

Prácticas idóneas adoptadas en relación con las herramientas de reglamentación digital adecuadas al objetivo de proteger a los consumidores

Periodo de estudios
2022-2025

Cuestión 6/1

*Información, protección y
derechos de los consumidores*

Producto provisional para 2023

Resumen ejecutivo

Este es el primer producto (anual) intermedio de la Cuestión 6/1 de la Comisión de Estudio 1 del UIT-D para el periodo de estudios 2022-2025 y se centra en los mecanismos reglamentarios del ecosistema digital "adecuados a sus fines".

El ecosistema digital plantea importantes desafíos a los reguladores y responsables políticos. Los breves ciclos de desarrollo de las tecnologías nuevas o revolucionarias ofrecen oportunidades, pero también hacen necesario un seguimiento constante del mercado regulado para poder actuar con prontitud.

Tales acciones pueden emanar de una perspectiva reglamentaria centrada o bien en la investigación y la penalización del incumplimiento de la reglamentación, o bien en la colaboración, buscando con las entidades reglamentadas acciones y soluciones efectivas que orienten e induzcan al mercado a poner solución a los problemas de los consumidores.

Parece que sigue habiendo una demanda creciente por parte de los consumidores, no sólo por la garantía de los derechos prescritos en la normativa y la reglamentación nacionales, sino también por la satisfacción de las expectativas derivadas de una experiencia del usuario adecuada a sus intereses legítimos.

Por consiguiente, los reguladores y responsables políticos deben gestionar (i) instrumentos reglamentarios cada vez más ágiles y flexibles y aplicar herramientas de diagnóstico que les permitan recabar datos y pruebas para evaluar las demandas de los consumidores, (ii) los problemas que afrontan y (iii) el comportamiento de los actores del mercado que se ocupan de resolver los problemas de reglamentación. Esto exige una armonización entre las herramientas reglamentarias gestionadas por el regulador y los objetivos de política pública.

Las herramientas reglamentarias y políticas deben diseñarse e implementarse de manera que obren en favor de la consecución de estos objetivos en contextos determinados, contribuyendo así a la mejora de los servicios, la consiguiente satisfacción del consumidor y el desarrollo continuo del sector.

Tanto si se trata del aumento de un indicador específico y objetivamente controlado o de otro objetivo público, la herramienta reglamentaria debe estar en consonancia con estos objetivos.

Introducción

Las herramientas reglamentarias y políticas también deben ser proporcionadas y limitarse en la medida necesaria para alcanzar los objetivos de política pública; no deben provocar una situación indeseable o la limitación indebida o ineficaz de las libertades económicas o de la innovación en el mercado regulado.

En otras palabras, las herramientas reglamentarias utilizadas por las autoridades nacionales de reglamentación (ANR) deben adecuarse a sus fines e intervenir en el mercado en la medida necesaria para alcanzar los fines de política pública previstos y lograr un equilibrio entre el cumplimiento de la normativa, por una parte, y la facilitación de la innovación, la competencia y la protección de los consumidores, por la otra.

Uno de los factores que debe observar el regulador, como se explica a continuación, es la conducta de las entidades reglamentadas en relación con el objetivo de política pública, lo que puede tenerse en cuenta al definir las herramientas y enfoques reglamentarios adecuados.

Esto puede lograrse mediante un proceso que tenga en cuenta las perspectivas y experiencias de múltiples partes interesadas a través de mecanismos tales como las consultas públicas, las solicitudes de pruebas, la recopilación de datos, el análisis de las reclamaciones y otras herramientas, incluido un diálogo menos formal.

Perspectiva multipartita de la recopilación de datos e información para identificar el problema de la reglamentación y las herramientas reglamentarias adecuadas

La asimetría informativa entre el regulador y los agentes del mercado es un concepto fundamental de las teorías de regulación del mercado. En sus actividades, los reguladores no disponen con frecuencia de tanta información sobre el mercado como las entidades reglamentadas, lo que puede afectar a la calidad de la reglamentación.

