



**Конференция Организации
Объединенных Наций
по торговле и развитию**

Distr.: General
29 April 2013
Russian
Original: English

**Совет по торговле и развитию
Комиссия по торговле и развитию
Межправительственная группа экспертов
по законодательству и политике в области конкуренции
Тринадцатая сессия
Женева, 8–12 июля 2013 года
Пункт 3 а) предварительной повестки дня
Консультации и обсуждения, посвященные
экспертным обзорам законодательства
и политики в области конкуренции,
рассмотрению Типового закона о конкуренции
и исследованиям, касающимся положений
Комплекса принципов и правил**

**Доклад об осуществлении руководящих принципов
Организации Объединенных Наций для защиты
интересов потребителей
(1985–2013 годы)**

Записка секретариата ЮНКТАД

Резюме

Конференция Организации Объединенных Наций по торговле и развитию (ЮНКТАД) проводит пересмотр руководящих принципов Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей в соответствии с поручением, данным ей на первом Специальном совещании экспертов по защите интересов потребителей, которое проходило в Женеве 10–11 июля 2012 года.

Руководящие принципы были первоначально составлены Экономическим и Социальным Советом и утверждены Генеральной Ассамблеей в 1985 году (см. A/RES/39/248, приложение), а затем расширены Экономическим и Социальным Советом в 1999 году (см. E/1999/INF/2/Add.2, резолюция 1999/7, приложение). С самого начала должное внимание в руководящих принципах уделялось текущей работе по проблемам защиты конкуренции таких организаций, как Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), Организация американских государств (ОАГ), Организация Объединенных Наций по промышленному развитию (ЮНИДО) и Комиссия Организации Объединенных Наций по праву международной торговли (ЮНСИТРАЛ). В первоначальном документе нашли также отражение действующие нормы и образцы передовой

практики. Результаты проведенной оценки говорят о том, что руководящие принципы сохраняют свое значение и актуальность для политики защиты интересов потребителей и что они легли в основу многочисленных национальных законов о защите прав потребителей. Для того чтобы эти руководящие принципы продолжали сохранять актуальность, были определены те их положения, которые нуждаются в совершенствовании. ЮНКТАД предложила государствам-членам, международным организациям и другим заинтересованным сторонам¹ принять участие в этом важном проекте и информировать ее о происходящих в государствах-членах законотворческих процессах и о других современных руководящих принципах, выпускаемых такими организациями, как Международная сеть защиты прав потребителей и правоприменительной практики (ИКПЕН), ОЭСР, ОАГ, Комиссия Организации Объединенных Наций по праву международной торговли и организация "Консьюмерз интернэшнл". В основу настоящего доклада легли 58 ответов, полученных на просьбу представлять материалы и замечания, касающиеся первоначального проекта этого документа².

I. Отражение руководящих принципов Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей в действующем законодательстве государств-членов

I. Цели

1. Принимая во внимание интересы и нужды потребителей во всех странах, особенно в развивающихся странах; признавая, что потребители зачастую находятся в неравном положении с точки зрения экономических условий, уровня образования и покупательной способности; и учитывая, что потребители должны иметь право на доступ к безопасным товарам, а также право содействовать справедливому, равноправному и устойчивому экономическому и социальному развитию и охране окружающей среды, эти руководящие принципы защиты интересов потребителей имеют следующие цели:

- a) содействовать странам в установлении или дальнейшем обеспечении надлежащей защиты своего населения как потребителей;
- b) способствовать созданию структур производства и распределения, способных удовлетворять потребности и запросы потребителей;
- c) поощрять высокий уровень этических норм поведения тех, кто связан с производством и распределением товаров и услуг для потребителей;
- d) содействовать странам в борьбе с вредной деловой практикой всех предприятий на национальном и международном уровнях, которая отрицательно сказывается на потребителях;
- e) способствовать созданию независимых групп потребителей;
- f) расширять международное сотрудничество в области защиты интересов потребителей;
- g) поощрять создание рыночных условий, предоставляющих потребителям больший выбор при более низких ценах;
- h) содействовать формированию устойчивых моделей потребления.

Источник: E/1999/INF/2/Add.2, резолюция 1999/7, приложение.

1. Государства-члены в целом разделяют главные цели руководящих принципов Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей. В многих случаях³ требование защищать интересы потребителей закреплено в конституции, и в некоторых странах права потребителей признаются в качестве прав человека⁴. Законы о защите прав потребителей существуют во всех странах; право на доступ к безопасным товарам, а также право на справедливое, равноправное и устойчивое экономическое и социальное развитие и на охрану окружающей среды предусмотрены либо в законах о защите прав потребителей, либо в национальных отраслевых нормах.

2. Вне зависимости от отдельных целей, сформулированных в главе I руководящих принципов, в каждой стране существует своя нормативно-правовая система, в которой – при ее направленности на обеспечение адекватной защиты интересов потребителей – главный упор может делаться на разных задачах и

которая может исходить из разного уровня институционального развития. Хотя цель борьбы со злоупотреблениями и получила всеобщее признание, задача устойчивого потребления редко включается в национальное законодательство о защите прав потребителей⁵. Нередко такие задачи, как содействие формированию адекватных моделей производства и распределения, поощрение высоких норм профессиональной этики в сфере производства и распределения и содействие созданию независимых групп потребителей, решаются опосредованно на основе отдельных или разовых мер государственной политики⁶. Интересно отметить, что задача создания нормальных условий для работы рынка решается либо непосредственно в законах о защите прав потребителей, либо через законодательство в области конкуренции⁷. Большинство органов, защищающих права потребителей, наделены полномочиями участвовать в международном сотрудничестве⁸, хотя в национальных правовых системах эта цель отдельно не ставится.

3. Ряд международных организаций также разделяют цели руководящих принципов и разрабатывают инструменты для оказания своим государствам-членам помощи в их достижении. ИКПЕН и ОЭСР подготовили стратегические рекомендации и руководящие указания по осуществлению всех важнейших положений руководящих принципов. В ОЭСР исследовательской работой, содействием обмену информацией и формулированием принципиальных рекомендаций⁹ занимается Комитет по политике в отношении потребителей¹⁰. На межамериканском уровне государства – члены ОАГ согласились с некоторыми принципами, которые нашли отражение в Хартии ОАГ и в ряде резолюций Генеральной Ассамблеи¹¹. Аналогично этому Европейская комиссия разработала комплексные рамки политики защиты прав потребителей – Европейскую повестку дня по проблемам потребителей¹², – в первую очередь по вопросам обеспечения безопасности потребителей, универсального обслуживания и прав потребителей¹³, содействия образованию независимых групп потребителей и создания нормальных рыночных условий в рамках единого рынка.

4. И наконец, ссылаясь на Всеобщую декларацию прав человека и Международный пакт об экономических, социальных и культурных правах, организация "Консьюмерз интернэшнл" предлагает привлекать потребителей к участию в культурной, общественной и просветительской деятельности.

II. Общие принципы

2. Правительства должны разрабатывать или продолжать активную политику защиты интересов потребителей с учетом изложенных ниже руководящих принципов и соответствующих международных соглашений. При этом каждому правительству следует определить свои собственные первоочередные задачи в области защиты интересов потребителей в соответствии с экономическими, социальными и экологическими условиями страны и потребностями своего населения, а также с учетом издержек и преимуществ намечаемых мер.

3. Эти руководящие принципы направлены на удовлетворение следующих законных потребностей:

- a) защита потребителей от ущерба их здоровью и безопасности;
- b) содействие экономическим интересам потребителей и защита этих интересов;

с) доступ потребителей к соответствующей информации, необходимой для компетентного выбора в соответствии с индивидуальными запросами и потребностями;

d) просвещение потребителей, в том числе по вопросам экологических, социальных и экономических последствий их потребительских предпочтений;

e) наличие эффективных процедур рассмотрения жалоб потребителей;

f) свобода создавать потребительские и другие соответствующие группы или организации и возможность для таких организаций высказывать свою точку зрения в процессе принятия решений, затрагивающих их интересы;

g) содействие внедрению устойчивых моделей потребления.

4. Неустойчивые модели производства и потребления, в частности в промышленно развитых странах, являются основной причиной продолжающегося ухудшения состояния глобальной окружающей среды. Все страны должны всемерно содействовать формированию устойчивых моделей потребления; развитые страны должны возглавить усилия в этой области; развивающиеся страны должны стремиться к достижению устойчивых моделей потребления в процессе своего развития, уделяя должное внимание принципу общей, но дифференцированной ответственности. Необходимо в полной мере учитывать особое положение и потребности развивающихся стран в этой связи.

5. Политика в области формирования устойчивых моделей потребления должна быть направлена на искоренение нищеты, удовлетворение основных потребностей всех членов общества и преодоление неравенства как в рамках отдельных стран, так и между странами.

6. Правительствам следует создать или сохранить надлежащую инфраструктуру для разработки и осуществления политики в области защиты интересов потребителей и контроля за ней. Особое внимание следует уделить обеспечению того, чтобы меры по защите интересов потребителей осуществлялись в интересах всех слоев населения, особенно сельского населения и населения, проживающего в условиях нищеты.

7. Все предприятия должны соблюдать соответствующие законы и нормативные акты тех стран, в которых они ведут дела. Они также должны соблюдать соответствующие положения международных стандартов в области защиты интересов потребителей, с которыми согласились компетентные органы этих стран. (Любые ссылки на международные стандарты, содержащиеся в настоящих руководящих принципах, следует рассматривать в контексте данного пункта.)

8. При разработке политики в области защиты интересов потребителей следует учитывать потенциальную позитивную роль университетов, а также государственных и частных исследовательских учреждений.

Источник: E/1999/INF/2/Add.2, резолюция 1999/7, приложение.

5. Все государства – члены ЮНКТАД проводят в жизнь политику защиты интересов потребителей через государственные структуры, в целом придерживаясь общих принципов, закрепленных в пункте 2 рассматриваемых руководящих принципов. Органы по защите прав потребителей наделены полномочиями удовлетворять самые насущные законные потребности, перечисленные в руководящих принципах (пункт 3). В то же время во многих странах функции по удовлетворению некоторых из перечисленных законных потребностей делятся с

другими органами исполнительной власти¹⁴ или полностью переданы другим отраслевым органам¹⁵. Очень часто из функций органов по защите прав потребителей исключается такая функция, как содействие внедрению устойчивых моделей потребления (пункт 3 g)), которая передается другим органам¹⁶.

6. Важно отметить, что большинство защищающих права потребителей органов наделены полномочиями в таких вопросах, как охрана здоровья и обеспечение безопасности, поощрение экономических интересов потребителей и защита этих интересов, доступ к соответствующей информации, просвещение потребителей, рассмотрение жалоб потребителей и право на создание объединений потребителей. ОЭСР также содействует разработке и проведению как своими членами, так и нечленами активной политики защиты интересов потребителей через такие органы, как Комитет по политике в отношении потребителей и его подкомитеты, которым было поручено определить указанные в руководящих принципах законные потребности, в том числе в отношении устойчивых моделей потребления и инфраструктуры¹⁷.

7. Задача содействия внедрению устойчивых моделей потребления, сформулированная в пункте 4 руководящих принципов, в большинстве стран решается косвенно, через информационные и просветительские кампании¹⁸. За исключением Перу¹⁹, задаче искоренения нищеты и удовлетворения основных потребностей всех членов общества (пункт 5 руководящих принципов) в национальном законодательстве и политике, посвященных защите интересов потребителей, внимание уделяется довольно редко, и вместо этого она находит отражение в других областях права²⁰. Большинство органов считают, что они имеют надлежащую инфраструктуру для разработки, осуществления и мониторинга политики защиты интересов потребителей (пункт 6 руководящих принципов), причем некоторые из них уделяют особое внимание сельскому населению и населению, живущему в условиях нищеты²¹. По мнению Болгарии, понятие "уязвимые потребители" должно, помимо прочего, увязываться с возрастом, физическими или умственными возможностями, бедностью или социальной изоляцией. Законодательство всех стран предусматривает обязательство предприятий в своей деятельности соблюдать стандарты защиты интересов потребителей (пункт 7 руководящих принципов).

8. Мексика обратила внимание на такую новую проблему, как отсутствие единообразия в применении международных стандартов защиты интересов потребителей к многонациональным предприятиям. По данному вопросу 44 страны²² поддержали Декларацию и решения ОЭСР по международным инвестициям и многонациональным предприятиям²³. Эта декларация вылилась в принятие Руководящих принципов ОЭСР для многонациональных предприятий²⁴, одна из рекомендаций в которых требует, чтобы национальные предприятия в своей коммерческой деятельности вели себя ответственно везде, где они работают. Ботсвана обратила внимание на то, что из-за многонациональных предприятий дела, связанные с защитой прав потребителей, становятся все сложнее, что затягивает процесс поиска приемлемых решений²⁵. Лишь очень немногие страны²⁶ признают позитивную роль университетов и государственных и частных предприятий в исследовательской работе и в формулировании политики. При этом большинство стран относят функции разработки политики к сфере ведения государственных органов²⁷. Некоторые органы заключают с национальными университетами неформальные соглашения²⁸.

9. Что касается законных потребностей, то организация "Консьюмерз интернэшнл" предложила включить в руководящие принципы положения, посвященные технологической нейтральности, доступу к важнейшим товарам и ус-

лугам, уважению частной жизни потребителей и защите данных. Вопрос защиты данных предлагается сделать неотъемлемой частью любых новых руководящих принципов, регулирующих электронную торговлю.

III. Руководящие принципы

9. Следующие руководящие принципы должны применяться как к местным, так и к импортируемым товарам и услугам.

10. При использовании любых процедур или положений о защите интересов потребителей следует обращать должное внимание на обеспечение того, чтобы они не препятствовали международной торговле и соответствовали международным торговым обязательствам.

Источник: E/1999/INF/2/Add.2, резолюция 1999/7, приложение.

10. Общая шапка главы III (пункты 9 и 10) руководящих принципов в целом получила одобрение. В одних случаях контроль за единообразным применением руководящих принципов к отечественной и импортной продукции осуществляют органы, отвечающие за защиту интересов потребителей²⁹. В других случаях защищающие права потребителей органы делят эти полномочия с другими государственными структурами³⁰. Что же касается требования не создавать торговые барьеры, то многие респонденты обратили внимание на обязательства в рамках Всемирной торговой организации³¹, исполнение которых традиционно возлагается не на органы по защите прав потребителей, а на другие государственные структуры³². Некоторые страны призывают активизировать межучрежденческое сотрудничество в целях предотвращения несогласованности³³.

A. Физическая безопасность

11. Для обеспечения того, чтобы товары были безопасны как при их предназначаемом, так и другом разумно возможном использовании, правительствам следует принять соответствующие меры или поощрять их принятие, включая правовые системы, положения о безопасности товаров, национальные или международные нормы, добровольные нормы и ведение учета случаев небезопасного использования отдельных товаров.

12. Надлежащая политика должна обеспечить, чтобы производимые производителями товары были безопасны как при их предназначаемом, так и другом разумно возможном использовании. Те, кто несет ответственность за выход товаров на рынок, в частности поставщики, экспортеры, импортеры, розничные торговцы и т.п. (далее именуемые распределителями), должны обеспечить, чтобы эти товары, в период нахождения у них, не становились небезопасными из-за неправильного обращения или хранения и чтобы в период нахождения у них они не становились опасными из-за неправильного обращения или хранения. Потребителей следует инструктировать о правильном использовании товаров и информировать о возможном риске при предназначаемом или другом разумно возможном использовании. Там, где это возможно, потребителям должна сообщаться важная информация о безопасном использовании с помощью понятных в международных масштабах обозначений.

13. Надлежащая политика должна обеспечить, чтобы производители или распределители, если им стало известно о возникновении непредвиденной опасности уже после выхода товаров на рынок, незамедлительно уведомляли об этом соответствующие органы власти и, в случае необходимости, общественность. Правительствам также следует рассмотреть пути обеспечения того, чтобы потребители были должным образом информированы о такой опасности.

