



ICOMP

INITIATIVE FOR A
COMPETITIVE ONLINE
MARKETPLACE

IMPERATIVOS PARA UNA WEB SANA, SEGURA Y COMPETITIVA

Introducción

Internet ha prosperado combinando innovación y contenidos creativos y atractivos. Si Internet continúa creciendo hasta otorgar poderes a los usuarios y construir empresas sostenibles, deberán respetarse imperativos fundamentales como la apertura y la transparencia. Deberán aplicarse normas sobre la competencia, la privacidad y los derechos de la propiedad intelectual en la economía online, al igual que se aplican en la economía inmobiliaria.

El cometido de ICOMP es abogar por principios que fomenten el comercio online. Como parte de este cometido, ha ideado los imperativos desglosados a continuación como condiciones previas necesarias para una red sana y competitiva. ICOMP cree que todas las partes interesadas deben contribuir a garantizar un enfoque más integral y efectivo en el tratamiento de cuestiones clave sobre el mundo digital. Nuestro propósito es promover un debate sano sobre cuál es la mejor manera de poner en práctica estos imperativos.

ICOMP cree que todas las partes interesadas en el mercado online deberían:

1. Fomentar una sólida competencia en los mercados de Internet.

- La competencia es la fuerza motriz de la innovación online
- Los organismos reguladores deben aplicar las leyes sobre competencia a los mercados clave en Internet
- Ninguna empresa debería estar autorizada a abusar de su posición dominante

Una competencia sólida en los mercados online aporta beneficios tanto a los consumidores como a las empresas. Es la fuerza motriz de la innovación online y los nuevos contenidos, así como la variedad de elección y los precios bajos. Todas las partes interesadas deberían apoyar políticas que promuevan una economía online vibrante y competitiva. Los organismos reguladores deberían aplicar las leyes actuales sobre la competencia a los mercados online claves, incluidos los de búsqueda y publicidad de pago por clic, así como otras formas de publicidad online, sin pasar por alto los aspectos de la competencia no relacionados con los precios, como la protección de datos y de la privacidad del consumidor. También deben asegurarse de que ninguna empresa está autorizada a abusar de su posición dominante perjudicando a la competencia o intentando ganar ventaja de forma abusiva en mercados relacionados.

2. Promover un mercado interno operativo para el comercio electrónico.

- El comercio electrónico es la fuerza vital de Internet
- Las partes interesadas deben cooperar para superar las barreras existentes
- Los organismos reguladores deben tener en cuenta la naturaleza globalizada del comercio electrónico

El comercio electrónico es la fuerza vital de Internet. Las partes interesadas deben cooperar para identificar y enfrentarse a las barreras existentes que impiden el funcionamiento de un comercio electrónico transfronterizo en el mercado interno de la UE. Para que el comercio electrónico alcance su pleno potencial, los organismos reguladores deben tener en cuenta su naturaleza globalizadora a la hora de analizar los avances en el entorno online y de evaluar el impacto de la legislación sobre protección del consumidor. Para promover la confianza del consumidor, todas las partes interesadas deben esforzarse por combatir las falsificaciones y el fraude, así como por fomentar el respeto de la propiedad intelectual en Internet.

3. Proteger, adaptar y aplicar los derechos de la propiedad intelectual

- Los derechos de autor deben ser respetados
- Las normas sobre propiedad intelectual deben adaptarse a los avances tecnológicos
- Los gobiernos deben apoyar la aplicación de las leyes de propiedad intelectual

Los autores, editoriales, emisoras y artistas invierten una enorme cantidad de recursos en la creación de contenidos atractivos en Internet. La aplicación efectiva de las leyes sobre protección de la propiedad intelectual constituye una condición previa esencial para la creación de contenidos online, ya que garantiza que los creadores puedan retener el valor comercial de sus esfuerzos, además de ayudar a proteger la diversidad cultural. Al mismo tiempo, Internet ofrece nuevas e interesantes posibilidades de acceso a contenidos y permite a los usuarios crear sus propios contenidos. Todas las partes interesadas deben respetar los derechos de los creadores de contenido a la vez que fomentan la inversión en innovación y la creación de modelos de negocio online legítimos y sostenibles. Es necesario tener en cuenta también los intereses legítimos de los usuarios. Las empresas y los organismos reguladores deben garantizar que las medidas de protección de la propiedad intelectual se ajustan a los avances tecnológicos, así como a los cambiantes patrones de creación de contenidos. Todas las partes interesadas deberían cooperar en la lucha contra la piratería en Internet.