En lo que respecta a la protección del consumidor, los reguladores suelen contar con el mandato específico de promover la competencia y proteger los intereses del consumidor, lo que consiguen en distintas calidades: investigadores, convocantes, analistas y entes decisivos. Cada una de estas funciones exige una dotación adecuada y suele resultar beneficiosa cuando el regulador es independiente y puede cumplir su mandato sin exponerse excesivamente a intereses contradictorios.

Reguladores investigadores

El primer paso es establecer y priorizar un problema reglamentario específico a partir de un análisis inicial y más amplio de los temas regulados, en nuestro caso, las cuestiones relativas a la protección de los consumidores. Esta fase de diagnóstico debe centrarse en la recopilación y el análisis de datos y pruebas para identificar problemas específicos y priorizarlos dentro del contexto local.

Las reclamaciones de los consumidores, por ejemplo, pueden examinarse para determinar los problemas reglamentarios más comunes o que tienen mayor

repercusión en los consumidores, como demuestra la contribución¹¹ de Brasil sobre la adopción de una teoría de reglamentación sensible a los problemas del consumidor en el sector de las telecomunicaciones brasileño.

Es importante tener en cuenta, por ejemplo, que el problema que más reclamaciones suscita puede no ser necesariamente el que se debe priorizar, ya que podría tener una causa raíz más profunda que, si se aborda, posiblemente con menos esfuerzo y menos gastos, podría conducir a una disminución del indicador elegido.

Por ejemplo, un gran número de reclamaciones de consumidores por cargos no autorizados puede no requerir necesariamente una intervención sobre los propios mecanismos de facturación, sino más bien sobre la forma en que las empresas presentan sus ofertas a los consumidores.

Reguladores convocadores

Una vez que el problema ha sido identificado y priorizado, el regulador debe tomar medidas proactivas para reducir la asimetría de información existente en torno a este problema específico utilizando datos y análisis, solicitando información, recabando datos y entablando el diálogo con las partes interesadas (por ejemplo, asociaciones de protección del consumidor, proveedores de servicios, consumidores, etc.).

La contribución²² de Nigeria describe dos interesantes oportunidades de diálogo: las conversaciones de consumidores de telecomunicaciones, que se celebran en universidades, campamentos juveniles, pueblos, mercados, organismos profesionales, ayuntamientos, ferias comerciales, conferencias sobre tic, etc.; y el Parlamento del Consumidor de Telecomunicaciones, un foro de diálogo de alto nivel que se celebra dos veces al año para abordar cuestiones críticas y contemporáneas que afectan a la industria de las telecomunicaciones del país y durante el cual los principales actores de la industria de las telecomunicaciones se reúnen para intercambiar ideas sobre temas destacados que afectan a los consumidores de servicios de telecomunicaciones en Nigeria.

Las perspectivas de los consumidores, las entidades reglamentadas y otras entidades involucradas en el tema pueden ser cruciales para la toma de decisiones del regulador, no sólo sobre las herramientas reglamentarias que se han de utilizar, sino también sobre la evaluación de riesgos y otros elementos pertinentes.

Reguladores analistas

Una vez obtenido un acervo significativo de conocimientos, será posible establecer un ámbito de trabajo bien definido con objetivos claros para todas las partes interesadas. Ello dará lugar a una priorización de los esfuerzos y será un estímulo para concentrarse en alcanzar resultados concretos.

La idea es contar siempre con indicadores cualitativos y cuantitativos y garantizar que lo que se solicita permite

¹ <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGQ-C-0039/es>

² <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGQ-C-0020/es>

a las entidades concernidas cumplir con las normas y reglamentos. Las reclamaciones, por ejemplo, indican la cantidad de dificultades y preocupaciones de los consumidores, y sus especificidades.

Debe considerarse siempre la realización de inspecciones periódicas, tanto durante el diagnóstico como al medir el nivel de aplicación, así como durante la investigación o búsqueda más exhaustiva de inconformidades cuando la supervisión no logra los resultados deseados.

La supervisión de la satisfacción del consumidor y de los índices debe ser constante y coherente, y pueden adoptarse medidas específicas e intensivas cuando los datos ofrezcan las pruebas necesarias.

