologías digitales y los cambios en los derechos de los consumidores.¹²⁴

El operador de telecomunicaciones **China Mobile** ha implantado un sistema de confirmación en dos pasos para las suscripciones, a través del cual se solicita a los consumidores que confirmen su intención de firmar un contrato mediante SMS o a través de una línea directa. Para los consumidores que utilizan servicios de aplicaciones, el sistema proporciona información proactiva, como el Manifiesto de recopilación de información personal y la Lista de intercambio de información de terceros, e informa a los consumidores sobre los campos, los panoramas comerciales, los fines de la recopilación y los métodos, así como sobre la manera de acceder, corregir y eliminar la información personal.¹²⁵

El **UIT-D** celebró un taller conjunto sobre mecanismos para mejorar el nivel de concienciación de los consumidores a fin de promover decisiones fundamentadas por su parte. Durante el encuentro se presentaron algunas de las mejores prácticas en el ámbito de la protección, la sensibilización y el empoderamiento de los consumidores, así como mecanismos para abordar cuestiones de ciberseguridad y seguridad en línea, con el objetivo general de reforzar la protección y la sensibilización de los consumidores en la era digital. Entre los puntos clave figuraron la mejora de la infraestructura en zonas insuficientemente atendidas, el refuerzo de la seguridad y el desarrollo de competencias digitales.¹²⁶

4.2 Transparencia en la facturación, incluidos los pagos a terceros, véanse la facturación directa por el operador, los servicios con recargo y los pagos móviles

El constante dinamismo del sector de las telecomunicaciones también plantea un desafío para los organismos reguladores que se preocupan por la transparencia en lo que respecta a la evolución de las facturas telefónicas. La facturación directa por el operador (FDO), mecanismo utilizado en el pasado por los operadores principalmente para facturar servicios de telecomunicaciones prestados a clientes/consumidores, se ha convertido ahora en un

¹²² Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0100/es> del UIT-D, presentado por México

¹²³ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0099/es> del UIT-D, presentado por México

¹²⁴ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0118/es> del UIT-D, presentado por Côte d'Ivoire

¹²⁵ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0222/es> del UIT-D, presentado por China Mobile Communications Corporation

¹²⁶ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0335/es> del UIT-D, Informe del taller sobre mecanismos de sensibilización del consumidor para promover decisiones informadas del consumidor: Taller conjunto de la Cuestión 6/1 y la Cuestión 3/2 celebrado en Brasilia del 18 al 20 de junio de 2024.

medio para que terceros proveedores facturen a sus clientes la compra de otros productos y servicios.¹²⁷

La FDO ofrece notables ventajas. Para los ORM, además, representa una oportunidad para crear fuentes de ingresos adicionales. Para los consumidores, la FDO representa un método cómodo para abonar compras o suscripciones a través de sus facturas móviles o de un saldo de prepago como alternativa al efectivo y las tarjetas.

Sin embargo, el modelo FDO se enfrenta a un gran reto, ya que existe el riesgo de que los consumidores se suscriban involuntariamente a servicios de valor añadido o realicen compras sin comprender plenamente las condiciones, los precios y los procedimientos de cancelación.¹²⁸

Dado que gran parte de las reclamaciones de los consumidores del sector están relacionadas con la facturación y los pagos,¹²⁹ los mecanismos de protección del consumidor, incluida la transparencia de la facturación, son instrumentos importantes que deben tener en cuenta los organismos reguladores y los proveedores de servicios.

En **China**, el operador de telecomunicaciones China Mobile se sirve de alertas para informar a sus clientes del crédito de consumo que les resta, a fin de evitar cargos innecesarios en momentos específicos del mes o cuando el consumo supera un umbral determinado. Además, ofrece cómodos servicios de consulta, que permiten a los consumidores informarse sobre el estado actual del servicio, los recursos disponibles y las facturas, entre otras cuestiones, a través de líneas directas, SMS, WeChat y otras aplicaciones y canales.¹³⁰

Los clientes del sector de las telecomunicaciones en China también pueden consultar sus facturas en tiempo real y acceder a registros detallados, que se remontan al menos 12 meses, en la aplicación de los operadores. Además, pueden revisar sus contratos de servicio, comparar el consumo de servicios de voz/SMS/datos entre diferentes periodos y recibir alertas automáticas en caso de uso excesivo de datos, lo que garantiza una gestión transparente del consumo y del tráfico.¹³¹

Tras un fuerte repunte de las quejas relacionadas con fraudes en el ámbito de los pagos móviles, **Uganda** ha adoptado medidas, como el registro de tarjetas SIM y las obligaciones de intercambio de SIM, y ha empezado a organizar campañas de sensibilización de los consumidores y programas periódicos de capacitación en ciberseguridad en colaboración con las partes interesadas pertinentes. Estas medidas han contribuido a frenar el fraude relacionado con el dinero móvil y a promover la seguridad de los consumidores.¹³²

Algunos reguladores han adoptado medidas específicas para los consumidores de prepago, ya que es más fácil para un usuario de pospago comprobar una factura que para uno de prepago comprobar el saldo antes y después de cada transacción. Así, los operadores de telecomunicaciones de la **India** tienen la obligación de proporcionar la siguiente información a los consumidores de prepago por SMS tras la activación de cualquier servicio que incluya

¹²⁷ BoR (21) 118. *BEREC Report on the handling of third-party payment charges on mobile phone bills*

¹²⁸ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0059/es> del UIT-D, presentado por Türkiye

¹²⁹ UIT. *Manual de reglamentación digital*. Ginebra, 2020

¹³⁰ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0222/es> del UIT-D, presentado por China Mobile Communications Corporation

¹³¹ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0507/es> del UIT-D, presentado por China

¹³² Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0046/es> del UIT-D, presentado por Uganda

un valor añadido: importe deducido, finalidad, saldo y periodo de validez del servicio de valor añadido.¹³³

En **Türkiye**, la BTK ha adoptado una normativa en virtud de la cual ha establecido un mecanismo de notificación que prevé las siguientes obligaciones:

- a) Todos los operadores deben enviar una notificación a sus abonados cuando el consumo de los distintos servicios incluidos en sus planes tarifarios (llamadas, mensajes de texto y datos) alcance ciertos umbrales, establecidos por el reglamento en un 80 % y un 100 %.
- b) Los operadores con más de 200 000 abonados también deben enviar una notificación a sus abonados cuando el importe total de las tasas (incluidos los cargos de terceros) que se vayan a incluir en su factura mensual alcance las 100 liras turcas o un límite definido por el abonado.¹³⁴