14. Правительствам следует при необходимости принять политику, при которой, в случае обнаружения серьезного дефекта в каком-либо товаре и/или существенной и серьезной опасности даже при его правильном использовании, производители и/или распределители должны изъять его из обращения и устранить дефект или заменить, или предложить другой товар; если в разумные сроки это сделать невозможно, потребителю должна быть выплачена соответствующая компенсация.

Источник: E/1999/INF/2/Add.2, резолюция 1999/7, приложение.

11. В большинстве государств – членов ЮНКТАД действуют законодательные нормы и нормы регулирования, посвященные физической безопасности товаров (пункт 11 руководящих принципов), которые, как правило, содержатся в законах о защите прав потребителей и/или отраслевых нормативных актах³⁴ и которые охватывают широкий круг вопросов, начиная от условий труда³⁵ и кончая продукцией атомной промышленности³⁶. За обеспечение исполнения требований закона обычно отвечают органы по защите прав потребителей наряду с другими заинтересованными отраслевыми органами³⁷. В некоторых странах, таких как Канада³⁸, данные вопросы относятся к исключительному ведению органов здравоохранения, а другие страны, такие как Соединенные Штаты Америки³⁹, создали для контроля за безопасностью потребительской продукции автономные структуры. В некоторых юрисдикциях, например в Европейском союзе⁴⁰, Перу и Португалии, организован учет товаров на предмет того, насколько безопасными они являются с точки зрения предназначаемого или иного возможного использования.

12. Все страны приняли меры политики для обеспечения того, чтобы структуры, занимающиеся распределением продукции, гарантировали ее безопасность (пункт 12 руководящих принципов). Большинство органов, отвечающих за защиту прав потребителей, осуществляют просветительские программы по вопросам безопасного потребления и имеют полномочия контролировать выполнение требований к безопасности продукции⁴¹. В Коста-Рике действуют конкретные требования к маркировке безопасной продукции⁴², в основе которых лежит Центральноамериканский технический регламент⁴³. Болгария предлагает в вопросах безопасности потребителей исходить из принципа предосторожности. Организация "Консьюмерз интернэшнл", в свою очередь, предлагает включить в руководящие принципы положение о том, что сведения о безопасности продукции должны быть доступны в онлайн-режиме и быть понятны всем потребителям.

13. В отношении уведомления об опасности (пункт 13 руководящих принципов) национальное законодательство большинства стран возлагает надзорные и уведомительные функции на органы, защищающие права потребителей, и другие соответствующие структуры. Во всех законодательных системах распределители несут ответственность за уведомление органов власти и общественности о том, что находящиеся у них товары стали опасными. Уведомление общественности происходит по разным каналам, как через официальные, так и через частные СМИ⁴⁴. В Европейском союзе создана система оперативного уведомле-

ния об опасных потребительских товарах, за исключением продовольствия, медикаментов и медицинского оборудования, применительно к которым действуют другие механизмы⁴⁵.

14. Законодательство большинства стран обязывает производителей и/или распределителей изымать опасные товары из обращения (пункт 14 руководящих принципов)⁴⁶. Надзор за исполнением таких обязательств обычно осуществляют органы, защищающие права потребителей, хотя иногда предусматриваются также судебные процедуры компенсации⁴⁷ или альтернативные механизмы урегулирования споров⁴⁸.

15. В условиях продолжающейся глобализации экономики и быстрых изменений в сфере торговли международное сотрудничество становится залогом предупреждения проникновения небезопасных или вредных товаров на национальные рынки и/или обнаружения и изъятия их из обращения, если они уже туда попали. В этой связи ОЭСР поощряет международные усилия, связанные со всеми положениями пунктов 11–14 руководящих принципов, создав недавно Рабочую группу по вопросам безопасности потребительских товаров⁴⁹. Помимо этого государства – члены ОАГ совместно с Панамериканской организацией здравоохранения создали первый специализированный форум Западного полушария для обсуждения вопросов безопасности потребительских товаров⁵⁰. В этих рамках страны Латинской Америки идут по пути разработки и создания национальных систем обеспечения безопасности потребительских товаров, координируя усилия органов по защите прав потребителей, институтов, занимающихся проблемами метрологии и качества, и органов здравоохранения⁵¹.

В. Содействие экономическим интересам потребителей и защита этих интересов

15. Политика правительства должна быть направлена на предоставление потребителям возможности максимально выгодно использовать свои экономические средства. Она также должна быть направлена на обеспечение удовлетворительных технических и эксплуатационных характеристик, надлежащих методов распределения, добросовестной деловой практики, информативного маркетинга и эффективной защиты против практики, которая может отрицательным образом затронуть экономические интересы потребителей и осуществление выбора при покупке.

16. Правительствам следует активизировать свои усилия по предотвращению практики, наносящей ущерб экономическим интересам потребителей, путем обеспечения того, чтобы производители, распределители и другие лица, участвующие в предоставлении товаров и услуг, соблюдали установленные законы и обязательные нормы. Следует поощрять организации потребителей к контролю за такой пагубной практикой, как фальсификация продуктов питания, ложные или вводящие в заблуждение заявления с целью сбыта товаров и обман потребителей в сфере обслуживания.

17. Правительствам следует разрабатывать, укреплять или сохранять, в зависимости от конкретных обстоятельств, меры, относящиеся к контролю за ограничительной и другой вредной деловой практикой, которая может нанести ущерб потребителям, включая средства обеспечения выполнения подобных мер. В этой связи правительствам следует руководствоваться своими обязатель-

ствами в соответствии с Комплексом согласованных на многосторонней основе справедливых принципов и правил для контроля за ограничительной деловой практикой, принятым Генеральной Ассамблеей в резолюции 35/63 от 5 декабря 1980 года.

18. Правительствам следует ввести или сохранить политику, четко определяющую ответственность производителя за то, чтобы товары отвечали разумным требованиям с точки зрения их долговечности, пригодности и надежности и соответствовали цели, для которой они предназначены, а также ответственность торговца следить за соблюдением этих требований. Аналогичная политика должна проводиться и в сфере обслуживания.

19. Правительства должны поощрять добросовестную и эффективную конкуренцию, с тем чтобы обеспечить потребителям самый широкий выбор товаров и услуг по минимальным ценам.

20. Правительства должны, в соответствующих случаях, следить за тем, чтобы производители и/или розничные торговцы обеспечивали надлежащее надежное послепродажное обслуживание и наличие запасных частей.

21. Потребители должны быть защищены от таких контрактных злоупотреблений, как односторонние типовые контракты, исключение основных прав в контрактах и незаконные условия кредитования продавцами.

22. Рекламная и торговая практика должна отвечать принципу справедливого обслуживания потребителей и правовым требованиям. Это требует предоставления информации, необходимой потребителю для принятия компетентных и независимых решений, а также мер по обеспечению правдивости предоставляемой информации.

23. Правительствам следует поощрять все соответствующие стороны к участию в свободном обмене правдивой информацией по всем аспектам потребительских товаров.

24. Следует содействовать доступу потребителей к достоверной информации о воздействии товаров и услуг на окружающую среду, используя для этого описания товаров, отраслевые экологические отчеты, информационные центры для потребителей, добровольные и транспарентные программы экомаркировки, телефонные справочные службы для получения информации о товарах и т.д.

25. Правительствам в тесном сотрудничестве с производителями, торговыми организациями и организациями потребителей следует принимать меры по борьбе с использованием не соответствующих действительности заявлений или информации экологического характера в рекламной деятельности и других видах маркетинга. Следует содействовать разработке надлежащих кодексов и стандартов рекламной деятельности в целях регулирования и проверки заявлений экологического характера.

26. Правительствам, с учетом своих национальных условий, следует поощрять разработку и применение деловыми кругами в сотрудничестве с организациями потребителей кодексов маркетинга и другой деловой практики для обеспечения надлежащей защиты интересов потребителей. Могут заключаться также добровольные соглашения между деловыми кругами, организациями потребителей и другими заинтересованными сторонами. Об этих кодексах следует надлежащим образом информировать общественность.

27. Правительствам следует регулярно проводить обзоры законодательства, касающегося единиц мер и весов, и оценивать адекватность механизма контроля за его соблюдением.

Источник: E/1999/INF/2/Add.2, резолюция 1999/7, приложение.

16. К числу главных задач современных органов, защищающих права потребителей, относится отстаивание экономических интересов потребителей, в первую очередь обеспечение добросовестной деловой практики, информативного маркетинга и защиты от злоупотреблений (пункт 15 руководящих принципов). Во многих странах защищающие права потребителей органы делят эти функции с органами по вопросам конкуренции⁵². Кроме того, в соответствии с пунктом 16 руководящих принципов для поощрения положительной практики и борьбы с отрицательной разработан целый ряд инициатив⁵³, среди которых можно особо выделить инициативы Соединенных Штатов⁵⁴, в реализации которых могут участвовать организации потребителей⁵⁵. Существуют разные способы стимулирования организаций потребителей к выполнению функции мониторинга, связанные в том числе с соглашениями о сотрудничестве⁵⁶, консультативной деятельностью⁵⁷ и присуждением премий⁵⁸. В соответствии с пунктами 15, 19, 22 и 24–26 руководящих принципов ОЭСР вносит вклад в поощрение и защиту экономических прав потребителей в государствах, как являющихся, так и не являющихся членами ОЭСР, через Комитет по политике в отношении потребителей, Комитет по финансовым рынкам, Комитет по инвестициям и Комитет по конкуренции⁵⁹.

17. Законодательство большинства стран наделяет полномочиями контролировать ограничительную и другую вредную деловую практику (пункт 17 руководящих принципов)⁶⁰ и поощрять добросовестную и эффективную конкуренцию (пункт 19 руководящих принципов)⁶¹ органы, занимающиеся вопросами конкуренции⁶², тем самым лишая этих функций органы, защищающие права потребителей⁶³. Иногда функции защиты прав потребителей и конкуренции возлагаются на один и тот же орган⁶⁴. Лишь в очень редких случаях этими вопросами занимаются функционально самостоятельные органы, отвечающие за защиту прав потребителей⁶⁵.

18. В законодательстве практически всех стран содержатся положения нормативного и стратегического характера, устанавливающие ответственность производителей и продавцов за качество и долговечность продукции (пункт 18 руководящих принципов) и организацию послепродажного обслуживания и наличие запасных частей (пункт 20 руководящих принципов). Такая ответственность может быть как совместной⁶⁶, так и субсидиарной⁶⁷, особенно когда речь идет о гарантиях на товары и услуги⁶⁸.

19. Одна из главных целей защищающих права потребителей органов заключается в борьбе с контрактными злоупотреблениями (пункт 21 руководящих принципов)⁶⁹. Вот почему односторонние стандартные контракты обычно регулируются⁷⁰. Например, Мексика разработала типовой контракт, который должны использовать поставщики и распределители⁷¹, и требует регистрировать все односторонние стандартные контракты в сфере телекоммуникаций⁷², в то время как Коста-Рика⁷³ и Швейцария⁷⁴ устанавливают требования к стандартным финансовым контрактам. Доминиканская Республика предлагает поставщикам представить все односторонние стандартные контракты, прежде чем принять решение об оказании помощи в обеспечении их исполнения⁷⁵. Польша разработала руководство с требованиями к стандартным контрактам, заключаемым с

потребителями телекоммуникационных услуг. Ущемление важнейших прав в контрактах обычно запрещено⁷⁶, а борьба с недобросовестной практикой кредитования обычно ведется на основании положений закона о защите прав потребителей или отраслевых норм регулирования⁷⁷.

20. Большинство стран регулируют практику, которой посвящен пункт 22 руководящих принципов⁷⁸, а именно рекламную и торговую практику⁷⁹. Законодательство большинства стран исходит из принципа недискриминации⁸⁰, призванного помочь потребителям в принятии самостоятельных обдуманных решений благодаря свободному обмену правдивой информацией (пункт 23 руководящих принципов)⁸¹. В некоторых странах конкретные положения, касающиеся воздействия товаров на окружающую среду, отсутствуют вообще (пункт 24 руководящих принципов)⁸²; другие страны обычно наделяют надзорными полномочиями министерства окружающей среды^{83, 84}. Не соответствующими действительности заявлениями (пункт 25 руководящих принципов), даже теми, которые не имеют непосредственного отношения к окружающей среде, обычно занимаются органы, защищающие права потребителей⁸⁵. Одни органы выпускают рекламные руководства⁸⁶, а другие осуществляют надзор через специализированные центры⁸⁷, проверяя достоверность коммерческой рекламы. Помимо этого, защищающие права потребителей органы пропагандируют кодексы⁸⁸ и соглашения⁸⁹ о саморегулировании коммерческой деятельности, которые начинают находить применение в частном секторе (пункт 26 руководящих принципов). В Швейцарии саморегулирование полностью опирается на частную инициативу и дает удовлетворительные результаты⁹⁰.

21. Что касается единиц мер и весов (пункт 27 руководящих принципов)⁹¹, то в большинстве стран принято соответствующее законодательство⁹². Во многих странах соответствующими полномочиями наделены специализированные структуры или органы стандартизации⁹³. В Мексике был создан коллегиальный орган⁹⁴, в состав которого вошли 15 государственных и свыше 2 800 частных членов. Для содействия региональному сотрудничеству в сфере метрологии и внедрению глобальной системы измерений в странах континентальной Америки государства – члены ОАГ создали Межамериканскую систему метрологии.

С. Нормы безопасности и качества потребительских товаров и услуг

28. Правительствам следует, в зависимости от конкретных условий, разрабатывать или содействовать разработке и применению на национальном и международном уровнях добровольных и иных норм безопасности и качества товаров и услуг и соответствующим образом их популяризировать. Национальные нормы и положения о безопасности и качестве товаров должны периодически пересматриваться, чтобы обеспечить их соответствие, когда это возможно, общепризнанным международным нормам.

29. В тех случаях, когда в силу местных экономических условий применяемые нормы являются менее жесткими по сравнению с общепризнанными международными нормами, следует добиваться скорейшего ужесточения этих норм.

30. Правительствам следует поощрять и обеспечивать наличие возможностей для проверки и выдачи свидетельств о безопасности, качестве и технических характеристиках основных потребительских товаров и услуг.

Источник: E/1999/INF/2/Add.2, резолюция 1999/7, приложение.

22. В законодательстве, защищающем права потребителей, безопасности и качеству потребительских товаров и услуг уделяется особое внимание. Большинство стран инкорпорировали содержащиеся в пунктах 28–30 руководящих принципов рекомендации⁹⁵ в свои законодательные и подзаконные акты. Занимающиеся защитой прав потребителей органы нередко делят эти функции с другими структурами, например с организациями по стандартизации, согласованию норм и министерствами охраны окружающей среды и/или здравоохранения⁹⁶. Мексика⁹⁷ и Колумбия⁹⁸ создали представительные организации для контроля за безопасностью и качеством потребительских товаров. Учреждения, контролирующие безопасность потребительских товаров в Канаде, Мексике и Соединенных Штатах, сегодня сотрудничают в проведении отдельных информационно-просветительских кампаний для потребителей. В числе последних примеров можно назвать кампании, посвященные безопасности детских игрушек и профилактике отравлений. Органы, отвечающие за безопасность потребительских товаров в Соединенных Штатах, наладили также сотрудничество с такими не граничащими с ними странами, как Австралия и Бразилия, с которыми они вместе работают в среде потребителей. Некоторые страны используют международные стандарты, разработанные Европейским союзом (Генеральным директором Европейской комиссии по вопросам здравоохранения и защиты интересов потребителей)⁹⁹, Продовольственной и сельскохозяйственной организацией Объединенных Наций и Всемирной организацией здравоохранения (Кодекс Алиментариус)¹⁰⁰, Международной организацией по стандартизации¹⁰¹, ОЭСР¹⁰² и Всемирной торговой организацией.

