



**Conferencia de las Naciones Unidas
sobre Comercio y Desarrollo**

Distr. general
6 de mayo de 2022
Español
Original: inglés

Junta de Comercio y Desarrollo
Comisión de Comercio y Desarrollo
Grupo Intergubernamental de Expertos en Derecho
y Política de Protección del Consumidor
Sexto período de sesiones
Ginebra, 18 y 19 de julio de 2022
Tema 9 del programa provisional

**Examen voluntario entre homólogos del derecho y
la política de protección del consumidor de
Tailandia:
Resumen***

* Los resultados, interpretaciones y conclusiones expresados en este documento son los de los autores y no reflejan necesariamente las opiniones de las Naciones Unidas, sus funcionarios o los Estados Miembros. El presente documento es un resumen del informe completo sobre el examen voluntario entre homólogos del derecho y la política de protección del consumidor de Tailandia.



I. Introducción

1. La Asamblea General de las Naciones Unidas, en su resolución de 22 de diciembre de 2015 relativa a la protección del consumidor, reafirmó que las Directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor son un conjunto valioso de principios para establecer 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 eficaces¹. El Grupo Intergubernamental de Expertos en Derecho y Política de Protección del Consumidor tiene el mandato de, entre otras cosas, llevar a cabo exámenes voluntarios entre homólogos de las políticas nacionales de protección del consumidor que aplican las autoridades nacionales de protección del consumidor². Tailandia es el quinto Estado miembro de la UNCTAD que se somete a un examen voluntario entre homólogos, tras Chile, Indonesia, Marruecos y el Perú.

2. El propósito de los exámenes voluntarios entre homólogos es proporcionar una evaluación externa e independiente acerca de la eficacia de la aplicación del derecho y las políticas de protección del consumidor en un determinado país, con los tres objetivos siguientes: analizar los marcos legislativos, institucionales y de políticas públicas y el grado de aplicación de la legislación para determinar qué dificultades deben superarse y qué aspectos de los marcos jurídico e institucional deben mejorarse; evaluar el grado de sensibilización y las aportaciones con respecto a la protección del consumidor de las partes interesadas; y formular y recomendar medidas apropiadas y ayudar a los países a aplicar las recomendaciones elaborando un proyecto de fomento de la capacidad³. Tailandia decidió que el presente examen se centrara en la legislación sobre protección del consumidor y la solución de controversias. La presente nota es un resumen del informe completo sobre el examen voluntario entre homólogos del derecho y la política de protección del consumidor de Tailandia y constituirá un punto de partida para los debates⁴.

II. Contexto político, económico y social

3. Tailandia está situada en Asia Sudoriental y tiene una superficie de aproximadamente 513.000 km². El país es una monarquía constitucional y el Jefe de Estado es el Rey de Tailandia; el actual monarca ascendió al trono en diciembre de 2016⁵. El Consejo Nacional para la Paz y el Orden redactó una nueva constitución —promulgada en 2017⁶— en la que se prevé el establecimiento de la Asamblea Nacional, compuesta por la Cámara de Representantes y el Senado. La ciudadanía elige a los miembros de esas dos entidades votando en elecciones generales⁷.

III. Marco legislativo

4. Tailandia ha sido uno de los países pioneros de Asia en materia de protección jurídica del consumidor. La Ley de Protección del Consumidor se aprobó en 1979, antes de las Directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor, que datan de 1985. El actual marco jurídico de protección del consumidor consta de disposiciones constitucionales, la Ley de Protección del Consumidor BE [Era Budista] 2522 (1979), que es la Ley principal, y varias leyes complementarias. La reparación al consumidor se aborda en la Ley de

¹ [A/RES/70/186](#).

² *Ibid*, párr. 97 c); [TD/541/Add.2](#), párr. 127 z).

³ [TD/B/C.I/CPLP/6](#).

⁴ UNCTAD, 2022, *Voluntary Peer Review of Consumer Protection Law and Policy: Thailand* (publicación de las Naciones Unidas, Ginebra).

⁵ <https://www.bbc.com/news/world-asia-15581957>.

Nota: Todos los sitios web mencionados en las notas a pie de página se consultaron en abril de 2022.

⁶ <https://www.loc.gov/item/global-legal-monitor/2016-08-10/thailand-new-constitution-approved-in-referendum/>.

⁷ https://www.constituteproject.org/constitution/Thailand_2017?lang=en.

Protección del Consumidor y se amplía en otras leyes e iniciativas del Gobierno, los tribunales y las organizaciones de consumidores.

A. Disposiciones constitucionales sobre la protección del consumidor

5. En 2007, Tailandia aprobó disposiciones constitucionales sobre los derechos del consumidor y las obligaciones del Estado en materia de protección del consumidor. La Constitución actual contiene tres disposiciones de ese tipo, que son las siguientes⁸:

a) El artículo 46, sobre el derecho de los consumidores a unirse y formar organizaciones de consumidores, así como un consejo de organizaciones de consumidores, con el apoyo del Estado previsto por ley;

b) El artículo 60, sobre la obligación de la comisión estatal responsable de los medios de comunicación de evitar la explotación indebida del espectro o la imposición de cargas innecesarias a los consumidores, de impedir los actos que obstruyan el acceso a datos e información fidedignos y de prescribir el porcentaje mínimo de emisiones de los medios de comunicación que debe realizarse con fines de interés público;

c) El artículo 61, sobre la imposición de la obligación al Estado de prever medidas o mecanismos eficaces para proteger y salvaguardar los derechos del consumidor, en aspectos como la información veraz, la seguridad y la equidad en los contratos.

B. Leyes de protección de los intereses del consumidor

1. Ley de Protección del Consumidor BE 2522 (1979)

6. Esta fue la primera Ley de Protección del Consumidor promulgada en Tailandia, y ha sido modificada en tres ocasiones: 1998, 2013 y 2019.

7. En la Ley se consagra el derecho del consumidor a la información, a la elección, a la seguridad, a la equidad en los contratos, a la reparación y a la indemnización, y se precisa que esos derechos podrán quedar regulados en ámbitos concretos por legislación específica y que, en su defecto, se regirán por la citada Ley. La Ley de Protección del Consumidor regula cuatro ámbitos, a saber, la publicidad, el etiquetado, los contratos y la seguridad de los productos, siempre y cuando sus disposiciones no se solapen con las de otras leyes o sean contrarias a estas. Por ejemplo, la Ley no abarca los alimentos ni los medicamentos.

8. En virtud de la Ley, se establece la Junta de Protección del Consumidor y, para velar por su aplicación, cuatro comités adscritos a ese órgano: el Comité de Publicidad, el Comité de Etiquetado, el Comité de Contratos y el Comité de Seguridad.

9. El Primer Ministro preside la Junta de Protección del Consumidor. Según lo dispuesto en la Ley, los miembros de la Junta eligen a uno de sus compañeros para que presida las reuniones. La Junta está integrada por altos funcionarios de los ministerios conexos y por un máximo de ocho expertos en protección del consumidor, dos de ellos procedentes del mundo académico, dos de la sociedad civil y dos del sector empresarial. El Secretario General de la Junta de Protección del Consumidor es a la vez miembro y secretario de la Junta.

