



Proyecto de Resolución para la consideración de la Asamblea General

Protección al Consumidor

La Asamblea General,

Recordando la resolución 1981/62 de 23 de Julio de 1981 del Consejo Económico y Social, en que el Consejo pidió al Secretariado General que prosiguiera las consultas sobre la protección del consumidor, con objeto de elaborar una serie de orientaciones generales para dicha protección, teniendo particularmente en cuenta las necesidades de los países en desarrollo,

Recordando también la resolución 38/147 de 19 de diciembre de 1983 de la Asamblea General,

Recordando de la resolución 1984/63 de 26 julio 1984 del Consejo Económico y Social y de la resolución A/RES/39/248 de 16 de abril de 1985 de la Asamblea General y de la resolución 1999 E/1999/INF/2/Add.2, del Consejo Económico y Social,

Recordando la resolución [...] de la Asamblea General sobre la Sexta Conferencia de las Naciones Unidas encargada de examinar todos los aspectos del Conjunto de Principios Normas Equitativos Convenidos Multilateralmente para el Control de las Prácticas Comerciales Restrictivas, aprobado por la Asamblea General en su resolución 35/63, de 5 de diciembre de 1980,

Recordando también los objetivos formulados en la Declaración del Milenio de las Naciones Unidas, especialmente los Objetivos de Desarrollo del Milenio y el respaldo que obtuvieron en el Resultado de la Cumbre Mundial de 2005 y el Documento Final de la Reunión Plenaria de Alto Nivel de la Asamblea General sobre los Objetivos de Desarrollo del Milenio en 2010, en particular para la consecución del desarrollo y la erradicación de la pobreza,

Recordando que este año marca el trigésimo aniversario de la adopción de las Directrices de Naciones Unidas para la Protección del Consumidor como asunto temático y reconoce la necesidad duradera de que los Estados Miembros sigan fortaleciendo la protección al consumidor. La Asamblea General continúa comprometida a abordar el impacto del desarrollo en los mercados y la tecnología sobre los consumidores,

Reafirmando la vigencia de las Directrices como un valioso conjunto de principios para asistir a los países interesados a formular y aplicar normas y reglamentos de protección del consumidor a nivel nacional y regional,

Recordando que a nivel normativo, ha habido un progreso significativo con respecto a la protección de los consumidores desde la adopción de las Directrices en 1985, pero dicho progreso no ha conllevado invariablemente una mejor y más efectiva protección del consumidor en todos los países y en todas las áreas de comercio,

Teniendo en cuenta que la protección del consumidor debe ser una parte integral del marco legal, regulatorio y de supervisión, y que debe reflejar la diversidad de circunstancias nacionales y los desarrollos regulatorios y de los mercados,

Reconociendo que, a pesar de la diversidad de mecanismos y de culturas legislativas en los países miembros, existe consenso alrededor de la necesidad de principios comunes estableciendo las principales características de una legislación de protección del consumidor efectiva, de las instituciones de aplicación y de los sistemas de compensación,

Reconociendo que la confianza de los consumidores en un mercado eficiente para los servicios financieros promueve la estabilidad financiera, la eficiencia y la innovación a largo plazo y que los marcos tradicionales de regulación y supervisión adoptados por los órganos de control contribuyen a la protección de los consumidores,

Consciente de que la reciente crisis financiera generó una atención renovada hacia la protección al consumidor y hacia la aplicación efectiva en el sector financiero, resultando en la adopción de unas nuevas directrices para la gestión de quejas en el sector de seguros, y en una mayor supervisión de los mercados financieros,

Recordando que si bien ya existen en varias jurisdicciones, políticas adicionales y/o reforzadas y proporcionadas para fomentar la protección del consumidor financiero también se consideran necesarias para abordar desarrollos recientes y más estructurales,

Reconociendo que, la capacidad de las autoridades de aplicación de la protección del consumidor para obtener compensación para los consumidores puede ser de particular ayuda para abordar casos complejos que comprendan prácticas comerciales fraudulentas o engañosas,

Reconociendo que ciertos principios contenidos en la presente resolución pueden ser relevantes para los mecanismos de protección del consumidor, resolución de conflictos y compensación para consumidores víctimas de violaciones de la ley de otros cuerpos legales y puede servir como base para trabajo futuro en estas áreas,

Observando con satisfacción que el comercio electrónico puede ofrecer nuevos y cuantiosos beneficios a los consumidores, incluyendo comodidad, acceso a una gran variedad de bienes y servicios, y la habilidad de reunir y comparar información sobre dichos bienes y servicios,

Observando además que ciertas especificidades del comercio electrónico, tales como la facilidad y rapidez con la que las empresas y los consumidores se comunican y ponen sus intereses en riesgo, y por ello es importante que los consumidores y las empresas estén informadas y conscientes de sus derechos y obligaciones en el mercado electrónico,