Las notificaciones basadas en el volumen y los límites financieros especificados en la normativa de la BTK se envían a todos los abonados a menos que estos soliciten lo contrario. La normativa tiene por objeto aumentar la transparencia de la facturación, proteger a los abonados frente a facturas exorbitantes y ofrecerles un mejor control del uso de los servicios y los gastos. Ante el aumento del número de quejas relacionadas con servicios de valor añadido (SVA), la BTK también publicó una serie de principios aplicables a los SVA, un conjunto de normas destinadas a fomentar la transparencia en todas las etapas de las suscripciones y compras relacionadas con servicios de valor añadido y a garantizar que los consumidores conozcan todos los términos y condiciones de los servicios, incluidos los precios. Con este fin, los principios aplicables a los SVA establecieron procedimientos detallados e independientes para los servicios adquiridos a través de Internet, SMS y llamadas telefónicas.¹³⁵

Por último, de acuerdo con el Código Europeo de las Comunicaciones Electrónicas (CECE), los usuarios finales a menudo no son conscientes de los costes vinculados a su consumo, o tienen dificultades para estimar su consumo de tiempo o datos cuando utilizan servicios de comunicaciones electrónicas. Por tanto, a fin de aumentar la transparencia y permitir un mejor control de las facturas, los países deben poder mantener o introducir disposiciones sobre límites de consumo que protejan a los usuarios finales contra las facturas exorbitantes, incluso en relación con los servicios con recargo y otros servicios sujetos a condiciones tarifarias particulares.

En su plan estratégico, el ORECE destaca el importante papel que incumbe a los organismos reguladores a la hora de garantizar la transparencia a los consumidores, aunque la digitalización los haya empoderado, y mantiene su compromiso para con la supervisión del sector digital y la promoción de una mayor transparencia, con el objetivo de que los consumidores puedan tomar decisiones fundamentadas.¹³⁶

Las medidas de transparencia son aún más importantes para los consumidores en itinerancia, ya que los servicios de valor añadido pueden dar lugar a facturas más elevadas cuando se utilizan en el extranjero. Con el objetivo de aumentar la transparencia en este contexto, el Reglamento (UE) 2022/612 (Reglamento sobre la itinerancia) ha introducido nuevas medidas por las que se refunde el Reglamento (UE) n.º 531/2012, que expiró el 30 de junio de 2022.¹³⁷

¹³³ UIT y Banco Mundial, *Digital Regulation Platform*, [Protection of consumers with prepaid accounts](#)

¹³⁴ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0236/> del UIT-D, presentado por Türkiye

¹³⁵ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0059/> del UIT-D, presentado por Türkiye

¹³⁶ BoR (20) 108. *BEREC strategy* 2021-2025

¹³⁷ BoR (22) 174. *Directrices del ORECE* sobre el Reglamento (UE) 2022/612 y el Reglamento de Ejecución (UE) 2016/2286 de la Comisión (Directrices sobre itinerancia al por menor)

En resumen, a pesar de las numerosas ventajas que ofrecen el creciente número de servicios ofrecidos por otros proveedores y los pagos móviles que estos utilizan (inclusión financiera, comodidad para el cliente, etc.), los consumidores no suelen estar al corriente de los gastos en los que pueden incurrir. Ello se debe, en primer lugar, a que carecen de información suficiente sobre los términos y condiciones aplicables a dichos servicios, incluidos los precios, y, en segundo lugar, al riesgo de fraude vinculado actualmente a los pagos móviles. Habida cuenta de las consideraciones que anteceden, la transparencia en el ámbito de la facturación y la sensibilización de los consumidores del sector de las comunicaciones electrónicas revisten ahora una importancia sin precedentes.

4.3 Mejores prácticas para las medidas de protección de los consumidores relacionadas con la calidad del servicio/percibida y la seguridad de los servicios ofrecidos a los consumidores

Aunque el acceso a los servicios de telecomunicaciones se ha facilitado ampliamente y la participación en el ecosistema digital se ha generalizado en gran medida, las competencias digitales y la alfabetización digital necesarias siguen estando distribuidas de manera muy desigual, lo que dificulta la plena participación y el uso seguro e informado de los diferentes servicios.

Por consiguiente, es importante que los organismos reguladores del sector de las telecomunicaciones implementen programas destinados a promover la alfabetización digital y la protección de los consumidores en aras de un uso seguro del acceso a Internet y las plataformas digitales entre los consumidores, así como facilitar información transparente sobre los términos y condiciones a los que están sujetos los usuarios al utilizar los diferentes servicios para una mejor toma de decisiones a efectos del acceso a estos servicios y su utilización.

Por ejemplo, **Liberia**¹³⁸ ha destacado la creciente preocupación que suscita la necesidad de proteger a los consumidores contra la mala calidad de servicio y la publicidad engañosa, y ha señalado que, a tal efecto, se requerirá un diálogo político. Al carecer de la legislación adecuada, los consumidores son cada vez más vulnerables al fraude en línea. Se recomienda considerar la posibilidad de prohibir las prácticas comerciales desleales en el ámbito del cibercomercio, salvaguardar los intereses de los consumidores y garantizar la transparencia de las plataformas de cibercomercio. Conviene asimismo reforzar la legislación para consagrar en plano jurídico los derechos de los clientes y las obligaciones de los proveedores de servicios.

También cabe destacar la experiencia de **Uganda**, las estrategias adoptadas y los resultados logrados por el organismo regulador en colaboración con las principales partes interesadas, incluidos los ORM y el Banco Central de Uganda, para frenar el fraude en el ámbito del dinero móvil y promover la seguridad de los consumidores.¹³⁹

Entre los principales resultados logrados figuran el aumento del nivel de concienciación y la autoeficacia de los consumidores, lo que ha dado lugar a una reducción de los casos de estafa con dinero móvil, el aumento de la confianza de los consumidores en los servicios financieros digitales y el crecimiento del número de abonados a servicios de dinero móvil.