D. Система распределения основных потребительских товаров и услуг

31. Правительствам следует, где это целесообразно, рассмотреть:

а) принятие или продолжение политики, направленной на эффективное распределение товаров и услуг для потребителей; в соответствующих случаях следует рассмотреть вопрос о конкретной политике в целях обеспечения распределения основных товаров и услуг там, где такое распределение затруднено, что может иметь место, в частности, в сельских районах. Такая политика может включать помощь в создании соответствующих складских и торговых сетей в сельских центрах, стимулирование развития потребительской самопомощи и более эффективный контроль за условиями предоставления основных товаров и услуг в сельских районах;

б) поощрение, особенно в сельских районах, создания потребительских кооперативов и связанных с ними торговых учреждений и распространение информации о них.

Источник: E/1999/INF/2/Add.2, резолюция 1999/7, приложение.

23. Некоторые члены разработали политику, направленную на эффективное распределение товаров и услуг для потребителей¹⁰³ (пункт 31 руководящих принципов)¹⁰⁴. В большинстве стран существуют различные государственные органы, наделенные полномочиями в этой области¹⁰⁵. В Ботсване действует Департамент по развитию кооперативов. В 2012 году в Мексике¹⁰⁶ по причине острого респираторного синдрома было уничтожено 16 млн. кур, что вызвало существенный рост цен. В результате развернулась дискуссия о том, как можно гарантировать безопасность и качество важнейших потребительских товаров, не прибегая к протекционистским мерам (пункт 10 руководящих принципов), вылившаяся в призыв углублять межведомственное сотрудничество в целях

проведения последовательной политики. Интересно отметить, что в функции ряда учреждений входит поощрение создания потребительских кооперативов¹⁰⁷.

24. Организация "Консьюмерз интернэшнл" обращает внимание на различия между городскими и сельскими потребителями и в свете роста числа поселений городского типа утверждает, что, несмотря на неактуальность фактора удаленности, современные городские потребители также являются уязвимыми. Болгария выступает за то, чтобы лучше защищать такие представляющие общий экономический интерес отрасли, как жилищный сектор, система социального обеспечения, энергоснабжение, телекоммуникации и водоснабжение.

Е. Меры, позволяющие потребителям получить компенсацию

32. Правительствам следует разрабатывать или поддерживать принятие правовых и/или административных мер, позволяющих потребителям или, в случае необходимости, соответствующим организациям получить компенсацию путем применения официальных или неофициальных процедур, которые должны быть оперативными, справедливыми, недорогостоящими и доступными. Подобные процедуры должны особо учитывать интересы потребителей с низким уровнем дохода.

33. Правительствам следует поощрять все предприятия разрешать конфликты с потребителями справедливо, оперативно и в неофициальном порядке и поощрять создание добровольных механизмов, включая консультативные услуги и неофициальные процедуры рассмотрения жалоб, которые могут помочь потребителям.

34. Потребители должны иметь доступ к информации об имеющихся процедурах получения компенсации и других процедурах решения спорных вопросов.

Источник: E/1999/INF/2/Add.2, резолюция 1999/7, приложение.

25. Все респонденты принимают административные и судебные меры, позволяющие потребителям, а в ряде случаев и организациям потребителей, получать компенсацию¹⁰⁸ (пункт 32 руководящих принципов)¹⁰⁹. Опыт показывает, что предприятия выполняют обязательные требования в отношении защиты интересов потребителей лишь в тех случаях, когда вероятность санкций за нарушение этих требований является высокой или когда прямые и косвенные издержки в связи с такими санкциями являются ощутимыми с коммерческой точки зрения. В этом смысле угроза серьезных санкций представляется важнейшим стимулом к соблюдению норм законов о защите прав потребителей. Защищающие права потребителей органы интересуют не только обеспечение соблюдения требований законов о защите прав потребителей посредством применения санкций, но и благополучие потребителей. Вот почему санкции могут дополняться защитными мерами, например исправительного или дополнительного характера. Исправительные меры направлены на то, чтобы предоставить компенсацию потребителям, возместив противоправно причиненный им вред¹¹⁰. Дополнительные меры защищают общие интересы потребителей, например их здоровье или окружающую среду.

26. Меры по возмещению причиненного потребителям вреда могут с учетом специфики каждой юрисдикции носить административный, судебный или альтернативный характер, т.е. приниматься в рамках альтернативной процедуры урегулирования споров. Интересно отметить, что ИКПЕН пропагандирует смешанную систему, включающую в себя как административные, так и альтерна-

тивные процедуры урегулирования споров (www.econsumer.gov). Хотя большинство законов о защите прав потребителей наделяют полномочиями принимать исправительные и дополнительные меры органы, занимающиеся защитой их прав, решения о выплате компенсации обычно принимаются в судебном порядке¹¹¹.

27. Законодательство большинства стран предусматривает те или иные альтернативные механизмы урегулирования споров, такие как примирение, посредничество или арбитраж¹¹² (пункт 33 руководящих принципов)¹¹³. В зависимости от страны эти механизмы могут носить как добровольный¹¹⁴, так и обязательный характер¹¹⁵. Коста-Рика показывает, как частные механизмы позволяют оперативнее возмещать причиненный потребителям вред даже тогда, когда они функционируют под эгидой национальных органов, защищающих интересы потребителей. Что касается информации о существующих процедурах получения компенсации (пункт 34 руководящих принципов), то защищающие интересы потребителей органы распространяют ее по обычным каналам¹¹⁶.

Е. Программы просвещения и информирования

35. Правительствам следует разрабатывать или поощрять разработку общих программ просвещения и информирования потребителей, в том числе информирования о влиянии предпочтений и поведения потребителей на окружающую среду и о возможных последствиях, позитивных и негативных, изменений в потреблении, с учетом культурных традиций соответствующего населения. Целью подобных программ должно быть создание таких условий, при которых население могло бы проявлять разборчивость при потреблении и со знанием дела подходить к выбору товаров и услуг и было бы осведомлено о своих правах и обязанностях. При разработке таких программ особое внимание должно уделяться нуждам потребителей, находящихся в неблагоприятных условиях, как в сельской местности, так и в городах, включая потребителей с низким уровнем дохода, а также малограмотных и неграмотных. Объединениям потребителей, деловым кругам и другим соответствующим организациям гражданского общества следует участвовать в этой просветительской работе.

36. Просвещение потребителей должно стать, где это возможно, неотъемлемой частью основной программы обучения в системе образования, предпочтительно в качестве одного из разделов изучаемых дисциплин.

37. Программы просвещения и информирования потребителей должны включать следующие важные аспекты защиты интересов потребителей:

- a) здоровье, питание, предупреждение заболеваний, вызываемых пищевыми продуктами, и фальсификация продуктов питания;
- b) опасности, связанные с товарами;
- c) маркировка товаров;
- d) соответствующее законодательство, порядок получения компенсации и учреждения и организации, призванные защищать интересы потребителей;
- e) информация о единицах мер и весов, ценах, качестве, условиях кредита и наличии товаров первой необходимости;
- f) охрана окружающей среды; и
- g) эффективное использование материалов, энергии и воды.

38. Правительствам следует стимулировать организации потребителей и другие заинтересованные группы, включая средства информации, к осуществлению программ просвещения и информирования, в том числе о воздействии моделей потребления на окружающую среду и возможных последствиях, позитивных и негативных, изменений в потреблении, особенно для групп потребителей с низким уровнем дохода в сельских и городских районах.

39. Деловым кругам следует, по мере необходимости, организовывать конкретные и целенаправленные программы просвещения и информирования потребителей или участвовать в их проведении.

40. Учитывая необходимость охвата потребителей в сельских районах и неграмотных потребителей, правительствам следует в соответствии с конкретными условиями разрабатывать или поощрять разработку программ информирования потребителей с помощью средств массовой информации.

41. Правительствам следует организовывать или поощрять подготовку лекторов, работников средств массовой информации и консультантов потребителей, с тем чтобы они могли участвовать в осуществлении программ просвещения и информирования потребителей.

Источник: E/1999/INF/2/Add.2, резолюция 1999/7, приложение.

28. Организация просвещения и информирования потребителей является одной из главных функций защищающих их интересы органов¹¹⁷. Большинство государств – членов ЮНКТАД приняли такие программы в целях воспитания взыскательного потребителя. Существует множество интересных инициатив: информационные веб-сайты¹¹⁸, интерактивные курсы¹¹⁹, онлайн-консультации (Соединенное Королевство)¹²⁰, семинары (Доминиканская Республика¹²¹, Сальвадор¹²²) и даже просвещение потребителей в рамках учебных программ министерств образования¹²³ (пункт 36 руководящих принципов). Следует отметить, что обширная просветительская программа, охватывающая все упомянутые области, существует в Соединенных Штатах, где особенно активная работа с потребителями ведется через социальные сети ("Фейсбук", "Твиттер", "Ютуб", блоги). В некоторых странах для этой работы созданы специализированные структуры¹²⁴. Каждая страна имеет свои приоритеты, большинство из которых перечислены в рекомендациях в пункте 37 руководящих принципов¹²⁵. Тем не менее существует очень мало примеров информационно-просветительских кампаний, проводимых организациями потребителей¹²⁶, деловыми кругами¹²⁷ и средствами массовой информации¹²⁸ (пункт 38 руководящих принципов)¹²⁹. В то же время существует успешный опыт проведения информационных кампаний в средствах массовой информации (пункт 40 руководящих принципов)¹³⁰, в частности в Коста-Рике¹³¹, Доминиканской Республике¹³², Индии¹³³, Израиле¹³⁴ и Польше¹³⁵. Некоторые органы, защищающие права потребителей, взяли также на вооружение пункт 41 руководящих принципов, в первую очередь те его положения, которые касаются подготовки лекторов¹³⁶ и работников средств массовой информации¹³⁷.

Г. Поощрение устойчивого потребления

42. Понятие устойчивого потребления включает в себя удовлетворение потребностей нынешнего и будущих поколений в товарах и услугах экономически, социально и экологически рациональными способами.

43. Хотя ответственность за обеспечение устойчивого потребления несут все члены и организации общества, особенно важную роль в этом играют компетентные потребители, правительства, деловые круги, профсоюзы, а также организации потребителей и экологические организации. Компетентные потребители играют важную роль в деле формирования устойчивых в экологическом, экономическом и социальном отношении моделей потребления, в том числе посредством влияния на производителей своим выбором. Правительствам следует поощрять разработку и проведение политики, способствующей устойчивому потреблению, и интеграцию этой политики с государственной политикой в других областях. Формирование государственной политики должно осуществляться в консультации с деловыми кругами, организациями потребителей и экологическими организациями, а также другими соответствующими группами. Свою долю ответственности за поощрение устойчивого потребления в процессе разработки, производства и распределения товаров и услуг несут деловые круги. Организации потребителей и экологические организации со своей стороны обязаны пропагандировать устойчивые модели потребления среди населения и поощрять публичное обсуждение таких моделей, просвещать потребителей и добиваться совместно с правительствами и деловыми кругами формирования устойчивых моделей потребления. Просвещение потребителей должно стать, где это возможно, неотъемлемой частью основной программы обучения в системе образования, предпочтительно в качестве одного из разделов изучаемых дисциплин.

44. Правительствам в партнерстве с деловыми кругами и соответствующими организациями гражданского общества следует разрабатывать и осуществлять стратегии, способствующие устойчивому потреблению, путем осуществления различных программных мер, которые могут включать в себя принятие нормативных актов; создание экономических и социальных механизмов; проведение соответствующей политики в таких секторах, как землепользование, транспорт, энергетика и жилье; разработку программ информирования населения для повышения его осведомленности о воздействии моделей потребления; отмену субсидий, стимулирующих неустойчивые модели потребления и производства; и содействие внедрению передовых экологических методов организации производства с учетом специфики каждого сектора.

45. Правительствам следует поощрять разработку и использование такой продукции и услуг, которые были бы безопасными и энерго- и ресурсосберегающими на протяжении всего своего жизненного цикла. Им следует поощрять программы сбора вторичного сырья, стимулирующие участие потребителей в утилизации отходов и приобретение товаров, произведенных из вторичного сырья.

46. Правительствам следует поощрять разработку и применение национальных и международных стандартов экосовместимости и безопасности продукции и услуг; такие стандарты не должны представлять собой скрытые механизмы ограничения торговли.

47. Правительствам следует поощрять беспристрастную экологическую экспертизу продукции.

48. Правительства должны обеспечивать максимальную безопасность экологически вредных видов использования веществ и поощрять разработку экологически безопасных альтернатив таким видам использования. Перед вводом в обращение новых потенциально опасных веществ следует на научной основе проводить экспертизу этих веществ с целью изучения их долгосрочного воздействия на окружающую среду.
49. Правительства должны пропагандировать благоприятные для здоровья аспекты устойчивых моделей потребления и производства с учетом как прямого воздействия на здоровье отдельных лиц, так и воздействия на жизнь всего общества благодаря охране окружающей среды.
50. Правительствам в партнерстве с частным сектором и другими соответствующими организациями следует поощрять трансформацию нерациональных моделей потребления путем разработки и использования экологичных видов продукции и услуг и новых технологий, в том числе информационных и коммуникационных технологий, которые способны удовлетворять потребности потребителей при одновременном сокращении масштабов загрязнения и истощения природных ресурсов.
51. Правительствам рекомендуется создавать или укреплять эффективные нормативные механизмы, регулирующие вопросы защиты потребителей, включая различные аспекты устойчивого потребления.
52. Правительствам следует рассмотреть вопрос об использовании различных экономических механизмов, таких как налоговые меры и учет экологических издержек в производственных затратах, для поощрения устойчивого потребления с учетом социальных потребностей, а также необходимости противодействия неустойчивым моделям и поощрения более устойчивой практики; при этом следует избегать потенциальных негативных последствий для доступа на рынок, особенно для развивающихся стран.
53. Правительствам в сотрудничестве с деловыми кругами и другими соответствующими группами следует разработать показатели, методологии и базы данных для оценки прогресса в деле обеспечения устойчивого потребления на всех уровнях. Такая информация должна быть доступна всем.
54. Правительства и международные учреждения должны проявить инициативу и обеспечить переход к устойчивой практике в своей собственной деятельности, в частности в том, что касается закупок. При осуществлении закупок правительства должны поощрять разработку и использование экологически безопасной продукции и услуг.
55. Правительствам и другим соответствующим организациям следует поощрять исследования по вопросам, касающимся поведения потребителей и связанного с этим экологического ущерба, с целью определения путей обеспечения более устойчивого потребления.

Источник: E/1999/INF/2/Add.2, резолюция 1999/7, приложение.

29. В руководящих принципах Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей содержатся многочисленные рекомендации в отношении устойчивого потребления. Хотя этот вопрос занимает одно из центральных мест в государственной политике многих стран, в большинстве случаев он не имеет отношения к мандату органов, занимающихся защитой прав потребителей. За исключением Сальвадора¹³⁸, Мексики¹³⁹ и Соединенных Штатов¹⁴⁰, за-

конодательство большинства стран относит вопросы устойчивого потребления к ведению министерств охраны окружающей среды¹⁴¹ или разных других учреждений¹⁴². Особую активность в данной области проявляет Европейский союз, работающий над реализацией различных инициатив, связанных с экомаркировкой, системой экологического менеджмента и экологического аудита, механизмом государственных закупок экологичных товаров, программами экодизайна и энергетической маркировки. Многосторонним диалогом по экологическим претензиям, методологиями расчета экологического следа продуктов и организаций, директивой по вопросам автомобильной маркировки, Форумом розничных предприятий по вопросам устойчивости, круглым столом по вопросам устойчивого потребления и производства, органическим сельскохозяйственным производством и борьбой с пищевыми отходами¹⁴³. Руководства по использованию экологической рекламы существуют в Соединенных Штатах¹⁴⁴.