10. La Junta tiene una amplia gama de competencias y obligaciones en materia de promoción de los intereses del consumidor, entre las que figuran: ayudar a resolver reclamaciones de los consumidores o mediar en ellas; iniciar acciones judiciales en beneficio de los consumidores en general o en representación de un consumidor particular, cuando sus derechos hayan sido vulnerados; garantizar la seguridad de los productos y llevar a cabo ensayos de productos; examinar la ejecución de las funciones de otros organismos reguladores relacionados con los consumidores; conferir reconocimiento a las organizaciones de consumidores; presentar recomendaciones al consejo de ministros; y llevar a cabo otras funciones según lo prescrito por otras leyes.

⁸ *Ibid.*

11. Con la modificación de la Ley de Protección del Consumidor en 2019, se puso el acento en la responsabilidad de la Junta de preparar un plan estratégico de protección del consumidor, proponer una nueva ley de protección del consumidor y exigir a otras organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que adopten medidas con arreglo a la Ley de Protección del Consumidor y el correspondiente plan estratégico.

12. También en virtud de la Ley, se establece la Oficina de la Junta de Protección del Consumidor bajo la supervisión de la Secretaría del Primer Ministro. La Oficina es el brazo ejecutivo de la Junta, y el Secretario General de esta es el responsable de que cumpla sus funciones. Entre las tareas de la Oficina figuran gestionar las reclamaciones, realizar ensayos de productos y fomentar el consumo sostenible, así como educar a los consumidores, realizar estudios y labores de investigación, y llevar a cabo los trabajos que soliciten la Junta o cualquiera de los cuatro comités. La modificación de la Ley en 2019 hizo posible la descentralización de las operaciones de la Oficina, por lo que se pueden nombrar funcionarios locales para que desempeñen funciones propias de los empleados de la Oficina en organismos de nivel local. Como incentivo para obtener la colaboración de las autoridades locales, las multas abonadas por quienes infringen la Ley se convierten en ingresos de los organismos locales.

13. La Junta de Protección del Consumidor y los cuatro comités cumplen una función de supervisión en la protección de los consumidores frente a infracciones de los derechos que los amparan en virtud de la Ley de Protección del Consumidor. Esa función se extiende incluso a ámbitos del derecho que son competencia de otros organismos. En caso de controversia sobre si han de aplicarse las disposiciones de la Ley o las de otros textos legislativos, las decisiones de la Junta son definitivas y vinculantes. En la etapa inicial, la Junta puede emprender acciones a fin de solicitar reparación para los consumidores o ayudarles a obtenerla, incluso en asuntos que sean competencia de otros organismos, siempre y cuando tales actuaciones no contravengan otras leyes. La Junta puede, mediante la emisión de una orden, permitir que funcionarios de otros organismos ejerzan las atribuciones de los funcionarios de la Oficina.

14. A raíz de la modificación de la Ley de Protección del Consumidor en 2019, la Junta de Protección del Consumidor, los comités o el Secretario General de la Junta pueden convocar reuniones entre organizaciones para facilitar la colaboración en materia de protección del consumidor.

15. Se prevén sanciones penales y administrativas en caso de incumplimiento de las disposiciones de la Ley de Protección del Consumidor y de las notificaciones y órdenes de la Junta de Protección del Consumidor y los comités. Dichas sanciones pueden consistir en multas y penas de prisión. En un principio, en la Ley se preveía la responsabilidad penal de los directores y los gerentes de empresa. Sin embargo, ese aspecto se modificó a raíz de una decisión del Tribunal Constitucional que consideró que la presunción de responsabilidad penal era inconstitucional, y ahora estipula que los directores, gerentes o responsables únicamente incurrirán en responsabilidad si su infracción se deriva de una acción u omisión contraria a las obligaciones del cargo.

16. En la Ley se establecen los principios rectores, las competencias y las obligaciones de cada comité. Una norma general se aplica a todos los productos que no estén explícitamente regulados por otros estatutos ni hayan sido excluidos por orden ministerial. Además, cada comité puede imponer requisitos más estrictos para determinadas categorías de productos y tiene a su disposición una amplia gama de medidas de control.

17. Entre los enfoques progresivos que incorpora la Ley figuran los siguientes:

a) Antes de la comercialización de sus productos, los operadores comerciales pueden consultar con la Junta de Protección del Consumidor si su etiquetado y sus anuncios publicitarios se ajustan a la normativa;

b) Se controlan los contratos tipo y se prescriben los términos, condiciones y formularios que han de utilizarse. Hasta la fecha, se han publicado 23 textos, entre ellos los relativos a alquileres de apartamentos, inscripciones en gimnasios, adquisición de vehículos usados y compras a plazos de vehículos y motocicletas, así como a créditos a la construcción y al consumo;

c) En la Ley se definen las mercancías o servicios peligrosos, por ejemplo los que causan o pueden causar peligro para la vida, la salud, el cuerpo, el estado mental o los bienes.

18. En la Ley figuran requisitos generales sobre la seguridad de los productos (bienes, no servicios), y se contemplan los consumidores que corren un riesgo especial por el consumo de determinados productos, como los niños, las mujeres embarazadas, los ancianos, los enfermos y las personas con discapacidad. Tanto en la Ley como en otras leyes de protección del consumidor se reconocen los riesgos particulares a los que se enfrentan los consumidores desfavorecidos y vulnerables.

19. Tailandia ha revisado la Ley de Protección del Consumidor para mantenerla actualizada y también ha promulgado otras muchas leyes para proteger a los consumidores.

2. Ley de Venta Directa y Comercialización Directa BE 2545 (2002)

20. El Primer Ministro se ocupa de la supervisión de esta Ley, y a tal efecto formula reglamentos ministeriales para su ejecución y nombra a funcionarios. La Junta de Venta Directa y Comercialización Directa, compuesta por funcionarios del ministerio y representantes de la industria y los consumidores, tiene amplias competencias, entre ellas la de tramitar las reclamaciones de los consumidores. La Oficina de la Junta de Protección del Consumidor también ejecuta las funciones de esa Junta y el Secretario General de la Oficina lleva los registros.

21. Tanto los operadores de venta directa como los de comercialización directa están obligados a registrarse antes de iniciar su actividad. Los que se dedican a ambas actividades deben registrarse por separado para cada una de ellas. Los solicitantes deben consignar un depósito en la Oficina de la Junta de Protección del Consumidor, que el responsable de los registros puede utilizar para compensar a los consumidores cuyos derechos hayan sido vulnerados. La regulación de la venta directa se centra principalmente en evitar las ventas piramidales y las ventas agresivas. Los documentos asociados a una venta deben estar redactados en tailandés y señalar de forma clara y visible el derecho del consumidor a rescindir el contrato. Para que un acuerdo de venta sea vinculante, las empresas tienen que proporcionar una copia a los consumidores, y estos disponen de un período de reflexión de 7 días en el que pueden rescindir el contrato y devolver el producto. Los consumidores tienen derecho a recibir un reembolso completo en los 15 días siguientes a la notificación de rescisión. Además, la Ley establece que los productos excluidos del período de reflexión de 7 días y los procedimientos de devolución conexos serán objeto de una regulación diferenciada. No obstante, aún no se ha publicado la reglamentación correspondiente, aun cuando la Ley se ha modificado ya en dos ocasiones: 2007 y 2017.

