

REPÚBLICA DE PANAMÁ
INSTITUCIÓN: AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA
COMPETENCIA

Informe Sustantivo de Misión Oficial en el Exterior

Nombre del Funcionario: ELÍAS ELÍAS CABRERA

Nº. de Cédula: N-18-562

Cargo: Director Nacional de Protección al Consumidor No. Posición 098

Fecha de la Misión: Desde: 24 /mayo/2017 Hasta: 28/mayo/2017.

Número de Cheque: 000157652

Monto: B/.3,000.00

País: Berlín, Alemania

Misión Oficial: Participación en la conferencia de ICPEN .

INFORMACIÓN SUSTANTIVA

Objetivo de la Participación:

En la pasada reunión del G20 por primera vez, se trató la protección al consumidor, lo que demuestra el interés que estos temas tienen en los diferentes países. Los problemas son muy similares en ciertas regiones, por eso se necesitan unir esfuerzos, ya que las acciones deben ser concertadas para la atención eficiente de los problemas que afectan a los consumidores.

Los temas de comercio electrónico son importantes, nadie sabe cómo funcionan los algoritmos que arrojan resultados para los consumidores en los motores de búsqueda, o generando preferencias de consumo y que condicionan las decisiones de compra. ¿Cómo las agencias pueden lograr el conocimiento no sólo para creer o no creer, sino para organizar investigaciones, es por ello que se requiere conocer cómo funcionan?

En Alemania se están discutiendo reglas para los carros que se conducen solos; se plantean situaciones de gran alcance, como la seguridad, ¿es seguro el sistema para evitar la intervención de terceros en el sistema y que provoquen el desvío del automóvil? (IT security es una preocupación para Alemania).

Lo que se trata es determinar reglas para internet sobre seguridad, esto para enfrentar asuntos de seguridad en los productos. Estamos consumiendo productos de todo el mundo, por esto se necesitan estándares internacionales.

Las cosas no sólo están cambiando fuera de ICPEN, sino en ICPEN, por eso se ha desarrollado un plan estratégico donde se describe cómo nuestra organización puede trabajar en una forma más integrada

y cercana. Una situación importante y que contribuye al trabajo eficiente entre los miembros, ha sido el proyecto de lanzamiento de un nuevo sitio en internet de ICPEN, que provee una estructura para los miembros de la red, para dar respuesta a sus necesidades, se agradece a Australia por el apoyo al proyecto.

Hay otras cosas que tenemos que hacer, es importante realizar alianzas con la sociedad civil, con los negocios. En Alemania hay mucho interés en desarrollar normas para seguridad de la tecnología, por eso es fundamental el trabajo con las asociaciones de consumidores, para poder lograr un mayor alcance de protección.

En octubre de 2016, se decidió que Australia dirigiera la modificación del portal de ICPEN para permitir una imagen moderna, todo esto gracias al apoyo económico de los miembros. Se hace un especial reconocimiento a otros países que generaron una mayor contribución económica como Alemania, Estados Unidos y Canadá. Los miembros pueden manejar sus cuentas, es visible ahora en teléfonos móviles, y el administrador del sitio lo será Australia. El 30 de junio, será el lanzamiento del nuevo portal, actualmente se encuentra en etapa de desarrollo que ya ha comenzado, y tomará entre 10 y 12 semanas.

Con el nuevo portal se permitirá que los consumidores presenten las quejas y las dirigirá la agencia a la que corresponde, la intención es enviarla directamente.

El grupo que elaboró el proyecto realizó una encuesta en Diciembre 2016, acerca de lo que los miembros querían cambiar, dejar o agregar. Se consultó tanto con la red como con el Grupo Asesor (Advisory Group AG), lo más importante fue establecer los objetivos, estos son:

1. Generar e intercambiar información
2. Compartir buenas prácticas
3. Tomar acción para combatir las brechas en la protección
4. Promocionar la participación internacional
5. Promover y motivar la participación activa de los miembros, sólo en este se agregó el concepto de "trabajo coordinado, comunicación"

Se adaptó el orden, la prioridad, que debe ser más de cumplimiento y no de buenas prácticas, y de intercambio de información.

Aspectos nuevos que fueron de interés para los miembros:

1. Privacidad de los consumidores
2. Coordinar acciones
3. Diálogo con los miembros

Para la presidencia Alemana es importante poder trabajar en la cooperación y diálogo entre los miembros.

Se adicionó un ciclo anual de acciones de la red ICPEN, esto con la intención de guiar a los nuevos miembros, con la finalidad que le puedan dar continuidad a los trabajos que se adelantan en la red con las periodicidades requeridas.