¹³⁸ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0004/es> del UIT-D, presentado por Liberia

¹³⁹ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0046/es> del UIT-D, presentado por Uganda

De esta experiencia se infiere que el refuerzo de la confianza de los usuarios puede ir de la mano de un aumento de la tasa de adopción de los servicios digitales. La alfabetización digital es uno de los principales determinantes de la seguridad de los consumidores, y el empoderamiento de estos últimos impulsa la autoeficacia, la confianza y la seguridad en el uso de las aplicaciones de dinero móvil.¹⁴⁰

Otro ejemplo ilustrativo puede hallarse en el informe de **México**, en cuyo marco se han analizado y resumido los términos y condiciones de las plataformas de comercio electrónico, con el objetivo de informar a los usuarios sobre las condiciones que se les aplican cuando utilizan dichas plataformas o realizan transacciones a través de ellas.¹⁴¹

La información más relevante se ha sintetizado y agrupado en variables, por ejemplo, responsabilidad del proveedor con los usuarios, facturación, transacciones y métodos de pago, quejas y políticas de devolución.¹⁴²

Informar a los usuarios se considera esencial a fin de promover un uso consciente y responsable de las plataformas digitales y, en consecuencia, una participación efectiva de la población en el ecosistema.¹⁴³

A efectos del uso de plataformas, la privacidad es otro aspecto importante que los usuarios deben comprender, dada la cantidad de información que se comparte a través de las distintas plataformas digitales. De ahí que México haya decidido analizar las políticas de privacidad, de tal manera que los usuarios puedan informarse fácilmente sobre la información que comparten, el tiempo que se conserva, las entidades con las que se comparte y los permisos que otorgan a las plataformas sobre el contenido que generan, entre otros detalles.¹⁴⁴

En los informes sobre la privacidad de los usuarios de las plataformas digitales se abordan las políticas de privacidad de los sistemas operativos, equipos terminales, redes sociales y plataformas digitales que posibilitan la prestación de servicios tales como el comercio en línea, el transporte y el entretenimiento, entre otros.¹⁴⁵

La protección de los consumidores reviste una importancia particular para la creación de confianza entre estos últimos, condición sine qua non para la adopción continua de nuevas tecnologías. Esta afirmación es particularmente cierta en un mundo cada vez más interconectado por redes de telecomunicaciones y tecnologías de la información. Por consiguiente, el papel de los organismos reguladores en el análisis de las salvaguardias y la verificación del modo en que se protegen los derechos de los usuarios es crucial.

En consecuencia, los organismos reguladores deben supervisar y regular los derechos de los consumidores en materia de acceso, calidad de servicio, precios y competencia.

A ese respecto, cabe destacar las medidas adoptadas por la **República del Congo**. En la contribución correspondiente, se presentan los resultados de un análisis de las medidas adoptadas por los organismos reguladores de las telecomunicaciones para proteger a los

¹⁴⁰ *Ibid*

¹⁴¹ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0100/es> del UIT-D, presentado por México

¹⁴² *Ibid*

¹⁴³ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0099/es> del UIT-D, presentado por México

¹⁴⁴ *Ibid*

¹⁴⁵ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0100/es> del UIT-D, presentado por México

consumidores en el entorno digital y se proporciona un conjunto de directrices propuestas basadas en su experiencia y análisis.¹⁴⁶

Calidad de servicio

- Garantizar que la calidad de los servicios prestados se ajusta a las normas aplicables, especialmente en lo que respecta a disponibilidad, fiabilidad y velocidad de conexión.
- Establecer mecanismos para supervisar y medir la calidad del servicio, así como procedimientos para la rápida resolución de los problemas técnicos.

Seguridad de las transacciones en línea

- Aplicar medidas de seguridad sólidas para proteger las transacciones en línea, incluida una autenticación y un cifrado sólidos de los datos confidenciales.
- Educar a los consumidores sobre los riesgos asociados al fraude en línea y asesorarlos sobre la mejor manera de proteger su información.
- Adoptar normas y protocolos de seguridad más estrictos para proteger las transacciones en línea contra el fraude y la piratería.
- Promover el uso de tecnologías de pago seguras, como el uso de testigos y la autenticación sólida.

Promoción de la accesibilidad, la formación y la sensibilización

- Alentar a las empresas a adaptar sus plataformas e interfaces de usuario para que sean más fáciles de usar y más accesibles para todos los usuarios.
- Poner en marcha programas de sensibilización y formación destinados a los consumidores acerca de sus derechos y de las mejores prácticas disponibles en materia de seguridad en línea.
- Promover la alfabetización digital a fin de mejorar las habilidades de los consumidores para navegar con seguridad en un entorno digital.

Côte d'Ivoire ha llevado a cabo un proyecto que incluye centros permanentes para el establecimiento de un marco de proximidad entre los consumidores, las autoridades administrativas y los organismos de protección, con el objetivo de fomentar un ecosistema de confianza.¹⁴⁷

Estos centros permanentes persiguen fines específicos, entre ellos, informar y educar a los consumidores sobre los avances registrados en el sector de las TIC y sus derechos en relación con el uso de productos y servicios de TIC, establecer mecanismos para la recogida y tramitación de quejas de consumidores por incumplimiento de la normativa vigente, y organizar actividades periódicas de capacitación e información sobre las nuevas tecnologías digitales y la evolución de los derechos de los consumidores.

En **China**, se ha observado que el hecho de velar por que los consumidores estén bien informados a la hora de tomar decisiones resulta beneficioso tanto para los consumidores

¹⁴⁶ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0147/es> del UIT-D, presentado por la República del Congo

¹⁴⁷ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0118/es> del UIT-D, presentado por Côte d'Ivoire

como para las empresas, lo que conduce a una economía más sostenible y a un entorno más seguro y fiable.¹⁴⁸

Entre los mecanismos que China ha compartido y aplicado para proteger los derechos e intereses de los consumidores de telecomunicaciones figura la mejoras continua y constante de la legislación y la normativa, con miras a sentar una base jurídica sólida para la protección de esos derechos.

Es esencial que los organismos reguladores sigan el ritmo de desarrollo de la industria de las TIC, mejorando y perfeccionando las medidas reglamentarias para proteger de forma más integral, oportuna y específica los procesos de toma de decisiones fundamentadas de los consumidores.