4. Apoyar prácticas empresariales transparentes en mercados clave de Internet

- Las prácticas empresariales en mercados clave de Internet deben ser abiertas y transparentes
- Las prácticas engañosas o abusivas perjudican a todo el ecosistema de Internet
- Los líderes de mercado en sectores clave de Internet deben asumir sus responsabilidades específicas

El crecimiento de Internet ha permitido a los usuarios disfrutar de una riqueza de información antes no disponible o de difícil acceso. Para que Internet alcance su pleno potencial, las partes interesadas deben animar a las empresas relacionadas con la publicidad online y otras actividades similares a que adopten prácticas empresariales abiertas y transparentes. Las prácticas no transparentes que limitan o alteran el acceso a la información, obstaculizan la competencia, engañan a los usuarios o les mantienen desinformados, son especialmente perjudiciales y ponen en peligro a todo el ecosistema de Internet. Las empresas con altas cuotas de mercado en Internet deben asumir sus responsabilidades específicas en este sentido y asegurarse de que sus prácticas son transparentes.

5. Encontrar el equilibrio perfecto entre la regulación y la autorregulación

- Las mejores prácticas deben llevar al desarrollo de modelos de negocio innovadores.
- Los marcos regulatorios deben ser flexibles y adaptarse a los avances de Internet
- Las empresas que participen en el mercado deben actuar de forma responsable, asegurándose de que hay un mínimo de regulación

Un entorno sano y competitivo para el comercio en Internet se basa en la capacidad de las empresas para responder con rapidez a las necesidades de los consumidores. También se ampara en el desarrollo de prácticas óptimas y apoyo sectorial de estrictos estándares de comportamiento en Internet. La mejor forma de alcanzar estos estándares y prácticas óptimas es encontrar el equilibrio correcto entre la autorregulación, por un lado, y la regulación pública, por otro. Conseguir este equilibrio perfecto depende del diálogo, del compromiso de la industria con una conducta responsable y de los organismos reguladores informados que trabajan para conseguir soluciones flexibles que fomenten la innovación y una competencia sólida.

6. Fomentar la confianza en Internet

- La privacidad del consumidor debe ser respetada tanto en Internet como fuera de la red
- La recopilación, el almacenamiento y el uso de datos personales deberán realizarse de forma legal y segura, de modo que fomenten la confianza
- La colaboración entre el sector privado y el público es fundamental para garantizar la integridad y fiabilidad de las redes de comunicación

Muchas de las actividades en Internet incluyen la recopilación y el tratamiento de datos de los usuarios. Los usuarios sólo estarán dispuestos a facilitar dichos datos si confían en que serán tratados de forma segura, que sólo se utilizarán para los fines propuestos y que serán almacenados sólo durante el tiempo necesario. Sólo se pueden conseguir altos niveles de confianza si los usuarios son informados sobre las prácticas de privacidad y las garantías de protección de los datos, y tienen la capacidad de cambiar libremente de un proveedor de servicios a otro si lo desean. La ciberseguridad es fundamental para mantener la integridad y fiabilidad de las redes que son un elemento vital para las empresas y gobiernos actuales. Debería haber una sólida colaboración entre el sector público y privado para garantizar una estructura segura y moderna. Es necesario un marco legislativo que sea lo suficientemente flexible como para permitir avances rápidos en tecnología, pero que al mismo tiempo sea lo suficientemente sólido como para ofrecer las garantías necesarias. Todas las partes interesadas deben abogar por la competencia para garantizar que las presiones del mercado dan lugar a niveles de seguridad y privacidad todavía mejores.