La Comunidad Europea estima que en el área de alquiler de automóviles, se debía considerar los temas de prácticas injustas y la imposición a los consumidores que adopten legislaciones extranjeras, para resolución de conflictos. Estas políticas fueron adoptadas, como un modelo de coordinación de acciones con el mercado, de manera que puedan ser protegidos los consumidores del mercado Europeo. No obstante, las diferencias de resolución de conflictos entre los miembros de la CE, puede afectar el impacto de las políticas de protección que se adopten con los mercados.

El 37% del comercio electrónico no respeta los derechos básicos de los consumidores. Otro estudio indica que dos tercios de los usuarios de internet, han recibido un servicio no solicitado, que le genera afectación económica.

Actualmente se está negociando un acuerdo entre CPC y FTC, con la finalidad de reforzar la cooperación frente al crecimiento del comercio electrónico internacional, con la intención de asegurar un mejor cumplimiento de las empresas y generar protección para los consumidores.

La oficina de Comisión de la Privacidad reconoce la importancia que se considere la privacidad como un tema de protección al consumidor. Son asuntos globales que necesitan soluciones globales, muchas veces por ejemplo, los servidores están localizados en Asia y la oficina en América. En junio habrá un taller sobre protección de datos en Canadá.

Las agencias sienten que porque firman un Memorando de Entendimiento es suficiente, pero en realidad lo que se necesita es conocer mejor las limitación de las agencias, de esa manera que puede tener claro las competencias y ser más eficaz en la adopción de medida de protección. El intercambio de información se logra estableciendo relación con las personas, porque de esa forma se agiliza el proceso de intercambio entre las personas. Se debe empezar a través de acciones suaves o de exploración con otras agencias para determinar las capacidades.

Entre las agencias no es necesario intercambiar información personal, la cooperación es más en cuanto al intercambio de pruebas lo que facilita historia o el comportamiento del investigado, declaraciones, testigos, o pruebas que se han recabado, esto ayuda a la atención de problemas, de manera que no habría que nuevamente que coleccionar las pruebas que ya fueron evacuadas en otro país.

Los Consumidores se sienten abrumados, sin comprender el lenguaje o el funcionamiento de los sistemas digitales. Para proteger la información de los consumidores, es necesario que las organizaciones internacionales se agrupen y ejerzan acciones coordinadas. En la reunión del G20 se reconoció la importancia de generar confianza en el consumidor como estímulo para el comercio electrónico, por eso se requiere hacer recomendaciones para desarrollar un ambiente de confianza.

Recomendaciones

1. Visibilidad y transparencia: tener acceso fácilmente a información crítica
2. Información acerca del proceso, debe ser comunicado claramente
3. Seguridad contra fraudes, deben desarrollar mecanismos de seguridad y reclamos
4. Qué información será colectada y para qué será usada, se debe proveer acceso simple
5. Las quejas requieren ser tramitadas a partir de estándares
6. Debe promoverse la competencia en los mercados

La economía digital es un asunto global, por eso tiene que ser atendida por los gobiernos. Necesitamos buena y mejor información. Las compañías tratan de ocultar información en términos legales, y complicadas políticas que no son entendidas, tampoco existe transparencia en la forma como la información es colectada y utilizada.

Una forma de atacar estas situaciones, es exigiendo que los términos y condiciones, sean redactados en “resúmenes-simplificando el lenguaje”. Hay una serie de estándares que tienen que adoptarse en

Alemania. Whatsapp por ejemplo que es muy popular, mantiene una serie de términos legales complicados, que no son entendidos por técnicos. La Corte ha declarado que los consumidores no tienen obligación de entender mensajes complicados, que la información debe estar en términos sencillos.

Pilares para lograr la eficiencia en las acciones de protección:

1. Coordinar las acciones de cumplimiento entre los miembros de la Comunidad Europea
2. Cooperar con los entes de aplicación de protección a nivel nacional, es decir, entre las agencias nacionales que son encargadas de establecer un determinado nivel de acción legal

Consideraciones en base a los términos y condiciones:

1. Los consumidores no leen los términos y condiciones
2. No son fáciles de leer en cuanto a la presentación, el lenguaje

Muñeca Cayla-hay posibles violaciones

1. Hay consideraciones de seguridad, una persona puede tener acceso a la conexión con la muñeca fácilmente
2. Dice que es segura la conexión de la muñeca pero no tiene sistema de seguridad
 - o Accesibilidad: si se consulta la aplicación, no se sabe cuál es la política, porque una cosa es la de la muñeca y otra, la de la aplicación.