Н. Меры, касающиеся конкретных областей

56. При содействии интересам потребителей, особенно в развивающихся странах, правительствам следует, по мере возможности, уделять первоочередное внимание таким важным для здоровья потребителей областям, как продовольствие, водоснабжение и лекарственные препараты. Следует принять или продолжать политику, направленную на обеспечение контроля за качеством товаров, соответствующих и надежных средств распределения, стандартизированной международной маркировки и информации, а также образовательных и исследовательских программ в этих областях. Правительственные руководящие принципы в отношении конкретных областей следует разрабатывать в контексте положений данного документа.

57. Продовольствие. При разработке национальной политики и планов в области продовольствия правительствам следует учитывать необходимость обеспечения для всех потребителей продовольственной безопасности, а также поддерживать и, насколько это возможно, применять нормы Продовольственного кодекса Продовольственной и сельскохозяйственной организации Объединенных Наций и Всемирной организации здравоохранения или, в случае их отсутствия, другие международные продовольственные нормы. Правительствам следует на постоянной основе выполнять, развивать или улучшать меры по обеспечению безопасности продовольствия, включая, в частности, критерии безопасности, продовольственные нормы и требования к питательности, а также эффективные механизмы по контролю, инспекции и оценке.

58. Правительства должны поощрять рациональную сельскохозяйственную политику и практику, сохранение биологического разнообразия и охрану почвенных и водных ресурсов с учетом традиционных знаний.

59. Водоснабжение. Правительствам следует в рамках целей и задач, определенных на Международное десятилетие снабжения питьевой водой и санитарии, разрабатывать, продолжать или укреплять национальную политику для улучшения снабжения питьевой водой и ее распределения, а также повышения ее качества. Должное внимание следует уделять выбору соответствующих уровней обслуживания, качества и технологии, необходимости образовательных программ и важности участия общин.

60. Правительствам следует уделять самое пристальное внимание разработке и осуществлению политики и программ, касающихся многократного использования воды, принимая во внимание важное значение водных ресурсов для устойчивого развития в целом и ограниченность характера таких ресурсов.

61. Лекарственные препараты. Правительствам следует разрабатывать или поддерживать надлежащие нормы, положения и соответствующие регулирующие системы в целях обеспечения качества и должного использования лекарственных препаратов в рамках комплексной национальной политики в области лекарств, которая должна предусматривать, в частности, приобретение, распределение, производство, системы лицензирования и регистрации и наличие надежной информации о лекарственных препаратах. При этом правительствам следует особо учитывать деятельность и рекомендации Всемирной организации здравоохранения, касающиеся лекарственных препаратов. В отношении соответствующих препаратов следует поощрять применение Программы этой организации по удостоверению качества лекарственных препаратов, поступающих в международную торговлю, и других международных систем информации о лекарственных препаратах. Следует также принять, в случае необходимости, меры с целью содействия использованию медикаментов под их международными фармакологическими наименованиями с учетом работы, проделанной Всемирной организацией здравоохранения.

62. В дополнение к вышеуказанным первоочередным областям правительствам следует принять соответствующие меры в других областях, таких как пестициды и химикаты, в отношении, когда это необходимо, их использования, производства и хранения, учитывая такую касающуюся здоровья и окружающей среды информацию, которую правительства могут просить производителей предоставлять и включать в маркировку товаров.

Источник: E/1999/INF/2/Add.2, резолюция 1999/7, приложение.

30. Как отмечается в пункте 56 рассматриваемых руководящих принципов, особое внимание следует уделять трем¹⁴⁵ секторам: продовольственному, сектору водоснабжения¹⁴⁶ и лекарственным препаратам¹⁴⁷. Этими вопросами занимаются многие органы по защите прав потребителей, хотя и косвенно, поскольку официальные полномочия обычно находятся в руках других государственных структур¹⁴⁸. Например, в сфере продовольствия (пункты 57¹⁴⁹ и 58 руководящих принципов) Колумбия претворяет в жизнь программу здорового питания, используя для этого разные инструменты (маркировку, рекламу, продовольственное регулирование, просветительские программы), а Малайзия поощряет развитие производства биологически чистых продовольственных товаров¹⁵⁰ и биологическое разнообразие¹⁵¹. Что касается пункта 61 руководящих принципов, то Швейцария сообщила о создании сложной системы эффективного нормативного и стратегического регулирования фармацевтического сектора, гарантирующего уважение прав интеллектуальной собственности¹⁵². В отношении пункта 62 руководящих принципов Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии представило информацию о всеобъемлющем регулировании рынка пестицидов в рамках Европейского союза¹⁵³.

IV. Международное сотрудничество

63. Правительствам следует, особенно на региональном или субрегиональном уровнях:

а) развивать, пересматривать, поддерживать или укреплять, по мере необходимости, механизмы обмена информацией о национальной политике и мерах в области защиты интересов потребителей;

b) сотрудничать или поощрять сотрудничество в осуществлении политики по защите интересов потребителей в целях достижения лучших результатов в рамках имеющихся ресурсов. Примерами подобного сотрудничества могли бы быть сотрудничество в создании или совместном использовании учреждений контроля качества, разработка общих процедур контроля качества, обмен программами просвещения и информирования потребителей, совместные программы подготовки кадров и совместная разработка соответствующих положений;

c) сотрудничать в улучшении условий приобретения потребителями основных товаров, уделяя должное внимание как цене, так и качеству. Подобное сотрудничество могло бы включать в себя совместную закупку основных товаров, обмен информацией о различных возможностях закупки товаров и соглашения о региональных спецификациях товаров.

64. Правительствам следует развивать или укреплять информационные связи в отношении товаров, которые запрещены, изъяты из обращения или строго ограничены, с тем чтобы другие страны-импортеры имели возможность должным образом защитить себя от вредных последствий подобных товаров.

65. Правительствам следует стремиться обеспечить, чтобы качество товаров и информация об этих товарах не изменялись в зависимости от той или иной страны, что могло бы иметь пагубные последствия для потребителей.

66. В целях поощрения устойчивого потребления правительствам, международным организациям и деловым кругам следует сотрудничать в разработке, передаче и распространении экологически чистых технологий, в том числе при соответствующей финансовой поддержке со стороны развитых стран, а также в разработке новых новаторских механизмов для финансирования их передачи, всем странам, в частности развивающимся странам и странам с переходной экономикой и между ними.

67. Правительствам и международным организациям следует, в соответствующих случаях, поощрять и стимулировать создание потенциала в области устойчивого потребления, прежде всего в развивающихся странах и странах с переходной экономикой. В частности, правительства должны содействовать сотрудничеству между группами потребителей и другими соответствующими организациями гражданского общества в целях укрепления потенциала в этой области.

68. Правительствам и международным органам следует, в соответствующих случаях, поощрять разработку программ в области просвещения и информирования потребителей.

69. Правительствам следует добиваться, чтобы политика и меры в области защиты интересов потребителей осуществлялись с должным учетом необходимости избегать превращения такой политики и мер в препятствия для международной торговли и обеспечивать их соответствие международным торговым обязательствам.

Источник: E/1999/INF/2/Add.2, резолюция 1999/7, приложение.

31. В руководящих принципах содержатся подробные рекомендации, касающиеся возможных двухсторонних, региональных и многосторонних механизмов международного сотрудничества. Уже заключен целый ряд двусторонних соглашений о сотрудничестве, например между Чили и Перу¹⁵⁴, Чили и Европей-

ским союзом, Доминиканской Республикой и Панамой, Мексикой и Соединенными Штатами, которые, как правило, предусматривают обмен информацией и меры по укреплению потенциала. Существуют и различные региональные инициативы: Комитет по защите прав потребителей Ассоциации государств Юго-Восточной Азии (Азия); Андское сообщество¹⁵⁵, Программа в области конкуренции и защиты прав потребителей для Латинской Америки, Центральноамериканский совет по защите прав потребителей, Латиноамериканский форум государственных органов по защите интересов потребителей, ОАГ¹⁵⁶ и Общий рынок стран Южной Америки (Америка); АФРИКОМП, форум "Диалог африканских потребителей", Таможенный союз Юга Африки и Сообщество по вопросам развития стран Юга Африки (Африка); Совет сотрудничества Европейского союза по защите прав потребителей и Европейская комиссия (Европа)¹⁵⁷. На многостороннем уровне некоторые государства – члены ЮНКТАД являются членами форума Азиатско-Тихоокеанского экономического сотрудничества, организации "Консьюмерз интернэшнл", ИКПЕН и ОЭСР¹⁵⁸. В частности, ОЭСР сообщила, что Комитет по политике в отношении потребителей раз в полгода проводит совещания и организует многосторонние международные рабочие совещания по конкретным вопросам, в которых регулярно принимают активное участие заинтересованные стороны из государств, не являющихся членами организации (Колумбия, Египет и Индия). ИКПЕН имеет схожую институциональную архитектуру, которая в течение года дополняется параллельной координируемой правоприменительной деятельностью (анализ материалов в Интернете и сбор информации).

32. В данном контексте ЮНКТАД наделена полномочиями заниматься различными формами сотрудничества, в том числе а) изучать связь между проблемами конкуренции и защиты прав потребителей; б) анализировать законодательство и политику государств-членов по вопросам конкуренции и консультировать их в этой области; в) организовывать для государств-членов подготовку кадров и деятельность по укреплению потенциала по вопросам, связанным с защитой прав потребителей; и d) поддерживать региональные и многосторонние инициативы. За период, прошедший после первого Специального совещания экспертов по защите интересов потребителей в июле 2012 года, ЮНКТАД организовала международные дискуссии по вопросам политики (второй Международный форум потребителей в Лиме, семинар по законодательству и политике в области конкуренции и защиты интересов потребителей в Дохе), обзор и пересмотр законодательства и политики (Бутан, Лаосская Народно-Демократическая Республика, Никарагуа, Сальвадор, Сейшельские Острова и Сент-Люсия), подготовку кадров (Кения) и мероприятия для конкретных стран в рамках Программы в области конкуренции и защиты прав потребителей для Латинской Америки (кампания "За устойчивое потребление" в Боливии; институционально-правовая история законодательства в области конкуренции и защиты прав потребителей, исследование по вопросам электронной торговли, стратегия освещения проблем конкуренции и защиты прав потребителей в средствах массовой информации, "защита прав потребителей – знак качества", программа "Господин потребитель" в Колумбии; автоматизированная система мониторинга рынка, семинар по вопросам безопасной продукции в Коста-Рике; второй форум ассоциаций потребителей в Доминиканской Республике; форум "Конкурсное распределение средств для финансирования ассоциаций потребителей, деятельности по защите прав потребителей и просвещения потребителей" и подготовка дипломированных юристов по вопросам защиты прав потребителей в Сальвадоре; семинар по вопросам конкуренции и защиты прав потребителей в Гондурасе; руководство по обеспечению применения законодательства о защите прав потребителей, перевод деятельности кооперативов на

официальные рельсы, доклад о регулировании розничной торговли и справочник передовой коммерческой практики и мониторинг оптовых цен в Никарагуа; учебные программы и интерактивные курсы, посвященные защите прав потребителей, укрепление потенциала региональных отделений Национального института защиты конкуренции и интеллектуальной собственности и подготовка руководства по вопросам маркировки в Перу).

III. Новые темы

33. Как отмечалось на первом Специальном совещании экспертов по защите интересов потребителей, в сфере защиты прав потребителей появились два новых направления, которые не отражены в существующих руководящих принципах – электронная торговля и финансовые услуги. По общему мнению, в процессе нынешнего пересмотра необходимо уделить им внимание. В настоящем докладе эти новые темы предлагается систематизировать следующим образом: предлагаемый раздел I главы III рекомендуется посвятить электронной торговле, а предлагаемый раздел J главы III – финансовым услугам. В работе над данными темами ЮНКТАД хотела бы опираться на результаты деятельности ЮНСИТРАЛ и ОЭСР, которые могут оказаться полезными для последующего анализа.

Предлагаемый раздел I: Электронная торговля

34. Не удивительно, что тема электронной торговли в последние годы привлекает внимание органов, защищающих права потребителей. В странах существует самое разное законодательство в данной области. Сальвадор¹⁵⁹, Мексика¹⁶⁰ и Перу¹⁶¹ регулируют вопросы электронной торговли общими гражданско-правовыми нормами, Чили¹⁶², Колумбия¹⁶³, Франция¹⁶⁴, Российская Федерация¹⁶⁵ и Соединенные Штаты¹⁶⁶ относятся к числу стран, предусмотревших конкретные положения на этот счет в законах о защите прав потребителей, а другие страны пошли по пути разработки специального законодательства¹⁶⁷. Вопросы электронной торговли решаются и в рамках нормативного регулирования оплаты покупок кредитными картами¹⁶⁸, конкуренции, дистанционных продаж¹⁶⁹, телекоммуникаций¹⁷⁰ и недобросовестной конкуренции¹⁷¹. В Марокко были приняты законы, касающиеся обмена персональными и электронными данными¹⁷², а Соединенные Штаты выпустили различные доклады о применении правовых норм, защищающих права потребителей, в сфере онлайн-рекламы¹⁷³, продаж программ для мобильных телефонов детям¹⁷⁴ и защиты частной жизни потребителей¹⁷⁵. Некоторые страны, такие как Чили и Мексика¹⁷⁶, поощряют практику саморегулирования, которая может идти дальше нормативного регулирования в таких вопросах, как защита конфиденциальной информации и обеспечение доступности данных. Некоторые страны издают отраслевые руководящие принципы¹⁷⁷. Общей особенностью потребительских прав в контексте электронной торговли является неотъемлемое право на возвращение купленного товара/расторжение договора купли-продажи¹⁷⁸. В сфере электронной торговли защищающие права потребителей органы осуществляют просветительские программы¹⁷⁹, проводят опросы общественного мнения¹⁸⁰, исследования¹⁸¹ и проверки¹⁸².

35. Что касается возмещения ущерба, причиненного потребителям в сфере электронной торговли, то законодательство большинства стран предусматривает для этой цели обычные судебные механизмы¹⁸³. Если говорить о применимых в этой связи административных мерах, то в Колумбии существует возможность принятия серьезных временных мер (блокирование доступа к веб-сайту на срок до 30 дней при проведении следственных действий)¹⁸⁴. Что касается альтернативных механизмов урегулирования споров, то был сделан ряд инновационных шагов. Чили поощряет использование механизмов коллективного посредничества для урегулирования жалоб, связанных с электронной торговлей¹⁸⁵. В 2008 году Мексика запустила интерактивный механизм примирения "Консилианет" (при помощи этого механизма было рассмотрено 4 000 жалоб, которые в 95% случаев удалось урегулировать полюбовно). Потребители обычно имеют право на возмещение экономического, а иногда и морального вреда (Чили). В некоторых странах спорные ситуации в данной области могут решаться в рамках арбитражной процедуры¹⁸⁶.

36. Полученные ответы свидетельствуют о единодушном признании необходимости разработки и обеспечения соблюдения международных стандартов, в том числе нейтральных сетей, а также активизации международного сотрудничества. Кроме того, международные нормы требуются в сфере не только электронной, но и дистанционной торговли (особенно правовые нормы, применимые к трансграничным сделкам).

