

Naciones Unidas Directrices para la Protección del Consumidor



**CONFERENCIA DE LAS NACIONES UNIDAS SOBRE
COMERCIO Y DESARROLLO**

NACIONES UNIDAS

**DIRECTRICES PARA LA PROTECCIÓN DEL
CONSUMIDOR**



NACIONES UNIDAS
Nueva York y Ginebra, 2016

Nota

Las firmas de los documentos de las Naciones Unidas se componen de letras mayúsculas y cifras. La mención de una de estas firmas indica que se hace referencia a un documento de las Naciones Unidas.

Las opiniones expresadas en este documento son las de los autores y no reflejan necesariamente las de la Secretaría de las Naciones Unidas.

Las denominaciones empleadas en esta publicación y la forma en que aparecen presentados los datos no implican, de parte de las Naciones Unidas, juicio alguno sobre la condición jurídica de países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites.

El material contenido en esta publicación podrá citarse o reproducirse sin restricciones siempre que se indique la fuente. Un ejemplar de la publicación en que aparezca el material citado o reproducido deberá remitirse a la secretaria de la UNCTAD, Palais des Nations, 1211 Genève 10 (Suiza).

UNCTAD/DITC/CPLP/MISC/2016/1

Prefacio

Las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor son un conjunto valioso de principios que establecen las principales características que deben tener las leyes de protección del consumidor, las instituciones encargadas de aplicarlas y los sistemas de compensación para que sean eficaces. Además, las Directrices ayudan a los Estados Miembros interesados a formular y aplicar leyes, normas y reglamentos nacionales y regionales adaptados a sus circunstancias económicas, sociales y ambientales; también contribuyen a promover la cooperación internacional entre los Estados Miembros en el ámbito de la aplicación y alientan a que se compartan las experiencias en materia de protección de los consumidores.

Las directrices fueron aprobadas por la Asamblea General en su resolución 39/248, de 16 de abril de 1985, ampliadas posteriormente por el Consejo Económico y Social en su resolución 1999/7, de 26 de julio de 1999, y revisadas y aprobadas por la Asamblea General en su resolución 70/186, de 22 de diciembre de 2015.

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo promueve las Directrices y alienta a los Estados Miembros interesados a crear conciencia sobre las numerosas formas en que los Estados Miembros, las empresas y la sociedad civil pueden promover la protección del consumidor en la provisión de bienes y servicios públicos y privados.

Índice

I.	Objetivos	5
II.	Ámbito de aplicación	6
III.	Principios generales	6
IV.	Principios para unas buenas prácticas comerciales.....	8
V.	Directrices	9
VI.	Cooperación internacional	24
VII.	Mecanismo institucional internacional.....	28

Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor

I. Objetivos

1. Teniendo en cuenta los intereses y las necesidades de los consumidores de todos los Estados Miembros, y particularmente de los que están en desarrollo, reconociendo que los consumidores afrontan a menudo desequilibrios en cuanto a capacidad económica, nivel de educación y poder de negociación y teniendo en cuenta que los consumidores deben tener el derecho de acceso a productos que no sean peligrosos, así como la importancia de promover un desarrollo económico y social justo, equitativo y sostenible y la protección del medio ambiente, las presentes Directrices para la Protección del Consumidor persiguen los siguientes objetivos:

a) Ayudar a los países a lograr o mantener una protección adecuada de sus habitantes en calidad de consumidores;

b) Facilitar modalidades de producción y distribución que respondan a las necesidades y los deseos de los consumidores;

c) Alentar a quienes se ocupan de la producción de bienes y servicios y de su distribución a los consumidores a que adopten estrictas normas éticas de conducta;

d) Ayudar a los países a poner freno a las prácticas comerciales abusivas de todas las empresas, a nivel nacional e internacional, que perjudiquen a los consumidores;

e) Facilitar la creación de grupos independientes de defensa del consumidor;

f) Fomentar la cooperación internacional en la esfera de la protección del consumidor;

g) Promover el establecimiento de condiciones de mercado que den a los consumidores una mayor selección a precios más bajos;

h) Promover un consumo sostenible.

II. Ámbito de aplicación

2. Las presentes directrices se aplican a las transacciones entre empresas y consumidores, incluida la provisión de bienes y servicios a consumidores por empresas estatales. A los efectos de las presentes directrices, las políticas de protección del consumidor incluyen las leyes, reglamentos, normas, marcos, procedimientos, decisiones, mecanismos y programas de los Estados Miembros, así como las normas y recomendaciones del sector privado, que protegen los derechos e intereses de los consumidores y promueven el bienestar de estos.

3. A los efectos de las presentes directrices, el término “consumidor” hace referencia, por lo general, a una persona física, con independencia de su nacionalidad, que actúa principalmente con fines personales, familiares o domésticos, si bien se reconoce que los Estados Miembros podrán adoptar diferentes definiciones para abordar necesidades internas específicas.

III. Principios generales

4. Corresponde a los Estados Miembros formular, fortalecer o mantener una política enérgica de protección del consumidor, teniendo en cuenta las directrices que figuran más adelante y los acuerdos internacionales pertinentes. Al hacerlo, cada Estado Miembro debe establecer sus propias prioridades para la protección de los consumidores, según las circunstancias económicas, sociales y ambientales del país y las necesidades de su población y teniendo presentes los costos y los beneficios de las medidas que se propongan.

5. Las necesidades legítimas que las directrices procuran atender son las siguientes:

- a) El acceso de los consumidores a bienes y servicios esenciales;
- b) La protección de los consumidores en situación vulnerable y de desventaja;
- c) La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y su seguridad;
- d) La promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores;

e) El acceso de los consumidores a una información adecuada que les permita hacer elecciones bien fundadas conforme a los deseos y necesidades de cada cual;

f) La educación del consumidor, incluida la educación sobre las consecuencias ambientales, sociales y económicas que tienen sus elecciones;

g) La disponibilidad para el consumidor de medios efectivos de solución de controversias y de compensación;

h) La libertad de constituir grupos u otras organizaciones pertinentes de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que las afecten;

i) La promoción de modalidades de consumo sostenible;

j) Un grado de protección para los consumidores que recurran al comercio electrónico que no sea inferior al otorgado en otras formas de comercio;

k) La protección de la privacidad del consumidor y la libre circulación de información a nivel mundial.

