



Comisión
Europea



NUEVA AGENDA DEL CONSUMIDOR

MEDIDAS EN 2020-2025 PARA PROTEGER A LOS CONSUMIDORES EUROPEOS

Ficha informativa de noviembre de 2020
#NewConsumerAgenda

En las cinco últimas décadas, la Unión Europea ha aplicado un sólido conjunto de políticas y normas que garantizan un nivel muy elevado de protección y unos derechos fuertes para los consumidores. La Nueva Agenda del Consumidor, que parte de estos logros, establece la manera de fomentar estos derechos, protegiendo y empoderando a los consumidores en las actuales circunstancias pandémicas y de cara a los próximos años.



El gasto en consumo representa el 54 % del PIB de la UE

¿Cómo afectará la Nueva Agenda del Consumidor a los consumidores de la UE?

La Nueva Agenda del Consumidor tiene por objeto responder a las necesidades de los consumidores durante la pandemia de COVID-19 y después de ella. Establece una visión a largo plazo hasta 2025 e introduce medidas concretas en cinco ámbitos clave para proteger a los consumidores y empoderarlos para que desempeñen un papel activo en la transición ecológica y digital.

Derechos de los consumidores tras la COVID-19

La Comisión Europea abordará las principales preocupaciones de los consumidores provocadas por la pandemia:

- ✓ Defensa permanente de los derechos de los consumidores en el sector de los viajes.
- ✓ Examen del efecto a largo plazo de la COVID-19 en los patrones de consumo de los europeos.
- ✓ Lucha permanente contra las estafas a los consumidores, las prácticas comerciales desleales y el fraude.

Cinco ámbitos clave de la Nueva Agenda del Consumidor



1. TRANSICIÓN ECOLÓGICA

Empoderamiento de los consumidores para que desempeñen un papel activo

Los consumidores están dispuestos a pagar más por productos más duraderos. Cuando los consumidores reciben una mejor información sobre la durabilidad de los productos, las ventas de las versiones más duraderas de los productos pueden casi triplicarse.



Mejor información a los consumidores sobre las características de sostenibilidad medioambiental de los productos, tales como su durabilidad o reparabilidad.



Protección de los consumidores frente a determinadas prácticas, tales como el blanqueo ecológico o la obsolescencia temprana, y garantía de su acceso a información fidedigna.



Fomento de los compromisos de las empresas con acciones de consumo sostenible, más allá de las obligaciones legales.



Reparación de productos y fomento de la compra de productos más sostenibles y circulares → Revisión de la [Directiva sobre la compraventa de bienes](#) después de 2022.

2. TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Garantía de que los consumidores estén tan protegidos en línea como fuera de línea

En comparación con 2009, el porcentaje de compradores en línea casi se ha duplicado, pasando del 32 % al 60 %.



Refuerzo de la protección de los consumidores en el contexto de la digitalización de los servicios financieros al por menor → revisión de la [Directiva sobre crédito al consumo](#) y de la [Directiva sobre comercialización a distancia de servicios financieros](#).



Encaramiento de los nuevos retos desde el punto de vista de la seguridad de los productos derivados de las nuevas tecnologías y de la venta en línea → revisión de la [Directiva relativa a la seguridad general de los productos](#).



Garantía de la protección de los consumidores y protección de los derechos fundamentales en relación con la inteligencia artificial → Propuesta de acto jurídico horizontal por el que se establecen requisitos en materia de inteligencia artificial.



Lucha contra las prácticas comerciales en línea que no respetan los derechos de los consumidores → actualización de los documentos orientativos acerca de la [Directiva sobre las prácticas comerciales desleales](#) y de la [Directiva sobre los derechos de los consumidores](#), y análisis de la necesidad de legislación adicional o de otras medidas.



3. CUMPLIMIENTO Y VÍAS DE RECURSO

Garantía de que todos los consumidores se beneficien plenamente de sus derechos

La Comisión apoyará a los Estados miembros en la aplicación de las [normas actualizadas recientemente en materia de protección de los consumidores](#), que reforzarán los derechos de los consumidores y contemplarán una mayor equidad digital, sanciones más estrictas y un mecanismo eficaz para demandar colectivamente en caso de daños masivos.



Coordinación de la labor ejecutiva de la red de cooperación en materia de protección de los consumidores (CPC) y apoyo a esta para hacer frente a las prácticas ilegales.



Apoyo a las autoridades facilitándoles instrumentos electrónicos comunes e innovadores para las investigaciones en línea.



Evaluación del conjunto de instrumentos de las autoridades para hacer frente a las prácticas que infringen el Derecho de la UE en materia de protección de los consumidores -> evaluación del [Reglamento CPC](#).