3. Ley de Responsabilidad por Productos BE 2551 (2008)

22. Esta Ley ofrece a los consumidores un recurso civil adicional a las reclamaciones por responsabilidad extracontractual o por incumplimiento de contrato motivadas por los daños causados por productos defectuosos. La Ley no conculca ningún derecho ya contemplado por otras leyes, sino que añade una responsabilidad solidaria de todos los empresarios de la cadena de suministro respecto de los daños que un producto pueda provocar a un consumidor. No están comprendidos en la Ley los productos agrícolas, los fármacos y los aparatos médicos fabricados para uso individual por profesionales de la medicina, ni tampoco las sustancias excluidas por la normativa ministerial. Un producto puede considerarse defectuoso por problemas de diseño o fabricación o insuficiencia de información; el demandante solo tiene que demostrar que el daño se debe al producto, a su uso o a su almacenamiento. La carga de la prueba recae en el demandado, que debe demostrar que el producto no es inseguro, que el perjudicado conocía los riesgos o que la causa del daño fue un uso incorrecto por el demandante. El derecho del consumidor no puede ser restringido por cláusulas del contrato, en el que tampoco podrán preverse excepciones. En la legislación tailandesa no se reconocen como exoneraciones el estado de los conocimientos científicos y técnicos o la existencia de riesgos considerables en el desarrollo del producto.

23. Esta Ley introdujo nuevos tipos de daños y perjuicios no reconocidos hasta entonces por el Código Civil y Comercial, a saber, daños y perjuicios por sufrimiento emocional, incluso el padecido por determinados familiares o herederos de una persona lesionada o

fallecida; y daños y perjuicios punitivos de hasta el doble del importe de la indemnización real. El plazo para incoar actuaciones judiciales antes de la prescripción es de tres años a partir de la fecha en que la persona perjudicada tiene constancia de la peligrosidad de un producto y conoce la identidad del empresario responsable del daño. Sin embargo, la persona perjudicada pierde el derecho a reclamar los daños diez años después de la fecha de venta de un producto. La Junta de Protección del Consumidor y las asociaciones de consumidores certificadas en virtud de la Ley de Protección del Consumidor pueden iniciar acciones judiciales en nombre del consumidor.

4. Ley de Procedimiento en Asuntos de Consumo BE 2551 (2008)

24. Tailandia no se ha dotado de tribunales de consumo ni de tribunales o procedimientos para demandas de menor cuantía. En su lugar, la Ley de Procedimiento en Asuntos de Consumo simplifica el ejercicio de todas las reclamaciones del consumidor contra una empresa, incluidas las que guardan relación con la responsabilidad por productos poco seguros y las que se inscriben en asuntos civiles regidos por cualquier otra ley. La Presidencia del Tribunal Supremo controla la ejecución de esta Ley y la reglamentación conexas. La jurisprudencia del Tribunal de Apelación sobre la interpretación del término “asunto de consumo” ha llevado a que ciertas empresas se valgan de esa Ley para incoar procedimientos abreviados y litigar entre sí, o incluso para el cobro de deudas a los consumidores.

5. Ley de Creación del Consejo de la Organización de Consumidores BE 2562 (2019)

25. Esta Ley obedece al mandato del artículo 46 de la Constitución sobre la creación de un consejo de consumidores. En la Ley se definen el alcance, las atribuciones, los recursos y la gestión del Consejo y de las organizaciones de consumidores. El Consejo es una organización independiente no sujeta al control o la influencia del Gobierno, las autoridades públicas, los partidos políticos, los empresarios o los empleados del sector privado. Para crear el Consejo, al menos 150 organizaciones de consumidores certificadas tuvieron que presentar al Registro General una carta conjunta en la que se declaraban fundadores. En la actualidad, el Consejo cuenta con 194 miembros, y tiene una amplia gama de facultades y obligaciones, incluida la presentación de causas ante los tribunales como representante de los consumidores.

C. Otras leyes de especial relevancia para la protección del consumidor

1. Ley de Cláusulas Contractuales Abusivas BE 2540 (1997)

26. Esta Ley proporciona directrices a los tribunales para juzgar la equidad de los contratos que restringen o excluyen la responsabilidad. La Ley define la inequidad en un contrato como la concesión de una ventaja indebida a una de las partes. Es aplicable en todos los casos de cláusulas abusivas en cualquier forma de contrato entre consumidores y empresas, ya sean por escrito o no. La Ley ofrece una lista no exhaustiva de nueve cláusulas de contratos tipo que pueden considerarse abusivas. El enfoque adoptado en la Ley consiste en valorar el carácter abusivo en cada caso. Para determinar la equidad de una cláusula contractual se requiere la solicitud y la obtención de una decisión judicial. Este enfoque difiere del proactivo que exige la Ley de Protección del Consumidor. El Comité de Contratos regula los contratos tipo y especifica las cláusulas contractuales que deben incluirse en determinados ámbitos comerciales. Existe una relación mutuamente enriquecedora entre el Comité de Contratos y el Poder Judicial: los jueces se pronuncian sobre la inequidad de un contrato siguiendo la normativa del Comité y este prohíbe las cláusulas consideradas abusivas por los tribunales.

2. Ley de Precios de Bienes y Servicios BE 2542 (1999)

27. Esta Ley está destinada a controlar el suministro y los precios de los bienes y servicios esenciales, que la Junta Central de Precios de Bienes y Servicios señala periódicamente como bienes o servicios controlados.

3. Leyes sobre comercio electrónico

28. Tailandia ha promulgado varias leyes para facilitar el comercio electrónico y fomentar la confianza en los comerciantes electrónicos del país. La ley principal en la materia, la Ley de Transacciones Electrónicas BE 2544 (2001), se basa en la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional. De la administración de la Ley se encarga la Comisión de Transacciones Electrónicas, que preside el Ministro de Tecnología de la Información y las Comunicaciones y en la que el Director del Centro Nacional de Tecnología Electrónica e Informática de la Agencia Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico actúa como secretario. En cumplimiento de su mandato, la Comisión ha logrado que se promulguen reales decretos sobre procedimientos de seguridad en las transacciones electrónicas, sobre normas y procedimientos para transacciones electrónicas en el sector público y sobre regulación de servicios de pago electrónico (2010), así como sobre la regulación de determinadas instituciones financieras (2016).

29. La Agencia de Desarrollo de las Transacciones Electrónicas se creó en 2019 para supervisar las conductas en el mercado. Gestiona un centro de reclamaciones en línea (OCC 1212) y remite las quejas no resueltas a los organismos gubernamentales pertinentes, como la Oficina de la Junta de Protección del Consumidor, la Administración de Alimentos y Medicamentos y el Departamento de Desarrollo Empresarial del Ministerio de Comercio.

30. Las empresas de comercio electrónico deben registrarse en el Ministerio de Comercio, la Oficina de la Junta de Protección del Consumidor, tal como exige la Ley de Venta Directa y Comercialización Directa y el Banco de Tailandia en virtud de la Ley de Sistemas de Pago BE 2560 (2017). Además, dichas empresas deben cumplir con la Notificación del Ministerio de Comercio núm. 44 BE 2560 (2017) sobre la presentación del precio y los detalles de los bienes y servicios vendidos a través de sistemas de comercio electrónico o en línea. Asimismo, los contratos entre empresas y consumidores están sujetos a la Ley de Cláusulas Contractuales Abusivas.

31. La acreditación de las normas de ciberseguridad de los sitios web puede obtenerse en el Departamento de Desarrollo Empresarial del Ministerio de Comercio⁹.

32. Un sistema nacional de pago electrónico, Prompt Pay, facilita las transferencias de fondos hacia o desde una cuenta bancaria mediante el uso del número de documento nacional de identidad o del número de teléfono móvil del titular de la cuenta, en lugar de un número de cuenta bancaria, y los pagos pueden cargarse a una tarjeta de crédito, una cuenta de ahorros o un monedero electrónico. Si bien el Ministerio de Finanzas y el Banco de Tailandia regulan los operadores comerciales de pagos electrónicos, en Tailandia no existe reglamentación que enmarque las transacciones de comercio electrónico entre empresas y consumidores.