Además, el regulador debe determinar cómo se comporta el consumidor en el mercado en respuesta a la intervención reglamentaria que haya podido implementarse. Podrá obtenerse así información sobre la experiencia, las preocupaciones y las dificultades de los consumidores en el mercado.

En lo que respecta a la supervisión y la evaluación, la valoración de la influencia de la reglamentación, en particular en los consumidores, también permitirá revisar las intervenciones reglamentarias impuestas en el mercado.

En la contribución de Kenya se identifica³³ esta necesidad mediante la revisión de su estrategia de formación y empoderamiento del consumidor, uno de cuyos pilares es "empatizar con los consumidores y comprenderlos".

Como se indica en las Directrices de Prácticas Óptimas del Simposio Mundial para Organismos Reguladores de 2023⁴⁴, los reguladores han de tener capacidad de investigación y previsión:

Los reguladores necesitan cada vez más capacidad de investigación interna y más recursos conexos para explorar las tendencias comerciales, los desafíos reglamentarios y las repercusiones de las nuevas tecnologías en los mercados y los consumidores y anticiparse a ellos. Las investigaciones y las previsiones estratégicas son importantes para fundamentar los debates y las decisiones en materia de reglamentación de manera oportuna y sistemática, en aras de una acción reguladora proactiva, proporcionada y específica.

Dado que las TIC facilitan nuevas dimensiones de transformación digital, es cada vez más urgente que el regulador pueda anticipar los daños que las tecnologías nuevas o incipientes pueden causar al consumidor.

Reguladores antes decisorios

Para llevar a cabo intervenciones reglamentarias adecuadas y bien diseñadas se necesitan datos fiables y realizar consultas con los interesados, así como análisis independientes. Dado que los reguladores conforman los mercados en que intervienen, este proceso de recopilación de pruebas, realización de consultas con los interesados y análisis de los indicadores pertinentes puede legitimar las acciones del regulador, lo que,

a su vez, puede hacer que sus intervenciones sean más eficaces a la hora de proteger los intereses de los consumidores.

Calibración de la respuesta reglamentaria basada en el comportamiento de la entidad reglamentada

Algunos reguladores adoptan definiciones y el refuerzo recíproco de penalizaciones (castigos) e incentivos (persuasión), para lograr el cumplimiento de la normativa y mejorar la prestación de servicios. Los incentivos se consideran esenciales y generalmente tienen precedencia sobre las penalizaciones, aunque todas las estrategias deben estar disponibles para su utilización según requiera el caso específico, sin que haya un orden de adopción o preferencia predeterminado.

La experiencia de esta práctica ha demostrado que la intervención reglamentaria tiene más éxito y utilidad cuando las medidas y normas del regulador son capaces de dirigir a las empresas del sector en una dirección, proporcionando además orientaciones y correcciones cuando sea necesario.

La consolidación de una reglamentación más receptiva y la medición de su eficacia dependen de la disponibilidad de herramientas y procesos que sean transparentes a los participantes y que también puedan fomentar los ajustes del comportamiento de las entidades reglamentadas hacia los objetivos, ajustes que pueden variar por razones objetivas, debido a la temática regulada y a los resultados deseados, pero también debido a factores subjetivos relacionados con la dimensión y las características de las entidades reguladas.

Las entidades reglamentadas deben considerarse como participantes en la reglamentación, pero idealmente de una manera cada vez más proactiva, lo que requiere una reorientación del peso de las responsabilidades (la organización y la estructuración necesarias para lograr los resultados), cuya responsabilidad asumen cada vez más las entidades reguladas. Por otra parte, el regulador no es simplemente un supervisor de este proceso, sino que mantiene su función proactiva en la dirección de esta organización y en su responsabilidad de garantizar que la agilidad y los resultados satisfagan las demandas de los consumidores y de la sociedad.

Más allá de discutir los incentivos para el cumplimiento de las normas y reglamentos, se considera que la naturaleza misma de regular un sector económico, donde los bienes se producen y los servicios se desarrollan para alcanzar metas específicas, implica que todas las iniciativas deben ser necesarias y fundamentales. Por consiguiente, no es suficiente un modelo centrado únicamente en la normalización de comportamientos o la prevención y exclusión de comportamientos no conformes.