Reconociendo que las normas relativas a la ley y jurisdicción aplicable en el contexto del consumo conllevan consecuencias para una gran variedad de asuntos en comercio electrónico,

así como las normas relativas a la ley y jurisdicción aplicable en otros ámbitos podrían conllevar consecuencias para la protección del consumidor,

Reconociendo que los Estados Miembros tienen un interés común en promover y proteger los valores fundamentales de privacidad, libertades individuales y el libre flujo de información,

Considerando que Estados Miembros, empresas, consumidores y sus representantes deberían consagrar una atención especial al desarrollo de una protección del consumidor efectiva en el comercio electrónico,

Observando que las redes digitales y las tecnologías de la información que conforman el mercado electrónico requieren un enfoque global para la protección al consumidor como parte de un marco legal, regulatorio y de autorregulación transparente y previsible para el comercio electrónico,

Observando además que el crecimiento del comercio electrónico podría verse impedido por la existencia de políticas nacionales dispares, y por ende, los asuntos de protección del consumidor se podrían abordar más eficazmente a través de la cooperación y las consultas internacionales,

Reconociendo la importancia de combatir productos de calidad inferior, falsos, falsamente etiquetados o falsificados que supongan una amenaza para la salud y la seguridad de los consumidores. El daño asociado con el comercio de productos falsificados es significativo. Los productos falsificados pueden suponer riesgos de salud y seguridad para los consumidores, resultando en menor confianza de los consumidores en el mercado, pérdida de ingresos por impuestos para los Estados Miembros y pérdida para las empresas que sufren de estas violaciones.

El Pleno de la Asamblea General,

A propuesta de la Séptima Conferencia de Naciones Unidas para Revisar el Conjunto:

1. **Decide adoptar la revisión de las Directrices para la Protección del Consumidor anexa a la presente resolución de la cual forma parte integral;**
2. **Solicita al Secretario General que disemine las Directrices a los Estados Miembros y a otras partes interesadas;**
3. **Solicita a todas las organizaciones del sistema de las Naciones Unidas que elaboran directrices y documentos conexos en áreas específicas relevantes a la protección del consumidor que las distribuyan a los órganos apropiados de los Estados Miembros;**
4. **Recomienda a los Estados Miembros que implementen esta resolución y las Directrices tal como se contiene en el Anexo;**
5. **Instruye al secretariado de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo para que intercambie información sobre el progreso y las experiencias relativas a la implementación de esta resolución, revise dicha información, e informe a la Asamblea General**

sobre este asunto en la Octava Conferencia de Naciones Unidas para Revisar el Conjunto;

6. Solicita además a la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo que promueva las revisadas Directrices de Naciones Unidas para la Protección al Consumidor y que aliente a los Estados Miembros interesados a crear conciencia de las muchas maneras en que los Estados Miembros, las empresas y la sociedad civil pueden promover la protección del consumidor en la provisión de bienes públicos y privados;

7. Decide establecer un Grupo Intergubernamental de Expertos sobre Política Consumidor dentro del marco de una Comisión de la UNCTAD;

8. Decide que los recursos necesarios deberán ponerse a disposición de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo para acometer las tareas contenidas en las Directrices revisadas;

9. Solicita al Secretario General que continúe a promover la implementación efectiva de las Directrices de Naciones Unidas para la Protección del Consumidor por parte de los Estados Miembros y las empresas.

Anexo

DIRECTRICES PARA LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR

I. Objetivos

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

- (a) Ayudar a los países a lograr o mantener una protección adecuada de sus habitantes en calidad de consumidores;
- (b) Facilitar las modalidades de producción y distribución que respondan a las necesidades y los deseos de los consumidores;
- (c) Instar a quienes se ocupan de la producción de bienes y servicios y de su distribución a los consumidores a que adopten estrictas normas éticas de conducta;
- (d) Ayudar a los países a poner freno a las prácticas comerciales abusivas de todas las empresas, a nivel nacional e internacional, que perjudiquen a los consumidores;
- (e) Facilitar la creación de grupos independientes de defensa del consumidor;
- (f) Fomentar la cooperación internacional en la esfera de la protección del consumidor;
- (g) Promover el establecimiento en el mercado de condiciones que den a los consumidores una mayor selección a precios más bajos;
- (h) Promover un consumo sostenible.

II. Definiciones y Campo de Aplicación

2. Definiendo la protección del consumidor como políticas, leyes o reglamentos y normas de los Estados Miembros para la proteger los intereses de los consumidores.

3. Definiendo además la protección del consumidor como las medidas y directrices de las empresas y los órganos profesionales para crear un equilibrio más equitativo para los

compradores en el mercado.

4. Definiendo además un "consumidor" como una persona física que actúa fuera del ámbito de una actividad económica. Sin embargo, reconociendo que los Estados Miembros pueden adoptar definiciones más amplias en sus legislaciones nacionales para atender las necesidades domésticas.