¿Cómo mejorar los términos y condiciones?

-La forma como se plasma la información sí es importante. Se está trabajando en directrices para regular la información que se debe exponer

-Los términos y condiciones deben ser más cortos

-Se requiere más vigilancia de las autoridades, a la industria no le interesa brindar transparencia en los términos y condiciones.

La mayoría de los países reconoce que hay un problema con la forma como los términos y condiciones son explicados. Los consumidores deben conocer lo que está sucediendo, que la información sea conocida por los consumidores.

La agencia de protección al consumidor de Turquía realizó un informe en el que se planteaban posibles temas para ser considerados en la agenda de la próxima reunión:

- Empoderando al consumidor en una era digital
- Mayor gobernanza para una mejor protección
- Acciones efectivas para la resolución de conflictos, de manera efectiva

Se informa que la próxima reunión, bajo la presidencia Turca, será el 13 a 14 de Noviembre, en Anatolia, Turquía.

El taller de buenas prácticas se realizará del 15 al 16 de noviembre de 2017.

La reunión de primavera se realizará en Estambul, Turquía, pero aún no se ha definido la fecha.

Se propuso cambiar el reporte bianual, por uno anual, que tenga categorizadas las situaciones para promover el reporte de parte de los miembros de la red. Se incorporará un nuevo miembro al grupo de maniobra de inteligencia.

Se requiere:

-fomentar la conversación con los proveedores o desarrolladores de negocio, de manera que se garanticen los derechos de los consumidores.

-una red que provea de respuestas a los consumidores. Tenemos que asegurar que nuestros esfuerzos generen resultados concretos para las autoridades que se encargan del cumplimiento de las leyes.

El comercio digital permite a los proveedores obtener de manera rápida y fácil el dinero de los consumidores, el gran reto de las autoridades es alcanzar a los proveedores, dado que se encuentran en diferentes jurisdicciones.

Tres preguntas generan el abordaje del tema:

-¿Qué problemas son prioridad?

-¿Cómo la industria puede ayudar?

-¿Cómo podemos trabajar en conjunto?

Las quejas por comercio electrónico van en aumento, 6 de cada 10 quejas, están asociadas con fraudes en compras a través de internet. Ventas falsas a través de internet, utilizan páginas sofisticadas, que sirven como medio de estafa a los consumidores. Las estafas son muy comunes en el área de bienes electrónicos en las épocas de compra a lo largo del año.

Generalmente los sitios fraudulentos ofrecen productos electrónicos a precios muy reducidos, es decir, existe una gran diferencia de precios con los que se obtienen en las tiendas. Los métodos de pago son en efectivo antes de la entrega del bien; no informan los medios de reclamo. En raros casos el dinero se recibe de vuelta en caso de reclamo.

Un gran problema es la falsificación de marcas. Los consumidores desean obtener productos de marca, pero cuando los reciben no era lo que compraron, son diferentes a como se mostraban o bien, no funcionan. Otra situación que recibe gran cantidad de reclamos, son las plataformas que enlazan consumidores con consumidores

¿Cómo podemos identificar las falsas ofertas?

1. Aprendiendo de las experiencias de otros consumidores en internet
2. Comparando precios
3. Analice el método de pago y si indica el mecanismo de reclamo

Existe una responsabilidad de la plataforma, incluso en el caso de las transacciones entre consumidores, de establecer los mecanismos de atención de reclamos de los consumidores.

Un sector que también presentan problemas en las transacciones digitales es el de conciertos.

¿El consumidor en realidad se puede proteger? Sí, hay probabilidad de identificar las ventas falsas, si bien realizar una compra se puede realizar con mucha rapidez, esto por otro lado, dificulta que se pueda identificar un sitio fraudulento, por ello es recomendable tomarse un tiempo y analizar la información disponible, consultar en internet, antes de realizar la transacción. Es fundamental la educación al consumidor, para que se haga consciente de los peligros que la rapidez en la compra electrónica puede generar.

¿Las marcas pueden hacer algo? Sí, muchas de las marcas hacen advertencias a los consumidores sobre sitios fraudulentos, pero se requiere mayor acción de parte de las empresas.

ICANN (Internet Cooperation for Assigned Names and Numbers)

La misión de ICAAN es mantener el funcionamiento seguro de los nombres en internet. Pero a través de las políticas se garantiza el funcionamiento de los nombres en la red, los dominios, aunque no son reguladores, están asociados con las reglas de funcionamiento y ordenamiento del funcionamiento de la red. Esta organización establece la forma como debe operar la red, pero también prevé elementos en esos acuerdos, de la forma como se pueden vender los dominios en internet.

