



Un mercado único digital orientado al consumidor

La estrategia de BEUC

Introducción

*La estrategia para un **mercado único digital** (DSM) de la Comisión Europea es la **iniciativa estrella** para «adecuar el mercado único europeo a la era digital». Esta estrategia es de vital importancia para los consumidores europeos y la economía digital, ya que corrige cuellos de botella críticos para el correcto funcionamiento del mercado.*

El entorno en línea resulta en ocasiones complejo y demasiado técnico. A los consumidores a menudo les resulta difícil navegar, conocer sus opciones y derechos y encontrar soluciones cuando algo no funciona.

*Es esencial garantizar tres aspectos fundamentales para la participación y capacitación de los consumidores en el mercado digital: **confianza**, **variedad de opciones** y **protección**. Si no se afianzan estos tres pilares fundamentales de la política de consumo de la UE, el mercado único digital no llegará a buen puerto.*

El refuerzo de la **confianza** de los consumidores en el mercado único digital constituye un reto que hay que abordar desde varios frentes. Los consumidores tienen que disfrutar de un alto grado de protección en un marco

legal eficiente y ejecutable. También necesitan un acceso fácil a contenidos digitales tales como música, software, material audiovisual y libros electrónicos, en unas condiciones justas. Esto requiere una reforma profunda del régimen de derechos de autor existente. Y por último, aunque no por ello sea menos importante, en una era en la que los comercios recopilan y utilizan datos personales con regularidad sin que los consumidores lo sepan, estos necesitan mecanismos de protección eficaces que respalden su derecho fundamental a la privacidad. Los consumidores deben poseer control sobre sus datos personales garantizando, entre otras cosas, que el diseño de los productos y servicios respete por defecto las normas de protección de datos de la UE.

El segundo pilar fundamental de un mercado único digital orientado al consumidor es la **variedad de opciones**. Esto incluye variedad de bienes, servicios y contenido digital; plataformas y comercios; métodos de pago; empresas de envío y proveedores de acceso a internet. A pesar del carácter dinámico del ecosistema en línea, la concentración de poder y las prácticas contrarias a la competencia son habituales. Estas situaciones deben corregirse para preservar el grado de innovación y de variedad de opciones para los consumidores sin parangón que ha alcanzado internet durante las últimas décadas. Con demasiada frecuencia, los comercios hacen un mal uso de su presencia en línea para reconstruir fronteras virtuales entre países o para discriminar de forma injusta entre los consumidores que viven en los distintos Estados miembros. Estas prácticas no deberían existir en el mercado único europeo. Es más, para poder acceder al mercado digital y beneficiarse de él, los consumidores necesitan unos servicios de telecomunicaciones altamente competitivos y eficientes.

Por último, los consumidores necesitan una **protección** eficaz y efectiva. No basta con generar confianza y garantizar la posibilidad de elección si los consumidores no pueden ejercer sus derechos y protegerse cuando surgen problemas. Un acceso asequible a los mecanismos de resolución y una colaboración eficaz entre las autoridades europeas y nacionales responsables de velar por el cumplimiento de la ley también son de vital importancia para garantizar que los derechos existentes sirvan a los consumidores de forma efectiva y para consolidar su confianza.

La confianza de los consumidores en el mundo digital

1. Refuerzo de los derechos de los consumidores en la UE

Si bien es cierto que los consumidores europeos compran cada vez con mayor frecuencia por internet, siguen existiendo **obstáculos importantes** que los disuaden de participar en la economía digital. Estos obstáculos con frecuencia **se asocian a la incertidumbre en torno a la ausencia de derechos concretos a escala europea.**

Tal es el caso sobre todo cuando los consumidores adquieren **productos de contenido digital** como música, aplicaciones, software, libros electrónicos o películas. **En la mayoría de los Estados miembros, las leyes de protección del consumidor no están adecuadas a las especificidades de los productos digitales.**

La Comisión Europea ha identificado de forma acertada la actualización de la legislación de consumo de la UE como un ámbito prioritario y ha anunciado en consecuencia una iniciativa legislativa para la adquisición en línea de contenidos digitales como una de las medidas clave de la estrategia del mercado único digital.

Una segunda iniciativa legislativa anunciada como parte de la estrategia del mercado único digital

tiene como objetivo abordar la **venta en línea de bienes tangibles**, como libros en formato de papel o bicicletas. **Si bien estamos de acuerdo en la urgencia de la necesidad de nuevas normas sobre los productos de contenido digital, BEUC mantiene su escepticismo en torno a la necesidad de normas especiales para la adquisición de bienes tangibles en línea, dada la existencia de una amplia legislación europea vigente.** La [Directiva sobre los derechos de los](#)

¿Cuáles son los derechos asociados al contenido digital?