4. Ley de Protección de Datos Personales BE 2562 (2019)

33. Esta Ley tiene por objeto proteger los datos personales utilizados por el Gobierno y el sector privado. En virtud de esta Ley se establece la Comisión de Protección de Datos Personales y la Oficina de la Comisión de Protección de Datos Personales, cuyo objeto es emitir normas de aplicación y velar por su cumplimiento.

34. La Ley limita la recopilación, el uso y la divulgación de datos personales por parte de las entidades responsables o encargadas del procesamiento de esos datos a los casos en que cuenten con el consentimiento explícito de los interesados, salvo ciertas excepciones tipificadas. Cuando se trata de datos personales estrictamente necesarios, las entidades que los procesan pueden recopilarlos para fines lícitos, pero solo directamente del interesado. Las entidades responsables o encargadas del procesamiento de los datos deben aplicar medidas adecuadas para proteger y velar por la seguridad de los datos personales recogidos y notificar a la Oficina cualquier filtración de datos en un plazo de 72 horas desde que se tenga conocimiento de ella. El interesado debe ser notificado sin demora si la filtración puede conllevar un riesgo elevado para sus derechos y libertades.

⁹ <https://www.trustmarkthai.com/th>.

35. La transferencia de datos personales de Tailandia a un país extranjero o a una organización internacional está tipificada como delito. Dicha transferencia solo puede realizarse con el consentimiento de la Comisión de Protección de Datos Personales.

36. Cuando las entidades responsables o encargadas del procesamiento de los datos infringen la Ley y causan un perjuicio a los interesados están obligadas a pagar una compensación civil y una indemnización punitiva al interesado que ha sufrido perjuicio, y pueden también incurrir en responsabilidad penal. Una parte considerable de la Ley en cuestión aún no se ha aplicado.

IV. Alcance del examen voluntario entre homólogos: Solución de controversias en materia de consumo

37. Tailandia decidió que el examen entre homólogos se centraría en la legislación de protección del consumidor y en la solución de controversias, en el contexto de la sección F de las Directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor y con referencia al estudio previo realizado por la UNCTAD¹⁰. Con objeto de comprender el marco aplicable, es importante presentar en primer lugar las vías judiciales de las que disponen los consumidores para obtener una reparación, y luego evaluar los mecanismos alternativos y extrajudiciales de solución de controversias a su alcance.

A. Reparación judicial y Ley de Procedimiento en Asuntos de Consumo

38. En vista de la complejidad de las normas procesales y probatorias que rigen los procedimientos judiciales, se hizo necesario simplificar las normas relativas a los asuntos de consumo. En respuesta, el Parlamento promulgó la Ley de Procedimiento en Asuntos de Consumo, que obliga a la mediación previa en todos los asuntos relativos a quejas presentadas en virtud de la Ley. Un encargado designado por el tribunal asiste en la tramitación de las quejas y se asegura de que todas las partes estén adecuadamente representadas. El mediador redacta el acuerdo de conciliación en el que se recoge una resolución satisfactoria para las partes, y el tribunal emite una resolución basada en dicho acuerdo.

39. En 2020, durante la pandemia, la Presidenta del Tribunal Supremo publicó el Reglamento sobre Procedimientos Electrónicos BE 2563 (2020) y, en enero de 2022, estableció una nueva división del tribunal civil exclusivamente para asuntos de comercio electrónico. La nueva normativa exige ahora que los procesos civiles en materia de consumo relativos a ventas en línea se tramiten por vías diferentes a las utilizadas para otros asuntos de consumo.

B. Solución de controversias por vías alternativas a través de la Junta de Protección del Consumidor y la Oficina de la Junta de Protección del Consumidor

40. La Ley de Protección del Consumidor exige que la Junta de Protección del Consumidor examine y ayude a resolver las reclamaciones de los consumidores o medie en ellas. En el reglamento de la Junta se explica el proceso para recibir, gestionar y realizar la mediación en las reclamaciones presentadas por los consumidores. Todas las reclamaciones recibidas se registran a través de la aplicación en línea de la Oficina de la Junta de Protección del Consumidor y se clasifican, de manera que los reclamantes puedan seguir el progreso en la resolución de sus reclamaciones. Todas las partes deben estar de acuerdo en participar en una mediación. En los casos complejos, la mediación puede incluir varias etapas y llevarse a cabo de forma diferente en cada una de ellas. Por ejemplo, el funcionario encargado puede ocuparse de la mediación en la fase inicial, ceder ese papel al Comité de Mediación en

¹⁰ TD/B/C.I/CPLP/11.

Controversias en la segunda etapa y, en una fase final, puede ser el comité encargado de examinar las reclamaciones quien actúe como órgano mediador. La Oficina de la Junta de Protección del Consumidor asigna la tarea de mediación a la división pertinente en función de su especialización en materia de publicidad, etiquetado, contratos, venta directa y comercialización directa o relaciones exteriores y cooperación.

41. En las provincias, los funcionarios de la Oficina de la Junta de Protección del Consumidor actúan como mediadores y presentan las conclusiones a un supervisor, que determina si el asunto ha de remitirse al subcomité de Bangkok para su resolución. La modificación de la Ley de Protección del Consumidor en 2019 permitió a los funcionarios locales tomar decisiones y a las oficinas locales quedarse con las multas impuestas. Están pendientes las modificaciones pertinentes para reflejar ese cambio en la normativa.

42. Si la mediación tiene éxito, el mediador redacta un acuerdo de conciliación, en el que se establecen nuevos derechos y obligaciones exigibles entre las partes.

43. Las reclamaciones recibidas por la Oficina representan un valioso indicador de las medidas correctivas que es preciso poner en marcha (mediante reformas legislativas, iniciativas de política, medidas de aplicación de la ley, educación del consumidor, etc.). En 2020 la Oficina recibió 22.263 reclamaciones (15.530 de las cuales procedían de otros organismos gubernamentales), tramitó 20.994 y remitió las 1.269 restantes a otros organismos gubernamentales. En 2021 la Oficina recibió 22.591 reclamaciones, tramitó 21.290 y remitió las 1.301 restantes a otros organismos gubernamentales. La remisión de reclamaciones absorbe considerables recursos en los organismos que las tramitan. De los organismos incluidos en el examen entre homólogos, la Oficina fue el que tramitó el mayor número de reclamaciones. Tal vez sea conveniente que la Oficina renuncie a su enfoque actual de ofrecer un servicio de mediación.

1. Iniciativa de solución de controversias en línea de la Oficina de la Junta de Protección del Consumidor

44. En 2019, la Oficina se propuso modernizar su proceso de gestión de reclamaciones dotándose de una plataforma de tecnología de la información y las comunicaciones que recopila todos los datos de las reclamaciones y utiliza un sistema de seguimiento que permite a los interesados verificar y supervisar el estado de las reclamaciones individuales. La plataforma también sirve como herramienta para recopilar datos sobre la protección del consumidor. En el marco de la iniciativa “Office of the Consumer Protection Board Connect”, se mejoró la plataforma y se la conectó con las bases de datos de otros 28 organismos gubernamentales, para recopilar datos completos sobre las reclamaciones de los consumidores. La plataforma sirve de punto de acceso en línea para que los consumidores se comuniquen con otros organismos gubernamentales y con algunos operadores comerciales que disponen de centros de contacto con los consumidores para la solución de controversias, y contribuye a reducir el número de reclamaciones comunicadas a la Oficina. Además, la Oficina cuenta con una aplicación que ofrece un interfaz de conversación automatizada las 24 horas del día para responder a las consultas de los consumidores.