4. VULNERABILIDAD DE LOS CONSUMIDORES

Refuerzo de la concienciación de los consumidores, abordando las necesidades de sus diferentes grupos

Apoyo a los consumidores más vulnerables que otros debido a las necesidades específicas de información, por ejemplo, los niños, las personas mayores o las personas con discapacidad.



Mejora de la disponibilidad de servicios de asesoramiento en materia de deuda en los Estados miembros



Refuerzo de la seguridad de los productos de puericultura -> revisión de la Directiva relativa a la seguridad general de los productos y nuevos requisitos de seguridad de las normas sobre los productos de puericultura



Apoyo a iniciativas locales de asesoramiento a los consumidores, también en zonas remotas

5. PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN EL MUNDO

Fomento de una protección de alto nivel de los consumidores en el extranjero

Las compras a vendedores de fuera de la UE aumentaron del 17 % en 2014 al 27 % en 2019.



Creación de un plan de acción con China para mejorar la cooperación en materia de seguridad de los productos vendidos en línea.



Prestación de apoyo normativo a los países socios de la UE.



Nueva Agenda del Consumidor: la Comisión Europea capacitará a los consumidores para que se conviertan en el motor de la transición

Bruselas, 13 de noviembre de 2020

La Comisión Europea ha puesto hoy en marcha la [Nueva Agenda del Consumidor](#) con el fin de capacitar a los consumidores europeos para que desempeñen un papel activo en las transiciones ecológica y digital. La Agenda también aborda la manera de aumentar la protección y la resiliencia de los consumidores durante y después de la pandemia de COVID-19, que ha planteado desafíos importantes a la vida cotidiana de los consumidores. Más concretamente, la Agenda define prioridades y puntos de actuación fundamentales que deben adoptarse en los próximos cinco años, junto con los Estados miembros, a nivel europeo y nacional. Incluirá, entre otras cosas, una nueva propuesta legislativa destinada a proporcionar mejor información sobre la sostenibilidad a los consumidores, adaptando la legislación vigente a la transformación digital, así como un plan de acción con China sobre la seguridad de los productos.

La vicepresidenta de Valores y Transparencia, Věra **Jourová**, ha declarado: «*Queremos capacitar a los consumidores para que desempeñen su papel en las transiciones ecológica y digital. Al mismo tiempo, debemos garantizar que nuestras normas para proteger los derechos de los consumidores sigan estando en consonancia con la realidad digital de hoy en día, especialmente mediante su aplicación enérgica y una mayor responsabilidad de las plataformas en línea.*»

Didier **Reynders**, comisario de Justicia y Consumidores, ha declarado: «*Los consumidores europeos están en el centro de un cambio global. Sus acciones pueden marcar una diferencia significativa. Los consumidores deben estar capacitados para tomar decisiones sostenibles y tener la seguridad de que sus derechos estarán protegidos en cualquier circunstancia. La Nueva Agenda introduce medidas que fomentarán una sociedad digital y ecológica justa, teniendo en cuenta que el comportamiento de los consumidores trasciende las fronteras de los Estados miembros.*»

Derechos de los consumidores en la crisis de la COVID-19

Se trate de estafas en línea o cancelaciones de viajes, la pandemia de COVID-19 ha afectado a muchos ámbitos de la vida de los consumidores. La Comisión seguirá luchando contra las estafas en línea en colaboración con la [red de cooperación en materia de protección de los consumidores](#) y en concertación con las plataformas y todos los agentes pertinentes. Además, la Comisión seguirá garantizando la protección de los derechos de los viajeros y pasajeros de la UE en las cancelaciones de viajes. La Comisión analizará el impacto a largo plazo de la COVID-19 sobre las pautas de consumo de los europeos, y sus conclusiones serán la base de futuras iniciativas políticas.

Capacitar a los consumidores y garantizar una mejor protección

La nueva Agenda del Consumidor presenta una visión de la política de los consumidores de la UE de 2020 a 2025, centrada en cinco ámbitos prioritarios:

1. **Transición ecológica** - La Comisión pretende garantizar que los consumidores dispongan de productos sostenibles en el mercado de la UE y de mejor información para poder elegir con conocimiento de causa. El próximo año, la Comisión presentará una propuesta para dotar a los consumidores de mejor información sobre la sostenibilidad de los productos y luchar contra prácticas como el blanqueo ecológico o la obsolescencia temprana. La Comisión también promoverá la reparación y fomentará productos más sostenibles y «circulares». La transición ecológica no puede producirse sin las empresas: la Comisión está decidida a trabajar con los operadores económicos para fomentar sus compromisos en apoyo del consumo sostenible, más allá de lo que exige la legislación.
2. **Transformación digital** - La transformación digital está cambiando radicalmente la vida de los consumidores al ofrecerles nuevas oportunidades, pero también plantearles desafíos. La Comisión pretende combatir las prácticas comerciales en línea que no tienen en cuenta el derecho de los consumidores a tomar decisiones informadas, abusan de sus sesgos de comportamiento o distorsionan sus procesos de toma de decisiones, como los patrones oscuros o la publicidad encubierta. Además, los intereses de los consumidores deben tenerse debidamente