La legislación en materia de garantías protege al consumidor cuando se le avería una aspiradora nueva tras unas semanas de uso. Sin embargo, los derechos de los consumidores no son tan evidentes cuando un archivo de vídeo está corrompido, por ejemplo. ¿Tiene derecho un consumidor a un cambio o reembolso cuando compra una película en línea que está defectuosa? La respuesta es «no» de conformidad con el derecho europeo y a menudo incierta en el marco de las leyes nacionales.

consumidores de 2011, por ejemplo, ofrece un marco muy completo para los derechos de los consumidores que también se puede aplicar a las ventas en línea y que contribuye de manera considerable a reducir la fragmentación legal al tiempo que garantiza un alto nivel de protección de los compradores.

En lo que respecta a los derechos y soluciones disponibles en caso de que un bien no cumpla lo dispuesto en su contrato (por ejemplo, un bien defectuoso), la Directiva sobre la venta de bienes de consumo garantiza unos niveles de protección mínimos en toda la UE. A pesar de que podría tener sentido una mayor armonización de estas normas en toda la UE, la creación de un programa de garantía legal paralelo aplicable únicamente a los productos adquiridos en línea es muy cuestionable. Dos regímenes distintos, uno cuando se compra en línea y otro cuando se compra en un establecimiento no parece un diseño deseable desde la perspectiva de la política de consumo.

En su lugar, la Comisión Europea debería seguir evaluando el funcionamiento y la eventual reforma de la Directiva sobre la venta de bienes de consumo, como ya se preveía en el marco del ejercicio REFIT 2016, y proponer soluciones para modernizar esta legislación. Mientras tanto, los contratos modelo para la venta en línea de bienes podrían desarrollarse y consensuarse entre distintas partes interesadas, como las asociaciones de consumidores o las organizaciones de empresas de comercio electrónico.

Por último, en su estrategia para el mercado único digital, la **Comisión Europea propone permitir a los comercios «recurrir a sus legislaciones nacionales basándose en un conjunto específico de derechos contractuales obligatorios en la UE para las ventas en línea nacionales y transfronterizas de bienes tangibles»** (también denominada como la «opción nacional»). Este anuncio suscita muchas dudas y puede tener diversas interpretaciones. **Desde el punto de vista de la política de consumo, este enfoque resulta muy problemático**, ya que podría dar lugar a la elusión de los niveles de protección existentes en normas de conflicto de leyes para las transacciones transfronterizas (como se estipula en el Reglamento Roma I). Estas normas actúan como una red de seguridad en caso de que surjan problemas graves.

BEUC acoge con agrado el anuncio de la iniciativa de armonización de las normas contractuales de consumo para la adquisición de productos digitales. Dado que existe incertidumbre legal en relación con las normas aplicables para estas transacciones, se necesitan medidas legislativas europeas. No obstante, nos mostramos escépticos ante el anuncio de nuevas normas para la compra en línea de bienes tangibles. La fragmentación que crearía entre el sector en línea y los establecimientos convencionales podría dar lugar a confusión y a una protección de «segunda» de los consumidores que compran en el mundo «físico». BEUC recomienda que las normas de garantía legal para los productos tangibles no se escindan entre los regímenes en línea y físico y se estudien en primer lugar en la evaluación REFIT.

Cualquier iniciativa legislativa debe garantizar una protección de los consumidores de alto nivel y no debe socavar las normas existentes que preservan la protección de los consumidores para los contratos transfronterizos, como las del actual régimen de conflicto de leyes.

2. Un régimen de derechos de autor equilibrado

El dinamismo y rápida evolución del mercado de los contenidos audiovisuales en línea, la transmisión de música, los videojuegos y los libros electrónicos (también denominado «contenidos en línea») requiere un marco legal flexible que cumpla las expectativas de los consumidores. **La Directiva relativa a los derechos de autor, que se remonta a 2001 y es anterior a la distribución masiva de contenido bajo derechos de autor en internet, no cumple estos criterios.**

A pesar de que es esencial contar con un marco legal que garantice que los autores sean debidamente remunerados, las actuales normas sobre derechos de autor internacionales,