4.4 Requisitos de transparencia para la gestión del tráfico y prácticas de gratuidad basadas en las experiencias nacionales actuales

El boom de la tecnología digital y los servicios de telecomunicaciones mencionado anteriormente ha ido acompañado de un auge de la conectividad, los derechos y el desarrollo de actividades esenciales en el entorno digital. Según el informe de la UIT "*Facts and Figures 2024*" (Hechos y cifras 2024), se estima que 5 500 millones de personas en todo el mundo utilizan Internet hoy en día.¹⁴⁹

Las prácticas de gestión del tráfico y de tarificación gratuita, que pueden aplicarse por motivos de calidad de servicio, optimización de la red, seguridad, política de uso leal, intereses comerciales, etc., pueden tener consecuencias negativas para los consumidores cuando se aplican de manera opaca y discriminatoria. Sensibilizar a los consumidores sobre las condiciones asociadas a dichos servicios no es tarea sencilla. No obstante, la tarificación gratuita puede resultar beneficiosa para muchas organizaciones públicas y privadas, así como para los consumidores. Por ejemplo, en el sector público, los servicios de tarificación gratuita pueden ayudar a reducir costes, ganar tiempo y aumentar la participación en los servicios de educación, salud y gobierno digital.¹⁵⁰

Colombia¹⁵¹ cuenta con una normativa al respecto desde 2011. La normativa estipula que, con respecto al derecho al libre acceso a Internet, los prestadores de servicios no pueden establecer ningún tipo de bloqueo, discriminación o preferencia frente a una determinada empresa, aplicación o contenido específico en detrimento de otro. Los únicos contenidos que pueden restringirse son los determinados por la ley, véase el contenido violento o los juegos de azar, a los que los proveedores de servicios otorgan una importancia particular. Los proveedores de servicios también tienen derecho a tomar medidas para evitar la congestión del tráfico. Por último, la normativa obliga a los operadores a proporcionar información completa y transparente a los usuarios sobre las condiciones de los planes tarifarios, incluido si disponen de aplicaciones adicionales a título gratuito. Durante la pandemia, el organismo regulador desarrolló medidas para permitir que las instituciones sanitarias y educativas se beneficiasen

¹⁴⁸ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0222/es> del UIT-D, presentado por China Mobile Communications Corporation

¹⁴⁹ *Facts and Figures 2024*. <https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/2024/11/10/ff24-internet-use/>

¹⁵⁰ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0335/es> de la CE 1 del UIT-D, *Informe del taller sobre mecanismos de sensibilización del consumidor para promover decisiones informadas del consumidor: Taller conjunto de la Cuestión 6/1 y la Cuestión 3/2 celebrado en Brasilia del 18 al 20 de junio de 2024*.

¹⁵¹ *Ibid*

de ofertas de tarificación gratuita, a fin de brindar a los consumidores acceso a información básica cotidiana sin coste alguno y promover así el bienestar social.

4.5 Prácticas idóneas sobre mecanismos para promover decisiones fundamentadas entre los consumidores

En resumen, cabe la posibilidad de adoptar una serie de medidas con el objetivo de que los consumidores puedan tomar decisiones más fundamentadas y gocen de los medios necesarios para defender sus propios derechos e intereses. El objetivo general es aumentar su nivel de conocimiento y sensibilización en el ámbito de los servicios de telecomunicaciones y TIC y afianzar su confianza en el uso de estos últimos. Entre dichas medidas pueden figurar las siguientes:

- 1) Poner a disposición en línea información general, informes, investigaciones, guías y otras herramientas sobre cuestiones diversas relacionadas con el consumidor, para animar y empoderar a los consumidores a participar con éxito en las telecomunicaciones/TIC.
- 2) Velar por que se proporcione información clara, comprensible y transparente sobre los contratos y los términos y condiciones a los que están supeditados los usuarios al utilizar servicios de telecomunicaciones y plataformas digitales.
- 3) Crear herramientas prácticas, como mapas de cobertura de red, portales de información y sitios web de comparación de ofertas tarifarias e información sobre productos y servicios, para que los consumidores puedan tomar decisiones fundamentadas y acertadas.
- 4) Aumentar la transparencia y el nivel de sensibilización de los consumidores sobre temas relacionados con la facturación de los servicios de telecomunicaciones, para ayudarlos a controlar mejor el uso de los servicios y a tomar decisiones informadas, especialmente, en lo que respecta a las suscripciones o las compras relacionadas con servicios de terceros.
- 5) Aplicar medidas técnicas y organizativas para los pagos móviles que respondan a las preocupaciones de los consumidores sobre las prácticas abusivas o fraudulentas.
- 6) Cuando el pago móvil sea una cuestión intersectorial y plantee retos reglamentarios, fomentar la cooperación y la colaboración entre las autoridades competentes y otras partes interesadas.
- 7) Garantizar que la calidad de los servicios prestados se ajusta a las normas aplicables, especialmente, en lo que respecta a disponibilidad, fiabilidad y velocidad de conexión.
- 8) Establecer mecanismos para supervisar y medir la calidad del servicio, así como procedimientos para la resolución rápida de los problemas técnicos.
- 9) Garantizar que los proveedores de telecomunicaciones y servicios digitales apliquen medidas de seguridad sólidas para fomentar la confianza y ampliar la protección, la información y la seguridad de los consumidores que acceden a Internet y a plataformas digitales, incluidos programas de sensibilización y formación dirigidos a los consumidores sobre sus derechos y las mejores prácticas disponibles en materia de seguridad en línea.
- 10) En lo que respecta a la gestión del tráfico y las prácticas de tarificación gratuita, garantizar que se proporcione información exhaustiva a los usuarios, por ejemplo, sobre las condiciones tarifarias, el consumo de datos, la elegibilidad y las condiciones de los servicios/aplicaciones gratuitas, y las condiciones aplicables.
- 11) Coordinarse con los proveedores de servicios en lo que respecta a las telecomunicaciones de tarificación gratuita, a fin de permitir un acceso gratuito a determinados servicios públicos.

Capítulo 5 – Medidas adoptadas para fomentar la protección de los consumidores, en particular de los usuarios vulnerables

En los capítulos anteriores se constata cuán importante es proteger a los consumidores en el mundo digital, especialmente, a los usuarios vulnerables. Todo empieza con la necesidad de facilitar la accesibilidad, lo que suele representar un problema importante para las personas con discapacidad o necesidades especiales. Si bien muchos países desarrollados cuentan con soluciones para promover la igualdad de las personas, en consonancia con la Declaración Universal de Derechos Humanos, los habitantes de los países en desarrollo a menudo se enfrentan a retos de una envergadura considerable.