45. También en 2019, la Oficina puso en marcha un proyecto piloto de mediación en línea en los tres ámbitos siguientes: venta de bienes inmuebles antes de la concesión de créditos; venta de vehículos nuevos; y no conformidad de mercancías. El éxito de la iniciativa llevó a la Oficina a asignar al proyecto un presupuesto de aproximadamente 6 millones de baht para el ejercicio 2020, tanto para los programas informáticos requeridos como para toda la infraestructura tecnológica. La nueva plataforma de solución de controversias en línea para todo tipo de reclamaciones de los consumidores se estableció en noviembre de 2021¹¹. En el sitio web de la Oficina pueden consultarse todas las normas aplicables a la plataforma de mediación. La Oficina se ha propuesto realizar estudios sobre el posible uso de la inteligencia artificial en el proceso de solución de controversias en línea y la gestión de los datos compilados de las reclamaciones y, a ese respecto, es beneficiaria (junto con Indonesia) de un proyecto de cooperación técnica de la UNCTAD sobre la creación de infraestructuras destinadas al comercio digital y la solución de controversias en línea en materia de consumo

¹¹ <https://ocpbmediate.ocpb.go.th/>.

—como medio para mejorar el comercio internacional y el comercio electrónico—, que tiene por objeto aumentar la confianza y la protección de los consumidores en los mercados digitales y servir de proyecto piloto para ayudar a implantar sistemas de solución de controversias en línea para los consumidores en los países beneficiarios¹².

2. Solución de controversias por vías alternativas a través de organismos gubernamentales especializados

46. Algunos organismos gubernamentales especializados han creado dependencias de protección del consumidor para ayudar a reducir las controversias entre consumidores y proveedores de servicios.

47. El Centro de Protección del Consumidor de Productos Financieros, del Banco de Tailandia, exige que la reclamación se presente primero ante la entidad financiera en cuestión. Si la controversia no se resuelve, el Centro puede ayudar al consumidor a buscar la mediación a través de un tercero, como un centro de mediación judicial adscrito a un tribunal o la Oficina de la Junta de Protección del Consumidor. El Centro no lleva a cabo mediaciones ni se pronuncia sobre las reclamaciones.

48. Los funcionarios de la Oficina de la Comisión de Seguros negocian con las compañías de seguros en reclamaciones que no son complejas. Si el asunto sigue sin resolverse, el consumidor puede optar por la intervención de un mediador certificado por la Oficina o recurrir al arbitraje de un tercero. Ambas opciones se rigen por una legislación específica que establece las normas aplicables.

49. La Comisión Nacional de Radiodifusión y Telecomunicaciones cuenta con dos dependencias de atención al consumidor, una para la radiodifusión y otra para las telecomunicaciones, que se ocupan de las reclamaciones de los consumidores y cuentan con paneles de mediadores autorizados si las partes optan por esa vía.

3. Organismos de tramitación de reclamaciones

50. El Centro de Contacto del Gobierno (GCC 1111) y el Centro Damrongdham 1567 reciben todo tipo de reclamaciones y las remiten al organismo estatal correspondiente para su resolución. El OCC 1212 solo atiende las reclamaciones relacionadas con el comercio electrónico y la ciberdelincuencia. Esas autoridades remiten las reclamaciones de los consumidores a la Oficina de la Junta de Protección del Consumidor o a otros organismos responsables, en función del ámbito al que se refieran.

4. Solución de controversias por vías alternativas a través de las asociaciones de consumidores

51. Las asociaciones y redes de consumidores desempeñan un papel fundamental en la solución de controversias que afectan a los consumidores.

52. La Fundación para los Consumidores es una de las organizaciones de consumidores más conocidas de Tailandia. Desde 1996 opera un centro de reclamaciones y asistencia jurídica que ayuda a los consumidores mediando en las controversias o facilitándoles la presentación de reclamaciones contra los operadores comerciales. El Centro cuenta con un gran número de miembros y ha creado una red de organizaciones de acción social. También recibe apoyo de los medios de comunicación y goza de visibilidad en ellos, lo que incentiva a las empresas a ser receptivas y a cuidar la imagen de marca y su reputación. El Centro acepta todo tipo de reclamaciones en materia de consumo, incluidos los rechazados por la Oficina de la Junta de Protección del Consumidor, como las reclamaciones de taxistas por vehículos dañados o las presentadas por microempresas y pequeñas empresas, como centros de masaje, o por usuarios de motocicletas. Si una controversia no se resuelve por vías alternativas, el Centro presta apoyo a los consumidores que deseen presentar una demanda ante los tribunales con la asistencia de un abogado adscrito a la Fundación o a alguna de las organizaciones de la red.

¹² <https://unctad.org/project/delivering-digital-trading-infrastructure-and-online-dispute-resolution-consumers-means>.

5. Ley de Mediación en Controversias BE 2562 (2019)

53. Esta Ley se aprobó para fomentar y regular el uso de la mediación en asuntos civiles y penales antes de litigar en los tribunales. La Ley es importante porque alienta a los organismos gubernamentales, las organizaciones privadas y las organizaciones sociales, incluidas las asociaciones de consumidores (a las que hasta ahora no se había facultado para prestar servicios de mediación) a registrarse como centros para la mediación en controversias. Sin embargo, las entidades que operan bajo cualquier otra ley, como la Oficina de la Junta de Protección del Consumidor —que se rige por la Ley de Protección del Consumidor—, pueden seguir funcionando al margen de la Ley de Mediación en Controversias. En la Ley se establece una distinción entre los centros de mediación de conflictos de los organismos estatales y los ofrecidos por otros proveedores, es decir, los centros de mediación del sector público. Los primeros pueden mediar en asuntos civiles de hasta 5 millones de baht y los segundos, de hasta 500.000 baht.

54. El Departamento de Protección de Derechos y Libertades del Ministerio de Justicia es responsable de promover el establecimiento de centros públicos de mediación en controversias y de garantizar que cumplan con la Ley. Tras un programa de formación obligatoria en materia de mediación en controversias, la Comisión Nacional para el Desarrollo de la Administración de Justicia acredita a los mediadores para ejercer la mediación en organismos estatales y del sector público, y garantiza que los centros establecidos en virtud de la Ley puedan proporcionar servicios competentes de mediación. Hasta el 19 de noviembre de 2021, el Departamento había registrado 82 centros de mediación de organismos estatales y 532 de entidades no estatales y, en el mismo período, se registraron 1.808 mediadores en centros de mediación de organismos estatales y 1.940 en centros de mediación del sector público. Además, numerosas organizaciones de consumidores han presentado solicitudes para actuar como centros de mediación del sector público en controversias.

55. Los tribunales de justicia y el Ministerio de Justicia disponen de puntos de mediación en Bangkok y en las provincias, adscritos a los tribunales de Justicia o al Departamento de Justicia. Así pues, todos los habitantes de las provincias tienen acceso a la mediación.

V. Conclusiones y recomendaciones

56. Con más de 40 años de experiencia en derecho y políticas de protección del consumidor, Tailandia cuenta con una completa estructura de instrumentos legislativos e institucionales en materia de protección del consumidor, que comprende varias autoridades diferentes y en la que la Oficina de la Junta de Protección del Consumidor actúa como entidad coordinadora. Tailandia también mantiene un diálogo y una cooperación constructivos con las empresas y las asociaciones de consumidores. Las conclusiones y recomendaciones sobre los marcos legislativo e institucional, recogidas en el informe completo sobre el examen entre homólogos, se resumen en este capítulo.