Cambio de formato

Una encuesta de nuestro miembro británico Which? revelaba que si bien el 66 % de los consumidores no estaban seguros acerca de lo que era legal o no de conformidad con las leyes en materia de derechos de autor actuales, la mayoría creían que deberían poder cambiar el formato de los materiales sujetos a derechos de autor. Seis de cada diez personas (63 %) creían que deberían poder copiar las obras sujetas a derechos de autor para su uso personal y más de la mitad (56 %) pensaban que “el precio que pagamos por los materiales sujetos a derechos de autor debería incluir permiso para realizar copias privadas en otro formato”.

europas y nacionales sirven principalmente para proteger los intereses económicos de las grandes empresas. La razón fundamental de estas normas ya no consiste en crear un incentivo para la innovación y la difusión de la cultura, sino maximizar los beneficios de los titulares de los derechos en detrimento de los creadores y los consumidores.

Los consumidores utilizan contenidos sujetos a derechos de autor a diario, pero con frecuencia no son conscientes de la legitimidad o ilegitimidad de sus actividades en línea. ¿Es lícito eludir las medidas de protección técnica para copiar una película que me he descargado de forma legal, para reproducirla en un DVD? ¿Puedo revender un libro electrónico o transferirlo a un amigo o familiar? Se trata de preguntas legítimas que no tienen una respuesta clara en las leyes sobre derechos de autor europeas y nacionales.

Un reciente estudio realizado por miembros de BEUC en 10 países recababa la opinión de cinco tipos de expertos en derechos de autor con respecto a la legalidad de acciones de consumidores ordinarias con contenido sujeto a estos. Los resultados del estudio demostraron una gran diversidad de opiniones, que revelaba la necesidad de aclarar las dispares leyes nacionales.

John quiere utilizar la última canción de su grupo favorito en su vídeo de las celebraciones navideñas familiares y cargarlo en YouTube para que sus familiares y amigos puedan disfrutarlo.

**De 29 encuestados
procedentes de 10 países:**

- 4 afirmaron que era “legal”
- 18 afirmaron que era “ilegal”
- 7 afirmaron que “no estaba claro”

**BEUC solicita a la Comisión Europea que integre la opinión
de los consumidores en la próxima reforma de los derechos de autor
mediante:**

1. la armonización del sistema de excepciones y las restricciones al uso de contenidos sujetos a derechos de autor por parte de los consumidores, incluida una excepción específica para contenidos generados por usuarios con fines no comerciales;
2. la inmunización de las excepciones y restricciones frente a medidas de protección técnica injustificadas y acuerdos contractuales injustos;
3. una mayor transparencia y equidad del sistema de exacciones por las copias privadas a través de la definición de condiciones para calcular tasas y de la obligatoriedad de la información al consumidor sobre los importes y la justificación de dichas exacciones; y
4. la garantía de que la aplicación de las normas de derechos de autor sea proporcionada y respete los derechos y libertades fundamentales de los usuarios.

A pesar de que unos mecanismos de aplicación eficaces y proporcionados son importantes, **una reforma de los derechos de autor equilibrada debe resolver aspectos clave para los consumidores, incluidos estos: el acceso a ofertas de contenido sujeto a derechos de autor competitivas en los Estados miembros; el reconocimiento de los usos legítimos del contenido sujeto a derechos de autor en forma de contenido generado por el usuario (por ejemplo, remezclar una canción y publicarla en línea); los problemas en relación con las medidas de protección técnica y las disposiciones contractuales que limitan el ejercicio de excepciones y limitaciones (por ejemplo, ¿puede el titular de un derecho o proveedor evitar que se realicen copias privadas de contenido adquirido legalmente?); y la reforma del actual sistema de exacciones sobre las copias privadas.**

Por estos motivos, BEUC acogió con agrado la resolución del Parlamento Europeo de julio de 2015 sobre la implantación de la Directiva relativa a los derechos de autor, que pide a la Comisión Europea que evalúe la efectividad de la actual ley en materia de derechos de autor desde la perspectiva de los consumidores y que desarrolle un conjunto de derechos de los consumidores claro y completo.

La próxima revisión de la Directiva relativa a los derechos de autor brinda una oportunidad única de equilibrar los intereses de los consumidores y los de los creadores y titulares de los derechos, y debe servir como modelo para un marco legal internacional que regule el uso de las obras sujetas a derechos de autor.