La experiencia ha demostrado que centrarse en incentivos ha permitido aumentar la agilidad, la eficacia de los recursos, la asignación eficaz de esfuerzos y, en particular, la corrección más duradera de los problemas. La priorización de las acciones de las empresas sobre la base de la evidencia de las necesidades y temáticas más acuciantes también permite a los proveedores de servicio ajustar, implementar y adaptar sus procesos para resolver las demandas reales de la sociedad y de los

³ <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0138/es>

⁴ https://www.itu.int/itu-d/meetings/gsr-23/wp-content/uploads/sites/20/2023/06/GSR-23_Best-Practice-Guidelines-E.pdf

consumidores. Así, los consumidores pueden beneficiarse de soluciones sin necesidad de recurrir repetidamente a proveedores de servicios y autoridades reguladoras para corregir los defectos.

En este contexto de mayor participación de entidades reglamentadas por incentivos, es responsabilidad del regulador crear un entorno, proporcionar orientaciones adecuadas para el cumplimiento de la reglamentación y fomentar prácticas éticas en las entidades comerciales.

Así, los incentivos no son recompensas para cumplir con las obligaciones, sino que redundan en la creación de un entorno favorable y seguro para el cumplimiento de las normas y reglamentos (incluso animando a las entidades reglamentadas) donde las penalizaciones (consecuencias externas) no se consideran habituales.

En este contexto, las experiencias expuestas en la última sección siguiente también indican aspectos tales como la necesidad de reforzar las normas de control interno en las entidades reglamentadas y la utilización y reducción de la carga informativa de inspecciones continuas en favor del control a través de metas e indicadores, lo que también se alinea con las demandas de transparencia y rendición de cuentas, no sólo de las entidades reglamentadas, sino también de la propia autoridad de reglamentación.

De esta manera, tanto las entidades reglamentadas como la autoridad de reglamentación deben ser responsables de los resultados obtenidos y de los beneficios que se obtienen para la sociedad, en lugar de simplemente informar de las acciones y procedimientos llevados a cabo.

Se entiende que la visualización y el establecimiento comunes de un repertorio de herramientas es una tarea muy importante para la continuidad y el fortalecimiento de las acciones de respuesta, aunque no sea posible o deseable predecir un solo flujo rígido.

En primer lugar, el proceso de resolución de problemas debe estar abierto, en la medida de lo posible, a los intereses de los actores implicados, de manera que pueda dar respuesta a 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 cambios factibles.

Esto puede requerir alguna negociación con los departamentos de la empresa para evaluar los problemas y posibles soluciones, centrándose normalmente en la adopción de prácticas idóneas basadas en elementos de conocimiento de la experiencia del usuario.

En lo que respecta a los resultados, los objetivos deben estar claros para todas las partes interesadas. Esta claridad garantiza la armonización adecuada de los esfuerzos y fomenta la obtención de los resultados deseados. El objetivo de las medidas adoptadas también debe ser justo y proporcional a la respuesta prevista, y también debe ser clara la posibilidad de que sean necesarias medidas de más calado y consecuencias.

Para evaluar el éxito de las iniciativas y los resultados, es importante establecer y definir ciertos indicadores que demuestren si las intervenciones reglamentarias son capaces de aliviar las dificultades de los consumidores y responder a las inquietudes de la sociedad sobre estos temas.

Esto incluye una mayor representación de los intereses internos de la empresa (perspectivas de diversos departamentos y mejoras necesarias) y valores externos (demandas reales de los consumidores y de la sociedad) para garantizar la integridad de las acciones.

La reglamentación exige una sólida base probatoria para apoyar los requisitos que se están formulando en relación con la implementación. Por lo tanto, se recomienda disponer de indicadores cualitativos y cuantitativos que demuestren los resultados solicitados a las empresas.

Por ejemplo, las reclamaciones de los clientes indican el volumen de dificultades a que se enfrentan los consumidores y su especificidad. Debe considerarse la posibilidad de realizar inspecciones periódicas si la supervisión en curso no logra los resultados deseados.