EURid (European Registry for Internet Domains)

Si la empresa que desea registrar un dominio está fuera de los países de Comunidad Europea, no se le puede registrar. Si conocemos quién es el tenedor del dominio, se puede identificar a la empresa que está realizando el testimonio falso. Si hay dudas de que la persona es quien dice ser, entonces se puede bajar el dominio, pero es una posibilidad que eso se pueda hacer. Se hace por propia iniciativa, por orden legal o por las agencias de cumplimiento.

Se envía una notificación al registrador, para que sepa que se está investigando. Se le da la oportunidad de que pruebe la identidad. Hay casos en los que se puede bajar el dominio, por ejemplo, en casos de pornografía infantil sin remitir previamente la nota.

Revise el dominio que es mencionado en el motor de búsqueda. Consulte el sitio “Whois.com” que contiene información sobre el proveedor del dominio y el tenedor.

Entre 2015 y 2016, se han suspendido 50 mil dominios de internet.

¿Habría que tener una orden de tribunal de que la práctica es engañosa, o sólo la investigación, para solicitar la suspensión del dominio? Lo más importante es la base legal, porque si se hace una acción tiene que estar basada en una orden, ya que no se adopta la medida hasta tener clara la procedencia.

EUROPOL

OECD

En noviembre tendrán un reporte de la revisión de las políticas de las agencias de cumplimiento, para aplicación de las políticas de protección del consumidor.

La publicidad de las acciones que adopten las agencias es importante, porque permiten brindarle a los consumidores información que previene nuevas estafas. Esto hace que la cooperación entre agencias sea de gran importancia, teniendo en cuenta lo globalizada que son las empresas a través de sus actividades en internet

Importancia de la evaluación de impacto

Si la organización se hace en casa, es más eficiente para evaluar la data que permita determinar acciones o bien, cambiar patrones para cambiar el acercamiento.

Haya factores que deben ser considerados, acerca de la determinación de áreas de impacto, uno son los recursos y habilidades del grupo evaluador.

Se puede hacer en un Excel, pero se puede hacer en SPS u otro servicio, pero pueden ser más costosos. Usualmente hay departamentos que hacen análisis económicos, pero puede ser un problema para pequeñas agencias.

En las pequeñas agencias, se puede pensar en el *outsourcing*, en cuyo caso pueden tener mayor credibilidad, por ser una tercera parte la que hace la evaluación de la información

Puede haber resistencia porque las personas no quieren que se midan los impactos o porque la organización no cuenta con la infraestructura requerida, por ser muy requerida. Lo que se busca es crear una cultura de medición, de manera que haya menos intervención en el futuro salvo que sea requerido.

Cuando se mide el impacto, genera claridad en cuanto a los resultados de la medida.

La evaluación del impacto fuerza a pensar en la lógica sobre la intervención que se requiere lograr.

Otro ejemplo, es la ausencia de mandato de recolectar data que puede ser de valor, para determinar el impacto de la regulación.

Cómo manejar estos retos:

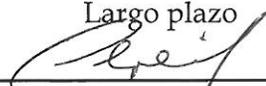
- Compromiso de la organización
- Que se le informe a toda la organización el resultado de la evaluación
- La evaluación puede ser simple

La evaluación de impacto se puede realizar a través de encuestas dirigidas a los sectores, de manera que sean evaluadas los impactos de las medidas regulatorias en las empresas.

Se requiere la existencia de una legislación de protección de datos. Constituye una conducta prohibida, porque pedirle información al consumidor sin decirle en qué pudiera ser utilizada, es contrario a legislación de la comunidad europea. El pedido de información no guarda relación con la situación de consumo, en la que se regala el celular a cambio de la información personal de la empresa.

El impacto en las funciones bajo su responsabilidad, será a:

Corto plazo Mediano plazo Largo plazo

Presentado por: Elías Elías Cabrera Firma: 

Fecha: 3 de mayo de 2017 Vo. Bo. (Máxima autoridad institucional): 

PARA USO DE LA OFICINA DE FISCALIZADOR GENERAL EN:

Fecha de recibido: _____ ¿Cumple el término? SI__ NO__

Comentario sobre el informe:

Firma del Fiscalizador:

Observación: Cuando la modalidad esté relacionada con una capacitación deberá adjuntar copia del certificado que otorga al Organismo respectivo. Fundamento Legal: Artículo 264 de la ley No. 36 del 2 diciembre del 2014 "Por la cual se dicta el Presupuesto General del Estado para la Vigencia Fiscal 2015".