3. La privacidad es y debe seguir siendo un derecho fundamental, también en el campo digital

Los datos personales de los consumidores se han convertido en una mercancía en la era digital y su valor probablemente no hará sino incrementarse. Muchos de los principales servicios prestados a los consumidores por empresas como Facebook o Google se basan en modelos «gratuitos» en los cuales, a cambio del uso del servicio, se rastrea a los consumidores y se puede elaborar un perfil de ellos mientras navegan por la web. Esto suscita preocupación en torno a la discriminación de precios, la publicidad en función del comportamiento sin el consentimiento informado y la vigilancia por parte de los estados. La tecnología no deja de avanzar —y lo hace con rapidez— y cada vez son más las empresas que recopilan y procesan ingentes cantidades de datos personales: [la importancia de proteger la privacidad de los consumidores](#) también se incrementa de manera exponencial. **Las tecnologías digitales y el big data podrían mejorar la vida cotidiana de los consumidores incrementando la conectividad entre las personas y los productos, pero no debe ser a costa de los derechos y libertades fundamentales.**

La propia **evidencia** de la Comisión Europea demuestra que la protección de los datos personales es una de las preocupaciones esenciales de los ciudadanos europeos:

- Tan solo una minoría (15 %) creen que tienen control total sobre la información que facilitan en línea; por contra, el 31 % piensan que no tienen ningún control en absoluto.
- A casi siete de cada diez personas les preocupa que su información se esté utilizando para un fin distinto de aquel para el que fue recopilada.
- Tan solo dos de cada diez encuestados están siempre informados sobre la recopilación de datos y el uso que se da a estos.

Ya es hora de que los consumidores disfruten de mayor transparencia, capacidad de elección y control sobre el modo en el que se recopilan y utilizan sus datos personales en línea. Además, el internet de las cosas que permite la conexión de distintos dispositivos (por ejemplo el control de un televisor desde un teléfono móvil) puede ofrecer soluciones prácticas e innovadoras para la vida cotidiana de las personas. No obstante, es esencial garantizar que estas tecnologías respeten íntegramente los principios de la protección de datos.

BEUC reivindica la adopción urgente del Reglamento general de protección de datos y acoge con agrado el plan de la Comisión de revisar la Directiva sobre la privacidad y las comunicaciones electrónicas al objeto de garantizar un nivel elevado y uniforme de protección de los datos para todos los consumidores en línea.

La protección de los datos personales y el crecimiento económico no están reñidos. Un marco legal efectivo para la protección de datos permite a los consumidores y empresas aprovechar al máximo las ventajas del mercado único digital y la revolución del big data sin poner en peligro los derechos y libertades fundamentales. La UE es y debe seguir siendo un ejemplo en lo que a protección de la privacidad y los datos se refiere, en todo el mundo.

La variedad de opciones para los consumidores en el mundo digital

1. Creación de un mercado único digital verdaderamente competitivo

La competencia es esencial para garantizar la innovación y la variedad de opciones para los consumidores. Los mercados competitivos favorecen a los consumidores porque les permiten comparar productos y comprar en función de sus preferencias.

Como se ha demostrado recientemente en la [investigación antitrust de Google](#), las grandes plataformas electrónicas que actúan como punto de acceso a productos y servicios en línea pueden desarrollar fácilmente posiciones de dominio y, en consecuencia, abusar de su poder en el mercado. **Al convertirse en «porteros en línea», algunas plataformas como los mercados de comercio electrónico, los motores de búsqueda y las redes sociales pueden influir de forma negativa en la innovación y la competencia en internet e impedir que exista una mayor variedad de productos y servicios, o mejores ofertas para los consumidores. Por lo tanto, una aplicación más estricta de las normas europeas sobre competencia es de vital importancia para evitar abusos de mercado y preservar los intereses de los consumidores.**

Cuando se analiza el ecosistema en línea, es preciso tener en cuenta las diferencias en el papel que desempeñan los distintos tipos de plataformas, así como su influencia en su propio mercado y en los que lo rodean, para poder identificar cualquier laguna legislativa existente y las dificultades para su aplicación. **El objetivo subyacente debe seguir siendo el desarrollo de un mercado único digital en el que el bienestar de los consumidores sea la principal prioridad, ya que eso es lo que le permitirá florecer.**

De manera adicional, es necesario llevar a cabo un análisis exhaustivo de los distintos tipos de plataformas de consumo colaborativo con el fin de garantizar que la legislación relevante permita el desarrollo de estos servicios para posibilitar nuevas formas de consumo y producción. Al mismo tiempo deben mantenerse unos altos niveles de protección de los consumidores.