Entre las soluciones aplicadas en diferentes países que se han mencionado anteriormente, cabe citar las siguientes:

- Conversión de voz a texto para personas con deficiencias auditivas.
- Tamaño de fuente ajustable o conversión de texto a voz para personas con deficiencias visuales, pérdida o deterioro de la vista.
- Alerta, detección espacial y sensores de movimiento para personas con visión deficiente o limitada.
- Bibliotecas digitales accesibles para personas sordas o con dificultades auditivas.
- Navegación por sistema de posicionamiento global (GPS) para las personas que más riesgo corren de perderse.
- Álbumes de fotos digitales y grabaciones de voz para personas con amnesia, demencia o pérdida de memoria a corto plazo, para ayudarles a recordar su pasado y la identidad de sus amigos y familiares.
- En el futuro, se contempla una posible movilidad independiente mediante automóviles autónomos para personas ciegas o con deficiencia visual.
- Dispositivos que sintetizan voz y permiten que personas con, por ejemplo, enfermedades neuromotoras que han perdido la capacidad de habla, se comuniquen.

La situación sigue siendo compleja para los países en desarrollo, dada la escasa disponibilidad de formación y equipos.

En dichos países, gran parte de la labor de promoción de la autonomía de las personas con discapacidad y de desarrollo de soluciones prácticas para satisfacer las necesidades conexas en un contexto de recursos limitados incumbe a las organizaciones de personas con discapacidad (OPD). Por tanto, los organismos gubernamentales deberían considerar seriamente la posibilidad de apoyar y promover la labor de las OPD y otras ONG como estrategia principal para abordar la cuestión de la accesibilidad. Así, podrían obtenerse resultados inmediatos, gracias a una relación directa con los beneficiarios y a la existencia de una infraestructura básica de recursos, con personal formado, cualificado y capaz de satisfacer las necesidades planteadas. En **China**, el operador de telecomunicaciones China Mobile está impulsando una actualización integral de los servicios adaptados a las personas de edad avanzada en todos

los ámbitos de servicio, incluidas la profundidad de los servicios y la innovación en materia de soluciones, aplicando medidas tales como: servicios de entretenimiento digital basados en IA y adaptados a las personas de edad; plataformas sanitarias con servicios médicos de cabecera basados en IA; y soluciones experimentales en el ámbito de la robótica para el cuidado de personas de edad avanzada.¹⁵²

Mientras tanto, China sigue promoviendo una honda integración de la tecnología digital y la educación. Por una parte, el país continúa acelerando el despliegue de redes 5G, lo que garantiza un soporte de red fiable para los nuevos entornos educativos. Por otra parte, China se ha comprometido a ampliar el *hardware*, las aplicaciones y los servicios de educación digital a los hogares y las zonas rurales, a fin de proporcionar recursos didácticos de alta calidad y tutorías en línea a los alumnos y ofrecer apoyo educativo a los padres.¹⁵³

China Mobile también ha investigado de forma activa la aplicación de la tecnología 5G en el ámbito médico con miras a proporcionar recursos médicos de alta calidad a zonas remotas, en aras de la accesibilidad y la eficiencia de los servicios de salud pública y la atención prestada a los pacientes.¹⁵⁴

5.1 Mejores prácticas para garantizar la calidad, la información y la seguridad de los miembros de las comunidades económicamente desfavorecidas, las personas con discapacidad, las personas de edad, las mujeres y los niños

De forma análoga, la contribución de **Côte d'Ivoire** sobre la Cuestión 7/1 presenta un inventario de la accesibilidad de las telecomunicaciones/TIC para las personas con discapacidad en los países en desarrollo, en particular en Côte d'Ivoire, y propone estrategias para lograr una inclusión efectiva. Al igual que otros países en desarrollo, Côte d'Ivoire también se enfrenta a varios problemas de forma simultánea, entre ellos el analfabetismo, la falta de competencias digitales, el bajo nivel de ingresos y las dificultades de comunicación.

Para poner remedio a esta situación, se propone una lista de soluciones que los Estados Miembros podrían aplicar a fin de lograr una inclusión plena y dar a todo el mundo la oportunidad de beneficiarse de la transformación digital:

- Desarrollar conocimientos para los responsables de la elaboración de políticas y los responsables de la toma de decisiones sobre la accesibilidad de las TIC, con miras a facilitar la formulación y aplicación de políticas y estrategias conexas.
- Desarrollar conocimientos para la evaluación y puesta en práctica de la accesibilidad de las TIC a nivel intersectorial y nacional.
- Elaborar directrices y hojas de ruta de aplicación conexas a fin de garantizar que los productos y servicios de cibergobierno sean digitalmente accesibles para todas las personas, sin discriminación por razones de sexo, edad, capacidad de uso de la tecnología o nivel educativo.
- Intercambiar mejores prácticas sobre la aplicación de políticas nacionales de accesibilidad de las TIC, marcos jurídicos, directrices, estrategias y soluciones tecnológicas para

¹⁵² Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0503/es> del UIT-D, presentado por China

¹⁵³ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0504/es> del UIT-D, presentado por China Mobile Communications Corporation

¹⁵⁴ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0506/es> del UIT-D, presentado por China Mobile Communications Corporation

mejorar la accesibilidad, la compatibilidad y la facilidad de uso de los servicios de telecomunicaciones/TIC.

- Facilitar la implantación de un cibergobierno accesible y de otros servicios digitales socialmente pertinentes.
- Facilitar la accesibilidad financiera de las tecnologías accesibles (inteligentes) nuevas e incipientes.
- Velar por que las TIC, en particular las utilizadas en situaciones de crisis y emergencia, se conciban y difundan en formatos digitales accesibles, de modo que la información sea accesible para todos, incluidas las personas con discapacidad. Fomentar la educación y formación de las personas con discapacidad y las personas con necesidades especiales en materia de utilización de las telecomunicaciones/TIC.
- Fomentar la educación y formación de expertos encargados de ayudar a las personas con discapacidad y a las personas con necesidades especiales a utilizar las telecomunicaciones/TIC.
- Promover la utilización de telecomunicaciones/TIC accesibles para fomentar la contratación de personas con discapacidad, a fin de garantizar una sociedad inclusiva y abierta.
- Elaborar mecanismos para que las personas con discapacidad y las personas con necesidades específicas participen en el proceso de elaboración de disposiciones legislativas y reglamentarias, políticas públicas y normas relacionadas con la accesibilidad de las telecomunicaciones/TIC: creación de una plataforma de intercambio.
- Desarrollar conocimientos destinados a garantizar que la concepción y el desarrollo de entornos digitales físicos (por ejemplo, ciudades y aldeas inteligentes) a nivel nacional sean accesibles e inclusivos para todos, incluidas las personas con discapacidad.