6. Las modalidades de producción y consumo no sostenibles, particularmente en los países industriales, son la causa principal de que siga degradándose el medio ambiente mundial. Todos los Estados Miembros deben procurar fomentar modalidades de consumo sostenible; los países desarrollados deben ser los primeros en lograr modalidades de consumo sostenible, mientras que los países en desarrollo deben procurar lograrlas en su proceso de desarrollo, prestando la debida atención al principio de responsabilidad común pero diferenciada. Deberán tenerse plenamente en cuenta la situación y las necesidades especiales de los países en desarrollo en esta esfera.

7. Las políticas de fomento del consumo sostenible deben tener en cuenta como objetivos la erradicación de la pobreza, la satisfacción de las necesidades humanas básicas de todos los miembros de la sociedad y la reducción de la desigualdad, tanto dentro de los países como entre ellos.

8. Los Estados Miembros deben establecer o mantener una infraestructura adecuada que permita formular, aplicar y vigilar el

funcionamiento de las políticas de protección del consumidor. Debe prestarse especial atención a la necesidad de garantizar que las medidas de protección del consumidor se apliquen en beneficio de todos los sectores de la población, en particular de la población rural y de los pobres.

9. Todas las empresas deben acatar las leyes y reglamentos aplicables en los países en que realizan sus operaciones. Deben también acatar las normas internacionales pertinentes para la protección del consumidor que las autoridades competentes del país de que se trate hayan accedido a aplicar (en lo sucesivo, las referencias a las normas internacionales que se hagan en las directrices deben entenderse en el contexto del presente párrafo).

10. Al elaborar políticas de protección del consumidor, debe tenerse en cuenta el papel positivo que pueden desempeñar las universidades y las empresas públicas y privadas en la investigación.

IV. Principios para unas buenas prácticas comerciales

11. Los principios que establecen los parámetros de unas buenas prácticas comerciales en las actividades comerciales en línea y fuera de línea con los consumidores son los siguientes:

a) **Trato justo y equitativo.** Las empresas deben tratar de manera justa y honesta a los consumidores en todas las etapas de su relación, como parte esencial de la cultura empresarial. Las empresas deben evitar prácticas que perjudiquen a los consumidores, en particular a los consumidores en situación vulnerable y de desventaja.

b) **Conducta comercial.** Las empresas no deben someter a los consumidores a prácticas ilegales, poco éticas, discriminatorias o engañosas, como las tácticas de comercialización abusivas, el cobro abusivo de deudas u otra conducta inadecuada que pueda entrañar riesgos innecesarios o perjudicar a los consumidores. Las empresas y sus agentes autorizados deben tener debidamente en cuenta los intereses de los consumidores y la responsabilidad de respetar el objetivo de la protección del consumidor.

c) **Divulgación y transparencia.** Las empresas deben facilitar información completa, exacta y no capciosa sobre los bienes y servicios,

términos, condiciones, cargos aplicables y costo final para que los consumidores puedan tomar decisiones bien fundadas. Las empresas deben velar por que se pueda acceder fácilmente a esa información, especialmente a los términos y condiciones claves, con independencia del medio tecnológico empleado.

d) **Educación y sensibilización.** Las empresas deben elaborar, según proceda, programas y mecanismos para ayudar a los consumidores a adquirir los conocimientos y competencias necesarios para comprender los riesgos, incluidos los riesgos financieros, tomar decisiones bien fundadas y acceder a servicios competentes y profesionales de asesoramiento y asistencia, prestados preferiblemente por terceros independientes, cuando sea necesario.

e) **Protección de la privacidad.** Las empresas deben proteger la privacidad de los consumidores mediante una combinación de mecanismos adecuados de control, seguridad, transparencia y consentimiento en lo relativo a la recopilación y utilización de sus datos personales.

f) **Controversias y reclamaciones de los consumidores.** Las empresas deben 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. Las empresas deben considerar la posibilidad de adoptar las normas nacionales e internacionales relativas a procedimientos internos de reclamación, servicios alternativos de solución de controversias y códigos sobre satisfacción de los clientes.

V. Directrices

12. Las siguientes directrices serán aplicables tanto a los bienes y servicios producidos en el país como a los importados.

13. Al aplicar cualesquiera procedimientos o reglamentos para la protección del consumidor, deberá velarse por que no se conviertan en barreras para el comercio internacional y sean compatibles con las obligaciones de ese comercio.

A. Políticas nacionales para la protección del consumidor

14. Los Estados Miembros deben establecer políticas de protección del consumidor que fomenten:

a) Buenas prácticas comerciales.

b) Información clara y oportuna para que los consumidores puedan ponerse en contacto fácilmente con las empresas y para que las autoridades de regulación y aplicación de la ley puedan identificarlas y localizarlas. Esta información puede incluir datos como la identidad de la empresa, su denominación jurídica y el nombre con el que opera, su domicilio principal, sitio web y dirección de correo electrónico u otros medios de contacto, su número de teléfono y sus números de licencia o registro gubernamental.

c) Información clara y oportuna sobre los bienes o servicios ofrecidos por las empresas y los términos y condiciones de la transacción de que se trate.

d) Términos contractuales claros, concisos y fáciles de entender que no sean injustos.

e) Un proceso transparente para la confirmación, anulación, devolución y reembolso de las transacciones.

f) Mecanismos de pago seguro.

g) Mecanismos justos, asequibles y rápidos de solución de controversias y de compensación.

h) Privacidad de los consumidores y seguridad de los datos.

i) Educación de los consumidores y las empresas.

15. Los Estados Miembros deben esforzarse por que los organismos de protección de los consumidores dispongan de los recursos humanos y financieros necesarios para promover el cumplimiento efectivo y para obtener o facilitar compensaciones para los consumidores en los casos pertinentes.

B. Seguridad física

16. Los Estados Miembros deben adoptar o fomentar la adopción de medidas apropiadas, incluidos sistemas jurídicos, reglamentaciones de seguridad, normas nacionales o internacionales, normas voluntarias y el mantenimiento de registros de seguridad, para garantizar que los productos

sean inocuos para el uso al que se destinan o para el normalmente previsible.