III. Principios Generales

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

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

(a) La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y su seguridad;

(b) La promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores;

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

(d) La educación del consumidor, incluida la educación sobre la repercusión ambiental social y económica que tienen las elecciones del consumidor;

(e) La posibilidad de compensación efectiva al consumidor;

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

(g) La promoción de modalidades sostenibles de consumo.

(h) La protección de los consumidores que acceden a los servicios financieros;

(i) La protección de los consumidores en el comercio electrónico y móvil;

(j) La protección de los valores fundamentales de consumidores de privacidad, libertades individuales y el libre flujo de información;

7. Las modalidades de producción y consumo insostenibles, particularmente en los países industriales, son la causa principal de que siga degradándose el medio ambiente mundial. Todos los países deben procurar el fomento de modalidades de consumo sostenibles; los países desarrollados deben ser los primeros en lograr modalidades de consumo sostenible, mientras que los países en desarrollo deben procurar lograrlas en su proceso de desarrollo, prestando la debida atención al principio de responsabilidad común pero diferenciada. Deberán tenerse plenamente en cuenta la situación y las necesidades especiales

de los países en desarrollo en esta esfera.

8. Las políticas de fomento del consumo sostenible deben tener en cuenta como objetivos la erradicación de la pobreza, la satisfacción de las necesidades básicas de todos los miembros de la sociedad y la reducción de la desigualdad, tanto en el plano nacional como en las relaciones entre los países.

9. Los gobiernos deben establecer o mantener una infraestructura adecuada que permita formular, aplicar y vigilar el funcionamiento de las políticas de protección del consumidor. Debe prestarse especial atención a la necesidad de garantizar que las medidas de protección del consumidor se apliquen en beneficio de todos los sectores de la población, y en particular de la población rural y los pobres.

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

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

IV. Principios de Buenas Prácticas Empresariales

12. Los principios, que establecen puntos de referencia para buenas prácticas empresariales para el desarrollo de actividades comerciales tanto en línea como fuera de línea con consumidores tanto en línea como fuera de línea, son los siguientes:

(a) Trato justo y equitativo

Las empresas deben relacionarse de manera justa y honesta con los consumidores en todos los estadios de su relación, de manera que sea una parte integral de la cultura de una empresa. Las empresas deberían evitar prácticas que puedan causar perjuicio innecesario del consumidor a grupos vulnerables o desfavorecidos de ambos sexos.

(b) Comportamiento y ética profesional

Los consumidores no deben estar sujetos a prácticas empresariales ilegales, inmorales, discriminatorias o engañosas, (tales como tácticas de mercadotecnia abusivas, prácticas de cobro de deudas abusivas, u otros comportamientos que dañen a los consumidores.

(c) Divulgación y transparencia

Las empresas deben ofrecer información completa y certera a los consumidores sobre los términos y condiciones de todos los productos y servicios, incluyendo tasas e intereses para dichos servicios. Las empresas deben actualizar la información sobre los productos y servicios ofrecidos a los consumidores, a fin de que los productos y servicios sean claros y concisos, fáciles de entender, certeros y no engañosos. Los consumidores deben ser capaces de acceder dicha

información de manera sencilla y sin inconvenientes innecesarios, especialmente los términos y condiciones clave.

(d) Educación y concienciación

Las empresas se benefician al desarrollar programas y mecanismos apropiados para ayudar a los consumidores existentes y potenciales a profundizar sus conocimientos y habilidades para comprender adecuadamente los riesgos, incluyendo los riesgos financieros y las oportunidades, y a tomar decisiones informadas, y a cómo acceder a asistencia cuando lo necesiten.

(e) Protección de la privacidad

Las empresas involucradas en el comercio tanto en línea como fuera de línea deben proteger la información personal mediante mecanismos adecuados de control y seguridad y deben tomar las medidas necesarias para no divulgar información sin el conocimiento y consentimiento del consumidor. Estos mecanismos deben definir los objetivos para los que se puede reunir, procesar, custodiar, usar y divulgar los datos (especialmente a terceras partes).

(f) Gestión de reclamaciones

Los consumidores deben tener acceso a unos mecanismos de gestión de reclamaciones adecuados que sean accesibles, asequibles, independientes, justos, responsables, oportunos, eficaces y basados en el imperio de la Ley.

(g) Conflicto de intereses

Las empresas y sus agentes autorizados deben tener como objetivo trabajar en el mejor interés de los consumidores y ser responsables por defender la protección del consumidor. Las instituciones financieras deben ser también responsables y rendir cuentas por las acciones de sus agentes no autorizados. Las empresas y los bancos deben contar una política escrita sobre los conflictos de intereses, y asegurar que dicha política ayude a detectar posibles conflictos de intereses. Cuando surja la posibilidad de un conflicto de intereses entre el banco y un tercero se deberá divulgar al consumidor.