37. ОЭСР ведет активную работу по вопросам электронной торговли, в частности в рамках Руководящих принципов для защиты потребителей в условиях электронной торговли 1999 года¹⁸⁷. Речь идет об общих принципах прозрачной и эффективной защиты (раздел I), добросовестной деловой практики, рекламы и маркетинга (раздел II), раскрытия информации в онлайн-режиме (раздел III), к которой относится также информация о бизнесе, товарах и услугах и сделках, а также процессе подтверждения (раздел IV) и расчетов (раздел V). Урегулированию споров, возмещению ущерба и конфиденциальности посвящены соответственно разделы VI и VII, а информированию и просвещению потребителей – раздел VIII. В этих руководящих принципах ОЭСР имеются также разделы, посвященные их практическому применению и глобальному сотрудничеству. Дополнительные руководства были подготовлены по вопросам мобильной торговли (Политические рекомендации ОЭСР по решению новых задач защиты и расширения прав потребителей в связи с мобильной торговлей)¹⁸⁸, онлайн-хищения личных данных (Политические рекомендации ОЭСР по вопросам онлайн-хищения личных данных)¹⁸⁹ и услуг связи (Политические рекомендации ОЭСР по защите и расширению прав потребителей в сфере услуг связи)¹⁹⁰. И наконец, особые проблемы, с которыми потребители сталкиваются в связи с электронной торговлей, описываются в главе 8 Руководящих принципов ОЭСР для многонациональных предприятий¹⁹¹ (пункт 8).

38. В Типовом законе ЮНСИТРАЛ об электронных подписях (2001 год) содержится набор основных общих правил, регламентирующих некоторые обязанности сторон, имеющих отношение к процедуре проверки и подписания, которые могут иметь значение с точки зрения индивидуальной ответственности. Проблемы в этой специфической области во многом вызваны непоследовательностью технических стандартов или несовместимостью оборудования или программного обеспечения, что объясняет отсутствие международной интероперабельности.

Предлагаемый раздел J: Финансовые услуги

39. Экспоненциальное расширение доступа населения планеты к финансовым услугам заставило защищающие интересы потребителей органы прилагать серьезные усилия и тратить большие ресурсы для решения проблем потребителей. В большинстве стран существуют законодательные и подзаконные акты в форме либо законов о защите прав потребителей¹⁹², либо (что еще важнее) специального законодательства¹⁹³, которые касаются защиты прав потребителей и финансовых услуг. Некоторые страны в ответ на изменение ландшафта на рынках финансовых услуг принимают новые законы, содержащие нормы о защите прав потребителей¹⁹⁴. В этой области растет и число национальных норм регулирования¹⁹⁵, очень подробно прописывающих права и обязанности поставщиков услуг и потребителей.

40. Во многих странах соответствующие специализированные структуры созданы либо в рамках органов по защите прав потребителей (Чили¹⁹⁶, Колумбия¹⁹⁷, Коста-Рика)¹⁹⁸, либо в качестве независимых органов (Доминиканская Республика¹⁹⁹, Венгрия²⁰⁰, Индия²⁰¹, Индонезия²⁰², Мексика²⁰³, Польша²⁰⁴, Соединенное Королевство²⁰⁵ и Соединенные Штаты)²⁰⁶. Во всех случаях занимающиеся защитой прав потребителей органы выполняют разнообразные функции, определяя стандарты качества²⁰⁷, требуя от финансовых учреждений назначать в своей структуре "омбудсменов по делам потребителей"²⁰⁸, предлагая услуги финансовых омбудсменов²⁰⁹, проводя информационно-просветительские кампании (даже с участием финансовых учреждений)²¹⁰ и оказывая консультативные услуги²¹¹. Большинство занимающихся защитой прав потребителей органов предлагают альтернативные механизмы урегулирования споров²¹² (посредничество, примирение и арбитраж).

41. Организация "Консьюмерз интернэшнл" предлагает сосредоточить внимание на проблемах доступа, конкуренции и стабильности системы, посвятив новые руководящие принципы вопросам универсального обслуживания (в том числе таким специфическим услугам, как трансграничные денежные переводы), обеспечению сохранности вкладов для предотвращения системного кризиса, политике в области конкуренции, в том числе в сфере финансовых услуг, под углом зрения структурных диспропорций и государственной помощи, а также облегчению для потребителей перехода из одного финансового учреждения в другое.

42. В рамках ОЭСР Совет сформулировал по данной теме четыре рекомендации. В 1977 году Совет подготовил рекомендацию по потребительскому кредитованию²¹³, посвященную таким вопросам, как информирование потребителей, уважение прав человека, защита экономических интересов потребителей, средства правовой защиты и санкции. В 2005 году вышла рекомендация Совета по принципам и передовой практике информационно-просветительской работы по финансовым вопросам²¹⁴, содержащая перечень принципов и свод передовой практики. Эти рекомендации были дополнены в 2009 году Рекомендацией Совета по передовой практике информационно-просветительской работы по финансовым вопросам, связанным с кредитованием²¹⁵, и в 2012 году – Рекомендацией Совета о важнейших принципах защиты потребителей финансовых услуг²¹⁶. Разработанный в ОЭСР общий комплекс рекомендаций Совета, охватывающий широкий круг вопросов защиты интересов потребителей финансовых услуг, имеет большую ценность для государств – членов ЮНКТАД.

IV. Заключение

43. С 1985 года государства – члены Организации Объединенных Наций широко применяют руководящие принципы Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей. Вклад стран в процесс их пересмотра указывает на то, что все затрагиваемые в руководящих принципах темы остаются актуальными и полезными. Хотя руководящие принципы и охватывают широкий круг вопросов, появились и новые темы, актуальные с точки зрения защиты интересов потребителей: электронная торговля и финансовые услуги. Дополнительные вопросы, связанные с защитой данных, вводящей в заблуждение рекламой, энергетикой и трансграничной торговлей, должны стать предметом более широких консультаций

Приложение

[English/French/Spanish only]

Endnotes

- ¹ Several non-governmental organizations/civil society organizations have provided comments on their respective national legislation: China (Dr. Quinlan Wu, School of Contemporary Chinese Studies, University of Nottingham), Fiji (Pacific Islands Legal Information Institute), India (Consumer Unity and Trust Society International, University of Delhi), Japan (Shodanren) and Portugal (Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor), the Russia Federation (Confederation of Consumer Societies).
- ² All references to Member States and countries refer to respondents to these calls.
- ³ For example, El Salvador (Constitución de la República de El Salvador, artículo 101), Egypt (Constitution, article 14), Poland (Constitution of the Republic of Poland, article 76) and Switzerland (Federal Constitution of the Swiss Confederation, articles 2, 23, 97).
- ⁴ Amparo directo, D.C. 82/2012. Quejosa: Procuraduría federal del consumidor. Acuerdo del Séptimo Tribunal Colegiado en Materia Civil del Primer Circuito, 29 de marzo de 2012, página 156 y ss. See http://www.consumidor.gob.mx/wordpress/wp-content/uploads/2012/04/SENTENCIA_AMPARO_MEXICANA.pdf.
- ⁵ Not present in Chile, Colombia, Costa Rica, India, Indonesia, Malaysia, Portugal and the United Republic of Tanzania; not developed in Botswana, the Dominican Republic, Egypt and Mexico; present in Bhutan (Consumer Protection Act 2012, sections 4 (g) and 89 (i) and (j)), Hungary (Act LVII of 1996, article 43/A), Peru (Código del Consumidor, artículo VI.9) and the United States (Federal Trade Commission, Title 16, Commercial Practices Guide and other United States statutes).
- ⁶ For example, Costa Rica (Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (Ley N°7472), article 36 for facilitating adequate production patterns), Mexico (Código de Autorregulación de Publicidad de Alimentos y Bebidas no Alcohólicas dirigida al Público Infantil for encouraging ethical conduct, Consejo Consultivo del Consumo, uniting over 14 consumer associations), Morocco (Law No. 06-99 on Freedom of Prices and Competition), Portugal (Lei n.º 24/96, of 31 July) and the United Republic of Tanzania (five different Acts cover these issues). Exceptions include Indonesia (Law No. 8/1999 concerning consumer protection, articles 3, 7, 8–17, 29–30 and 44).
- ⁷ For example, Costa Rica (Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (Ley N°7472), sección II), the Dominican Republic (Ley General de Defensa de la Competencia, No.42-08, artículo 1), El Salvador (Ley de Competencia), Hungary (Act LVII of 1996, article 43/A), Malaysia (Competition Act 2010), Mexico (Ley Federal de la Competencia Económica), the United Republic of Tanzania (Fair Competition Act, 2003).
- ⁸ For example, the Dominican Republic (Ley General de Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario, No. 358-05, artículo 19(h) and (i)), El Salvador (Ley de Protección al Consumidor, artículo 90), Mexico (Ley Federal de Protección al Consumidor, artículo 24), Poland (Competition Policy for 2011–2013).
- ⁹ See <http://www.oecd.org/sti/consumerpolicy/>.
- ¹⁰ Established in 1969.
- ¹¹ Charter of the Organization of American States (OAS), article 39b; OAS General Assembly resolutions AG/RES. 2065 (XXXV-O/05), AG/RES. 2494 (XXXIX-O/09), AG/RES. 2549 (XL-O/10), AG/RES. 2682 (XLI-O/11) and AG/RES. 2712 (XLII-O/12).
- ¹² See http://ec.europa.eu/consumers/strategy/docs/consumer_agenda_2012_en.pdf.
- ¹³ European Union directive (2002/22/EC).
- ¹⁴ For example, on the protection of health and safety (Guidelines, para 3(a)), Mexico bestows shared powers on the consumer agency (Procuraduría Federal del Consumidor, Profeco) and the Federal Commission for the Protection Against Sanitary Risk (Cofepris); along the same lines, in Morocco there are various governmental agencies holding powers on these issues,

- such as the National Board of Food Safety for food products, the Ministry of Industry, Trade and New Technologies for industrial products and the Ministry of Health for drugs.
- ¹⁵ Countries with consumer protection agencies that may singly oversee needs contained in paragraph 3 of the Guidelines include Egypt (consumer protection agencies law, articles 2, 6–9 and 23), Peru (Código de Protección y Defensa del Consumidor) and Poland (with the exception of sustainable consumption).
- ¹⁶ For example, Colombia (Ministerio de Ambiente), Costa Rica (Ministerio de Ambiente y Energía), the Dominican Republic (Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales), India (Bureau of Energy Efficiency), Morocco (Ministry of Energy, Mines, Water and Environment), Poland (Chief Inspector for Environmental Protection, Ministry of Economy, National Reference Centre for Sustainable Production and Consumption), the United Republic of Tanzania (National Environment Management Council). On the other hand, El Salvador (Defensoría del Consumidor).
- ¹⁷ These issues were addressed in the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) Consumer Policy Toolkit which is being used increasingly in OECD and non-member countries to formulate consumer policies (www.oecd.org/sti/consumerpolicy/consumerpolicytoolkit.htm) and in many studies on consumer education, consumer redress, environmental claims and multinational enterprises.
- ¹⁸ For example, Botswana (Education Section within the Consumer Protection Office), Colombia (Política Nacional de Producción y Consumo Sostenible), Costa Rica (Controlador del Ambiente and Tribunal Ambiental Administrativo), El Salvador (Jóvenes Consumistas and Alfabetización sobre Consumo Sostenible projects) and Mexico (Ley Federal de Protección al Consumidor, artículo 8).
- ¹⁹ Código de Protección y Defensa del Consumidor, artículos VI.4 and VI.12.
- ²⁰ For example, the Egyptian Constitution, India (Planning Commission of India), Mexico (Ley General de Desarrollo Social).
- ²¹ For example, Bhutan, Botswana, Costa Rica, El Salvador, Morocco, Peru and the United Republic of Tanzania contemplate these priorities, while Colombia and Mexico do not.
- ²² All 35 OECD members, as well as Argentina, Brazil, Colombia, Egypt, Latvia, Lithuania, Morocco, Peru, Romania and Tunisia.
- ²³ See <http://www.oecd.org/daf/internationalinvestment/investmentpolicy/oecddeclarationoninternationalinvestmentandmultinationalenterprises.htm>.
- ²⁴ See <http://www.oecd.org/daf/internationalinvestment/guidelinesformultinationalenterprises/48004323.pdf>.
- ²⁵ A lack of staff training may further inhibit case handling concerning multinational enterprises.
- ²⁶ Botswana, El Salvador, Morocco, Portugal and the United Republic of Tanzania recognize a role for collaboration with universities.
- ²⁷ For example, Colombia, the Dominican Republic, Mexico.
- ²⁸ For example, Costa Rica, Malaysia.
- ²⁹ For example, Botswana (Consumer Protection Office), Colombia (Superintendencia de Industria y Comercio), Costa Rica (Dirección de Apoyo al Consumidor), Malaysia (Ministry of Domestic Trade, Cooperatives and Consumerism), the United Republic of Tanzania (Fair Competition Commission).
- ³⁰ For example, Bhutan (Office of Consumer Protection and Bhutan Agriculture and Food Regulatory Authority), the Dominican Republic (ProConsumidor and Ministerio de Industria y Comercio), the European Union (South African National Civic Organization), El Salvador (Defensoría del Consumidor, Ministerio de Salud and Consejo Nacional de Caldiad), Egypt (Consumer Protection Agency and Internal Trade Supply Police), Fiji (Department of Trade and Standards – Ministry of Industry and Trade), Indonesia (Ministry of Trade), Malaysia (Ministry of Health, Ministry of Domestic Trade, Cooperatives and Consumerism), Mexico (Profeco and Secretaría de Economía).
- ³¹ Related language is contained in the OECD Recommendation of the Council concerning Risk Management and Cost-Benefit Analysis in the Product Safety Field (<http://acts.oecd.org/Instruments/ShowInstrumentView.aspx?InstrumentID=181&Lang=en&Book=False>) as well as in the preamble of the e-commerce guidelines (www.oecd.org/sti/consumerpolicy/34023811.pdf).