en cuenta a la hora de establecer las normas reguladoras de la economía digital y los requisitos de la inteligencia artificial (IA). Para adaptar las normas actuales a la digitalización en curso y al aumento de los productos conectados, la Comisión también revisará la Directiva relativa a la [seguridad de los productos](#). Como es necesario reforzar la protección de los consumidores ante la digitalización de los servicios financieros al por menor, se revisarán las Directivas sobre [crédito al consumo](#) y [comercialización de servicios financieros](#).

3. **Respeto efectivo de los derechos de los consumidores**- Aunque el respeto efectiva de los derechos de los consumidores es competencia de los Estados miembros, la Comisión desempeña un papel de coordinación y apoyo. La Comisión asistirá a los Estados miembros en la aplicación y ejecución oportunas del Derecho de los consumidores, en particular a través de la red de cooperación a la protección de los consumidores. La Comisión también apoyará a las autoridades nacionales, por ejemplo, desplegando un conjunto de herramientas electrónicas innovadoras para reforzar la capacidad de las autoridades nacionales de luchar contra las prácticas comerciales ilegales en línea y detectar productos inseguros.
4. **Necesidades específicas de determinados grupos de consumidores** - Determinados grupos de consumidores pueden ser especialmente vulnerables en determinadas situaciones y necesitan salvaguardias específicas, como los menores, las personas mayores o las personas con discapacidad. La Comisión estudiará los requisitos de las normas relativas a los artículos de puericultura. En lo que respecta a las personas con vulnerabilidades financieras, exacerbadas por la crisis de la COVID-19, la Comisión aumentará la financiación para mejorar el asesoramiento en materia de deuda en los Estados miembros. La Comisión también respaldará iniciativas que ofrezcan asesoramiento local sobre cómo acceder a la información, tanto en línea como fuera de línea.
5. **Cooperación internacional** - En un mundo globalizado en el que las compras en línea trascienden las fronteras, la cooperación con los socios internacionales se ha vuelto crucial. La Comisión elaborará un plan de acción con China en 2021 para mejorar la seguridad de los productos vendidos en línea. A partir de 2021, la Comisión también desarrollará apoyo normativo, asistencia técnica y desarrollo de capacidades para las regiones asociadas de la UE, en particular en África.

Siguientes etapas

La Comisión presentará las iniciativas anunciadas en la agenda y espera mantener un amplio diálogo con todas las partes interesadas sobre las prioridades y acciones, así como sobre los métodos de cooperación para promover juntos la protección de los consumidores en los próximos años.

Contexto

La UE dispone de un sólido marco de protección de los consumidores desarrollado a lo largo de muchos años y recientemente reforzado con la adopción de iniciativas legislativas de las que se beneficiarán los consumidores de la UE en los próximos años, en particular [el Nuevo Marco para los Consumidores](#) de 2018.

La Nueva Agenda del Consumidor se basa en la Agenda del Consumidor de 2012 y es el resultado de intensos preparativos y debates con las partes interesadas. En junio de 2020, la Comisión puso en marcha, a escala de la UE, una [consulta pública abierta sobre la nueva política europea de los consumidores](#) para el próximo período. La consulta pública ha proporcionado valiosas aportaciones al establecimiento de la nueva Agenda del Consumidor y ha mostrado un apoyo general a sus principales prioridades, en particular la necesidad de responder a la pandemia de COVID-19. La agenda complementa otras iniciativas de la Comisión, como el [Pacto Verde](#) y el [Plan de Acción para la Economía Circular](#), y también garantizará que la aplicación del [Marco Financiero Plurianual](#) tenga en cuenta las prioridades de los consumidores.

Más información

[Nueva Agenda del Consumidor: reforzar la resiliencia de los consumidores para una recuperación sostenible](#)

[Nueva Agenda del Consumidor - Ficha informativa](#)

[Estrategia de los consumidores](#)

Personas de contacto para la prensa:

[Christian WIGAND](#) (+32 2 296 22 53)

[Katarzyna KOLANKO](#) (+ 32 2 296 34 44)

[Jördis FERROLI](#) (+32 2 299 27 29)

Solicitudes del público en general: [Europe Direct](#) por teléfono [00 800 67 89 10 11](#) , o por [e-mail](#)

Related media

 [Shopping areas](#)