7. Promover el despliegue de la banda ancha y la alfabetización digital

- Internet debe ser accesible para todos
- Todas las partes interesadas deben promover la alfabetización digital
- Fomentar de la introducción del acceso a Internet de banda ancha, especialmente en colectivos y regiones menos favorecidas

El acceso a la información y a las tecnologías de comunicación es una necesidad básica en la sociedad moderna. Internet debe ser accesible para todos y así evitar una brecha digital. Todas las partes interesadas deben unir sus esfuerzos para fomentar una alfabetización digital y desarrollar una sociedad de la información que sea inclusiva. El sector privado y el público deben trabajar juntos para garantizar una implementación extendida de Internet de alta velocidad y el despliegue de las redes de nueva generación, incluyendo hasta los colectivos y regiones menos favorecidos.

8. Promover la interoperabilidad y la capacidad de elección del usuario

- Internet es un símbolo de apertura hacia la expansión, la capacidad de elección del usuario y la interoperabilidad
- Las empresas deben trabajar juntas para fomentar mejoras continuadas en la interoperabilidad y transferencia de datos online que sean coherentes con modelos de negocio sostenibles, la protección de la propiedad intelectual, y el control por parte de usuarios y creadores de sus propios datos y contenidos
- Los gobiernos deben apoyar estos esfuerzos orientados al mercado a la vez que se abstienen de imponer tecnologías o soluciones específicas

Para salvaguardar la competencia online y la capacidad de elección, las empresas de publicidad, editoriales y consumidores deberían ser libres de utilizar los servicios online que mejor se adapten a sus necesidades. La interoperabilidad entre los servicios en Internet, así como la posibilidad de transferir y reutilizar datos a través de dichos servicios, puede ayudar a fomentar la competencia y libertad de elección. Al mismo tiempo, los creadores de contenidos y las editoriales deben animarse a intentar conseguir modelos de negocio en Internet que construyan negocios sostenibles y satisfagan las necesidades de los consumidores. Todas las partes interesadas presentes en Internet – y especialmente los líderes del mercado – deben trabajar conjuntamente en reunir esfuerzos orientados al mercado para promover la interoperabilidad online y la portabilidad de datos. Los gobiernos deben apoyar estos esfuerzos, además de la continua evolución de los estándares y otros medios que ayuden a fomentar la interoperabilidad, así como abstenerse de imponer el uso de productos, tecnologías, estándares o soluciones específicas.

Sobre ICOMP

ICOMP, la Iniciativa por un Mercado online competitivo, es una iniciativa sectorial para las empresas y organizaciones que participan en el comercio en Internet. En general, su objetivo es el desarrollo sostenible de Internet y sus principales propósitos son el fomento de la competencia, la transparencia, la protección de datos y el respeto de la protección de la propiedad intelectual, además de la adopción de prácticas óptimas que promuevan la creatividad, la innovación, la seguridad y la confianza.

Como organización que se centra en Internet, ICOMP reúne a las empresas que operan en el mercado online a través de los sectores de contenidos, infraestructuras y servicios para identificar y promover prácticas óptimas. ICOMP ayuda a educar y a informar a las partes interesadas y responsables de tomar decisiones sobre cómo funciona el mercado online y los retos a los que se enfrentan aquellos que operan en él.

Más de 50 empresas, sociedades, organizaciones de consumidores y particulares forman parte de ICOMP y han establecido sus principios. Estos miembros representan 14 países de Europa, Norteamérica y Oriente Medio.

ICOMP se financia con las contribuciones de sus miembros, así como con el patrocinio de Microsoft. Burson-Marsteller actúa como su Secretaría.



Si desea más información sobre ICOMP,
visite nuestra web www.i-comp.org
o envíenos un email a
icompsecretariat@bm.com