- ³² For example, Botswana (Department of International Trade), Costa Rica (Dirección de Defensa Comercial del Ministerio de Economía, Industria y Comercio), the Dominican Republic (Ministerio de Industria y Comercio), Hungary (Hungarian Competition Authority), Mexico (Secretaría de Economía), Morocco (Ministry of Industry, Trade and New Technologies, in collaboration with customs authorities; the Department of Foreign Trade is in charge of paragraph 10 of the Guidelines which ensures that the World Trade Organization principles are respected); on the contrary, Switzerland (State Secretariat for Economic Affairs).
- ³³ For example, Mexico (Ley Federal de Protección al Consumidor, artículo 1).
- ³⁴ For example, Bhutan (Food Act, Road Safety and Transport Authority Act), Botswana (Public Health Act), Chile (Ley de protección al consumidor (Ley 19496): artículo 3° d) párrafo V y artículos 44 a 49; Ley 20.096; Ley 19.300; Ley 18.302), China (People's Republic of China Law of Product Safety, enacted in 1994 and amended in 2000, Food Safety Law 2009), Costa Rica (Ley N° 8279, artículo 29; Ley N° 8228, artículo 05; Ley N° 8279, artículo 46), the Dominican Republic (Ley General de Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario No. 358-05, artículo 33; Resolución No. 04-2007 and Resolución No. 07-2007), El Salvador (Normas Salvadoreñas Obligatorias, Ley de Medicamentos), Fiji (Food Safety Act 2003, Land Transport Act 1998, Sale of Goods Act), France (article L.221, Code de la consommation), India (Consumer Protection Act 1986; Bureau of Indian Standards Act; The Food Safety and Standards Act), Israel (Standards Law, 1953, <http://www.moital.gov.il/NR/exeres/7F8F59C5-56FC-454D-B95A-FB094813B733.htm>), Malaysia (Food Act 1983 and Regulations 1985, Standards of Malaysia Act 2012), Mexico (Ley Federal sobre metrología y normalización), Morocco (Law 24-09, Law 28-07), Peru (Ley N° 29571, artículos 25 a 29; Ley N° 28405, Ley de rotulado de productos industriales manufacturados; Ley N° 28376, Ley que prohíbe y sanciona la fabricación, importación, distribución y comercialización de juguetes y útiles de escritorio tóxicos o peligrosos), Poland (Act of General Product Safety 2003), the United Republic of Tanzania (Industrial and Consumer Chemicals Act, Environment Management Act), the United Kingdom (General Product Safety Regulations, <http://www.legislation.gov.uk/ukxi/2005/1803/contents/made>; Sale of Goods Act 1979, <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1979/54/contents>; Fireworks Regulations 2004, <http://www.legislation.gov.uk/ukxi/2004/1836/contents/made>; Cosmetic Products (Safety) Regulations 2008, <http://www.legislation.gov.uk/ukxi/2008/1284/contents/made>; Toys (Safety) Regulations 1995, <http://www.legislation.gov.uk/ukxi/1995/204/contents/made>), Switzerland (Loi fédérale du 12 juin 2009 sur la sécurité des produits).
- ³⁵ Dominican Republic (Resolución No. 04-2007).
- ³⁶ Chile (Ley 18.302).
- ³⁷ For example, Bhutan (Bhutan Agriculture and Food Regulatory Authority, Bhutan Standards Bureau, Road Safety and Transport Authority, Drug Regulatory Authority), Botswana (Botswana Bureau of Standards, Ministry of Health), Chile (Instituto de Salud Pública), Costa Rica (Ministerio de Salud y Ministerio de Agricultura y Ganadería (Servicio Nacional de Salud Animal)), the Dominican Republic (Instituto de Salud Pública), France (Commission de la Sécurité des Consommateurs), El Salvador (Organismo Salvadoreño de Reglamentación Técnica, Organismo Salvadoreño de Normalización), Egypt (Organization of Standardization and Quality), Fiji (Ministry of Health, Land Transport Authority), Israel (Commissioner of Standardization, Ministry of Transport), Malaysia (Department of Standards, Ministry of Health), Poland (Polish Standardization Committee), Morocco (National Board of Food Safety and the Division of Market Surveillance), the United Kingdom (Trading Standards Institute), Switzerland (Office fédéral de la santé publique, Office fédéral des transports, Office fédéral de l'énergie, Office fédéral de la communication, Office fédéral des constructions et de la logistique, Swissmedic – Institut suisse des produits thérapeutiques, Office fédéral de la police, Office fédéral des routes).
- ³⁸ Health Canada holds the mandate to manage the health risks and safety hazards associated with consumer products.
- ³⁹ Consumer Product Safety Commission.
- ⁴⁰ For the European Union, see Consumer Conditions Scoreboard at http://ec.europa.eu/consumers/consumer_research/editions/cms7_en.htm.

- ⁴¹ For example, Bhutan, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Mexico, Peru and Poland.
- ⁴² Reglamento 27008-MEIC-MOPT, artículo 4.
- ⁴³ As referenced by El Salvador (incorporated in the Ley de Protección al Consumidor, artículo 58).
- ⁴⁴ For example, the Dominican Republic (<http://www.noticiassc.com/2012/03/pro-consumidor-alerta-por-consumo.html> /<http://noticialibre.com/?p=74712>); El Salvador has used mass media; and Egypt cites Facebook as a resource.
- ⁴⁵ As reported by Poland, Portugal and the United Kingdom.
- ⁴⁶ Exceptions include India.
- ⁴⁷ For example, Chile, Colombia.
- ⁴⁸ For example, Bhutan (Dispute Settlement Body, Consumer Protection Act of Bhutan 2012, sections 6 and 7), the Dominican Republic, Indonesia (Ministry of Trade).
- ⁴⁹ Examples of OECD work on this area can be seen in several OECD Recommendations of the Council: i.e. Recommendation of the Council concerning Safety Measures Taken in the Interest of Children; Recommendation of the Council concerning Risk Management and Cost-Benefit Analysis in the Product Safety Field; Recommendation of the Council on the OECD Notification System on Consumer Safety Measures; Recommendation of the Council concerning the Establishment of Data Collection Systems Related to Injuries Involving Consumer Products; Recommendation of the Council concerning Recall Procedures for Unsafe Products Sold to the Public and in chapter 8 of the OECD Guidelines for Multinational Enterprises (all available at www.oecd.org). Also, the multi-lingual GlobalRecalls data portal has been recently established by the OECD for sharing information on products recalls with the public (<http://globalrecalls.oecd.org/>).
- ⁵⁰ The OAS Consumer Safety and Health Network's objective is to contribute to the construction of market surveillance systems on consumer product safety in OAS member States. For that purpose, the OAS contributes to strengthening the institutional capacity at the national and regional levels through the organization of training activities and the promotion of the exchange of good practices. The Consumer Safety and Health Network's web portal contains alerts on unsafe consumer products with an advanced search tool (www.oas.org/rcss). OAS member States have set themselves the objective of advancing towards the design and creation of an Inter-American Rapid Alerts System on consumer product safety (OAS General Assembly resolution AG/RES. 2682 (XLI-O/11)).
- ⁵¹ For example, Chile, Colombia, Costa Rica, the Dominican Republic, El Salvador and Peru are advancing towards the implementation of their integrated systems on consumer product safety, while Brazil has already officially launched its Consumer Safety and Health Network – Brazil, in a joint effort between the Ministry of Justice, the Ministry of Development, Industry and Foreign Trade and the Ministry of Health.
- ⁵² For example, Botswana, the Dominican Republic, Egypt, El Salvador, France, Hungary, India, Malaysia.
- ⁵³ For example, Costa Rica (Manual de Buenas Prácticas de Protección al Consumidor), El Salvador (monitoring labelling), the European Union (Directive 2005/29/EC), the United Kingdom (mandatory standards for manufacturers and distributors on good business practices).
- ⁵⁴ Commercial Practices Guide covering mail or telephone order merchandise, care labelling of textile wearing apparel and certain piece goods, cooling-off periods for door-to-door sales, contact lens rules, advertising as to sizes of viewable pictures shown by television sets, retail food store advertising and marketing practices, pre-notification of negative option plans, telemarketing sales, telemarketing sales and the Postal Reorganization Act (1970).
- ⁵⁵ For example, Bhutan (Consumer Protection Act 2012, section 4 (f)), Costa Rica (Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, artículos 34 y 43), the Dominican Republic (Reglamento de Asociaciones de Consumidores, artículo 3), El Salvador (Ley de Protección al Consumidor, artículo 163), Hungary (Act LVII of 1996, article 43/A), Indonesia (Law No. 8/1999 concerning consumer protection, articles 30 and 44), the Russian Federation (Law on Protection of the Rights of Consumers, article 45), Switzerland (Loi fédéral de la concurrence déloyale, article 10).

- ⁵⁶ The Dominican Republic (cooperation agreements between ProConsumidor and consumer organizations).
- ⁵⁷ Costa Rica (general counselling to consumer organizations), El Salvador (counselling to consumer organizations on legalization).
- ⁵⁸ Chile (US\$1 million per annum in prizes), Costa Rica (Comisión para Promover la Competencia).
- ⁵⁹ Most OECD policy instruments include provisions supporting fair business practices and contain provisions supporting effective consumer protection. The need for clear disclosure and the prohibition of misleading advertising are frequently referred to in OECD policy instruments, including the OECD Guidelines for Multinational Enterprises, the 1999 OECD Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce and in *Environmental Claims: Findings and Conclusions of the OECD Committee on Consumer Policy*. The issues related to the information on environmental impact are covered in the OECD Guidelines for Multinational Enterprises and in *Environmental Claims: Findings and Conclusions of the OECD Committee on Consumer Policy* (www.oecd.org/sti/consumerpolicy/48127506.pdf).
- ⁶⁰ Consumers International suggests inclusion of the structural dimension of competition policy and the need to address upstream issues.
- ⁶¹ Consumers International suggests reference to the anti-competitive effects of certain international agreements including those reached by governments, e.g. the World Trade Organization agriculture and intellectual property agreements.
- ⁶² Poland (the Office of Competition and Consumer Protection runs an educational campaign entitled “Entrepreneur, don’t collude!” to raise awareness through a series of radio broadcasts, films and press articles).
- ⁶³ For example, Chile (Tribunal de Defensa de la Libre Competencia), Egypt (Competition Protection and Monopoly Prevention Law), France (Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes), Hungary (Act LVII of 1996, article 7), Malaysia (Competition Act 2010).
- ⁶⁴ For example, Colombia (Superintendencia de Industria y Comercio), the Dominican Republic (ProCompetencia), El Salvador (Superintendencia de Competencia), Peru (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual), Poland (Office of Competition and Consumer Protection), Switzerland (State Secretariat for Economic Affairs – Competition Commission) and the United States (Federal Trade Commission).
- ⁶⁵ For example, Bhutan (Office of Consumer Protection), Mexico (Procuraduría Federal del Consumidor, Profeco), the United Kingdom (Office of Fair Trading).
- ⁶⁶ For example, Chile (Ley 19.496 de Protección de los Derechos de los Consumidores).
- ⁶⁷ For example, Costa Rica (Ley 7472, artículo 35).
- ⁶⁸ For example, Chile (Ley 18223 on spare parts), Costa Rica (Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, artículos 34 y 43), El Salvador (Ley de Protección al Consumidor, artículos 22, 33, 35 y 36).
- ⁶⁹ Consumers International suggests inclusion of admonition of complex wording in contracts, amendment without notification, due diligence requirements of lenders and “technological locking” of digital products as an abuse of consumer rights.
- ⁷⁰ For example, Bhutan (Consumer Protection Act 2012, section 4), Chile (Ley 19.496 de Protección de los Derechos de los Consumidores), Colombia, (Ley 1480, part VII, chapter II), Costa Rica (Reglamento de Tarjetas de Crédito y Débito N° 35867, chapter II), Egypt (Consumer Protection Law, article 10), the European Union (Directive 2002/22/EC on universal service and users’ rights relating to electronic communications networks and services as amended by Directive 2009/136/EC (“Citizens’ Rights Directive”)), Indonesia (Law No. 8/1999 concerning consumer protection, article 18), Morocco (Law N°31-08: Title III), Mexico (Ley Federal de Protección al Consumidor, artículos 1, 10, 85–90 *bis*), Peru ((Código de Protección y Defensa del Consumidor Ley N° 29571, artículo 1. 1.1 c); Título II, capítulo II, artículos 49° a 52°; artículos 56 a 62).
- ⁷¹ See <http://rcal.profeco.gob.mx/>.
- ⁷² Mexico (Norma Oficial Mexicana NOM-184-SCFI-2012).
- ⁷³ Reglamento de Tarjetas de Crédito y Débito (Decreto N°35867-MEIC), capítulo II.

- ⁷⁴ Federal Act against Unfair Competition, article 3 al. 1 k, l, m, n.
- ⁷⁵ The Dominican Republic (Ley General de Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario, No.358-05, párrafo I de artículos 81 y 98).
- ⁷⁶ For example, Chile (Ley 19.496 de Protección de los Derechos de los Consumidores), Costa Rica (Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, artículo 42), Egypt (Consumer Protection Law, articles 2 and 10), the European Union (Directive 93/13/EEC), Indonesia (Law No. 8/1999 concerning Consumer Protection, article 18), Malaysia (National Consumer Policy), Mexico (Ley Federal de Protección al Consumidor, artículos 1, 10, 85 a 90 *bis*), Morocco (Law N° .31-08: Title III), Peru ((Ley N° 29571, artículo 1. 1.1 c); Título II, capítulo II, artículos 49 a 52; artículos 56 a 62), Poland (Civil Code, Act on Competition and Consumer Protection 2007).
- ⁷⁷ For example, Chile (Ley 19.496 de Protección de los Derechos de los Consumidores), Colombia (Ley 1480, artículo 55), Egypt (Consumer Protection Law, articles 2 and 10), Mexico (Ley Federal de Protección al Consumidor, artículos 66 a 72 y la Ley para la Transparencia y Ordenamiento de los Servicios Financieros, chapter III, although it does not regulate interest rates), Poland (Civil Code, Act on Competition and Consumer Protection 2007).
- ⁷⁸ Consumers International suggests recognition for sales staff remuneration structures not conflicting with customers' interests and for information to allow real comparability. Furthermore, to reference the need for restraint in food, beverage and tobacco marketing for health promotion, especially regarding children.
- ⁷⁹ For example, Bhutan (Consumer Protection Act 2012, section 4 and chapter 3), Chile (Ley 19.496 de Protección de los Derechos de los Consumidores, parte II, artículo 3), Colombia (Ley 1480 de 2011, artículo 1.2 y partes V y VI), Costa Rica (Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (Ley N°7472), artículos 32, 33 y 34), the Dominican Republic (Ley General de Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario, No.358-05, artículo 88), Egypt (Consumer Protection Law, Articles 2, 3, 4 and 5), El Salvador (Ley de Protección al Consumidor, artículos 16, 30, 58), Indonesia (Law No. 8/1999 concerning Consumer Protection, article 10-16), Malaysia (Price Control and Anti-profiteering Act 2011), Mexico (Ley Federal de Protección al Consumidor, artículos 1, 2, 6, 7, 7 *bis*, 9, 10, 12, 15, 42, 43, 51, 56 a 59 y 66 a 72), Morocco (Law N° .31-08: Title III, IV, V, VI), Peru (Ley N° 29571, artículos 12° al 17), Poland (Civil Code, Act on Competition and Consumer Protection 2007), Portugal (Law 24/96, Decree-Law 57/2008, Decree-Law 67/2003), Switzerland (Federal Act against Unfair Competition, article 2).
- ⁸⁰ For example, Costa Rica (Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (Ley N°7472), artículos 32, 33 y 34), El Salvador (Ley de Protección al Consumidor, artículo 4), Egypt (Consumer Protection Law, article 6), the European Union (Directive 2005/29/EC), Morocco (Law N° .31-08: Title II), Portugal (Law 24/96).
- ⁸¹ Consumers International suggests reference to information on interoperability including technical measures that may inhibit use.
- ⁸² For example, Chile, Colombia, the Dominican Republic, Hungary, Malaysia, Mexico.
- ⁸³ China (Ministry of Environmental Protection), Costa Rica (Ministerio del Ambiente y Energía), Egypt (Ministry of the Environment), El Salvador (Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales), Indonesia, Israel (Ministry of Environmental Protection), the Russian Federation (Ministry of Natural Resources and Environment).
- ⁸⁴ Otherwise, see Bhutan (Consumer Protection Act 2012, section 89), the United Kingdom (<http://www.defra.gov.uk/environment/economy/products-consumers/influencing-behaviour/>; <http://archive.defra.gov.uk/environment/business/marketing/glc/documents/shoppers-guide.pdf>).
- ⁸⁵ For example, Bhutan (Consumer Protection Act 2012, chapter 3), Chile (Ley N° 19.496, parte III, párrafo 1, Información y Publicidad, artículos 28 y 28A), Colombia (Ley 1480 de 2011, artículo 29), Costa Rica (Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (Ley N°7472), artículos 32, 34 y 37), the Dominican Republic (Ley General de Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario, No.358-05, artículo 88), Egypt (Consumer Protection Law, article 6), El Salvador (Ley de Protección al Consumidor, artículo 3; Observatory of Misleading Advertising), Mexico (Ley Federal de Protección al