BEUC acoge con agrado la iniciativa de evaluación del papel de las plataformas en línea en la economía digital y el lanzamiento de la consulta del sector de la competencia en el sector del comercio electrónico. Antes de decidir sobre la necesidad de una nueva legislación es preciso identificar las deficiencias normativas y las distorsiones del mercado, y evaluar si pueden resolverse aplicando las normas existentes. Concretamente, solicitamos a la Comisión que utilice todas sus competencias de conformidad con la política sobre competencia para garantizar que ninguna empresa pueda obtener o beneficiarse de forma ilegal de una posición de dominio en el mercado único digital.

2. Abordar la territorialidad y el geobloqueo

A pesar de la existencia del mercado único, los ciudadanos siguen enfrentándose a prácticas discriminatorias por parte de los comercios, que se niegan a prestar servicios o aplican condiciones de acceso distintas en función del país de residencia de los consumidores.

Es más, **algunas empresas han reintroducido obstáculos territoriales al rechazar ofertas procedentes de consumidores que residen en otros Estados miembros.** Por ejemplo, puede ocurrir que una transacción se interrumpa en el momento de identificar el país de origen del consumidor a partir de sus datos de pago.

Las empresas también pueden negarse a enviar productos a un determinado país o aplicar condiciones desiguales o políticas de fijación de precios diferentes para impedir que los consumidores que residen en otros países se beneficien de mejores ofertas.

¿Discriminación de precios?

La Comisión Europea pidió a Francia que investigase si Disneyland París discriminaba a los consumidores en función de su país de residencia. Tal y como señalaban los medios, la empresa cobraba precios distintos a las familias en función de su país de origen: por un mismo paquete premium, los consumidores franceses pagarían 1346 €, mientras que a los británicos se les cobraría 1870 € y a los alemanes 2447 €.

A pesar de que en algunos casos las restricciones de las ventas transfronterizas pueden estar justificadas, esta debe ser la excepción y no la norma en el mercado único digital. Por lo tanto es necesario esclarecer las situaciones en las que podría permitirse una discriminación, de acuerdo con un **enfoque que favorezca el mercado único y el bienestar de los consumidores.**

BEUC está de acuerdo con la intención de la Comisión Europea de poner fin a las prácticas de geobloqueo que reducen las posibilidades de elección de los consumidores. Es esencial garantizar la correcta ejecución del Artículo 20.2 de la Directiva de servicios, que prohíbe la discriminación en la prestación de servicios en función de la nacionalidad y/o el lugar de residencia. También es necesario aclarar las razones objetivas que podrían justificar dicha discriminación en casos excepcionales.

La Comisión Europea debe seguir aplicando normas antitrust, sobre todo el Reglamento sobre restricciones verticales y las directrices de acompañamiento, para garantizar que las normas especiales sobre distribución selectiva no se utilicen para restringir la disponibilidad de productos a través de los canales de comercio en línea y para limitar la competencia en detrimento de los consumidores.

Además, cabe destacar que el **geobloqueo, sobre todo en el sector audiovisual, también se debe a prácticas de emisión de licencias exclusivas.**

Estas prácticas con frecuencia redundan en una limitación de la variedad de opciones, ya que los consumidores no pueden acceder de forma legal a contenidos en línea que se encuentran disponible para los consumidores de otros Estados miembros pero no en su propio país.

Denegación del acceso

La discriminación territorial es un problema recurrente para los consumidores que no pueden ver su programa de televisión o película en línea favorita o para aquellos que no pueden ver la retransmisión de su deporte preferido cuando se encuentran en el extranjero.

En estos casos, es importante que la Comisión Europea siga **aplicando las normas sobre competencia de la UE existentes y que estudie qué medidas legislativas podrían contribuir a facilitar el acceso transfronterizo a contenidos a través de múltiples canales, incluida la distribución en línea.**

3. Pagos en línea

A pesar de que un mercado único con un buen funcionamiento de los **servicios de pago** es una condición indispensable para lograr un mercado único digital, siguen existiendo muchos obstáculos. Entre ellos, el **geobloqueo de los medios de pago de los consumidores** (por ejemplo, sitios web que no aceptan tarjetas de crédito extranjeras); **la preocupación por los ciberdelitos y el uso indebido de los datos personales; el robo de tarjetas de pago; y la existencia de una variedad limitada de métodos de pago.**

Tarjetas de pago rechazadas

Los minoristas a menudo rechazan las tarjetas de crédito de consumidores «extranjeros». Por ejemplo, cabe la posibilidad de que un consumidor polaco no pueda realizar compras en comercios web alemanes, ya que estos con frecuencia no aceptan tarjetas de crédito emitidas en Polonia, pero tampoco ofrecen otros métodos de pago de uso común para completar la transacción.