En Camerún, la iniciativa EmpowerBlind ha adoptado un enfoque proactivo e inclusivo con el objetivo de transformar la brecha digital en oportunidades de desarrollo. La finalidad del proyecto es medir la relación de los jóvenes ciegos y con deficiencia visual con la tecnología, evaluar su nivel de competencias digitales y detectar posibles obstáculos para su inclusión en el ámbito de las TIC.¹⁵⁵

¹⁵⁵ Documento <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0541/es> del UIT-D, presentado por Camerún

Capítulo 6 – Conclusiones

6.1 Resumen de las conclusiones principales

Los estudios realizados en el marco de la Cuestión 6/1 del UIT-D (2022-2025) han detectado avances clave en materia de información, protección y derechos de los consumidores en un ecosistema digital en constante evolución. Sus conclusiones ponen de relieve la creciente complejidad de las interacciones digitales y la progresiva necesidad de contar con sistemas proactivos de tramitación de reclamaciones y de marcos reglamentarios centrados en el consumidor. Las conclusiones principales son:

- Necesidades en términos de transformación digital y protección del consumidor:
 - La expansión de los servicios de telecomunicaciones y TIC ha proporcionado a los consumidores acceso a un mayor número de servicios digitales, pero también los ha expuesto a riesgos tales como fraudes en línea, usos indebidos de su IIP y transacciones digitales engañosas.
 - Los riesgos emergentes, incluidos los patrones oscuros, las cláusulas contractuales abusivas y las prácticas de comercialización basadas en la manipulación, requieren intervenciones reglamentarias.
 - La confianza de los consumidores en las plataformas digitales depende de la existencia de normativas transparentes, basadas en el principio de responsabilidad y ejecutables que equilibren la innovación con las medidas de protección de los consumidores y presten mayor atención a la confianza y la rendición de cuentas.
- Retos reglamentarios y respuestas:
 - Los marcos reglamentarios suelen estar desactualizados y carecer de la flexibilidad necesaria para abordar los riesgos asociados a la IA, la IoT y los sistemas automatizados de toma de decisiones.
 - Muchos países han introducido enfoques reglamentarios adaptables, como la colaboración intersectorial, la formulación de políticas basadas en datos y el refuerzo de la educación de los consumidores.¹⁵⁶
 - La corregulación y la autorregulación de la industria han ganado protagonismo, permitiendo el uso de mecanismos de cumplimiento voluntario como complemento a las herramientas tradicionales de aplicación y una respuesta más ágil ante la evolución del sector.
- Formación y sensibilización del consumidor:
 - Los programas de alfabetización y sensibilización digital son fundamentales para mitigar los riesgos asociados al fraude, la utilización indebida de la IIP y las prácticas de comercialización digital poco éticas.
 - Varias iniciativas nacionales han conseguido mejorar la participación de los consumidores al proporcionar herramientas interactivas y mecanismos de resolución de reclamaciones transparentes.
- Colaboración internacional:
 - Las posibilidades transfronterizas del comercio digital ponen de relieve el valor de la colaboración internacional.

¹⁵⁶ <https://app.gen5.digital/benchmark/concepts>

6.2 Directrices de políticas

A fin de reforzar la protección del consumidor y promover un ecosistema digital inclusivo, transparente y responsable, se proponen las siguientes directrices de políticas basadas en las conclusiones obtenidas:

- Establecimiento de marcos reglamentarios adecuados a sus fines
 - Elaborar normativas neutrales desde el punto de vista tecnológico que puedan adaptarse a los riesgos emergentes para los consumidores y, al mismo tiempo, apoyar la innovación.
 - Aplicar enfoques reglamentarios basados en el riesgo que se centren en esferas de alto riesgo, como la prevención del fraude y la utilización indebida de la IIP, y la promoción de la transparencia en las transacciones digitales.
- Mejora de la transparencia, la alfabetización digital y el empoderamiento de los consumidores
 - Todas las partes interesadas deben ayudar a los consumidores a tomar decisiones mejor fundamentadas, velando por que dispongan de información transparente, comparable, adecuada y actualizada sobre los términos y condiciones de acceso, uso o cancelación de los servicios a los que están sujetos.
 - Los gobiernos y los organismos reguladores deben invertir en programas de sensibilización del consumidor que eduquen al público en materia de ciberseguridad y condiciones contractuales justas.
 - Fomentar el uso de herramientas digitales interactivas, por ejemplo, sistemas de seguimiento de reclamaciones y plataformas de comparación de servicios de telecomunicaciones, para empoderar a los consumidores con información en tiempo real.
- Fortalecimiento de la supervisión de la aplicación y el cumplimiento de la normativa
 - Desplegar sistemas de supervisión automatizados para detectar fraudes en línea, publicidad engañosa y usos indebidos de datos.
 - Ejecutar auditorías de cumplimiento proactivas para garantizar el cumplimiento de las leyes de protección del consumidor, en particular, en el marco de las transacciones financieras y los mercados digitales.
- Fomento de la cooperación internacional y la coherencia normativa transfronteriza
 - Colaborar a nivel internacional para mejorar las medidas de protección de los consumidores en todas las jurisdicciones.
 - Afianzar las alianzas entre los organismos públicos pertinentes para combatir el fraude transfronterizo en línea y la utilización indebida de la IIP.
- Promoción de prácticas comerciales éticas en los mercados digitales
 - Alentar a las empresas a adoptar condiciones de servicio transparentes y políticas de consentimiento voluntario para el uso de datos de los consumidores.
 - Elaborar códigos de conducta dirigidos por la industria para garantizar la competencia leal y la transparencia para los consumidores.
- Ampliación de la protección a los grupos de consumidores vulnerables
 - Aplicar políticas que aborden las necesidades de las personas de edad avanzada, las personas con discapacidad y las comunidades económicamente desfavorecidas.

- Promover un diseño inclusivo para los servicios digitales a fin de garantizar la igualdad de acceso a los recursos esenciales de telecomunicaciones y TIC.