(h) Cumplimiento de las Leyes y reglamentos de protección al consumidor

Las empresas deben cumplir con todos los aspectos de las legislaciones nacionales y regionales y las mejores prácticas así como cooperar con las agencias de aplicación y los Estados Miembros en la resolución de reclamaciones de los consumidores.

V. Directrices

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

14. Al aplicar cualesquiera procedimientos o reglamentos para la protección del consumidor, deberá

velarse por que no se conviertan en barreras para el comercio internacional y que sean compatibles con las obligaciones del comercio internacional.

A. Seguridad física

15. Los Estados Miembros deben adoptar o fomentar la adopción de medidas apropiadas, incluidos sistemas jurídicos, reglamentaciones de seguridad, normas nacionales o internacionales, normas voluntarias y el mantenimiento de registros de seguridad, para garantizar que los productos sean inocuos en el uso al que se destinan o normalmente previsible.

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

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

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

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

19. Las políticas de los Estados Miembros deben tratar de hacer posible que los consumidores obtengan el máximo beneficio de sus recursos económicos. También deben tratar de alcanzar las metas en materia de producción satisfactoria y normas de funcionamiento, procedimientos adecuados de distribución, prácticas comerciales leales, comercialización informativa y protección efectiva contra las prácticas que puedan perjudicar los intereses económicos de los consumidores y la posibilidad de elegir en el mercado.

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

21. Los Estados Miembros deben elaborar, reforzar o mantener, según proceda, medidas relativas al control de las prácticas comerciales restrictivas y otras de tipo abusivo que puedan perjudicar a los consumidores, así como medios para hacer efectivas esas medidas. Al respecto, los gobiernos deben

guiarse por su adhesión al Conjunto de principios y normas equitativos convenidos multilateralmente para el control de las prácticas comerciales restrictivas, aprobado por la Asamblea General en su resolución 35/63, de 5 de diciembre de 1980.

22. Los Estados Miembros deben adoptar o mantener políticas que especifiquen las responsabilidades del fabricante para asegurar que los artículos satisfagan los requisitos normales de durabilidad, utilidad y fiabilidad y sean aptos para el fin a que se destinan y que el vendedor vele por que estos requisitos se cumplan. Las mismas políticas deben regir la prestación de servicios.

23. Los Estados Miembros deben alentar la competencia leal y efectiva a fin de brindar a los consumidores la posibilidad de elegir productos y servicios dentro del mayor surtido y a los precios más bajos.

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

25. Los consumidores deben gozar de protección contra abusos contractuales como el uso de contratos uniformes que favorecen a una de las partes, la no inclusión de derechos fundamentales en los contratos y la imposición de condiciones excesivamente estrictas para la concesión de créditos por parte de los vendedores.

26. Las prácticas de promoción empleadas en la comercialización y la venta deben basarse en el principio del trato justo de los consumidores y deben satisfacer los requisitos jurídicos. Ello requiere el suministro de la información necesaria para que los consumidores puedan tomar decisiones bien fundadas e independientes, así como la adopción de medidas para asegurar la exactitud de la información suministrada.

27. Los Estados Miembros deben alentar a todos los interesados a participar en la libre circulación de información exacta sobre todos los aspectos de los productos de consumo.

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

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

30. Los Estados Miembros deben, dentro de sus propios países, promover la formulación y aplicación por parte de las empresas, en colaboración con las organizaciones de consumidores, de códigos de comercialización y otras prácticas comerciales para asegurar una adecuada protección del consumidor. También pueden concertarse acuerdos voluntarios conjuntos por parte de las empresas, las organizaciones de consumidores y otras partes interesadas. Estos códigos deben recibir una publicidad adecuada.

31. Los Estados Miembros deben examinar periódicamente las normas jurídicas relacionadas con pesas y medidas y determinar la eficacia de sus mecanismos de aplicación.

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

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

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

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

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

35. Cuando proceda, los Estados Miembros deberán examinar la posibilidad de:

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

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

E. Medidas que permiten a los consumidores obtener compensación

36. Los Estados Miembros deben establecer o mantener medidas jurídicas o administrativas para permitir que los consumidores o, en su caso, las organizaciones competentes obtengan compensación mediante procedimientos oficiales o extraoficiales que sean rápidos, justos, poco costosos y asequibles. Al establecerse tales procedimientos deben tenerse especialmente en cuenta las necesidades de los consumidores de bajos ingresos.

37. Los Estados Miembros deben alentar a todas las empresas a solucionar las controversias con los consumidores en forma justa, rápida y exenta de formalidades, y a crear mecanismos voluntarios, como servicios de asesoramiento y procedimientos extraoficiales para presentar reclamaciones, que puedan prestar asistencia a los consumidores.

38. Se debe facilitar a los consumidores información sobre los procedimientos vigentes y otros procedimientos para obtener compensación y solucionar controversias.