17. Se deben adoptar políticas adecuadas para garantizar que los bienes producidos por los fabricantes sean inocuos para el uso al que se destinan o para el normalmente previsible. Los responsables de introducir los bienes en el mercado, en particular los proveedores, exportadores, importadores, minoristas y similares (en lo sucesivo denominados “distribuidores”), deben velar por que, mientras están a su cuidado, esos bienes no pierdan su inocuidad debido a una manipulación o un almacenamiento inadecuados. Se debe facilitar a los consumidores instrucciones sobre el uso adecuado de los bienes e información sobre los riesgos que entraña el uso al que se destinan o el normalmente previsible. Dentro de lo posible, la información de vital importancia sobre seguridad debe comunicarse a los consumidores mediante símbolos comprensibles internacionalmente.

18. Se deben adoptar políticas adecuadas para que los fabricantes o distribuidores notifiquen sin demora a las autoridades competentes y, según proceda, al público la existencia de peligros no previstos de los que se hayan percatado con posterioridad a la introducción de los productos en el mercado. Los Estados Miembros también deben estudiar métodos para garantizar que los consumidores estén debidamente informados sobre esos peligros.

19. Los Estados Miembros deben adoptar, cuando proceda, políticas en virtud de las cuales, si se descubre que un producto adolece de un defecto grave o constituye un peligro considerable aun cuando se utilice en forma adecuada, los fabricantes o distribuidores deban retirarlo y reemplazarlo o modificarlo, o sustituirlo por otro producto; si no es posible hacerlo en un plazo prudencial, debe darse al consumidor una compensación adecuada.

C. Promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores

20. Los Estados Miembros deben tratar de que los consumidores obtengan el máximo beneficio de sus recursos económicos. También deben tratar de alcanzar las metas consistentes en el establecimiento de normas de producción y funcionamiento satisfactorias, métodos de distribución adecuados, prácticas comerciales leales, comercialización informativa y protección efectiva contra las prácticas que puedan

perjudicar los intereses económicos de los consumidores y la posibilidad de elegir en el mercado.

21. Los Estados Miembros deben intensificar sus esfuerzos para impedir el empleo de prácticas que perjudiquen los intereses económicos de los consumidores, garantizando que los fabricantes, los distribuidores y cuantos participan en la provisión de bienes y servicios cumplan las leyes y las normas obligatorias vigentes. Se debe alentar a las organizaciones de consumidores a que vigilen prácticas perjudiciales como la adulteración de alimentos, la comercialización basada en afirmaciones falsas o capciosas y los fraudes en la prestación de servicios.

22. Los Estados Miembros deben elaborar, reforzar o mantener, según proceda, medidas relativas al control de las prácticas comerciales restrictivas y otras de tipo abusivo que puedan perjudicar a los consumidores, así como medios para hacer efectivas esas medidas. Al respecto, los Estados Miembros deben guiarse por su adhesión al Conjunto de Principios y Normas Equitativos Convenidos Multilateralmente para el Control de las Prácticas Comerciales Restrictivas, aprobado por la Asamblea General en su resolución 35/63, de 5 de diciembre de 1980.

23. Los Estados Miembros deben adoptar o mantener políticas que especifiquen que incumbe al fabricante asegurar que los bienes satisfagan requisitos razonables de durabilidad, utilidad y fiabilidad y sean aptos para el fin al que se destinan, y que incumbe al vendedor velar por que esos requisitos se cumplan. Deben aplicarse políticas similares a la prestación de servicios.

24. Los Estados Miembros deben alentar la competencia leal y efectiva a fin de que los consumidores tengan la posibilidad de elegir productos y servicios dentro del mayor surtido y a los precios más bajos. Los Estados Miembros deben velar por que sus políticas de protección del consumidor no se empleen para proteger a las empresas nacionales frente a la competencia o se apliquen de manera desleal.

25. Los Estados Miembros deben velar, cuando proceda, por que los fabricantes o minoristas aseguren la disponibilidad adecuada de un servicio confiable posterior a la venta y de piezas de repuesto.

26. Los consumidores deben gozar de protección contra abusos contractuales como el uso de contratos uniformes que favorecen a una

de las partes, la no inclusión de derechos esenciales en los contratos y la imposición de condiciones excesivamente estrictas para la concesión de créditos por parte de los vendedores.

27. Las prácticas de promoción empleadas en la comercialización y la venta deben basarse en el principio del trato justo de los consumidores y deben satisfacer los requisitos jurídicos vigentes. Ello requiere que se suministre la información necesaria para que los consumidores puedan tomar decisiones bien fundadas e independientes, y que se adopten medidas para garantizar la exactitud de la información suministrada.

28. Los Estados Miembros deben alentar a todas las partes interesadas a difundir libremente información exacta sobre todos los aspectos de los productos de consumo.

29. Debe procurarse que los consumidores tengan acceso a información inequívoca sobre los efectos de los productos y los servicios en el medio ambiente, recurriendo a medios como la elaboración de perfiles de los productos, la presentación de informes ambientales por la industria, el establecimiento de centros de información para los consumidores, la ejecución de programas voluntarios y transparentes de etiquetado ecológico y los servicios de consulta telefónica directa sobre los productos.

30. Los Estados Miembros, en estrecha colaboración con los fabricantes, los distribuidores y las organizaciones de consumidores, deben adoptar medidas contra la información o las afirmaciones capciosas en relación con el medio ambiente en las actividades de publicidad y otras actividades de comercialización. Debe fomentarse la elaboración de normas y códigos de publicidad adecuados para reglamentar y verificar las afirmaciones que se hacen en relación con el medio ambiente.

31. Los Estados Miembros deben promover, en el ámbito nacional, la formulación y aplicación por las empresas, en cooperación con las organizaciones de consumidores, de códigos de comercialización y otras prácticas comerciales para asegurar una adecuada protección del consumidor. También pueden concertarse acuerdos voluntarios conjuntos por parte de las empresas, las organizaciones de consumidores y otras partes interesadas. Estos códigos deben recibir una publicidad adecuada.