Además, **en la mayoría de los casos se fuerza a los consumidores a utilizar tarjetas de crédito para los pagos en línea, de forma casi exclusiva.** Esto contradice la demanda de servicios de pago que son igualmente seguros y menos costosos, además de cómodos y respetuosos con la privacidad del consumidor.

BEUC solicita a las instituciones europeas que

1. garanticen que los minoristas en línea acepten una amplia gama de métodos de pago, incluidas las tarjetas de débito como instrumento de pago universalmente aceptado;
2. prohíban la discriminación de los consumidores basándose exclusivamente en el país de origen del instrumento de pago;
3. garanticen la aplicación y el debido respeto de las medidas de seguridad existentes adoptadas a escala europea, al tiempo que se reduce el riesgo de deficiencias de seguridad en las transacciones en línea;
4. promuevan el desarrollo de soluciones de pago paneuropeas alternativas que sean sencillas y seguras.

4. Envío de paquetes

El precio de los envíos de las compras transfronterizas también es motivo de preocupación para los consumidores. A pesar de que los consumidores pueden encontrar mejores ofertas en otros Estados miembros, **con frecuencia los gastos de envío son tan altos que las compras transfronterizas no constituyen una opción real.**

No obstante, el precio no es el único problema. Nuestros miembros también señalaron la existencia de problemas en relación con la calidad del servicio, sobre todo durante las temporadas altas, como las Navidades, en las que los consumidores sufren retrasos y deben aceptar plazos de entrega poco ventajosos. Y, adicionalmente, existe el problema de la **falta de confianza de los consumidores en relación con las políticas de devolución y la gestión de reclamaciones si el producto sufre daños una vez que el consumidor lo envía de vuelta al vendedor.**

¿Es más barato comprar en el extranjero?

Espera a conocer los gastos de envío...

Nuestro miembro italiano Altroconsumo comparó los gastos de envío de productos en línea nacionales y transfronterizos en un ejercicio de compra con fines de investigación. Los resultados demostraron que los gastos de envío con frecuencia son tan altos que comprar en el extranjero no supone una ventaja real para los consumidores, aunque el precio de los artículos sea menor.

BEUC reconoce la necesidad de adoptar un plan europeo ambicioso para reducir los gastos de envío en las compras transfronterizas. Un primer paso para alcanzar este objetivo es una mayor transparencia en torno a los costes de las entregas transfronterizas entre los comercios electrónicos y los operadores postales. A este respecto, sería aconsejable desarrollar un programa de supervisión de los precios en los envíos transfronterizos por parte de las entidades reguladoras nacionales, con la coordinación de la Comisión Europea. Como parte de la dimensión de transparencia, es esencial que se apliquen las normas que regulan la información precontractual de precios de la Directiva sobre los derechos de los consumidores, con el fin de evitar que los consumidores se lleven sorpresas con gastos de envío ocultos.

5. Una Europa con unas telecomunicaciones sin fisuras

Un mercado único digital no podrá existir ni prosperar sin un [mercado único de las telecomunicaciones](#) competitivo que lo respalde. Esto requiere, en primer lugar y ante todo, garantizar que exista una competencia vibrante en todas partes de Europa que permita a todos los consumidores acceder a internet a un precio asequible. Una competencia eficaz ya ha propiciado un aumento considerable de la variedad de opciones y de la calidad del servicio para los consumidores de los servicios de acceso a internet y móviles, así como un impulso de la inversión y una reducción de los precios.

Este ciclo positivo no habría sido posible sin un marco normativo específicamente diseñado para conseguir estos objetivos. **Los objetivos de promoción de la competencia del actual marco normativo para las telecomunicaciones deben seguir constituyendo el conjunto de principios rectores durante la reforma.** Y lo que es más importante, la reglamentación previa que trata la infraestructura de telecomunicaciones ha demostrado ser fundamental en la apertura de los mercados a una mayor competencia; por lo tanto no solo debería mantenerse, sino mejorarse y reforzarse.

No obstante, la competencia por sí sola no basta. Los consumidores deben poder comparar ofertas fácilmente, tener libertad para cambiar cuando no estén satisfechos, disfrutar de una mayor protección con un conjunto de derechos sólidos y aplicables, y disponer de acceso a mecanismos de resolución eficaces cuando surjan litigios. Lamentablemente, aún queda mucho por hacer en todos estos frentes del mercado de las telecomunicaciones, que evoluciona con rapidez. Por lo tanto, la futura reforma del marco normativo debe garantizar el refuerzo y la actualización de los mecanismos de protección y los derechos de los consumidores para reflejar la situación actual de los mercados y, mediante una actualización de la obligación de servicio universal, garantizar que todos los consumidores dispongan de un acceso a internet de calidad a un precio asequible.