F. Programas de educación e información

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

40. La educación del consumidor debe, si procede, llegar a formar parte integrante del programa básico del sistema educativo, de preferencia como componente de asignaturas ya existentes.

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

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

(b) Peligros de los productos;

(c) Rotulado de productos;

(d) Legislación pertinente, forma de obtener compensación y organismos y organizaciones de protección al consumidor;

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

(f) Protección del medio ambiente;

(g) Utilización eficiente de materiales, energía y agua; y

(h) Acceso al conocimiento.

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

43. El comercio, cuando proceda, debe emprender programas objetivos y pertinentes de educación e información del consumidor, o participar en ellos.

44. Teniendo en cuenta la necesidad de llegar a los consumidores rurales y a los consumidores analfabetos, los gobiernos deberán, cuando proceda, formular o alentar la formulación de programas de información del consumidor destinados a los medios de comunicación de masas.

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

G. Promoción de modalidades sostenibles de consumo

46. Consumo sostenible significa que las necesidades de bienes y servicios de las generaciones presentes y futuras se satisfacen de modo tal que puedan sustentarse desde el punto de vista económico, social y ambiental.

47. Puesto que la responsabilidad del consumo sostenible la comparten todos los miembros y organizaciones de la sociedad, los consumidores informados, los gobiernos, las empresas, los sindicatos y las organizaciones ecologistas y de consumidores desempeñan funciones particularmente importantes. Corresponde a los consumidores informados una función esencial en la promoción de modalidades de consumo que pueden sustentarse desde el punto de vista económico, social y ambiental, incluso influyendo en los productores con sus decisiones. Los gobiernos deben promover la formulación y aplicación de políticas de consumo sostenible y la integración de esas políticas con otras políticas públicas. Las políticas públicas deberán formularse en consulta con el comercio, las organizaciones ecologistas y de consumidores y otros grupos interesados. Al comercio incumbe la responsabilidad de promover el consumo sostenible mediante el diseño, producción y distribución de bienes y servicios. Las organizaciones ecologistas y de consumidores tienen la responsabilidad de promover la participación y el debate públicos en lo que respecta al consumo sostenible, informar a los consumidores y trabajar con los gobiernos y las empresas con miras a promover modalidades sostenibles de consumo.

48. Los Estados Miembros, en asociación con el comercio y las organizaciones pertinentes de la sociedad civil, deben formular y ejecutar políticas que contribuyan a promover modalidades sostenibles de consumo mediante una combinación de políticas que podrían abarcar reglamentos; instrumentos económicos y sociales; políticas sectoriales como las que rigen el uso de la tierra, el transporte, la energía y la vivienda; programas de información para sensibilizar al público sobre las repercusiones de las modalidades de consumo; la eliminación de subvenciones que contribuyan a fomentar modalidades no sostenibles de consumo y producción; y la promoción de prácticas mejores de ordenación del medio en sectores concretos.

49. Los Estados Miembros deben promover el diseño, la elaboración y la utilización de productos y servicios que ahorren energía y no sean tóxicos, teniendo en cuenta las repercusiones que puedan tener durante todo su ciclo vital. Los gobiernos deben promover programas de reciclaje que alienten a los consumidores a reciclar los desechos y a comprar productos reciclados.

50. Los Estados Miembros deben promover la formulación y aplicación de normas ecológicas nacionales e internacionales de salud y seguridad para productos y servicios; tales normas no deben dar lugar a restricciones comerciales injustificadas.

51. Los Estados Miembros deben alentar el ensayo independiente de los efectos de los productos en el medio ambiente.

52. Los Estados Miembros deben controlar, en condiciones de seguridad, el uso de sustancias perjudiciales para el medio ambiente y alentar el desarrollo de sucedáneos ecológicamente racionales de esas sustancias. Las nuevas sustancias potencialmente peligrosas deben someterse a ensayo antes de ser distribuidas, con

objeto de determinar sus efectos a largo plazo en el medio ambiente.

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

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

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

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

57. Los Estados Miembros, en cooperación con las empresas y otros grupos pertinentes, deben elaborar indicadores, métodos y bases de datos para medir los progresos realizados en pro del consumo sostenible en todos los planos. Deberá procurarse que esa información sea de dominio público.

58. Los Estados Miembros y los organismos internacionales deben tomar la iniciativa introduciendo prácticas sostenibles en su propio funcionamiento, en particular mediante sus políticas de compras. Cuando proceda, en las compras del sector público se deben alentar la elaboración y el uso de productos y servicios ecológicamente racionales.

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

H. Marcos nacional para la protección del consumidor

60. Los Estados Miembros deben desarrollar mecanismos justos, efectivos y transparentes para atender las reclamaciones de los consumidores, que surjan de transacciones empresa-consumidor, incluyendo aquéllas de carácter transfronterizo. Los Estados Miembros deben asegurar que dichos procedimientos no se usen para proteger las empresas nacionales de la competencia o que se apliquen de manera injusta.