32. Los Estados Miembros deben examinar periódicamente las normas jurídicas sobre pesos y medidas y evaluar la eficacia de sus mecanismos de aplicación.

D. Normas para la seguridad y calidad de los servicios y bienes de consumo

33. Los Estados Miembros deben, según proceda, formular o promover la formulación y aplicación, en los planos nacional e internacional, de normas, voluntarias o de otra índole, de seguridad y calidad de los bienes y servicios, y dar a dichas normas la publicidad apropiada. Las normas y reglamentaciones nacionales relativas a la seguridad y calidad de los productos deben examinarse de tanto en tanto para cerciorarse de que, en lo posible, se ajusten a normas internacionales de aceptación general.

34. Cuando, debido a las condiciones económicas locales, se aplique una norma de nivel inferior a la norma internacional de aceptación general, deberán hacerse todos los esfuerzos necesarios para elevar dicho nivel lo antes posible.

35. Los Estados Miembros deben fomentar y garantizar la disponibilidad de servicios para comprobar y certificar la seguridad, la calidad y el buen funcionamiento de los servicios y bienes de consumo esenciales.

E. Sistemas de distribución de servicios y bienes de consumo esenciales

36. Los Estados Miembros deben examinar, cuando proceda, la posibilidad de:

a) Adoptar o mantener políticas para asegurar la distribución eficiente de bienes y servicios a los consumidores; cuando proceda, deberán estudiarse políticas específicas para asegurar la distribución de bienes y servicios esenciales cuando dicha distribución se vea amenazada, como podría ocurrir, sobre todo, en las zonas rurales. Tales políticas podrían incluir la prestación de asistencia para la creación de instalaciones apropiadas de almacenamiento y venta al por menor en los centros rurales, incentivos para el autovalimiento del consumidor y un mejor control de las condiciones en que se suministran los bienes y servicios esenciales en las zonas rurales.

b) Fomentar la creación de cooperativas de consumidores y las actividades comerciales afines, así como el suministro de información al respecto, especialmente en las zonas rurales.

F. Solución de controversias y compensación

37. Los Estados Miembros deben alentar el establecimiento de mecanismos justos, efectivos, transparentes e imparciales para atender las reclamaciones de los consumidores, por medios administrativos, judiciales y alternativos de solución de controversias, incluidos los casos transfronterizos. Los Estados Miembros deben establecer o mantener medidas legales o administrativas para permitir que los consumidores o, en su caso, las organizaciones competentes obtengan compensación mediante procedimientos oficiales o extraoficiales que sean rápidos, justos, transparentes, poco costosos y accesibles. Tales procedimientos deben tener especialmente en cuenta las necesidades de los consumidores en situación vulnerable y de desventaja. Los Estados Miembros deben facilitar a los consumidores el acceso a vías de recurso que no supongan costos o demoras ni impongan cargas excesivas para el valor económico en juego y que, al mismo tiempo, no impongan cargas excesivas o indebidas a la sociedad y las empresas.

38. Los Estados Miembros deben alentar a todas las empresas a solucionar las controversias con los consumidores de forma rápida, justa, transparente, poco costosa, accesible y exenta de formalidades y a crear mecanismos voluntarios, como servicios de asesoramiento y procedimientos extraoficiales para presentar reclamaciones, que puedan servir de ayuda a los consumidores.

39. Se debe facilitar a los consumidores información sobre los procedimientos vigentes para obtener compensación y solucionar controversias. Se debe mejorar el acceso a los mecanismos de solución de controversias y de compensación, incluidos los medios alternativos de solución de controversias, en particular en las controversias transfronterizas.

40. Los Estados Miembros deben velar por que los procedimientos de solución colectivos sean rápidos, transparentes, justos, poco costosos y accesibles tanto para los consumidores como para las empresas, incluidos los relativos a los casos de sobreendeudamiento y quiebra.

41. Los Estados Miembros deben cooperar con las empresas y los grupos de consumidores a fin de que los consumidores y las empresas conozcan mejor cómo evitar las controversias, cuáles son los mecanismos de solución de controversias y de compensación de que disponen los consumidores y dónde pueden presentar reclamaciones los consumidores.

G. Programas de educación e información

42. Los Estados Miembros deben formular o estimular la formulación de programas generales de educación e información del consumidor, incluida la información sobre los efectos en el medio ambiente de las decisiones y el comportamiento de los consumidores y las consecuencias, incluidos costos y beneficios, que pueda tener la modificación de las modalidades de consumo, teniendo en cuenta las tradiciones culturales de las personas de que se trate. El objetivo de tales programas debe consistir en capacitar a los consumidores para que sepan discernir, puedan hacer elecciones bien fundadas de bienes y servicios y tengan conciencia de sus derechos y obligaciones. Al formular dichos programas, debe prestarse especial atención a las necesidades de los consumidores en situación vulnerable y de desventaja, tanto en las zonas rurales como urbanas, incluidos los consumidores de bajos ingresos y los que sean casi o totalmente analfabetos. Los grupos de consumidores, las empresas y otras organizaciones pertinentes de la sociedad civil deben participar en esa labor de educación.

43. La educación del consumidor debe, cuando proceda, formar parte integrante del plan de estudios básico del sistema educativo, de preferencia como componente de asignaturas ya existentes.

44. Los programas de educación e información del consumidor deben abarcar aspectos importantes de la protección del consumidor, como los siguientes:

a) Salud, nutrición, prevención de las enfermedades transmitidas por los alimentos y adulteración de los alimentos;

b) Peligros de los productos;

c) Etiquetado de productos;

d) Legislación pertinente, formas de acceder a los mecanismos para la solución de controversias y de obtener compensación, y organismos y organizaciones de protección del consumidor;

e) Información sobre pesos y medidas, precios, calidad, condiciones para la concesión de créditos y disponibilidad de artículos de primera necesidad;

f) Protección del medio ambiente;

- g) Comercio electrónico;
- h) Servicios financieros;
- i) Utilización eficiente de materiales, energía y agua.