A. Marco legislativo

57. En la Constitución de Tailandia se consagra la protección del consumidor. La Ley de Protección del Consumidor, modificada en 2019, es el principal texto legislativo en esa materia, y en ella se recogen los derechos del consumidor y los principios para su protección. Existen otras leyes pertinentes, como la Ley de Venta Directa y Comercialización Directa, la Ley de Responsabilidad por Productos, la Ley de Procedimiento en Asuntos de Consumo y la Ley de Creación del Consejo de la Organización de Consumidores.

58. La definición de quién debe ser considerado consumidor no está estandarizada en los diferentes textos legales y es objeto de controversia. De acuerdo con la definición que figura en el artículo 3 de la Ley de Protección del Consumidor, se entiende por consumidor cualquier persona que haya comprado o recibido un servicio de un operador comercial o cualquier persona a la que un operador comercial haya ofrecido bienes o servicios. Esa definición incluye a las personas que utilizan debidamente bienes o reciben un servicio de un operador comercial aunque no sean ellas quienes pagan la remuneración. La definición

abarca a todos los compradores y usuarios de bienes y servicios. Ahora bien, no especifica que para hablar de consumidor tenga que haber una compra realizada por una persona física y no una persona jurídica. Sin embargo, en el artículo 3 de la Ley de Cláusulas Contractuales Abusivas se establece que la celebración de un contrato como comprador “no debe tener por objeto el comercio de dichos bienes, servicios u otras prestaciones”, lo que lleva a interpretar que los bienes o servicios deben ser adquiridos y utilizados con fines personales, familiares o domésticos, de acuerdo con la definición propuesta en las Directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor. El Tribunal de Apelación adoptó un enfoque más matizado en la causa 935/2561, en la que en el fallo de la presidencia se afirmaba que un consumidor que había adquirido un camión de segunda mano lo había hecho como medio para aumentar sus ingresos y no para explotar un negocio sustantivo.

59. La Ley de Procedimiento en Asuntos de Consumo se promulgó para facilitar el acceso de los consumidores a los tribunales mediante la prescripción de normas probatorias y de procedimiento simplificadas. La definición de “consumidor” recogida en esa Ley se alinea con la contenida en la Ley de Protección del Consumidor y la Ley de Responsabilidad por Productos, según la cual constituyen asuntos de consumo los que surgen entre un consumidor o representante autorizado y un empresario cuando existe una controversia sobre un derecho u obligación legal relacionada con el consumo de bienes o servicios, así como los asuntos civiles que se rigen por la Ley de Responsabilidad por Productos (art. 3). No obstante, en la Ley de Procedimiento en Asuntos de Consumo se establece que el empresario que desee emprender acciones legales contra un consumidor en el marco de una causa de consumo deberá presentar la demanda ante el tribunal de la jurisdicción territorial del domicilio del consumidor (art. 17). Esto ha dado lugar a un aumento sustancial de los casos presentados y ha provocado retrasos. Cabe destacar que la Ley se ha convertido en el instrumento jurídico elegido por los bancos y otras instituciones crediticias para el cobro de deudas a los consumidores¹³.

60. Así pues, si bien el marco jurídico recoge un amplio abanico de derechos de protección del consumidor, hay ámbitos en los que podría resultar beneficioso contar con mayor regulación o precisión, a saber: unificar y ampliar la definición de “consumidor”; abordar explícitamente las necesidades de los consumidores vulnerables y desfavorecidos; limitar la aplicación de los procedimientos simplificados a los asuntos en que los consumidores sean demandantes (excluyendo así a los demandantes empresariales); regular todos los contratos de consumo; y regular el concepto de servicios poco seguros.

61. Tailandia no dispone de una ley sobre garantías para los bienes de consumo y los servicios, pero el Código Civil y Comercial proporciona cierta protección con respecto a la no conformidad de bienes y servicios o los defectos de estos. La Oficina de la Junta de Protección del Consumidor ha propuesto modificar la Ley de Protección del Consumidor para crear un comité de garantías y fijar normas sobre las garantías que han de ofrecerse a los consumidores. Se recomienda revisar la legislación relativa a las garantías que se ofrecen a los consumidores y modificarla para lograr una mayor equidad sustantiva y procesal y garantizar que las cláusulas potestativas de exclusión no se utilicen con el fin de eliminar esas protecciones de los contratos de consumo.

62. Si bien todas las disposiciones de la legislación en materia de protección del consumidor son aplicables al comercio electrónico, aún no se han promulgado leyes específicas para el comercio electrónico directo entre empresas y consumidores. Tailandia no dispone de datos exhaustivos sobre las reclamaciones presentadas por los consumidores contra proveedores en el ámbito del comercio electrónico. No se ha designado un organismo dedicado a recopilar dichos datos, y la información obtenida a través de la Agencia de Desarrollo de las Transacciones Electrónicas y el OCC 1212 es meramente indicativa. La necesidad de adaptar las leyes y las políticas a las características particulares del comercio electrónico repercutirá directamente en la legislación de protección del consumidor. En concreto, Tailandia podría ampliar el ámbito de aplicación de la Ley de Transacciones Electrónicas para abordar cuestiones específicas de la economía digital, como la responsabilidad de las plataformas, los pagos en línea, el uso de los datos y la gestión de

¹³ N. Nawatrakulpisut, 2020, Amendment of the consumer protection law: Important steps forward for improvement towards more efficient protection, *Thammasat Law Journal*, 49 (2):157-189.

reclamaciones en línea. Aunque las leyes de protección del consumidor existentes son aplicables a las transacciones electrónicas, Tailandia carece de reglamentación en materia de comercio electrónico directo entre empresas y consumidores, por ejemplo en el ámbito de la publicidad digital y la publicidad basada en el comportamiento en línea (mercadotecnia a través de formadores de opinión (*influencers*)).

63. Las empresas extranjeras no están obligadas a mantener una oficina de representación en Tailandia. De conformidad con un nuevo artículo de la Ley de Transacciones Electrónicas, enmendada en 2019, se puede exigir a las empresas extranjeras, mediante un real decreto, que mantengan una oficina de representación en Tailandia. No obstante, en la legislación subsidiaria puede regularse el registro y el control de las empresas extranjeras.

64. Para proteger mejor a los consumidores, sería conveniente aclarar las normas sobre la carga de la prueba en los asuntos de responsabilidad de productos. Cabe también revisar las disposiciones de la Ley de Venta Directa y Comercialización Directa, para que esta recoja qué productos están excluidos de los períodos de reflexión y otros procedimientos de devolución.