61. Los Estados Miembros deben revisar las leyes y marcos de aplicación vigentes relativos a la protección del consumidor para asegurar que ofrecen una protección y compensación justas, amigables, oportunas y efectivas contra prácticas comerciales fraudulentas, engañosas o injustas sin costes o cargas innecesarias. En particular, los Estados Miembros deben trabajar para asegurar que los consumidores tengan acceso a unos mecanismos de resolución de conflictos y compensación adecuados. A la hora de diseñar leyes, mecanismos de aplicación, así como

iniciativas de educación y concienciación, se debe prestar especial consideración a las necesidades de los consumidores vulnerables o desfavorecidos.

I. Mecanismos para la aplicación de la protección al consumidor

62. Los Estados Miembros deben trabajar para asegurar que las autoridades de aplicación de la protección del consumidor tienen los recursos humanos y financieros necesarios para emprender acciones y obtener y facilitar la compensación para los consumidores, incluyendo la compensación monetaria. Cuando proceda, otras entidades de aplicación, tales como las organizaciones de consumidores privadas, podrán asistir a las autoridades de aplicación de la protección del consumidor a ofrecer tales remedios.

J. Resolución de conflictos y compensación

63. Los Estados Miembros deben promover la resolución amigable de los conflictos, alentando el uso de la mediación y adoptando medidas que aseguren una relación equilibrada entre mediación y procedimientos judiciales.

64. Los Estados Miembros deben considerar cómo asegurar la compensación efectiva de los consumidores víctimas de prácticas de comercialización fraudulentas o engañosas.

65. Los Estados Miembros deben considerar su participación en acuerdos multilaterales y bilaterales para mejorar la cooperación judicial internacional en el embargo de bienes extranjeros y en la aplicación de resoluciones judiciales en los casos transfronterizos.

66. Los Estados Miembros deben asegurar que los mecanismos de resolución de conflictos colectivos son transparentes, eficientes y justos tanto para los consumidores como para las empresas.

K. Cooperación con el sector privado

67. Los Estados Miembros deben alentar a las empresas y a los grupos industriales a que ofrezcan mecanismos voluntarios a los consumidores para resolver sus reclamaciones de manera informal y en los estadios lo menos avanzados posible y obtener compensación según proceda.

68. Los Estados Miembros deben alentar a las empresas a que se adscriban a los estándares nacionales e internacionales desarrollados a través de procesos transparentes y contando con la participación de múltiples partes interesadas relativos a la gestión de reclamaciones interna, resolución alternativa de conflictos por una tercera parte privada y códigos de satisfacción de clientes.

L. Prevención de conflictos y concienciación sobre mecanismos de resolución de conflictos

69. Los Estados Miembros deben cooperar con las empresas, los grupos industriales, y los grupos de consumidores para fortalecer el conocimiento de consumidores y empresas de cómo prevenir conflictos, de los mecanismos de resolución y compensación y de dónde los consumidores pueden presentar reclamaciones. A la hora de diseñar iniciativas de educación y concienciación, se debe prestar especial consideración a las necesidades de los consumidores

vulnerables.

70. Los Estados Miembros deben trabajar para mejorar la conciencia de y el acceso a los mecanismos de resolución y compensación, incluyendo los mecanismos alternativos de resolución de conflictos y para mejorar la eficacia de los remedios para los conflictos transfronterizas.

M. Comercio electrónico

71. Los Estados Miembros deben aprovechar las oportunidades que brinda el comercio electrónico y móvil para ayudar a facilitar el desarrollo económico y el crecimiento basado en las tecnologías en red emergentes, a la vez que ofrecen a sus ciudadanos una protección del consumidor efectiva para el comercio electrónico. Los Estados Miembros deben revisar las leyes y prácticas de protección al consumidor a fin de determinar si se requieren cambios para acomodar los aspectos específicos del comercio electrónico.

72. Los Estados Miembros deben trabajar para mejorar la confianza de los consumidores en el comercio electrónico mediante el continuo desarrollo de mecanismos transparentes y efectivos de protección al consumidor que limiten la presencia de prácticas en línea que sean fraudulentas, engañosas o injustas.

73. Los Estados Miembros deben trabajar para establecer:

- Prácticas empresariales, comerciales y de mercadotecnia justas;
- Información clara sobre la identidad en línea de las empresas, los bienes y servicios que ofrecen y los términos y condiciones de cualquier transacción;
- Un proceso transparente para la confirmación de las transacciones;
- Mecanismos seguros de pago;
- Resolución de conflictos y compensación justos, oportunos y asequibles;
- Privacidad y protección de datos; y
- Educación a consumidores y empresas.

74. Los Estados Miembros contemplando la adopción de normas sobre comercio electrónico pueden estar interesados en las *Directrices para la Protección al Consumidor en el Contexto del Comercio Electrónico* de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, aprobadas el 9 de diciembre de 1999, así como sus futuras revisiones y, cuando proceda, en adherirse a ellas así como colaborar con otros Estados Miembros en su implementación transfronteriza.