45. Los Estados Miembros deben alentar a las organizaciones de consumidores y a otros grupos interesados, incluidos los medios de comunicación, a que pongan en práctica programas de educación e información, entre otras cosas sobre los efectos de las modalidades de consumo en el medio ambiente y las consecuencias, incluidos costos y beneficios, que pueda tener la modificación de esas modalidades, particularmente en beneficio de los grupos de consumidores de bajos ingresos de las zonas rurales y urbanas.

46. Las empresas deben, cuando proceda, organizar programas objetivos y pertinentes de educación e información del consumidor, o participar en ellos.

47. Teniendo en cuenta la necesidad de llegar a los consumidores rurales y a los consumidores analfabetos, los Estados Miembros deben, cuando proceda, formular o alentar la formulación de programas de información del consumidor destinados a los medios de comunicación, o a otros canales de difusión que lleguen a esos consumidores.

48. Los Estados Miembros deben organizar o alentar la organización de programas de formación para educadores, profesionales de los medios de comunicación y consejeros del consumidor, que les permitan participar en la ejecución de los programas de información y educación del consumidor.

H. Promoción del consumo sostenible

49. Se entiende por consumo sostenible la satisfacción de las necesidades de bienes y servicios de las generaciones presentes y futuras en formas que sean sostenibles desde el punto de vista económico, social y ambiental.

50. La responsabilidad del consumo sostenible la comparten todos los miembros y organizaciones de la sociedad; los consumidores informados, los Estados Miembros, las empresas, los sindicatos y las organizaciones ambientales y de consumidores desempeñan funciones particularmente importantes a ese respecto. Corresponde a los consumidores informados la función esencial de promover modalidades de consumo que sean

sostenibles desde el punto de vista económico, social y ambiental, en particular influyendo en los productores con sus decisiones. Los Estados Miembros deben promover la formulación y aplicación de políticas de consumo sostenible y la integración de esas políticas con otras políticas públicas. Las políticas de los Estados Miembros deben formularse en consulta con las empresas, las organizaciones ambientales y de consumidores y otros grupos interesados. Incumbe a las empresas la responsabilidad de promover el consumo sostenible a través del diseño, la producción y la distribución de bienes y servicios. Las organizaciones ambientales y de consumidores tienen la responsabilidad de promover la participación y el debate públicos en lo que respecta al consumo sostenible, informar a los consumidores y trabajar con los Estados Miembros y las empresas con miras a promover modalidades de consumo sostenible.

51. Los Estados Miembros, en asociación con las empresas y las organizaciones pertinentes de la sociedad civil, deben formular y aplicar estrategias que promuevan el consumo sostenible mediante una combinación de políticas que podrían incluir medios como reglamentos; instrumentos económicos y sociales; políticas sectoriales en ámbitos como el uso de la tierra, el transporte, la energía y la vivienda; programas de información para sensibilizar al público sobre las repercusiones de las modalidades de consumo; la eliminación de subvenciones que contribuyan a fomentar modalidades de consumo y producción no sostenibles; y la promoción de mejores prácticas de ordenación del medio ambiente específicas para el sector.

52. Los Estados Miembros deben promover el diseño, la elaboración y la utilización de productos y servicios que ahorren energía y recursos y sean inocuos, teniendo en cuenta las repercusiones que puedan tener durante todo su ciclo de vida. Los Estados Miembros deben promover programas de reciclaje que alienten a los consumidores a reciclar los desechos y a comprar productos reciclados.

53. Los Estados Miembros deben promover la formulación y aplicación de normas nacionales e internacionales sobre salud y seguridad ambiental para productos y servicios, que no deben dar lugar a restricciones comerciales encubiertas.

54. Los Estados Miembros deben alentar la realización de evaluaciones independientes de los efectos de los productos en el medio ambiente.

55. Los Estados Miembros deben controlar de forma segura el uso de sustancias perjudiciales para el medio ambiente y alentar el desarrollo de sucedáneos ambientalmente racionales de esas sustancias. Las nuevas sustancias potencialmente peligrosas deben someterse a evaluaciones científicas antes de ser distribuidas, con objeto de determinar sus efectos a largo plazo en el medio ambiente.

56. Los Estados Miembros deben sensibilizar al público acerca de los beneficios para la salud de las modalidades de consumo y producción sostenibles, teniendo en cuenta tanto los efectos directos en la salud de cada persona como los efectos colectivos de la protección del medio ambiente.

57. Los Estados Miembros, en asociación con el sector privado y otras organizaciones pertinentes, deben alentar la modificación de las modalidades de consumo no sostenibles mediante el desarrollo y la utilización de nuevos productos y servicios ambientalmente racionales y nuevas tecnologías, incluidas las tecnologías de la información y las comunicaciones, que puedan satisfacer las necesidades de los consumidores y contribuir a la vez a reducir la contaminación y el agotamiento de los recursos naturales.

58. Se alienta a los Estados Miembros a que creen mecanismos reguladores eficaces para proteger a los consumidores que abarquen los diversos aspectos del consumo sostenible, o a que fortalezcan los mecanismos existentes.

59. Los Estados Miembros deben considerar la posibilidad de usar diversos instrumentos económicos, como instrumentos fiscales y la internalización de los costos ambientales, para promover el consumo sostenible, teniendo en cuenta las necesidades sociales y la necesidad de desalentar las prácticas no sostenibles e incentivar prácticas más sostenibles, evitando al mismo tiempo que perjudiquen el acceso a los mercados, en particular de los países en desarrollo.

60. Los Estados Miembros, en cooperación con las empresas y otros grupos pertinentes, deben elaborar indicadores, metodologías y bases de datos para medir los progresos realizados en pro del consumo sostenible en todos los planos. Esa información deberá ponerse a disposición del público.

61. Los Estados Miembros y los organismos internacionales deben tomar la iniciativa de introducir prácticas sostenibles en su propio funcionamiento, en particular en sus políticas de adquisiciones. Las adquisiciones de los Estados Miembros deben alentar, cuando proceda, la elaboración y el uso de productos y servicios ambientalmente racionales.

62. Los Estados Miembros y otras organizaciones pertinentes deben promover las investigaciones relativas al comportamiento del consumidor y los daños ambientales conexos a fin de determinar formas de lograr modalidades de consumo más sostenibles.