6.3 Perspectivas de futuro

Los debates entablados en el marco de la Cuestión 6/1 del UIT-D (2022-2025) y las conclusiones resultantes reafirman el papel fundamental de la información, la protección y los derechos de los consumidores en el fomento de la confianza, la inclusión y la sostenibilidad en la economía y la sociedad digitales. A medida que la transformación digital se acelera, sigue siendo prioritario y urgente garantizar un entorno seguro, justo y equitativo para todos los consumidores, en particular para los grupos vulnerables.

Las investigaciones futuras deberían basarse en estas conclusiones y adoptar enfoques holísticos y multipartitos en los que participen gobiernos, agentes de la industria, instituciones académicas y la sociedad civil, dando prioridad a la adaptación reglamentaria proactiva, a la colaboración mundial y al empoderamiento de los consumidores para garantizar que la transformación digital siga siendo favorable para el consumidor, inclusiva y sostenible. Entre los principales campos de investigación figuran los siguientes:

- Ciencias conductuales y diseño reglamentario: Aprovechar las técnicas de incentivación y los conocimientos sobre la toma de decisiones de los consumidores para mejorar la alfabetización digital, la prevención del fraude y la protección de la IIP.
- Transparencia algorítmica: Comprender y promover la rendición de cuentas en los procesos de toma de decisiones automatizados.
- Cooperación normativa entre jurisdicciones: Reforzar la cooperación transfronteriza para mejorar continuamente los marcos de protección de los consumidores.
- Desarrollo de un conjunto de herramientas reglamentarias: Crear directrices basadas en datos empíricos sobre protección de datos, transparencia y prácticas comerciales éticas.
- Tecnologías incipientes para la protección del consumidor: Explorar el modo en que las tecnologías nuevas e incipientes pueden mejorar la protección del consumidor, agilizar la resolución de reclamaciones y prevenir el fraude en línea.
- Creación de capacidad para responsables de la formulación de políticas y organismos reguladores: Dotar a las autoridades de reglamentación de las competencias y herramientas necesarias para hacer frente a un panorama en constante evolución, garantizando en todo momento la confianza y la seguridad de los consumidores.

Annex 1 – Case studies

1.1 Cooperation and information-sharing among policy-makers, regulators and consumer associations

Côte d'Ivoire – Consumer Council

The Consumer Council created by ARTCI is an inclusive exchange framework that integrates all stakeholders to protect the rights of consumers of telecommunications/ICT services in domains that fall within the remit of ARTCI: electronic transactions, protection of personal data and privacy, and the fight against cybercrime. Concretely, the Consumer Council formulates opinions, proposes draft decisions and makes recommendations to the ARTCI Regulatory Council, taking into account technological, economic and regulatory developments. This is done either at the request of the ARTCI Regulatory Council or on the initiative of the Consumer Council, in an anticipated or proactive manner, on matters regulated by the ARTCI. Consumer associations are appointed to the Consumer Council for a renewable period of two years, following a selection procedure based on transparent criteria set by decision of the ARTCI Regulatory Council.

Democratic Republic of the Congo

The collaboration mechanism between ARPTC and the consumer associations is intended in particular to inform consumers about current news and trends in ICT, identify the problems consumers face, and inform them of the remedies available. To set up the collaboration mechanism, ARPTC identified three associations having a particular impact on the population, one of which specialized in the ICT sector.

Côte d'Ivoire – permanent local centres

The aim of creating permanent local centres for education and processing consumer complaints is mainly to promote proximity between consumers and administrative and protection authorities, promoting an ecosystem of trust. These centres will have the following specific objectives:

- inform and train consumers on technological advances in ICT and on their rights related to the use of ICT goods and services.
- set up mechanisms for collecting and processing malfunctions and complaints related to non-compliance with standards in force, reported by consumers.
- conduct regular training and information activities on new digital technologies and on the evolution of consumer rights.
- provide alerts to administrations and regulators in order to promote revisions and adjustments of standards and structures.
- be a digital observatory.

In view of the objectives pursued, the results of the work of these centres should be able to contribute significantly to strengthening the protection of consumer rights and contribute to reducing the digital divide.

1.2 Mechanisms/tools for listening to the consumer and means to receive and resolve consumer complaints

Türkiye – Online complaint notification

The Information and Communication Technologies Authority of Turkey, BTK, has established an online complaint notification system to resolve consumer/user complaints in electronic communication and postal services. By dispensing with paper-based and post-reliant processes, this contributes to the country's digital transformation processes. The system offers multiple levels of appeal, improving the chances of resolution at the source (without the direct intervention of BTK) and thus reducing the Authority's workload. Registered complaints can serve as an input for possible regulatory and supervisory action. Finally, the system facilitates the classification and analysis of consumer complaints to identify particularly problematic issues and provides an opportunity to take quick action.

Nigeria – Complaints channels and consumer engagement

The National Communications Commission (NCC) of Nigeria has come up with two strategic initiatives, focussed on complaint channels and consumer engagement respectively, to ensure the protection of digital consumers. One initiative is the Telecom Consumer Parliament, "a high-level dialogue forum held twice a year to address critical and contemporary issues affecting the Nation's telecommunications industry during which key telecom industry players gather to exchange ideas on salient issues affecting the consumers of telecommunication services in Nigeria". The other is Telecom Consumer Conversations, which consists of various interactive programmes including Telecom Campus Conversation, NYSC Camp Sensitization, Village Square Dialogue, and Market Conversation. Through the initiatives described above and many other public actions and measures, it has been possible to progressively reach out to a large number of Nigerians, particularly at the grass-roots level, to ensure that the public fully understands and appreciates the benefits of telecommunication services and to enlighten and inform them about their rights.

China

In China, operators have a mandate to optimize market service initiatives to promote consumer-informed decision-making. China Mobile gathers consumer feedback through complaint hotlines and through its customer service. The end goal is to ensure the service quality for all telecom consumers and informed decision-making by consumers, for total consumer satisfaction.

An important stakeholder is the China Consumers Association (CCA), a nationwide social organization that safeguards the legitimate rights of consumers. It accepts complaints, conducts investigations and offers consultation services to consumers, including litigation. It publicizes unfair and non-transparent behaviour of enterprises, as well as activities which violate consumer's rights and interests. National live broadcasts are held annually. These are highly public events that serve to expedite resolution of issues and provide added motivation for self-scrutiny by telecom enterprises and service providers and improvements to consumer information.