La experiencia de Reino Unido⁵⁵ es un ejemplo perfecto de ello. Las encuestas Core Switching Tracker y Switching Experience Tracker observan ambas las tendencias generales en la utilización de servicios de TIC y de experiencias del consumidor en el cambio de un proveedor de servicio a otro. Al considerar las tendencias de cambio, pero también cómo éste se lleva a cabo, el regulador puede entender mejor los obstáculos que pueden dificultar las decisiones de los consumidores en un mercado competitivo y divergir del resultado deseado para el mercado.

En el curso de una reglamentación dinámica, pueden efectuarse ajustes a lo largo de los procesos, con ayuda de herramientas, de acuerdo con las características y la pertinencia de los problemas, la conducta y las respuestas de las entidades reglamentadas y los resultados presentados. Estos ajustes permiten resolver satisfactoriamente los problemas identificados y mejorar los servicios.

Una vez concluido el proceso de respuesta, los resultados deben difundirse y comunicarse claramente para que la sociedad pueda conocer los resultados de los esfuerzos, y los proveedores de servicios puedan comparar sus resultados con los resultados globales del sector.

Otro aspecto que cabe señalar es que los cambios culturales de los interesados pueden ser progresivos y que pueden ser necesarias varias etapas para completar y consolidar el nuevo proceso. Esto implica aumentar la conciencia y el compromiso, incluso de la alta dirección, la adquisición de aptitudes específicas por los equipos y, en última instancia, institucionalizar el modelo. En algunos casos las empresas se han dado cuenta de las ventajas y los ahorros que representa la resolución de problemas de manera receptiva, redireccionando los esfuerzos hacia el trabajo en equipo interno en lugar de intensificar los debates administrativos. Esto ha mejorado su imagen y generado ganancias para los accionistas.

En conclusión, además de la supervisión continua y el funcionamiento efectivo del cumplimiento interno de la empresa, también será necesario reflexionar sobre los instrumentos utilizados, revisar periódicamente el alcance e identificar soluciones que sigan el ritmo de los cambios tecnológicos y el comportamiento de los usuarios típicos del sector.

⁵⁵ <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0237/es>

Seguimiento y evaluación de los resultados

Es esencial realizar un seguimiento constante de los índices de satisfacción de los consumidores. A este respecto, pueden adoptarse medidas específicas e intensivas cuando los datos así lo aconsejen.

Los principios y disposiciones generales acordados constituyen prácticas idóneas que deben aplicarse coherentemente a lo largo del seguimiento continuo de las diversas problemáticas en el transcurso de los esfuerzos internos de cada empresa para estar en conformidad con la reglamentación, de manera que sirvan de base para las actuaciones reactivas, a fin de lograr el éxito inicial de las implantaciones propuestas y sostener los resultados de la adopción de herramientas de reglamentación.

Es importante señalar que debe hacerse un seguimiento de la eficacia de la herramienta de reglamentación utilizada, especialmente después de la fecha límite para la ejecución de los planes de acción presentados, utilizando el amplio conjunto de datos e informaciones de que dispone el regulador, véanse quejas de los consumidores, noticias, seguimiento de los medios sociales, inspecciones y solicitudes directas de información a las entidades reguladas.

En esta sección se exponen herramientas y mecanismos de reglamentación que han incidido positivamente en la satisfacción de los consumidores y el volumen de reclamaciones.

En la contribución⁶⁶ de Brasil se expone la aplicación práctica de un enfoque de reglamentación reactiva. Una vez identificado y delimitado el problema, la Agencia Nacional de Telecomunicaciones de Brasil (Anatel), evalúa cuál es el mecanismo adecuado para resolverlo. Se recogen y controlan diversos indicadores, como el número de quejas recibidas por Anatel como consecuencia del problema.

En Australia⁷⁷, la reglamentación relativa al consumo de telecomunicaciones es objeto de un debate público permanente, centrado en la finalidad de garantizar que siga siendo adecuada para un sector dinámico en rápida evolución, en el que participan en todo momento el Gobierno, los reguladores, el mediador del sector y las asociaciones de consumidores. Varios instrumentos están sujetos a revisiones periódicas obligatorias, como el Código de Protección del Consumidor de servicios de Telecomunicaciones, que debe someterse a una revisión independiente cada cinco años.