I. Comercio electrónico

63. Los Estados Miembros deben esforzarse por fomentar la confianza de los consumidores en el comercio electrónico, mediante la formulación constante de políticas de protección del consumidor transparentes y eficaces, que garanticen un grado de protección que no sea inferior al otorgado en otras formas de comercio.

64. Los Estados Miembros deben, cuando proceda, examinar las políticas de protección del consumidor en vigor para dar cabida a las características especiales del comercio electrónico y garantizar que los consumidores y las empresas estén informados y sean conscientes de sus derechos y obligaciones en el mercado digital.

65. Los Estados Miembros podrían tal vez examinar las directrices y normas internacionales pertinentes sobre el comercio electrónico y sus correspondientes revisiones y, en su caso, adaptar esas directrices y normas a sus circunstancias económicas, sociales y ambientales, para que puedan acatarlas, y colaborar con otros Estados Miembros en su aplicación a través de las fronteras. Al hacerlo, los Estados Miembros podrían tal vez estudiar las Directrices para la Protección de los Consumidores en el Contexto del Comercio Electrónico de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos.

J. Servicios financieros

66. Los Estados Miembros deben, según proceda, establecer o fomentar:

a) Políticas para la regulación y la aplicación efectiva de las normas en el ámbito de la protección del consumidor de servicios financieros.

b) Órganos de supervisión con la autoridad y los recursos necesarios para llevar a cabo su misión.

c) Controles y mecanismos de seguros adecuados para proteger los activos de los consumidores, incluidos los depósitos.

d) Mejores estrategias de educación financiera que promuevan la adquisición de conocimientos financieros básicos.

e) Un trato justo y una divulgación adecuada de la información, velando por que las instituciones financieras también se hagan responsables y rindan cuentas de los actos de sus agentes autorizados. Los proveedores de servicios financieros deben disponer de políticas por escrito sobre conflictos de intereses, para ayudar a detectarlos cuando aparecen. Cuando se plantee la posibilidad de un conflicto de intereses entre el proveedor y un tercero, se debe comunicar esta información al consumidor, a fin de evitar posibles perjuicios a los consumidores a raíz de esa situación.

f) La actuación responsable de los proveedores de servicios financieros y sus agentes autorizados, en particular en lo que respecta a la concesión responsable de préstamos y la venta de productos que se ajusten a las necesidades y los medios del consumidor.

g) Controles apropiados para proteger los datos financieros del consumidor contra el fraude y el abuso, entre otros.

h) Un marco normativo que promueva la eficiencia en función de los costos y la transparencia de las remesas, a fin de que los consumidores dispongan de información clara sobre el precio y el envío de los fondos que se han de transferir, los tipos de cambio, los cargos y otros costos ligados a las transferencias de dinero, así como la reparación correspondiente si esas operaciones no se completan.

67. Los Estados Miembros deben adoptar medidas para reforzar e integrar las políticas de los consumidores relativas a la inclusión financiera, la educación financiera y la protección de los consumidores en cuanto al acceso y la utilización de servicios financieros.

68. Los Estados Miembros podrían tal vez examinar las directrices y normas internacionales pertinentes sobre servicios financieros y sus correspondientes revisiones y, en su caso, adaptar esas directrices y normas a sus circunstancias económicas, sociales y ambientales, para

que puedan acatarlas, y colaborar con otros Estados Miembros en su aplicación a través de las fronteras. Al hacerlo, los Estados Miembros podrían tal vez estudiar los Principios de Alto Nivel relativos a la Protección del Consumidor de Servicios Financieros de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos y el Grupo de los 20, así como los Principios para la Inclusión Financiera Innovadora del Grupo de los 20 y las Buenas Prácticas para la Protección al Consumidor Financiero del Banco Mundial.

K. Medidas relativas a ámbitos específicos

69. Al promover los intereses del consumidor, particularmente en los países en desarrollo, los Estados Miembros deben, cuando proceda, dar prioridad a los ámbitos de interés esencial para la salud del consumidor, como los alimentos, el agua, los productos farmacéuticos, la energía y los servicios públicos, así como abordar los aspectos específicos de turismo. Deben adoptarse o mantenerse políticas para asegurar el control de calidad de los productos, medios de distribución adecuados y seguros, sistemas internacionales normalizados de etiquetado e información, y programas de educación e investigación en estos ámbitos. Las directrices de los Estados Miembros en lo que respecta a ámbitos específicos deberán formularse en el contexto de las disposiciones del presente documento.

70. **Alimentos.** Al formular políticas y planes nacionales relativos a los alimentos, los Estados Miembros deben tener en cuenta la necesidad de seguridad alimentaria de todos los consumidores y apoyar y, en la medida de lo posible, adoptar las normas del Codex Alimentarius de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura y la Organización Mundial de la Salud o, en su defecto, otras normas alimentarias internacionales de aceptación general. Los Estados Miembros deben mantener, formular o mejorar las medidas de seguridad alimentaria, incluidos, entre otros, los criterios de seguridad, las normas alimentarias y los requisitos nutricionales y los mecanismos efectivos de vigilancia, inspección y evaluación.

71. Los Estados Miembros deben promover políticas y prácticas agrícolas sostenibles, la conservación de la diversidad biológica y la protección del suelo y el agua, teniendo en cuenta los conocimientos tradicionales.

72. **Agua.** En el marco de los objetivos y propósitos enunciados para el Decenio Internacional del Agua Potable y del Saneamiento Ambiental,

los Estados Miembros deben formular, mantener o fortalecer políticas nacionales para mejorar el abastecimiento, la distribución y la calidad del agua potable. Debe prestarse la debida atención a la elección de los niveles apropiados de servicio, calidad y tecnología, la necesidad de contar con programas de educación y la importancia de la participación de la comunidad.

73. Los Estados Miembros deben atribuir un alto grado de prioridad a la formulación y aplicación de políticas y programas relacionados con los usos múltiples del agua, teniendo en cuenta que el agua es muy importante para el desarrollo sostenible en general y que es un recurso finito.