Democratic Republic of the Congo

ARPTC has designed numerous tools to contribute to better consideration of consumer rights. One is CEIR, a national system to combat the theft and counterfeiting of mobile terminals that

can help consumers recover their lost or stolen terminals. Another is the web portal created by ARPTC to handle complaints from consumers of digital services. This website also serves as a price simulator and market comparator to help consumers choose the offer best suited to their needs and determine assess the necessary budget. Some tools have been designed in collaboration with consumers of digital services, including a toll-free centralized hotline. Building on the successful collaboration and dialogue between the telecoms regulator and consumers, ARPTC is planning the following additional initiatives: the creation of a discussion forum on Facebook for exchanges with digital consumers on their concerns related to the provision of digital services; a tripartite charter between MNOs, ARPTC and digital consumers' associations; and surveys among households to measure the level of satisfaction with the services of the MNOs.

Haiti

The regulator in Haiti has created a unit for monitoring operators for the benefit of customers. The regulator is also lobbying the competent authorities to set up online public communication services enabling persons with disabilities to access the services of government administration, the local authorities and public establishments. The development of accessible technologies (haptic, remote control, voice announcements in public transportation, sound signals at pedestrian crossings, etc.) represents major progress for persons with disabilities, in particular the visually impaired and the blind. The Secretariat of State for Persons with has been authorized to plan training a cohort of 50 young persons with disabilities under its RepareNet programme, which aims to teach the young people how to repair their own defective phones and those of others, thereby enabling them to earn a significant income and to be part of the digital economy.

Mexico

In Mexico, IFT has introduced a complaint map to give users more insight into the record of each service provider as regards complaints, and the consensus in each region. Users of digital services are also able to use an interactive application to research and compare relevant characteristics of the policies and the terms and conditions used by the main digital platforms, terminal equipment vendors, and operating systems. It highlights the information that the user population shares with them and how that is managed, as well as the scope of the permissions that are granted when using these platforms.

For the development of the tool, information was identified and analysed for different digital platforms, terminal equipment vendors and operating systems and their policies, terms and conditions, and so on. The information that is integrated into the tool is related to the constantly evolving information provided by these companies. In this way users can keep up to date regarding their rights.

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)
Place des Nations
CH-1211 Ginebra 20
Suiza

Correo-e: bdtdeputydir@itu.int
Tel.: +41 22 730 5131
Fax: +41 22 730 5484

Departamento de Redes y Sociedad Digitales (DNS)
Correo-e: bdt-dns@itu.int
Tel.: +41 22 730 5421
Fax: +41 22 730 5484

Departamento del Centro de Conocimientos Digitales (DKH)
Correo-e: bdt-dkh@itu.int
Tel.: +41 22 730 5900
Fax: +41 22 730 5484

Departamento de Asociaciones para el Desarrollo Digital (PDD)
Correo-e: bdt-pdd@itu.int
Tel.: +41 22 730 5447
Fax: +41 22 730 5484

África

Etiopía
International Telecommunication Union (ITU)
Oficina Regional
Gambia Road
Leghar Ethio Telecom Bldg. 3rd floor
P.O. Box 60 005
Adis Abeba
Ethiopia

Correo-e: itu-ro-africa@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
8, Route du Méridien Président
Immeuble Rokhaya, 3^e étage
Boîte postale 29471
Dakar – Yoff
Senegal

Correo-e: itu-dakar@itu.int
Tel.: +221 33 859 7010
Tel.: +221 33 859 7021
Fax: +221 33 868 6386

Zimbabwe
International Telecommunication Union (ITU)
Oficina de Zona
USAF POTRAZ Building
877 Endeavour Crescent
Mount Pleasant Business Park
Harare
Zimbabwe

Correo-e: itu-harare@itu.int
Tel.: +263 242 369015
Tel.: +263 242 369016

Américas

Brasil
União Internacional de Telecomunicações (UIT)
Oficina Regional
SAUS Quadra 6
Ed. Luis Eduardo Magalhães,
Bloco "E", 10^o andar, Ala Sul
(Anatel)
CEP 70070-940 Brasília – DF
Brasil
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
Fax: +1 246 437 7403

Chile
Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT)
Oficina de Representación de Área
Merced 753, Piso 4
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 Altos de Miramontes
Calle principal, Edificio No. 1583
Frente a Santos y Cía
Apartado Postal 976
Tegucigalpa
Honduras
Correo-e: itutegucigalpa@itu.int
Tel.: +504 2235 5470
Fax: +504 2235 5471

Estados Árabes

Egipto
International Telecommunication Union (ITU)
Oficina Regional
Smart Village,
Building B 147, 3rd floor
Km 28 Cairo
Alexandria Desert Road
Giza Governorate
El Cairo
Egipto
Correo-e: itu-ro-arabstates@itu.int
Tel.: +202 3537 1777
Fax: +202 3537 1888

Asia-Pacífico

Tailandia
International Telecommunication Union (ITU)
Oficina Regional
4th Floor NBTC Region 1 Building
101 Chaengwattana Road, Laksi
Bangkok 10210
Tailandia
Correo-e: itu-ro-asiapacific@itu.int
Tel.: +66 2 574 9326 – 8
+66 2 575 0055

Indonesia
International Telecommunication Union (ITU)
Oficina de Zona
Gedung Sapta Pesona, 13th Floor
Jl. Merdeka Barat no 17
Jakarta 10110
Indonesia
Correo-e: bd-ao-jakarta@itu.int
Tel.: +62 21 380 2322

India
International Telecommunication Union (ITU) Area Office and Innovation Center
C-DOT Campus
Mandi Road
Chhatrapur, Mehrauli
New Delhi 110030
India
Correo-e:
Oficina regional: itu-ao-southasia@itu.int
Innovation Center: itu-ic-southasia@itu.int
Sitio web: ITU Innovation Centre in New Delhi, India

Países de la CEI

Federación de Rusia
International Telecommunication Union (ITU) Oficina Regional
4, Building 1
Sergiy Radonezhsky Str.
Moscu 105120
Federación de Rusia
Correo-e: itu-ro-cis@itu.int
Tel.: +7 495 926 6070

Europa

Suiza
Unión Internacional de las Telecomunicaciones (UIT)
Oficina Regional
Place des Nations
CH-1211 Ginebra 20
Suiza
Correo-e: euregion@itu.int
Tel.: +41 22 730 5467
Fax: +41 22 730 5484

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

ISBN: 978-92-61-40933-3



Publicado en Suiza
Ginebra, 2025

Créditos de las fotos: Adobe Stock