

Clamor por una mayor protección al consumidor dentro de la nueva normativa comunitaria digital

- **Ochenta organizaciones y empresas, representantes de múltiples sectores, instan a las instituciones comunitarias a extender las obligaciones de KYBC a todos los proveedores de la web en la tramitación de la nueva Ley europea de servicios digitales (DSA).**

Madrid, 13 de mayo de 2021

La Unión Europea se ha convertido en el lugar preferido para alojar portales web pirata de Estados Unidos, América Latina y Rusia. Por ello, 80 asociaciones y empresas que representan a múltiples sectores a nivel nacional e internacional -como el cultural, el juguetero o el farmacéutico, entre otros- han enviado una [carta](#) de petición a los miembros del Consejo y del Parlamento Europeo para reivindicar que todos aquellos que operan en sus diversas modalidades en la web cumplan con las obligaciones de “*Conozca a su cliente comercial*” (KYBC por sus siglas en inglés: ‘*Know your business customer*’). La herramienta KYBC -abordada en detalle en este [portal web](#) (en español) recientemente lanzado- busca combatir directa y eficazmente el fenómeno de la piratería digital, uno de los principales obstáculos para los consumidores y usuarios de la web en términos de seguridad, violaciones de la privacidad, robo de datos y *phishing*.

En particular, la carta enviada a Bruselas pone el foco sobre el hecho de que la Ley de Servicios Digitales (Digital Services Act), en su artículo 22, sólo exige las obligaciones KYBC a las grandes plataformas del mercado y no extiende el rastreo y la identificación del negocio solicitante a los servicios de infraestructura: registradores de dominio, proveedores de alojamiento, proveedores de redes de distribución de contenido, proveedores de servicios de publicidad y pago, de los que dependen los operadores que actúan ilegalmente. De esta manera, se facilita la proliferación de grupos criminales que se lucran violando la ley de forma anónima en la web. En la carta se expresa que este enfoque limitado es una oportunidad perdida para abordar la amplia gama de contenidos ilegales, incluidos, entre otros, medicamentos de baja calidad o falsos, contenido de abusos sexuales, falsificaciones varias, software malicioso, juegos de azar ilegales o piratería.

Entre los firmantes están la Federación de Distribuidores Cinematográficos (Fedicine), Mediapro, y organizaciones de ámbito europeo y global como la Motion Picture Association (MPA), la Alianza de las farmacias digitales seguras (ASOP por sus siglas en inglés), la Federación europea de libreros (EIBF), la Asociación europea de marcas (AIM), la Alianza de industrias culturales y creativas (ECCIA), la Federación europea de industrias y asociaciones farmacéuticas (ECCIA), la Red europea de distribuidores y editores de películas independientes (Europa Distribution), la Federación de editores europeos (FEP-FEE), la Federación de guionistas europeos (FSE), la Federación de industrias de bienes deportivos (FESI), la Federación europea de software interactivo (ISFE), la Asociación internacional de editores científicos, tecnológicos y médicos (STM), la Confederación internacional de editores de música (ICMP), la Federación internacional de actores (FIA), la Federación internacional de asociaciones de distribuidores cinematográficos (FIAD), la Unión internacional de Exhibidores (UNIC), la Federación internacional de Vídeo (IVF), Industrias del juguete de Europa (TIE) o la Federación mundial de anunciantes (WFA), entre otros.

En palabras de Estela Artacho, presidenta de Fedicine, se “hace muy necesario en el contexto actual el refuerzo de la protección al consumidor, así como la extensión del alcance de las obligaciones de KYBC a todos los intermediarios de la red, contribuyendo de este modo a un Internet más transparente y confiable/seguro?”

De acuerdo con Javier González Fernández-Pacheco, director general de la Asociación para la Defensa de la Marca (Andema), compuesta por más de 70 empresas de diferentes sectores económicos, *“tras un año en que la pandemia ha disparado el uso de servicios y compras digitales, es fundamental que se incorporen las medidas necesarias para luchar contra la distribución y venta de contenido, servicios y productos ilegales en Internet. Gracias al anonimato del entorno virtual, faltan mecanismos para que una vez localizado ese contenido o artículo ilegal, como las falsificaciones, no vuelvan a distribuirse con otra cuenta y pueda identificarse plenamente al infractor”*.

Por otro lado, Antonio María Ávila, Director Ejecutivo de la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE), considera que *“el mayor ataque al consumidor es precisamente la piratería porque no hay ningún tipo de garantía ni respeto a la calidad, ni al producto responsable. Europa no debe ser un hogar de piratas, nunca lo fue”*, mientras que José María Moreno, director general de la Asociación Española de Videojuegos (AEVI), valora que *“se trata de una reivindicación muy necesaria en el contexto actual para reforzar la protección al consumidor en el entorno digital”*.

Por último, según Marta Mercader, secretaria general de la Asociación Española de Fabricantes y Distribuidores de Artículos Deportivos (AFYDAD), *“la asociación aboga por un alcance más amplio de una disposición que podría garantizar una mejor trazabilidad de comerciantes y posibles falsificadores, ofreciendo más seguridad en un entorno cada vez más digital”*.