N. Servicios financieros

75. Los Estados Miembros deben adoptar medidas para reforzar las políticas protegiendo los consumidores al acceder a los servicios financieros e integrar dichas políticas con otras sobre inclusión y educación financieras.

76. Los Estados Miembros deben ofrecer a los consumidores acceso a remedios que no supongan

costos, dilaciones, o cargas desproporcionadas con relación al valor económico en cuestión y a la vez que no supongan cargas excesivas o desproporcionadas para la sociedad o las empresas.

77. Los Estados Miembros deben instaurar regímenes de protección del consumidor financiero que sean efectivos y proporcionados y consultar con todas las partes interesadas en el proceso de elaboración de las políticas públicas.

78. Los Estados Miembros pueden estar interesados en examinar los Altos Principios sobre Protección del Consumidor Financiero y, cuando proceda, adaptarlos a sus circunstancias económicas y sociales para poder adherirse a ellos.

79. Los Estados Miembros deben trabajar para establecer o fomentar, según proceda:

- **Marcos de protección y de aplicación para el consumidor financiero;**
- **Órganos de supervisión dotados de la autoridad y recursos necesarios para acometer su misión;**
- **Trato justo y divulgación apropiada;**
- **Educación financiera mejorada;**
- **Conductas empresariales responsables por parte de proveedores de servicios financieros y agentes autorizados;**
- **Consejo objetivo y adecuado;**
- **Protección de activos y datos incluyendo contra el fraude y el abuso;**
- **Marcos competitivos; y**
- **Mecanismos adecuados de gestión de reclamaciones y compensación y políticas que aborden, cuando proceda, las especificidades sectoriales e internacionales, los desarrollos tecnológicos y las necesidades especiales de los grupos vulnerables.**

O. Medidas relativas a esferas concretas

80. Al promover los intereses del consumidor, particularmente en los países en desarrollo, los Estados Miembros deberán, cuando proceda, dar prioridad a las esferas de interés esencial para la salud del consumidor, como los alimentos, el agua y los productos farmacéuticos. Deberán adoptarse o mantenerse políticas para lograr el control de calidad de los productos, medios de distribución adecuados y seguros, sistemas internacionales normalizados de rotulado e información, así como programas de educación e investigación en estas esferas. Deberán formularse directrices estatales respecto de esferas concretas en el contexto de las disposiciones del presente documento.

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

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

83. Agua. En el marco de los objetivos y propósitos enunciados para el Decenio Internacional del Agua Potable y del Saneamiento Ambiental, los gobiernos deben formular, mantener, o fortalecer políticas nacionales para mejorar el abastecimiento, la distribución y la calidad del agua potable. Debe prestarse la debida atención a la elección de los niveles apropiados de servicios, calidad y tecnología, la necesidad de contar con programas de educación y la importancia de la participación de la comunidad.

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

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

86. Además de las esferas prioritarias indicadas, los gobiernos deben adoptar las medidas que proceda en otras esferas, como la de los plaguicidas y las sustancias químicas, con respecto, cuando proceda, a su uso, producción y almacenamiento, habida cuenta de la información pertinente en materia de salud y medio ambiente que los fabricantes deben proporcionar e incluir en el rotulado de los productos.

87. Los Estados Miembros deben formular, mantener o fortalecer las políticas nacionales para mejorar el abastecimiento, distribución y calidad de energía asequible. Se debe atender a la elección de servicios apropiados de servicio, calidad y tecnología, a la necesidad de programas de educación y a la importancia de la participación de la comunidad.

88. Los Estados Miembros y otras partes interesadas en el sector turístico deben considerar la introducción, cuando proceda, de los contenidos del Código Ético Mundial para el Turismo en las leyes, reglamentos y prácticas profesionales pertinentes, y, en este sentido, reconocer con apreciación los esfuerzos emprendidos por algunos Estados Miembros.

Las partes interesadas públicas y privadas en el desarrollo del turismo deben cooperar en la implementación de estos principios y monitorear su aplicación efectiva.

Los profesionales del turismo tienen la obligación de ofrecer a los turistas información sobre sus lugares de destino y sobre las condiciones de viaje, recepción y estadía; deben asegurarse que las cláusulas contractuales propuestas a sus clientes sean comprensibles fácilmente en relación a la naturaleza, precio y calidad de los servicios a los que se comprometen ellos mismos y a la compensación financiera debida en el caso de violación unilateral del contrato por su parte.

89. La protección del consumidor en los servicios básicos varía mucho entre Estados Miembros.

Los Estados Miembros deben formular, mantener o fortalecer sus políticas nacionales para mejorar las normas y estatutos relativos con la provisión de servicio, provisión de información al consumidor, finanzas y pagos adelantados por servicios, tasas por pago tardío, terminación y restauración de servicio, establecimiento de planes de pago, y resolución de conflictos entre clientes y compañías proveedoras de servicios básicos.