- Consumidor: artículos 1, 7, 17, 32, 33, 34, 35, 37, 38, 40, 42, 44, 45, 46, 48, 49, 76 *bis*), the United States (Film and Television Action Committee, Title 16, Commercial Practices Guide, Comprehensive Smokeless Tobacco Health Education Act of 1986, 15 United States Code 4401-4408, Fair Packaging and Labelling Act, Fur Products Labelling Act, Telecommunications Act of 1996, Practices Act, Petroleum Marketing, Telephone Disclosure and Dispute Resolution Act of 1992, Textile Fibre Products Identification Act, Violent Crime Control and Law Enforcement Act of 1994, Wool Products Labelling Act).
- ⁸⁶ For example, Malaysia, Mexico, Costa Rica (Código de Buenas Prácticas de Protección al Consumidor).
- ⁸⁷ For example, El Salvador, the United Kingdom (Advertising Standards Authority), the United States.
- ⁸⁸ For example, Colombia (Código de Autorregulación Publicitaria), Costa Rica (Código de Buenas Prácticas de Protección al Consumidor), the European Union (Code of European Union online rights, Digital Agenda for Europe (Action 16), <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/code-eu-online-rights>), Mexico (Código de Autorregulación de Publicidad de Alimentos y Bebidas no Alcohólicas dirigida al Público Infantil, Código de Ética del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria and Código de Autorregulación y Ética Publicitaria de Productos Cosméticos de la Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos, the United Kingdom (United Kingdom Code of Non-broadcast Advertising, Sales Promotion and Direct Marketing and United Kingdom Code of Broadcast Advertising).
- ⁸⁹ For example, Mexico (Agreement with Asociación Mexicana de Internet).
- ⁹⁰ Although Swiss law does not mandate private codes of marketing or other business practices, the marketing sector has formulated its own, which is based on the Federal Act against Unfair Competition. If a business violates this code, then a consumer can file a complaint at a private commission which will decide whether the code or the “directive” has been violated. This commission is the executive body of Swiss foundation for fair business practices (<http://www.lauterkeit.ch/komm1F.htm>) whose members are the most important private organizations and associations of the marketing branch in Switzerland.
- ⁹¹ Consumers International suggests a generic reference to technological neutrality to the effect that all transactions have the same basic protections for consumers.
- ⁹² For example, Botswana (Weights and Measures Act), Colombia (Ley 1480 de 2011, artículo 68), China (Metrology Law 1985, State Council Order on Applying Uniform Metrology Unit 1984), the Dominican Republic (Ley 3925 de 17 septiembre de 1954 sobre pesas y medidas, Reglamento para la ejecución de la Ley 3925 sobre pesas y medidas y La Ley General de Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario, No.358-05, artículo 51), El Salvador (Ley de Protección al Consumidor, artículo 58(j)), the European Union (Communication on the application of Directive 2005/29/EC), Indonesia (Law No. 2/1981 concerning Legal Metrology, Law No. 8/1999 concerning Consumer Protection, article 8), Malaysia (Weight and Measures Act 1972, Weights and Measures Regulation 1981, Specification for Weights or Measures or Instrument for Weighing or Measuring Order 1981), Mexico (Ley Federal de Protección al Consumidor), Peru (Ley N° 23560, en el que se establece el Sistema Legal de Unidades de Medida del Perú), the United Republic of Tanzania (Weights and Measures Act), the United Kingdom (Weights and Measures Act 1985 and the Weights and Measures (Packaged Goods) Regulations 2006).
- ⁹³ For example, Bhutan (Bhutan Standards Bureau), Botswana (Bureau of Standards), China (General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine), Costa Rica (Laboratorio Costarricense de Metrología), Dominican Republic (Dirección General de Normas y Sistemas de Calidad), Egypt (General Authority for Standards and Quality), El Salvador (Centro de Investigaciones de Metrología), Fiji (Department of National Trade Measurement and Standards), India (Controller of Legal Metrology), Mexico (Centro Nacional de Metrología, Comisión Nacional de Normalización), Morocco (Ministry of Industry, Trade and New Technologies, Division of Metrology).
- ⁹⁴ Sistema Mexicano de Metrología, Normalización y Evaluación de la Conformidad.
- ⁹⁵ Consumers International suggests inclusion of a reference to independent testing.
- ⁹⁶ Chile, Egypt, Fiji, Israel, Morocco (National Office of Sanitary Security).

- ⁹⁷ El Sistema Mexicano de Metrología, Normalización y Evaluación de la Conformidad, párrafo 15.
- ⁹⁸ Consejo Nacional de Política Económica y Social.
- ⁹⁹ See http://ec.europa.eu/consumers/safety/projects/market_surveillance_enforcement_en.htm.
- ¹⁰⁰ El Salvador.
- ¹⁰¹ India, Malaysia.
- ¹⁰² Chile.
- ¹⁰³ Costa Rica (Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (Ley N°7472) artículos 33(e) y 36), the European Union (Directive (2002/22/EC) on universal service and users' rights relating to electronic communications networks and services as amended by Directive 2009/136/EC ("Citizens' Rights Directive") http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecomm/doc/136univserv.pdf), El Salvador (Ley de Protección al Consumidor, artículo 58, línea C), India (Targeted Public Distribution System, <http://dfpd.nic.in/?q=node/999>), Mexico (Ley Federal de Protección al Consumidor, artículos 8, 24 128 *ter*).
- ¹⁰⁴ Consumers International suggests referencing the involvement of consumer representatives in the regulation of essential services.
- ¹⁰⁵ Bhutan (Department of Trade and Ministry of Economic Affairs), Chile (Superintendencia de Servicios Sanitarios y Agua Potable (www.siss.cl), superintendencia de Electricidad y Combustibles (www.sec.cl), Subsecretaría de Telecomunicaciones (www.subtel.gob.cl/)), Costa Rica (Dirección de Apoyo al Consumidor del Ministerio de Economía, Industria y Comercio, y otros Ministerios y entidades del sector público como el Ministerio de Agricultura y Ganadería, el Consejo Nacional de Producción), Hungary (Ministry for Rural Development), Morocco (National Board of Food Safety), the Russian Federation (Ministry of Health and Social Development), the United Republic of Tanzania (Tanzania Food And Drugs Authority, Surface and Marine Transport Regulatory Authority, Energy Water Utilities Regulatory Authority, Tanzania Communications Regulatory Authority, Urban and Rural Water Authorities).
- ¹⁰⁶ As reported by Bernardo R. Altamirano, former President of Profeco, and currently member of the UNCTAD Advisory Group of Experts on Consumer Protection.
- ¹⁰⁷ El Salvador (Ley de Protección al Consumidor, artículos 161, 162), Malaysia (Cooperatives Societies Act 1993).
- ¹⁰⁸ For example, Chile (Ley 19.496 de Protección de los derechos de los consumidores), Colombia (Ley 1480 de 2011, artículo 3.1.5), Costa Rica (Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (Ley N°7472), artículos 35 y 53), Egypt (Consumer Protection Law, articles 2 and 3), France (Code la Consommation, articles L.421-1 et ss.), India (Consumer Protection Act 1986, Insurance Regulatory and Development Authority Act 1999, Electricity Act 2003, Banking Regulation Act, 1949), Indonesia (Law No. 2/1981 concerning Legal Metrology, Law No. 8/1999 concerning Consumer Protection, articles 4, 7, 49, 52 and 63), Malaysia (Consumer Protection Act 1999), Morocco (Law N°. 31-08: Title VIII), Poland (Act on Competition and Consumer Protection 2007, Consumer Policy for 2010–2013), the United Republic of Tanzania (Fair Competition Act and Civil Procedure Act), the United States (Federal Trade Commission, Title 16, Commercial Practices Guide and other statutes).
- ¹⁰⁹ Consumers International suggests a reference to the possibility of collective legal action on consumer grievances.
- ¹¹⁰ OECD contribution on the issues of dispute resolution and redress has been of significance. See (a) OECD Recommendation of the Council on Consumer Dispute Resolution and Redress; (b) the 1999 Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce (part two, section VI); (c) the 2003 OECD Guidelines for Protecting Consumers from Fraudulent and Deceptive Commercial Practices Across Borders, section VI; and (d) part VI B of 1999 OECD Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce (all available at www.oecd.org).
- ¹¹¹ On the contrary, Colombia has administrative powers over compensation.
- ¹¹² For example, Chile (Ley 19.496 de Protección de los derechos de los consumidores, Ley 20.555 sobre el Servicio Nacional del Consumidor, Económico y Financiero),

Colombia (Ley 1480 de 2011, artículo 4; Ley 640 de 2011, artículo 34), Costa Rica (Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (Ley N°7472), artículo 55), El Salvador (Ley de Protección al Consumidor, artículo s111, 115 y 119), the European Union (European Union Directive (2002/22/EC) on universal service and users' rights relating to electronic communications networks and services as amended by Directive 2009/136/EC ("Citizens' Rights Directive") http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecommerce/doc/136univserv.pdf), the Dominican Republic (Reglamento para la Conciliación y el Arbitraje de Consumo, artículo1), Egypt (Commercial Arbitration Law), India (Banking Ombudsman Scheme in 1995, section 35A of the Banking Regulation Act, 1949), Mexico (Ley Federal de Protección al Consumidor, artículos 11 a 116 (conciliation), 117 a 122 (arbitration)), Poland (Act on Competition and Consumer Protection 2007).

- ¹¹³ Consumers International suggests encouragement of the use of consumer organizations in dispute resolution.
- ¹¹⁴ For example, Chile (Ley 20.555 sobre el Servicio Nacional del Consumidor, Económico y Financiero (SERNAC)), Indonesian Insurance Mediation Bureau.
- ¹¹⁵ For example, Colombia (Ley 1480 de 2011, artículos 4, 43; Ley 640, artículo 34), Mexico (Ley Federal de Protección al Consumidor).
- ¹¹⁶ For example, China (Consumer Rights Protection Association), France (<http://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Recourir-a-la-mediation-ou-a-la-conciliation>), Morocco (Consumer fund supports 50+ consumer associations), Poland (Office of Competition and Consumer Protection campaign "Why fight like cats and dogs?" – promoting consumer arbitration courts).
- ¹¹⁷ OECD has carried on several education-related and information activities. The need for consumer education and information programmes as well as the issue of the promotion of sustainable consumption are referred to principally in the 2009 OECD Instrument *Consumer Education: Policy Recommendations of the Committee on Consumer Policy*; they are also addressed in the 2007 OECD Recommendation on Consumer Dispute Resolution and Redress, section II A 6, among other instruments. OECD policy instruments in the consumer area sometimes contain provisions addressing the needs of vulnerable consumers with respect to education.
- ¹¹⁸ For example, Mexico (as reported by Bernardo R. Altamirano, former President of Profeco, and currently member of the UNCTAD Advisory Group of Experts on Consumer Protection; see www.consumidor.gob.mx) and Switzerland (<http://www.i-point.admin.ch>).
- ¹¹⁹ For example, Chile; see <http://www.sernac.cl/sernac2011/sernaceduca/>.
- ¹²⁰ See Consumers Advice at http://www.adviceguide.org.uk/england/consumer_e.htm.
- ¹²¹ Curso Básico sobre Consumo.
- ¹²² Defensorías móviles.
- ¹²³ For example, Botswana, Chile, Costa Rica, El Salvador, Malaysia, Mexico and Switzerland.
- ¹²⁴ Hungary (Hungarian Competition Authority).
- ¹²⁵ Consumers International suggests a reference to basic financial education.
- ¹²⁶ For example, Costa Rica (through the Red de Organizaciones de Consumidores for rural populations), Malaysia (Federation of Malaysian Consumers Associations).
- ¹²⁷ For example, Costa Rica (along with the financial sector on "Fútbol Financiero" and "Jóvenes Banqueros").
- ¹²⁸ Every year, Office of Competition and Consumer Protection grants Libertas and Auxilium awards to honour journalists for their articles, radio and television programmes dealing with competition and consumer protection.
- ¹²⁹ Consumers International suggests recommending that governments both encourage and be open to ideas from consumer associations.
- ¹³⁰ Consumers International suggests a reference to the need for Internet access as an educational and awareness tool.
- ¹³¹ Channel 13 programme, "Consejos financieros para el consumidor".
- ¹³² Television programme, "Con el consumidor".
- ¹³³ Jago Grahak Jago Programme.
- ¹³⁴ "Let's Think Green" campaign.
- ¹³⁵ For example, the educational campaigns "Entrepreneur, don't collude!" and "You can..."⁷

- ¹³⁶ For example, Costa Rica (guides for the course “Educación para la vida” of the Ministry of Education), the Dominican Republic (Strategic Plan 2013–2016), Poland (Information and education campaign “My consumer ABC”), the United Republic of Tanzania (Training of Trainers on consumer protection issues).
- ¹³⁷ El Salvador (Ley de Protección al Consumidor, artículo 4 (k)).
- ¹³⁸ Particularly with regard to the health-related benefits of sustainable consumption.
- ¹³⁹ Ley Federal de Protección al Consumidor, artículos 8 *bis*, 24, especially on educational programmes.
- ¹⁴⁰ Federal Trade Commission, Title 16, Commercial Practices Guide and other United States statutes, covering, inter alia, automotive fuel rating, labelling for biodiesel fuel and energy efficiency of various products.
- ¹⁴¹ Chile (Ministerio de Medio Ambiente), Colombia (Ministerio de Ambiente), Costa Rica (Ministerio del Ambiente y Energía), El Salvador (Defensoría del Consumidor y Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales), the Dominican Republic (Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales), Fiji (Department of Environment), Hungary (Ministry for Rural Development), Indonesia (Ministry of Environment and Local Government), Japan (Ministry of Environment), Switzerland (Federal Office for the Environment) and the United Kingdom (Department for the Environment, Food and Rural Affairs).
- ¹⁴² Egypt (Ministry of Environment, Authority of Standardization and Quality, consumer protection agency, Ministry of Internal Trade and Industry, and the Cabinet), Israel (Ministry of Environmental Protection, Ministry of Agriculture, Ministry of Industry, Trade and Labour), Malaysia (Department of the Environment, Ministry of Natural Resources and Environment, Ministry of Energy, Green Technology and Water), the United Republic of Tanzania (Fair Competition Commission, Local Government Authorities, Tanzania Bureau Standard, Energy Water Utilities Regulatory Authority, Surface and Marine Transport Regulatory Authority, Tanzania Communications Regulatory Authority, Tanzania Civil Aviation Authority, Bank of Tanzania, National Environment Management Council, non-governmental organizations).
- ¹⁴³ See http://ec.europa.eu/environment/eussd/escp_en.htm;
http://ec.europa.eu/consumers/events/ecs_2012/workshops1_en.htm;
http://ec.europa.eu/environment/resource_efficiency/index_en.htm;
http://ec.europa.eu/energy/efficiency/labelling/labelling_en.htm;
http://ec.europa.eu/environment/industry/retail/index_en.htm;
<http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>;
http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/ecodesign/index_en.htm;
http://ec.europa.eu/consumers/rights/docs/Guidance_UCP_Directive_en.pdf;
http://ec.europa.eu/environment/eussd/product_footprint.htm;
http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm; www.food-scp.eu/;
http://ec.europa.eu/food/food/sustainability/index_en.htm.
- ¹⁴⁴ Federal Trade Commission, Title 16, Commercial Practices Guide, 16 C.F.C., chapter I, subchapter B – Chides and Trade Practices Rules, Part 260 and Energy Policy Act of 1992 and of 2005.
- ¹⁴⁵ Consumers International suggests the inclusion of energy, with reference to universal service, consumer participation, subsidising connectivity and appropriate technology.
- ¹⁴⁶ Consumers International suggests a reference to sanitation and to shifting subsidy towards connectivity rather than consumption in paragraph 59 of the United Nations Guidelines on Consumer Protection.
- ¹⁴⁷ Consumers International suggests a reference to the promotion of generic competition and to the objectives of the Doha Declaration on the Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights Agreement and Public Health.
- ¹⁴⁸ For example, Egypt (Ministry of Irrigation, Authority of Water Regulation, Ministry of Internal Trade and Supply, Ministry of Health, and the Cabinet), Hungary (Hungarian Food Safety Office, National Institute for Quality and Organisational Development in Healthcare and Medicines, Ministry for Rural Development), Malaysia (Ministry of Agriculture, Ministry of Energy, Green Technology and Water, Ministry of Health), Morocco (National Board of Food Safety, Minister of Energy, Mines, Water and Environment, Ministry of Health), Switzerland (Federal Office of Public Health, Federal Office of National Economic