B. Marco institucional

65. El marco institucional para la protección del consumidor comprende varias autoridades diferentes, y todas ellas disponen de mecanismos de solución de controversias en materia de consumo. Los tribunales de justicia y el Ministerio de Justicia han establecido servicios de mediación en las provincias. Los organismos reguladores y las asociaciones de consumidores también reciben y tramitan reclamaciones de los consumidores. En Asia Sudoriental, Tailandia lidera el desarrollo de soluciones de controversias en línea y es beneficiaria del proyecto de cooperación técnica de la UNCTAD sobre la solución de controversias en línea para los consumidores. La Oficina de la Junta de Protección del Consumidor ofrece a los consumidores diversos canales para presentar reclamaciones y acceder a la solución de controversias, desde el correo electrónico para intercambiar información y concertar citas para reuniones (confirmadas por mensajes de texto) hasta un sitio web para el seguimiento de las reclamaciones, pasando por las videoconferencias y las remisiones a centros de presentación de reclamaciones de otros organismos estatales. En consonancia con las Directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor, en lo que respecta a la toma en consideración de las necesidades de los consumidores vulnerables y desfavorecidos, Tailandia presta particular atención a los niños y a los consumidores de edad avanzada¹⁴. Sin embargo, existe margen de mejora en la atención que se proporciona a los consumidores rurales, los consumidores con discapacidad y los consumidores de productos financieros. La norma núm. 22458 de la Organización Internacional de Normalización, relativa a los requisitos y las directrices para el diseño y la prestación de servicios inclusivos, ofrece orientaciones útiles y su adopción resultaría beneficiosa.

66. La falta de organismos gubernamentales que ofrezcan protección al consumidor en las zonas rurales y de atención especializada para los consumidores con discapacidad requiere cooperación entre los organismos gubernamentales, en concreto la Oficina de la Junta de Protección del Consumidor y la Oficina Nacional para el Empoderamiento de las Personas con Discapacidad. En la norma núm. 30071-1 de la Organización Internacional de Normalización, relativa al código de prácticas para la creación de productos y servicios accesibles de tecnología de la información y las comunicaciones, se aborda la necesidad de incluir a las personas mayores y a las personas con discapacidad. Se recomienda que la Oficina de la Junta de Protección del Consumidor y las organizaciones de consumidores promuevan pautas de accesibilidad en relación con los contenidos en línea. Además, la mejora de la infraestructura de las tecnologías de la información y las comunicaciones de los

¹⁴ Véase, por ejemplo, Administración de Productos Alimentarios y Farmacéuticos (Food and Drug Administration), Tailandia, 2018, Comunicación sobre criterios para la publicidad de productos alimentarios (Announcement re: Criteria for food advertisement) BE 2561.

tribunales de justicia y el Ministerio de Justicia también podría contribuir a facilitar el acceso de los consumidores a la justicia en todas las provincias.

67. Dado el papel primordial de la Oficina de la Junta de Protección del Consumidor como entidad reguladora y formuladora de políticas, puede ser aconsejable que supervise un sistema nacional de protección del consumidor en el que las autoridades locales puedan gestionar las reclamaciones de los consumidores, en lugar de que la Oficina trate directamente las más de 20.000 reclamaciones de consumidores que se reciben cada año. Una política nacional basada en la Ley de Mediación en Controversias podría ser una estrategia valiosa para ofrecer una mejor protección a los consumidores, centrada en su acceso a la justicia. Habría que dedicar más esfuerzos a la distribución de las reclamaciones entre los organismos gubernamentales que las reciben. Además, ese modelo proporcionaría a la Oficina la inteligencia de mercados necesaria para una mejor formulación de políticas. La modificación de la Ley de Protección del Consumidor en 2019 hizo posible el nombramiento de funcionarios a nivel provincial con atribuciones similares a las de los funcionarios de la Oficina, y que con las multas recaudadas a nivel local se financiara la contratación de funcionarios locales (con lo cual se apoya el trabajo de la Oficina en el ámbito local). A ese respecto, se recomienda prestar una atención especial a las carencias de infraestructura necesaria de tecnología de la información y las comunicaciones en las provincias.

68. Habida cuenta de los 20 años de experiencia de la Oficina de la Junta de Protección del Consumidor en la tramitación de reclamaciones y la coordinación del sistema nacional de protección del consumidor, la Oficina podría formar a los funcionarios locales para que actúen como mediadores, tramiten las reclamaciones y lleven a cabo mediaciones. También se recomienda capacitar a los miembros de la judicatura en materia de protección del consumidor.

69. La Comisión Nacional para el Desarrollo de la Administración de Justicia es la encargada de garantizar la competencia de los mediadores que también pueden llevar asuntos de consumo. Por lo tanto, es importante que este organismo difunda las herramientas que utiliza, de modo que los mediadores tengan acceso al aprendizaje continuo y a una evaluación permanente de sus competencias. Se desconoce cuál será la reacción de los tribunales a la mediación realizada en virtud de la Ley de Mediación en Controversias. Por ejemplo, queda por aclarar si quienes interpongan una demanda ante los tribunales estarán obligados a someterse a una mediación previa al litigio en virtud de las disposiciones de la Ley de Procedimiento en Asuntos de Consumo o de las nuevas disposiciones del artículo 20 (tr) del Código Civil y Comercial. De ser factible, podrían dictarse normas similares para regular la mediación en el marco de la Ley de Mediación en Controversias y el artículo 20 (tr) del Código Civil y Comercial.

70. La Oficina de la Junta de Protección del Consumidor debe continuar su colaboración con las empresas y las agrupaciones de consumidores para reforzar la realización de campañas en las que se eduque e informe a los consumidores sobre sus derechos y sobre las vías existentes para la solución de controversias y la obtención de reparaciones, entre ellas los mecanismos de solución de controversias en línea.

71. A raíz de la modificación de la Ley de Protección del Consumidor en 2019, la Junta de Protección del Consumidor puede emprender acciones judiciales en nombre de un consumidor agraviado. De ese modo, la Junta disfrutaría de una posición asimétricamente ventajosa, en la que podría actuar como mediadora y, si la mediación fracasara, como demandante en representación del consumidor. Por esa razón, la Junta no debe actuar como mediadora, sino únicamente asistir al consumidor durante el proceso de mediación llevado a cabo por una instancia de mediación independiente de la Junta.

72. En la actualidad, la Oficina de la Junta de Protección del Consumidor recibe todas las reclamaciones de los consumidores directamente de estos y de otros organismos receptores de reclamaciones. La recopilación y el análisis de las reclamaciones son vitales para sus funciones de investigación y formulación de políticas. Conviene que la Oficina se encargue de supervisar la tramitación de las reclamaciones de los consumidores.

73. Se debe animar a las empresas a que pongan a disposición de los consumidores mecanismos internos de tramitación de reclamaciones que sean rápidos, equitativos, transparentes, económicos, accesibles y eficaces sin costos ni cargas innecesarias, y a que

faciliten enlaces a los servicios de reclamación y solución de controversias en línea de la Oficina de la Junta de Protección del Consumidor.

74. La Oficina de la Junta de Protección del Consumidor debe cooperar con la Comisión de Protección de Datos Personales para lograr la aplicación y el cumplimiento plenos de la Ley de Protección de Datos Personales.

75. Por último, habida cuenta de la relevancia de la Oficina de la Junta de Protección del Consumidor en tanto que ente regulador, de inspección y de elaboración de estudios, es necesario aumentar sus recursos financieros para situarla en un nivel comparable al de otros países con un desarrollo similar. Según el Mapa Mundial de Protección del Consumidor elaborado por la UNCTAD, la Oficina cuenta con una plantilla de 350 personas y un presupuesto anual de 6.900.000 dólares de los Estados Unidos. En comparación, la autoridad de consumo de Colombia cuenta con 98 trabajadores y dispone de un presupuesto anual de 63.308.891 dólares; en Italia, la entidad equivalente tiene una plantilla de 226 personas y un presupuesto de 69.800.000 dólares; y la autoridad de Sudáfrica dispone de 85 efectivos y de un presupuesto de 4.080.000 dólares. Con un aumento del presupuesto anual de la Oficina de la Junta de Protección del Consumidor podría lograrse una mejora sustancial de los esfuerzos para informar y educar a los consumidores y favorecer su acceso a la justicia. También repercutiría positivamente en el apoyo prestado a las provincias y en las actividades dirigidas a los consumidores vulnerables y desfavorecidos.