Además de las áreas prioritarias referidas arriba, los Estados Miembros están invitados a revisar periódicamente las provisiones específicas para asegurar que se cumplen los objetivos para los que fueron creadas.

VI. Cooperación internacional

90. Los Estados Miembros deben ocuparse, especialmente en un contexto regional o subregional, de:

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

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

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

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

92. Los Estados Miembros deben mejorar su habilidad para cooperar en la lucha contra prácticas comerciales fraudulentas o engañosas a nivel transfronterizo, reconociendo que la cooperación en una investigación o caso particular bajo estas Directrices queda bajo la discreción de la agencia encargada de la protección del consumidor que reciba la solicitud de cooperación.

93. Las agencias de aplicación de la protección del consumidor deben coordinar sus investigaciones y sus actividades de aplicación para evitar interferencias con las investigaciones y las actividades de aplicación de las agencias de aplicación de la protección al consumidor de otros Estados Miembros.

94. Las agencias de aplicación de la protección del consumidor deben hacer todo lo posible para resolver las desavenencias que puedan surgir en la cooperación.

95. Los Estados Miembros y sus agencias de aplicación de la protección del consumidor deben hacer uso de las redes internacionales existentes para celebrar acuerdos bilaterales o multilaterales u otras iniciativas para implementar estas Directrices.

96. Los Estados Miembros deben permitir que sus agencias de formulación de políticas de protección del consumidor, consultando con las agencias de aplicación de la protección del consumidor, asuman el liderazgo en el desarrollo de marcos para combatir las prácticas comerciales fraudulentas o engañosas descritas en estas Directrices.

97. Los Estados Miembros deben designar a una agencia de aplicación de la protección del consumidor o una agencia de formulación de políticas de protección del consumidor como punto de contacto para facilitar la cooperación bajo estas Directrices. Esta designación tiene como objetivo complementar y no reemplazar otros medios de cooperación. Tal designación debe ser notificada al Secretario General.

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

99.. A fin de promover el desarrollo sostenible, los Estados Miembros, los organismos internacionales y las empresas deben colaborar en el desarrollo, la transferencia y la difusión de una tecnología ecológicamente racional, por ejemplo logrando que los países desarrollados presten el apoyo financiero necesario con ese fin, y también deben establecer mecanismos nuevos e innovadores para financiar la transferencia de esa tecnología entre todos los países, en particular hacia los países en desarrollo y los países con economías en transición y entre esos países.

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

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

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

VII. Estructura institucional internacional

(i) Acuerdos institucionales

103. Un Grupo Intergubernamental de Expertos sobre Política del Consumidor dentro de la existente Comisión de Comercio y Desarrollo de la UNCTAD brindará la estructura institucional internacional.

104. Los Estados Miembros deben adoptar las medidas necesarias a nivel nacional y regional para cumplir su compromiso con las Directrices.

(ii) Funciones del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre Política del Consumidor

- (a) Proveer un foro anual y modalidades de consultas multilaterales, discusiones e intercambio de opiniones entre Estados Miembros en asuntos relacionados con las Directrices para la protección del consumidor, en particular su implementación y la experiencia que se derive;**
- (b) Empezar y diseminar estudios periódicos e investigaciones sobre protección al consumidor relacionados con las Directrices para la protección al consumidor, a fin de incrementar el intercambio de experiencias y dar mayor eficacia a las Directrices;**
- (c) Llevar a cabo exámenes voluntarios inter pares a los países interesados;**
- (d) Reunir y diseminar información sobre asuntos relacionados con el cumplimiento general de los objetivos de las Directrices y sobre las acciones apropiadas emprendidas por los Estados Miembros a nivel nacional o regional para promover una efectiva implementación de sus objetivos y principios;**
- (e) Ofrecer asistencia técnica y actividades de fortalecimiento de capacidades a los países en desarrollo y las economías en transición para la formulación y aplicación de normas de protección al consumidor;**
- (f) Invitar y considerar los estudios relevantes, documentación e informes de las organizaciones relevantes del sistema de Naciones Unidas, la OCDE y otras organizaciones internacionales y redes;**
- (g) Colaborar estrechamente con el Comité de Políticas de Consumo de la OCDE y celebrar al menos una reunión anual intra-agencias para intercambiar información sobre programas de trabajo, identificar asuntos para consultas e identificar proyectos de trabajo conjunto así como cooperación en la provisión de cooperación técnica, a fin de crear sinergias y evitar duplicidades;**
- (h) Redactar los informes y recomendaciones apropiadas a los Estados Miembros sobre asuntos dentro de su competencia, incluyendo la aplicación e implementación de las Directrices; y**
- (i) Llevar a cabo una revisión periódica de las Directrices cada cinco años con acuerdo consensuado.**