74. **Productos farmacéuticos.** Los Estados Miembros deben elaborar o mantener normas y disposiciones adecuadas y sistemas de reglamentación apropiados para garantizar la calidad y el uso adecuado de los productos farmacéuticos mediante políticas nacionales integradas en materia de medicamentos, que pueden abarcar, entre otras cosas, la adquisición, la distribución, la producción, los mecanismos de concesión de licencias, los sistemas de registro y la disponibilidad de información fidedigna sobre los productos farmacéuticos. Al hacerlo, los Estados Miembros deben tener especialmente en cuenta la labor y las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud relativas a los productos farmacéuticos. Para determinados productos, debe alentarse el uso del Sistema de Certificación de la Calidad de los Productos Farmacéuticos Objeto de Comercio Internacional de esa organización, así como otros sistemas internacionales de información sobre productos farmacéuticos. Se deben adoptar también, según proceda, medidas para fomentar el uso de los medicamentos con sus denominaciones comunes internacionales, aprovechando la labor realizada por la Organización Mundial de la Salud.

75. Además de los ámbitos prioritarios indicados, los Estados Miembros deben adoptar las medidas que procedan en otras esferas, como los plaguicidas y las sustancias químicas, en relación, en su caso, con su uso, producción y almacenamiento, teniendo en cuenta la información pertinente en materia de salud y medio ambiente que los Estados Miembros pueden exigir que los fabricantes proporcionen e incluyan en el etiquetado de los productos.

76. **Energía.** Los Estados Miembros deben promover el acceso universal a la energía no contaminante y formular, mantener o reforzar políticas nacionales para mejorar el suministro, la distribución y la calidad de energía que sea asequible a los consumidores en función de su

situación económica. Debe prestarse atención a la elección de los niveles apropiados de servicio, calidad y tecnología, la supervisión regulatoria, la necesidad de contar con programas de sensibilización y la importancia de la participación de la comunidad.

77. Servicios públicos. Los Estados Miembros deben promover el acceso universal a los servicios públicos y formular, mantener o reforzar políticas nacionales para mejorar las normas y leyes relativas a la prestación de servicios, la información del consumidor, los depósitos de garantía y el pago por anticipado del servicio, los recargos por demora en el pago, la cesación y el restablecimiento de un servicio, el establecimiento de planes de pago, y la solución de controversias entre los consumidores y los proveedores de servicios públicos, teniendo en cuenta las necesidades de los consumidores en situación vulnerable y de desventaja.

78. Turismo. Los Estados Miembros deben velar por que sus políticas de protección del consumidor sean adecuadas para abordar la comercialización y la provisión de bienes y servicios relacionados con el turismo, en particular los viajes, el alojamiento y los sistemas de tiempo compartido. Los Estados Miembros deben, en concreto, abordar los problemas transfronterizos que plantea esa actividad, como la cooperación con miras al cumplimiento y el intercambio de información con otros Estados Miembros, y también deben cooperar con las partes interesadas pertinentes en el sector del turismo.

VI. Cooperación internacional

79. Los Estados Miembros deben, especialmente en un contexto regional o subregional:

a) Establecer, examinar, mantener o reforzar, según proceda, mecanismos para el intercambio de información relativa a políticas y medidas nacionales en la esfera de la protección del consumidor.

b) Cooperar o alentar la cooperación en la aplicación de las políticas de protección del consumidor para conseguir mejores resultados en el marco de los recursos existentes. Como ejemplos de ese tipo de cooperación podrían citarse la colaboración en el establecimiento o la utilización conjunta de instalaciones de ensayo, procedimientos comunes de ensayo, intercambio de programas de educación e información del

consumidor, programas conjuntos de capacitación y preparación conjunta de reglamentaciones.

c) Cooperar para mejorar las condiciones en que los productos esenciales se ofrecen a los consumidores, prestando la debida atención a los precios y a la calidad. Entre las formas que podría revestir esa cooperación figuran la adquisición conjunta de productos esenciales, el intercambio de información sobre las distintas posibilidades de adquisición y la adopción de acuerdos sobre especificaciones regionales para los productos.

80. Los Estados Miembros deben desarrollar o estrechar los vínculos de información en relación con los productos que han sido prohibidos, retirados o sometidos a restricciones rigurosas, a fin de que los países importadores puedan tomar precauciones adecuadas contra los efectos nocivos de esos productos.

81. Los Estados Miembros deben velar por que la calidad de los productos y la información relativa a los productos no varíe de un país a otro de manera que pueda tener efectos perjudiciales para los consumidores.

82. Los Estados Miembros deben mejorar su capacidad de cooperación para combatir las prácticas comerciales transfronterizas fraudulentas y engañosas, pues ello contribuye a salvaguardar un importante interés público, habida cuenta de que la decisión de cooperar en investigaciones o casos determinados con arreglo a las presentes directrices corresponde al organismo de protección del consumidor a quien se solicita esa cooperación.

83. Los organismos de los Estados Miembros encargados de hacer efectiva la protección del consumidor deben coordinar las actividades de investigación y de aplicación de la ley para evitar injerencias en las actividades similares que lleven a cabo los organismos encargados de hacer efectiva dicha protección en otras jurisdicciones.

84. Los organismos de los Estados Miembros encargados de hacer efectiva la protección del consumidor deben hacer todo lo posible por resolver las divergencias que puedan surgir en relación con la cooperación.

85. Los Estados Miembros y sus organismos encargados de hacer efectiva la protección del consumidor deben aprovechar las redes

internacionales existentes y concertar arreglos bilaterales y multilaterales pertinentes y otras iniciativas para aplicar las presentes directrices.

86. Los Estados Miembros deben permitir que sus organismos de formulación de políticas de protección del consumidor, en consulta con los organismos encargados de hacer efectiva esa protección, asuman un papel destacado en la elaboración del marco para combatir las prácticas comerciales fraudulentas y engañosas mencionadas en las presentes directrices.

87. Se invita a los Estados Miembros a designar un organismo encargado de hacer efectiva la protección del consumidor, o un organismo de formulación de políticas de protección del consumidor, para que actúe como punto de contacto que facilite la cooperación en el marco de las presentes directrices. Esas designaciones tienen por objeto complementar, y no sustituir, otros medios de cooperación. Tales designaciones deben notificarse al Secretario General.