En algunos casos, el ministro de turno ha determinado que la información disponible aconseja la transposición de determinadas normas de los códigos sectoriales a la reglamentación directa. En los casos en que esto ha ocurrido, ha tenido generalmente una repercusión positiva. La Ministra de Comunicaciones celebró en marzo de 2023 una mesa redonda de consumidores, durante la cual varias partes interesadas se mostraron favorables a la transposición de nuevas normas a regulación directa, en respuesta a los problemas emergentes que afectan a los consumidores vulnerables.

⁶ <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0039/es>

⁷ <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0061/es>

Buenas idóneas identificadas en las contribuciones

Las contribuciones recibidas y las presentaciones realizadas en el taller⁸⁸ ponen de manifiesto la creciente necesidad de mejorar los marcos de protección de los consumidores y los identifican como una de las preocupaciones centrales de las autoridades reguladoras.

En la República Democrática del Congo⁹⁹, el marco reglamentario estipula que deben respetarse estrictamente las medidas prácticas aplicables y los métodos de tramitación de las reclamaciones, para que los procesos de tramitación de reclamaciones establecidos por los operadores de redes móviles salvaguarden los derechos de los consumidores. Algunos ejemplos de estas medidas son el formulario de quejas de consumidores disponible en el sitio web de la autoridad de reglamentación, la creación de una línea telefónica para los consumidores y la realización de encuestas periódicas sobre la calidad percibida de los clientes.

En la contribución¹⁰¹⁰ de Rwanda se indica que, para proteger a los consumidores, la autoridad nacional de reglamentación fomenta la adopción por los proveedores de servicio de prácticas idóneas garantía de la calidad de los servicios y de su valía, y hace un seguimiento por diversos medios de los temas que suscitan inquietud entre los consumidores.

Con el fin de involucrar a las asociaciones de consumidores en los procesos decisorios, la Autoridad de Reglamentación de las Telecomunicaciones/TIC de Côte d'Ivoire (ARTCI) constituyó el Comité de Consumidores en 2022 (contribución¹¹¹¹). Este Comité es un órgano consultivo que emite dictámenes, propone decisiones y formula recomendaciones al Consejo de Reglamentación de la ARTCI. Además, la ARTCI ha subrayado la importancia de crear centros de proximidad permanentes para la formación de los consumidores y la tramitación de reclamaciones.

Estos centros deben impartir actividades periódicas de formación e información y encargarse de dejar constancia de todas las averías y quejas relacionadas con el incumplimiento de las normas vigentes, comunicadas por los consumidores, para alertar a las administraciones y los reguladores.

Este modelo de colaboración y proximidad entre administraciones/reguladores y consumidores crea un ecosistema de confianza y mejora notablemente los conocimientos sobre la protección y los derechos de los consumidores.

En la contribución¹²¹² de Nigeria se abordan las interesantes oportunidades de diálogo de utilidad para proteger, informar y formar a los consumidores de telecomunicaciones a fin de garantizar que están al corriente de sus derechos y privilegios y que se consideran y resuelven sus reclamaciones. En los países en desarrollo con poblaciones multiétnicas y

⁸ <https://www.itu.int/en/ITU-D/Study-Groups/2022-2025/Pages/meetings/session-Q6-1-may23.aspx>

⁹ <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0031/es>

¹⁰ <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0155/es>

¹¹ <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0042/es>

¹² <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGO-C-0020/es>

multilingües, la existencia de diversos canales para formar a los consumidores y que éstos planteen sus quejas no puede más que redundar en beneficio del mercado de telecomunicaciones.

La contribución¹³¹³ de Kenya muestra que el regulador es reactivo a los cambios en el entorno reglamentario al haber puesto en marcha una estrategia destinada a aumentar su sensibilidad a la experiencia de los consumidores con el fin de definir mecanismos que mejoren la información, los conocimientos, las capacidades y la confianza de los consumidores en el mercado de TIC.