La constitución de un mercado único de las telecomunicaciones que atienda a las necesidades de los consumidores también requiere garantizar que todos los operadores de la red y proveedores de contenidos presten sus servicios y contenidos **respetando íntegramente el principio de neutralidad de la red, de modo que los consumidores puedan decidir qué utilizar o a qué acceder en línea**. El recientemente adoptado Reglamento para crear un continente conectado refrendaba este principio, pero ahora los Estados miembros deben implementarlo de forma adecuada para garantizar una protección firme de la neutralidad de la red en Europa.

Para establecer un verdadero mercado único de las telecomunicaciones en Europa que puedan disfrutar los consumidores, es preciso derribar las barreras artificiales. Esto posibilitaría **el derecho de todos los consumidores a itinerar dentro de Europa como si estuvieran en su propio país**, sin tener que pagar cargos adicionales. Un mercado único de las telecomunicaciones también implicaría que los consumidores llamen y envíen mensajes transfronterizos a precios razonables, sin tener que preocuparse sobre si la persona con la que quieren contactar se encuentra en un país distinto. El reciente **Reglamento para crear un continente conectado**, que estipula la eliminación de las tasas de itinerancia para los consumidores europeos a partir de junio de 2017, deberá implementarse de modo que se garantice que las excepciones a la abolición de dichas tasas estén estrictamente limitadas y económicamente justificadas.

BEUC sostiene que el marco normativo para los servicios de telecomunicaciones no solo debe mantenerse, sino que además es preciso apoyar y reforzar sus principios en favor de la competencia. Concretamente, se necesitan normas que regulen el acceso a la infraestructura para garantizar unos niveles de competencia adecuados. El marco legal de los derechos de los consumidores de servicios de telecomunicaciones debe actualizarse y el ámbito de la obligación de servicio universal ampliarse para incluir el acceso a internet.

Es preciso seguir trabajando para garantizar que el Reglamento para crear un continente conectado garantice de forma efectiva la protección de la apertura, la neutralidad de internet y el fin de las tasas de itinerancia.

Una protección efectiva en el mundo digital

1. Más cooperación para aplicar la normativa

El mercado interno brinda a las empresas una oportunidad única de comercializar sus productos en otros países de forma sencilla. Precisamente por eso, en los casos en los que se emplean prácticas comerciales injustas, muchos consumidores de muchos Estados miembros se ven afectados de forma simultánea. Por lo tanto, deben estudiarse nuevas formas de **reforzar y mejorar la aplicación** en toda la UE, así como dentro de los Estados miembros. La estrategia del mercado único digital anunció la revisión del Reglamento sobre cooperación en materia de protección de los consumidores (CPC). Se trata de un paso importante hacia la **maximización de la cooperación para la aplicación entre las autoridades nacionales y una garantía de la coherencia de las acciones de aplicación emprendidas a escala nacional frente a las empresas que llevan a cabo prácticas ilegales de forma simultánea en distintos países.**

El caso de Apple

En 2012, BEUC coordinó la solicitud de 11 asociaciones de consumidores para que Apple dejase de engañar a los consumidores europeos sobre sus derechos de garantía. El caso se inició después de que la autoridad en materia de competencia italiana sancionara a Apple por la promoción desleal de su Apple Care Protection Plan, una garantía comercial que solapaba con los derechos de los consumidores bajo la legislación europea en caso de adquirir un producto defectuoso. En consecuencia, varias asociaciones de consumidores de toda Europa emprendieron acciones judiciales contra Apple, obligando a la empresa a cambiar sus prácticas e informar convenientemente a los consumidores sobre sus derechos legales.

En este contexto **es necesario que las autoridades cooperen de un modo más eficaz con las organizaciones de consumidores basándose en un intercambio de información constructivo. Las organizaciones de consumidores deben poder participar en el establecimiento de las prioridades de los supervisores y debatir problemas de aplicación concretos.** Por ejemplo, las organizaciones de consumidores deberían poder presentar casos ante sus autoridades de supervisión nacionales y solicitar medidas de ejecución. Los resultados de las acciones coordinadas de las organizaciones de consumidores frente a algunas aerolíneas o comercios, como ocurrió en el [caso de Apple](#), demuestran su alto grado de profesionalidad y la importancia del diálogo y la cooperación para la protección de los consumidores.