88. Los Estados Miembros deben conferir a sus organismos encargados de hacer efectiva la protección del consumidor atribuciones para investigar, seguir de cerca, obtener y, cuando proceda, compartir información y pruebas pertinentes, particularmente en lo relativo a prácticas comerciales transfronterizas fraudulentas y engañosas que afecten a los consumidores. Esas atribuciones deben extenderse a la cooperación con organismos extranjeros encargados de hacer efectiva la protección del consumidor y otros homólogos pertinentes en el extranjero.

89. Los Estados Miembros deben considerar la posibilidad de participar en arreglos multilaterales y bilaterales para mejorar la cooperación interinstitucional y judicial internacional en la recuperación de activos extranjeros y la ejecución de las decisiones en los casos transfronterizos.

90. Los Estados Miembros podrían tal vez examinar las directrices y normas internacionales pertinentes para la protección de los consumidores de prácticas comerciales transfronterizas fraudulentas y engañosas cuando estudien las atribuciones jurídicas que han de conferir a sus organismos encargados de hacer efectiva la protección del consumidor y, en su caso, adaptar esas directrices y normas a sus circunstancias. Al hacerlo, los Estados Miembros podrían tal vez estudiar las Directrices para la Protección de los Consumidores de Prácticas Comerciales

Transfronterizas Fraudulentas y Engañosas de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos.

91. A fin de promover el consumo sostenible, los Estados Miembros, los organismos internacionales y las empresas deben colaborar en el desarrollo, la transferencia y la difusión de tecnologías ambientalmente racionales, en particular mediante apoyo financiero prestado por los países desarrollados con ese fin, y establecer mecanismos nuevos e innovadores para financiar la transferencia de esas tecnologías entre todos los países, en particular hacia los países en desarrollo y los países con economías en transición y entre esos países.

92. Los Estados Miembros y las organizaciones internacionales deben, cuando proceda, promover y facilitar la creación de capacidad en la esfera del consumo sostenible, sobre todo en los países en desarrollo y los países con economías en transición. En particular, los Estados Miembros deben facilitar también la cooperación entre los grupos de consumidores y otras organizaciones pertinentes de la sociedad civil, con miras a fomentar la capacidad en esa esfera.

93. Los Estados Miembros y los órganos internacionales deben, cuando proceda, promover programas de educación e información del consumidor.

94. Los Estados Miembros deben esforzarse por que las políticas y medidas de protección del consumidor se apliquen de manera que no se conviertan en barreras para el comercio internacional y sean compatibles con las obligaciones de ese comercio.

VII. Mecanismo institucional internacional

A. Acuerdos institucionales

95. Un grupo intergubernamental de expertos en derecho y política de protección del consumidor, que desempeñará sus funciones en el marco de una comisión existente de la Junta de Comercio y Desarrollo de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, actuará como mecanismo institucional.

96. Los Estados Miembros deben adoptar medidas apropiadas a nivel nacional o regional para aplicar las presentes directrices.

B. Funciones del grupo intergubernamental de expertos en derecho y política de protección del consumidor

97. El grupo intergubernamental de expertos en derecho y política de protección del consumidor tendrá las siguientes funciones:

a) Servir de foro anual y tomar disposiciones para la celebración de consultas multilaterales, debates e intercambios de opiniones entre los Estados Miembros sobre los asuntos relacionados con las directrices, en particular su aplicación y las experiencias derivadas de dicha aplicación.

b) Realizar estudios e investigaciones periódicamente sobre cuestiones relacionadas con la protección del consumidor en relación con las directrices, sobre la base del consenso y los intereses de los Estados Miembros, y difundirlos con miras a incrementar el intercambio de experiencias y mejorar la eficacia de las directrices.

c) Llevar a cabo exámenes voluntarios entre homólogos de las políticas nacionales de protección del consumidor de los Estados Miembros que aplican las autoridades de protección del consumidor.

d) Reunir y difundir información sobre cuestiones relacionadas con la consecución general de las metas de las directrices y las medidas pertinentes adoptadas por los Estados Miembros a nivel nacional o regional para promover una aplicación eficaz de sus objetivos y principios.

e) Prestar asistencia técnica y crear capacidad en los países en desarrollo y en economías en transición para la formulación y aplicación de políticas y leyes de protección del consumidor.

f) Examinar los estudios, la documentación y los informes pertinentes de las organizaciones competentes del sistema de las Naciones Unidas y otras organizaciones y redes internacionales, intercambiar información sobre programas de trabajo y temas para consultas, e identificar proyectos de trabajo compartido y modalidades de cooperación en la prestación de asistencia técnica.

g) Elaborar informes y recomendaciones apropiados sobre las políticas de protección del consumidor de los Estados Miembros, en particular sobre la aplicación y puesta en práctica de las presentes directrices.

h) Trabajar en los períodos entre la celebración de las Conferencias de las Naciones Unidas Encargadas de Examinar Todos los Aspectos del Conjunto de Principios y Normas Equitativos Convenidos Multilateralmente para el Control de las Prácticas Comerciales Restrictivas, y presentar informes a esas Conferencias.

i) Llevar a cabo un examen periódico de las directrices, cuando así lo dispongan las Conferencias de las Naciones Unidas Encargadas de Examinar Todos los Aspectos del Conjunto de Principios y Normas Equitativos Convenidos Multilateralmente para el Control de las Prácticas Comerciales Restrictivas.

j) Establecer los procedimientos y métodos de trabajo que sean necesarios para cumplir su mandato.

98. En el desempeño de sus funciones, el grupo intergubernamental o sus órganos subsidiarios no deberán emitir juicios acerca de las actividades o la conducta de los Estados Miembros o de empresas particulares en relación con una transacción comercial concreta. El grupo intergubernamental o sus órganos subsidiarios deben evitar intervenir en los casos en que exista alguna controversia entre las empresas implicadas en una transacción comercial concreta.

99. El grupo intergubernamental establecerá los procedimientos necesarios para abordar las cuestiones relativas a la confidencialidad.