En la contribución¹⁴¹⁴ de Reino Unido se detalla cómo la autoridad nacional de reglamentación recaba información sobre las tendencias de cambio de servicio de los consumidores y da cuenta de ellas, sirviendo de ejemplo sobre cómo se utilizan los datos recabados para definir acciones reglamentarias y demostrando la importancia del ejercicio de recopilación de datos a la hora de identificar los indicadores del mercado correspondientes a la demanda.

La contribución¹⁵¹⁵ de Australia se centra en las normas y obligaciones relativas a los consumidores en el nivel minorista. Describe a grandes rasgos el marco reglamentario de las telecomunicaciones en Australia, la legislación principal, la legislación subsidiaria (por ejemplo, normas sectoriales o condiciones de prestación de servicios), la autorregulación (códigos sectoriales) y los instrumentos de protección de los consumidores en el ámbito económico, incluida la Ley del Consumidor vigente en Australia.

En la contribución¹⁶¹⁶ de Comoras se presenta como ejemplo de herramienta reglamentaria la creación de un observatorio digital al que la autoridad nacional de reglamentación otorga los recursos necesarios para recopilar, analizar y divulgar información de orden técnico, económico y jurídico en interés de los consumidores.

En la contribución de Brasil se muestran los resultados de los experimentos realizados con un modelo alternativo de solución de problemas reglamentarios basado en la teoría de la reglamentación reactiva. La experiencia ha demostrado que esa estrategia es eficaz a la hora de proteger los derechos de los consumidores y reducir globalmente las reclamaciones de los consumidores.

Conclusión

En conclusión, las prácticas idóneas en materia de una reglamentación adecuada para proteger los derechos de los consumidores suelen basarse en uno o varios de los siguientes principios:

a) **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 priorizar los esfuerzos e incentivar la obtención de los resultados deseados. La finalidad de las medidas adoptadas también debe adecuarse a la respuesta deseada, al igual

que debe quedar clara la posibilidad de adoptar medidas y acciones radicales en caso necesario.

b) **Apertura a las soluciones conjuntas:** el proceso de solución debe abrirse todo lo posible a los intereses de los implicados, para ofrecer una respuesta a las demandas reales de los consumidores y de la sociedad, teniendo en cuenta la visión de las empresas sobre posibles dificultades, la viabilidad de los cambios, la evaluación de problemas y sus posibles soluciones, que generalmente se centran en la adopción de prácticas idóneas basadas en elementos de experiencia de usuarios, una vez priorizados los temas y realizado un diagnóstico inicial.

c) **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. El regulador debe contar con una sólida base empírica que respalde las exigencias planteadas en relación con la aplicación de las correcciones propuestas. El regulador debe 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. Las reclamaciones, por ejemplo, indican la cantidad de dificultades de los consumidores y los puntos problemáticos. Siempre debe contemplarse la realización de inspecciones periódicas, tanto durante el diagnóstico como en la medición de las implantaciones y en la investigación o búsqueda más exhaustiva de inconformidades cuando la supervisión no arroje los resultados deseados. El seguimiento de los índices de satisfacción de los consumidores debe ser constante, y deben adoptarse medidas específicas e intensivas cuando los datos indiquen que es necesario.

d) **Buena gobernanza y conformidad de la industria:** para el éxito inicial de las implantaciones propuestas y para el mantenimiento de los resultados, las premisas y requisitos generales acordados constituyen prácticas idóneas que deben aplicarse coherentemente durante el seguimiento de la conformidad interna de cada empresa, como base para una actuación reactiva.

e) **Transparencia y divulgación de los resultados a la sociedad:** la labor realizada debe difundirse y comunicarse de forma que la sociedad pueda conocer sus resultados y los proveedores puedan también comparar los resultados de los esfuerzos realizados en el sector. Esto puede alimentar los debates reglamentarios y facilitar la participación de determinadas partes interesadas, como las asociaciones de consumidores.

f) **Diversidad y flexibilidad de las medidas que procede adoptar:** la reglamentación debe estar siempre enfocada a encontrar soluciones satisfactorias de los problemas identificados y a mejorar los servicios, lo que permite realizar ajustes a lo largo de los procesos con la ayuda de herramientas reactivas, en función de las características y la pertinencia de las cuestiones planteadas, la conducta y las respuestas de las partes reguladas y los resultados expuestos.