76. Las recomendaciones del examen entre homólogos sobre los marcos legislativo e institucional quedan reflejadas en la tabla siguiente.

Examen voluntario entre homólogos del derecho y la política de protección del consumidor de Tailandia: Recomendaciones

Recomendaciones

Público objetivo

Marco legislativo

Unificar la definición de “consumidor” en todos los textos legislativos para mayor seguridad jurídica. Abordar en mayor medida las necesidades específicas de las poblaciones vulnerables o desfavorecidas del país, ampliando la definición de “consumidor” a categorías distintas de las personas físicas que adquieren bienes o servicios con fines personales, familiares o domésticos.

Poder Legislativo y Poder Ejecutivo con el apoyo de la Junta de Protección del Consumidor y la Oficina de la Junta de Protección del Consumidor

Revisar la Ley de Protección del Consumidor BE 2522 (1979) para abordar específicamente las necesidades de los consumidores vulnerables y desfavorecidos. Considerar la adopción de las normas de la Organización Internacional de Normalización núms. 22458, sobre los requisitos y las directrices para el diseño y la prestación de servicios inclusivos, y 30071-1, sobre el código de prácticas para la creación de productos y servicios accesibles de tecnología de la información y las comunicaciones.

Circunscribir la Ley de Procedimiento en Asuntos de Consumo BE 2551 (2008) a las causas en que los consumidores sean los demandantes, para evitar que las empresas realicen un uso abusivo de sus normas de procedimiento simplificadas.

Facultar al Comité de Contratos para regular todos los contratos de consumo mediante cláusulas contractuales y prohibiciones de aplicación general.

Promulgar legislación sobre las garantías para los bienes de consumo y los servicios y crear un comité de garantías para el establecimiento de normas en la materia.

Revisar la legislación sobre garantías del consumidor y modificar la Ley de Protección del Consumidor para abordar la equidad sustantiva y procesal en los contratos de consumo.

Revisar las políticas de protección del consumidor existentes para adaptarlas a las características particulares 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. Estudiar la posibilidad de promulgar legislación o aplicar políticas sobre publicidad digital, incluida la publicidad basada en el comportamiento (mercadotecnia a través de formadores de opinión).

Revisar las enmiendas a la Ley de Transacciones Electrónicas (núm. 3) BE 2562 (2019) para incluir lo siguiente:

- a) Fomentar la priorización de los productos nacionales;
- b) Hacer explícito que el comercio en línea está sujeto a todas las leyes de protección del consumidor, haciendo hincapié en la necesidad de cumplir con la Ley de Cláusulas Contractuales Abusivas BE 2540 (1997), incluidos los ámbitos de la publicidad y el etiquetado engañosos, las garantías y la prohibición de las cláusulas potestativas de exclusión;
- c) Exigir niveles elevados de protección y seguridad en materia de datos; permitir una amplia gama de modos de pago (efectivo, tarjetas de crédito y débito, monederos electrónicos, etc.) y proponer soluciones para los consumidores no bancarizados;
- d) Obligar a las plataformas de comercio electrónico a que supervisen la conducta de los vendedores en línea que utilizan sus servicios y a que asuman una responsabilidad subsidiaria al respecto;
- e) Especificar las normas mínimas para los servicios de tramitación de reclamaciones de los consumidores.

Complementar la definición de “productos poco seguros” con la de “servicios poco seguros” en la Ley de Protección del Consumidor.

Unificar los criterios para establecer la carga de la prueba en virtud de la Ley de Responsabilidad de Productos BE 2551(2008).

Revisar la Ley de Venta Directa y Comercialización Directa BE 2545 (2002), para especificar los productos y servicios excluidos del periodo de reflexión de siete días y los procedimientos de devolución conexos.

Marco institucional

Establecer oficinas de la Oficina de la Junta de Protección del Consumidor en todas las provincias y/o forjar alianzas entre la Oficina y otras instituciones, como la Oficina Nacional para el Empoderamiento de las Personas con Discapacidad, para llegar más directamente a los consumidores vulnerables y desfavorecidos y protegerlos.

Mejorar la infraestructura de tecnología de la información y las comunicaciones de los tribunales de justicia y del Ministerio de Justicia para facilitar el acceso a la justicia de los consumidores en todas las provincias.

Encargar a la Oficina de la Junta de Protección del Consumidor la responsabilidad de supervisar la gestión de las reclamaciones de los consumidores y la mediación en dichas causas, para reforzar su mandato como regulador.

Considerar la posibilidad de transferir a las autoridades locales las tareas y responsabilidades de gestión de reclamaciones y mediación, para atender mejor las necesidades de los consumidores. A tal efecto, será preciso reforzar la capacitación a nivel local.

Oficina de la Junta de Protección del Consumidor y Oficina Nacional para el Empoderamiento de las Personas con Discapacidad

Poder Ejecutivo y Poder Judicial

Junta de Protección del Consumidor y Oficina de la Junta de Protección del Consumidor, así como las partes interesadas pertinentes (la comunidad académica, las asociaciones de consumidores, los expertos de los organismos reguladores)

<i>Recomendaciones</i>	<i>Público objetivo</i>
Establecer mecanismos para distribuir las reclamaciones entre los organismos gubernamentales	Oficina de la Junta de Protección del Consumidor, Oficina de la Comisión de Seguros, Comisión Nacional de Radiodifusión y Telecomunicaciones y partes interesadas.
Establecer requisitos en el ámbito de la mediación para lograr que dichos servicios sean de alta calidad. A tal efecto cabrá dar a conocer los instrumentos necesarios para la evaluación y el aprendizaje continuos de los mediadores y someter a una evaluación de calidad a los organismos gubernamentales, como la Oficina de la Junta de Protección del Consumidor, la Oficina de la Comisión de Seguros y la Comisión Nacional de Radiodifusión y Telecomunicaciones.	Comisión Nacional para el Desarrollo de la Administración de Justicia
Alentar a las empresas a que pongan a disposición mecanismos internos de tramitación de reclamaciones que sean rápidos, equitativos, transparentes, económicos, accesibles, expeditivos y eficaces sin costos ni cargas innecesarias, y a que proporcionen enlaces a los servicios de reclamaciones y solución de controversias en línea de la Oficina de la Junta de Protección del Consumidor.	Oficina de la Junta de Protección del Consumidor y empresas
Reforzar las campañas destinadas a educar e informar a los consumidores —incluidas las realizadas en cooperación con las empresas y las agrupaciones de consumidores— sobre los derechos del consumidor y las vías existentes para la solución de controversias y la obtención de reparaciones, entre ellas los mecanismos de solución de controversias en línea.	Oficina de la Junta de Protección del Consumidor, empresas y agrupaciones de consumidores
Lograr la aplicación y cumplimiento plenos de la Ley de Protección de Datos Personales BE 2562 (2019)	Oficina de la Junta de Protección del Consumidor y Comisión de Protección de Datos Personales
Aumentar el presupuesto de la Oficina de la Junta de Protección del Consumidor, con el objetivo de disponer de los recursos necesarios para velar por la aplicación de las leyes, litigar en representación de los consumidores, realizar ensayos de productos, trabajar en la educación de los consumidores y llevar a cabo actividades de investigación y de formulación de políticas.	Poder Legislativo y Poder Ejecutivo