BEUC respalda absolutamente las decisiones de la Comisión Europea de situar el cumplimiento de las normas de consumo entre sus principales prioridades dentro de la política relativa a los consumidores, y de buscar nuevas formas de reforzar y mejorar el cumplimiento en toda la UE y dentro de cada uno de sus Estados miembros. Es preciso reforzar la cooperación para velar por el cumplimiento de la legislación, sobre todo en lo que respecta a las infracciones a escala europea. BEUC solicita a los supervisores nacionales que impliquen a las organizaciones de consumidores en esta importante tarea. Además, las autoridades deben hacer mayor hincapié en la necesidad de respaldar los mecanismos de resolución de los que disponen los consumidores.

2. Garantía de acceso de los consumidores a los mecanismos de resolución

En el mundo en línea, más aún si cabe que en el mercado físico, los consumidores dependen en gran medida de mecanismos legales para saber qué pueden hacer si algo sale mal o cómo pueden recuperar su dinero.

Muchos consumidores se muestran reacios a litigar en caso de reclamaciones de poca importancia cuando conocen los costes y riesgos desproporcionados de los procedimientos y con frecuencia no obtienen solución a su problema cuando resulta imposible llegar a un acuerdo amistoso con el comercio.

Los mecanismos de [resolución alternativa de litigios \(RAL\)](#), mecanismos que permiten dirimir conflictos fuera de los tribunales a través de la intervención de un tercero independiente, pueden constituir una solución económica y eficaz para los litigios de consumidores particulares. El reciente marco legal europeo para los RAL tiene como objetivo asegurar el acceso de los consumidores a unos mecanismos de este tipo de alta calidad, transparentes, eficaces y justos. La Directiva sobre RAL lleva en vigor desde julio de 2015 y pronto debería llevarse a cabo una evaluación del funcionamiento e implementación por parte de los Estados miembros de los nuevos sistemas.

Cabe recordar que dicha directiva no obliga a los comercios a utilizar los sistemas alternativos disponibles, por lo que su éxito dependerá en buena medida de la disposición de las empresas a participar en ellos.

Un mecanismo adicional, innovador e interconectado, que podría facilitar un acceso asequible a las vías de resolución para los consumidores es la plataforma de **resolución de litigios en línea (RLL)**, que estará plenamente operativa a partir de mayo de 2016. La plataforma RLL dirimirá los litigios que surjan a raíz de transacciones en línea y conectará a las entidades RAL nacionales. **Si se aplica de forma adecuada, tiene potencial para actuar como una respuesta normativa eficaz y adecuada al creciente número de litigios relacionados con las transacciones en línea.**

BEUC considera que los RAL constituyen una herramienta importante para la reparación de los consumidores y que su uso debe fomentarse. No obstante, los buenos resultados de los sistemas voluntarios dependen de la voluntad de las partes afectadas de recurrir a ellos. Por lo tanto, es de vital importancia animar a las empresas a recurrir a los sistemas RAL disponibles. Otro reto pasa por garantizar que los mecanismos RAL cumplan unos estándares y criterios de calidad exigentes, sobre todo en lo que respecta a la independencia y transparencia.

Una plataforma RLL con un funcionamiento fluido puede contribuir a que los consumidores accedan de forma asequible a las vías de resolución, si resulta apta en la práctica y satisface los requisitos establecidos en el Reglamento sobre la RLL para los consumidores. Entre estos requisitos cabe mencionar un alto nivel de protección de los consumidores; acceso a un mecanismo para dirimir litigios sencillo, eficiente, rápido y económico; protección de datos; y el respeto de los derechos y principios fundamentales establecidos en la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea.

Publicado en septiembre de 2015 por BEUC, Bruselas, Bélgica. En toda reproducción total o parcial del presente texto debe hacerse referencia al título de la misma y al editor, indicando que es propietario de los derechos de autor.

© Texto 2015 Reservados todos los derechos.

The European Consumer Organisation
Bureau Européen des Unions de Consommateurs
Europäischer Verbraucherverband

Rue d'Arlon, 80 Bte 1, B - 1040 Bruselas

El contenido de la presente publicación expresa las opiniones de su autor/a, único/a responsable de las mismas, y no deberá entenderse como un reflejo de las opiniones de la Comisión Europea y/o la Agencia Ejecutiva de Consumidores, Salud, Agricultura y Alimentación de la Unión Europea ni de cualquier otro órgano de la Unión Europea. La Comisión Europea y la Agencia declinan toda responsabilidad sobre el uso que pueda hacerse de la información que contiene este documento.