- Supply, Federal Office for Agriculture), the United Republic of Tanzania (National Environment Management Council, ministries, departments and agencies, Energy Water Utilities Regulatory Authority, Drilling and Dam Construction Agency, Tanzania Bureau of Standards, Government Chemist and Laboratory Agency, local governments).
- ¹⁴⁹ Consumers International suggests a reference to the damaging consequences of subsidised exports in agriculture, concerns about current low food stocks and high food prices, and the need for sustainable food production.
- ¹⁵⁰ Malaysia Organic Scheme.
- ¹⁵¹ National Strategies and Action Plan on Agricultural Biodiversity.
- ¹⁵² Therapeutic Products Act, articles 3, 9, 11, 28 and 30; and Patents Act, whose leading authorities are: Swissmedic and Swiss Federal Institute of Intellectual Property.
- ¹⁵³ The key drivers for pesticides policy currently are the implementation of 1107/2009 and 2009/128/EC (see column F), and the Farming Regulation Task Force recommendations. European Union Regulation 1107/2009 replaced Directive 91/414/EEC in June 2011. European Union Directive 2009/128/EC legislates for the first time at the European Union level on the use phase of pesticides. It includes provisions for measures to reduce the risks and impacts of pesticide use, training certification for users, distributors and advisers, sales requirements, inspection of all pesticide application equipment, prohibition on aerial application, specific measures to protect water, integrated pest management and harmonized risk indicators.
- ¹⁵⁴ <http://www.sernac.cl/265502/>.
- ¹⁵⁵ Mesa Andina de Trabajo para la Promoción y Protección de los Derechos de los Consumidores.
- ¹⁵⁶ Consumer Safety and Health Network.
- ¹⁵⁷ In particular, information exchange through the Rapid Alert System (http://ec.europa.eu/consumers/safety/rapex/index_en.htm; <http://globalrecalls.oecd.org/>).
- ¹⁵⁸ Committee on Consumer Policy.
- ¹⁵⁹ Código de Comercio.
- ¹⁶⁰ Código Civil, Second Book, Part Two, “Del comercio electrónico”, Código Federal de Procedimientos Civiles, artículo 210-A, Ley Federal de Protección al Consumidor, artículos 1, 10, 53, y 76 *bis*.
- ¹⁶¹ Código Civil, artículos 141, 141-A y 1374.
- ¹⁶² Ley N° 19.496, artículos 3 *bis*, 12 A, 28 B, 32 y 50 A. See <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=61438&buscar=19.496>.
- ¹⁶³ Ley 1480 de 2011, Título VII, chapters V and VI.
- ¹⁶⁴ Code de la consommation, articles 121-16 et ss.
- ¹⁶⁵ Law on Consumers Rights Protection, article 26.1.
- ¹⁶⁶ Federal Trade Commission, Title 16, Commercial Practices Guide, 16 C.F.R., chapter I, subchapter B, Guides and Trade Practice Rules, Part 316.
- ¹⁶⁷ Malaysia (Electronic Commerce Act 2006), Peru (Ley N° 27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales), Poland (Act of 18 July 2002 on providing services by electronic means.), the United States (Children’s Online Privacy Protection Act, 15, United States Code 6501-6506).
- ¹⁶⁸ El Salvador (Ley del Sistema de Tarjeta de Crédito, artículos 25, 35).
- ¹⁶⁹ Colombia (Ley 1480 de 2011, Título VII, chapter V).
- ¹⁷⁰ The Dominican Republic (Ley General de las Telecomunicaciones, No. 153-98), the United Republic of Tanzania (Mobile Payments Regulation 2012).
- ¹⁷¹ Switzerland (Loi fédérale contre la concurrence déloyale, article 3.2).
- ¹⁷² Morocco (Law No. 09-08, Law No. 53-05).
- ¹⁷³ Federal Trade Commission Staff Working Paper, “Dot com Disclosure: Information about Online Advertising” (May 2000), available at <http://www.ftc.gov/opa/2000/05/dotcom.shtm>.
- ¹⁷⁴ Federal Trade Commission Staff Report, “Mobile Apps for Kids: Disclosures Still Not Making the Grade” (December 2012), available at <http://www.ftc.gov/os/2012/12/121210mobilekidsappreport.pdf>.
- ¹⁷⁵ Federal Trade Commission Report, “Protection Consumer Privacy in an Era of Rapid Change” (March 2012), available at <http://www.ftc.gov/os/2012/02/120326privacyreport.pdf>.

- ¹⁷⁶ Chile (Código de Buenas Prácticas para el Comercio Electrónico, de la Cámara de Comercio de Santiago A.G.), Mexico (Código de Ética y la Asociación Mexicana de Internet, http://www.amipci.org.mx/pics/doctos/codigo_etica.pdf).
- ¹⁷⁷ India (Reserve Bank of India: Internet Banking in India – Guidelines).
- ¹⁷⁸ Chile, Colombia.
- ¹⁷⁹ Chile, European Union (European Trustmarks Stakeholders Platform); Poland (the President of the Office of Competition and Consumer Protection financed an information campaign, “Safe shopping on the Internet” in 2011, conducted by the Polish Consumer Federation; in 2012, the Office of Competition and Consumer Protection published the brochure, “Shopping on the Internet”).
- ¹⁸⁰ The European Union, Consumer Conditions Scoreboard, the latest edition of which (May 2012) is available at http://ec.europa.eu/consumers/consumer_research/editions/cms7_en.htm.
- ¹⁸¹ Chile.
- ¹⁸² Chile, the United States, International Consumer Protection Network (ICPEN).
- ¹⁸³ Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, France, Mexico, Poland.
- ¹⁸⁴ Ley 1480, artículo 54.
- ¹⁸⁵ Ley N° 19.496, artículo 58 (f).
- ¹⁸⁶ Chile, El Salvador (Ley de Protección al Consumidor, artículo 119), France (Code de la consommation, Livre III), Mexico (Ley Federal de Protección al Consumidor, artículos 117 a 122), Poland (European Commission Recommendations 98/257/CE and 2001/310/CE).
On the contrary, France.
- ¹⁸⁷ Available at www.oecd.org/sti/consumerpolicy/34023811.pdf.
- ¹⁸⁸ Available at www.oecd.org/sti/consumerpolicy/40879177.pdf.
- ¹⁸⁹ Available at www.oecd.org/sti/consumerpolicy/40879136.pdf.
- ¹⁹⁰ Available at www.oecd.org/sti/consumerpolicy/40878993.pdf.
- ¹⁹¹ Available at www.oecd.org/daf/internationalinvestment/guidelinesformultinationalenterprises/48004323.pdf.
- ¹⁹² Chile (Ley Número 20.555), El Salvador (Ley de Protección al Consumidor (artículo 12-22)), Hungary (Act XLVII of 2008, article 10 (2) and (3)), Mexico (Ley Federal de Protección al Consumidor), the Russian Federation (Law on Consumers Rights Protection, Art.26.1), United Republic of Tanzania (Fair Competition Act 2003), the United States (Federal Trade Commission, Title 16, Commercial Practices Guide, 16 C.F.R., chapter I, subchapter B, Guides and Trade Practice Rules, Part 313).
- ¹⁹³ Colombia (Ley 1328 de 2009, Protección al consumidor en el sistema financiero, asegurador y del mercado de valores, Ley 1480 de 2011, artículo 45, Protección al Consumidor en adquisición de productos y servicios a través de financiación, Ley 1266 de 2008 sobre protección de datos personales respecto de información financiera y crediticia), Costa Rica (Ley Orgánica del Sistema Bancaria Nacional), the Dominican Republic (Ley No.183-02 Código Monetario y Financiero de la República Dominicana), El Salvador (Ley del Sistema de Tarjetas de Crédito, Ley de Bancos (artículos 56, 64, 65, 66 y 73), Ley de Sociedades de Seguro (Art. 99) (http://www.ssf.gob.sv/index.php?option=com_content&view=article&id=216:ley-soc-seg&catid=108:req-soc-seg&Itemid=121), Ley de Asociaciones de Cooperativas de Ahorro y Crédito (<https://www.ssf.gob.sv/descargas/Leyes/Leyes%20Financieras/Ley%20General%20de%20Asociaciones%20Cooperativas.pdf>), Ley de Regulación de los Servicios de información sobre el Historial de Crédito de las Personas Ley del Mercado Bursátil (https://www.bves.com.sv/marco/anexos/ley_decreto/Ley%20del%20Mercado%20de%20Valores.pdf)), Mexico (Ley de Protección y Defensa a los Usuarios de Servicios Financieros, Ley para la Transparencia y Ordenamiento de los Servicios Financieros), Peru (Ley N° 28587, Ley complementaria a la Ley de protección al consumidor en materia de servicios financieros, Resolución SBS N° 8181-2012, Reglamento de Transparencia de Información y Contratación con Usuarios del Sistema Financiero, Resolución SBS N° 264-2008, Reglamento de Tarjetas de Crédito), Poland (Act of 12 May 2011 on consumer credit, Act of 19 August 2011 on payment services), Portugal (Decree-Law 133/2009).
- ¹⁹⁴ Indonesia (Law No. 21/2011 concerning the Financial Service Authority,

<http://bapepam.go.id/bapepamlk/others/UU-21-2011-OJK.pdf>), the United Republic of Tanzania (Bank of Tanzania Act 2006, Banking and Financial Institutions Act 2006.), the United Kingdom (Financial Services Act 2012, <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2012/21/contents/enacted>), the United States (Bankruptcy Abuse Prevention and Consumer Protection Act of 2005, College Scholarship Fraud Prevention Act of 2000, Consumer Leasing Act, Credit Card Accountability Responsibility and Disclosure Act, Credit Repair Organizations Act, Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act (Titles X and XIV), Electronic Fund Transfer Act, Equal Credit Opportunity Act, Fair and Accurate Credit Transactions Act of 2003, Fair Credit and Charge Card Disclosure Act, Fair Credit Billing Act, Fair Credit Reporting Act, Fair Debt Collection Practices Act, Federal Deposit Insurances Corporation Improvement Act of 1991, Gramm-Leach-Bliley Act, Home Equity Loan Consumer Protection Act, Home Ownership and Equity Protection Act, Magnuson Moss Warranty-Federal Trade Commission Improvements Act, Mortgage-Related Provisions of Omnibus Appropriations Act of 2009, Truth in Lending Act, Unlawful Internet Gambling Enforcement Act, Safe Web Act).

- ¹⁹⁵ Chile (Decreto 41 de 2012, Ministerio de Economía, <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1041742&buscar=sello+sernac>; Decreto 42 de 2012, Ministerio de Economía, <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1041743&buscar=sello+sernac>; Decreto 43 de 2012, Ministerio de Economía, <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1041744&buscar=sello+sernac>; Decreto 44 de 2012, Ministerio de Economía, <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1041745&buscar=sello+sernac>), Costa Rica (Reglamento de Tarjetas de Crédito y Débito (Decreto N°35867-MEIC), Indonesia (Bank Indonesia Regulation No. 7/6/2005 concerning Transparency in bank product information and use of customer personal data, http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/BB45356B-5C65-4E57-94B7-D50482D9C732/13123/pbi7605_eng.pdf; Bank of Indonesia Regulation No. 7/7/PBI/2005 concerning Resolution of Customer Complaints, <http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/FA589889-D303-4419-92E5-A821229D2C1B/13125/pbi7705.pdf>).
- ¹⁹⁶ SERNAC Financiero.
- ¹⁹⁷ Superintendencia Financiera de Colombia.
- ¹⁹⁸ Superintendencia de Entidades Financieras, Dirección de Apoyo al Consumidor.
- ¹⁹⁹ Superintendencia de Bancos y la Junta Monetaria Nacional.
- ²⁰⁰ Hungarian Financial Supervisory Authority.
- ²⁰¹ Securities and Exchange Board of India, Pension Fund Regulatory and Development Authority.
- ²⁰² Financial Services Authority.
- ²⁰³ Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros.
- ²⁰⁴ Financial Supervision Commission; however, the President of the Office of Competition and Consumer Protection also protects consumers in the financial services sector the same way as in all other market sectors.
- ²⁰⁵ From April 2013, the Financial Services Authority will be replaced by the Financial Conduct Authority and the Prudential Regulation Authority, the former having a consumer protection remit in relation to the Financial Services Industry. Responsibility for the consumer credit market currently resides with the Office of Fair Trading but the Government has announced its intention to transfer this to the Financial Conduct Authority.
- ²⁰⁶ Bureau of Consumer Financial Protection within the Federal Reserve Board.
- ²⁰⁷ Chile (sello SERNAC).
- ²⁰⁸ Colombia (las entidades financieras vigiladas deberán contar con un Defensor del Consumidor Financiero, orientado a la protección especial de los consumidores financieros, a fin de resolver en forma objetiva y gratuita para los consumidores las quejas que estos le presenten, actuar como conciliador entre los consumidores financieros y la respectiva entidad y efectuar recomendaciones a la entidad vigilada relacionadas con los servicios y la atención al consumidor financiero. Las decisiones que adopte el Defensor del Consumidor Financiero serán obligatorias cuando los consumidores y las entidades así lo acuerden de manera previa y expresa. Igualmente, serán obligatorias para las entidades vigiladas las

decisiones del Defensor del Consumidor Financiero, cuando las entidades así lo hayan previsto en sus reglamentos).

²⁰⁹ United Kingdom (<http://financial-ombudsman.org.uk/about/index.html>).

²¹⁰ Colombia (las entidades financieras tienen la obligación de desarrollar programas y campañas de educación financiera a sus clientes sobre los diferentes productos y servicios que prestan, obligaciones y derechos de estos y los costos de los productos y servicios que prestan, mercados y tipo de entidades vigiladas, así como de los diferentes mecanismos establecidos para la protección de sus derechos, según las instrucciones que para el efecto imparte la Superintendencia Financiera de Colombia); Mexico (de conformidad con el artículo 5° de la Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros, la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros tiene la atribución de realizar programas educativos en materia financiera, cuyo contenido se puede conocer en <http://www.condusef.gob.mx/index.php/material-educativo>); Poland (currently a campaign, “Don’t be cheated. Check before you sign,” is being conducted. It is aimed at attracting public attention to the risks involved in entering into financial agreements, with an emphasis on taking short-term loans at high rates, so-called payday loans and using financial services which are not subject to the special state control. This campaign is being organized jointly by seven public institutions: Bank Guarantee Fund, Polish Financial Supervision Authority, Ministry of Finance, Ministry of Justice, National Bank of Poland, Police and the Office of Competition and Consumer Protection).

²¹¹ Mexico (Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros), the United Kingdom (<https://www.moneyadviceservice.org.uk/en/static/about-us>), the United States (<http://www.consumer.ftc.gov/>).

²¹² Chile (SERNAC Financiero), Colombia (Superintendencia Financiera), Costa Rica (Superintendencia de Entidades Financieras), the Dominican Republic (Superintendencia de Bancos y la Junta Monetaria Nacional), El Salvador (Defensoría del Consumidor), Malaysia (Financial Mediation Bureau), Mexico (Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros), the United Kingdom (<http://financial-ombudsman.org.uk/about/index.html>).

²¹³ Available at <http://acts.oecd.org/Instruments/ShowInstrumentView.aspx?InstrumentID=177&Lang=en&Book=False>.

²¹⁴ Available at <http://webnet.oecd.org/OECDACTS/Instruments/ShowInstrumentView.aspx?InstrumentID=77&InstrumentPID=74&Lang=en&Book=False>.

²¹⁵ Available at <http://webnet.oecd.org/OECDACTS/Instruments/ShowInstrumentView.aspx?InstrumentID=78&InstrumentPID=75&Lang=en&Book=False>.

²¹⁶ Available at <http://webnet.oecd.org/OECDACTS/Instruments/ShowInstrumentView.aspx?InstrumentID=282&InstrumentPID=297&Lang=en&Book=False>.