¹³ <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0138/>

¹⁴ <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0237/en>

¹⁵ <https://www.itu.int/md/D22-SG01.RGQ-C-0061/en>

¹⁶ <https://www.itu.int/md/D22-SG01-C-0132/en>

- g) **Facilitación de los cambios culturales en las partes interesadas:** los cambios culturales se producen progresivamente, y pueden ser necesarias varias etapas para completar y consolidar un nuevo proceso. Todo ello requiere sensibilización y compromiso, también por parte de la alta dirección, adquisición de competencias específicas por parte de los equipos y, por último, una institucionalización del modelo. Algunos casos demuestran que las empresas se han dado cuenta de los beneficios y el ahorro de costos que se obtienen al resolver los problemas de forma reactiva, orientando los esfuerzos hacia el trabajo de los equipos internos en lugar de intensificar los debates administrativos, generando en último término ganancias para la imagen corporativa y suscitando un mayor interés de los accionistas.
- h) **Evolución y mejora del seguimiento:** es necesario proseguir los estudios y debates sobre la perpetuación y continuidad de los resultados, con el fin de evitar o mitigar la pérdida de eficacia de las medidas con el paso del tiempo. Por lo tanto, además de la monitorización continua y del buen funcionamiento de la conformidad interna de las empresas, seguirá siendo necesario emprender una reflexión sobre la ampliación de los instrumentos que se utilicen, una revisión periódica del alcance y una identificación de soluciones que acompañen los cambios tecnológicos y el comportamiento de los usuarios típicos del sector.

Anexo

Es importante señalar que este producto anual también tiene en cuenta las deliberaciones y contribuciones del taller sobre tendencias de los instrumentos reglamentarios para la protección del consumidor en pro de la transformación digital. El taller ofreció a los participantes una plataforma de debate y conocimiento de prácticas idóneas para la definición de políticas y reglamentos de protección del consumidor de los mercados digital y de telecomunicaciones, sobre la base de la colaboración y la comunicación entre los reguladores y las entidades reglamentadas, considerando

las perspectivas de los distintos interesados y la utilización de medidas progresivas, proporcionales a la gravedad del incumplimiento. Tras ello se celebraron debates sobre la medida en que dichas políticas y reglamentos pueden basarse en pruebas, resultados e incentivos, fomentando la autorregulación o la corregulación para aumentar la confianza de todos los involucrados, en particular de los consumidores.

Puede encontrar más información en:

Taller temático sobre "Tendencias de los instrumentos de reglamentación para la protección del consumidor en pro de la transformación digital", celebrado el 17 de mayo de 2023: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Study-Groups/2022-2025/Pages/meetings/session-Q6-1-may23.aspx>

Informe final de la C6/1 para el periodo de estudios 2018-2021: "Información, protección y derechos del consumidor: leyes, reglamentación, fundamentos económicos, redes de consumidores": <https://www.itu.int/en/myitu/Publications/2021/07/22/12/33/Consumer-information>

Siga los trabajos de la **Cuestión 6/1 de la Comisión de Estudio 1 del UIT-D para el periodo 2022-2025**
Información, protección y derechos del consumidor

en el sitio web de la Cuestión 6/1 www.itu.int/en/ITU-D/Study-Groups/2022-2025/Pages/reference/SG1/questions/Question-6-1.aspx

Listas de correo: d22sg1q6@lists.itu.int Inscríbase aquí

Sitio web de las Comisiones de Estudio del UIT-D: www.itu.int/itu-d/sites/studygroups/

Envíe sus comentarios a devSG@itu.int Tel: +41 22 730 5999

ITU Publicaciones

Publicado en Suiza, Ginebra, 2023

Descargo general de responsabilidad: <https://www.itu.int/en/publications/Pages/Disclaimer.aspx>



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