

Informe 2020

CEC-España gestionó casi el doble de reclamaciones procedentes de consumidores de otros países europeos

- Reclamaciones gestionadas: 4.445.
- Consultas gestionadas: 8.717, casi un 40% más que en el año anterior.



<https://cec.consumo.gob.es>
Twitter: @eccspain | Youtube

El contenido recoge únicamente las opiniones del autor que es el único responsable del mismo. No refleja los puntos de vista de la Comisión Europea y/o la Agencia Ejecutiva de Consumidores, Salud, Agricultura y Alimentación (CHAFAEA), y/o su sucesor el Consejo Europeo de Innovación y la Agencia Ejecutiva de PYMES (EISMEA) o cualquier otra institución de la Unión Europea. La Comisión Europea y la Agencia no aceptan ninguna responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene. Política de protección de datos personales.

Informe 2020

CEC-España gestionó casi el doble de reclamaciones procedentes de consumidores de otros países europeos



2020

Reclamaciones gestionadas por CEC-España **4.445**
↑ 50%

Consumidores residentes en España **1.721**
↑ 49%

Consumidores residentes de otros países europeos **2.724**
↑ 96%

El 37,8% relacionadas con la Covid-19

• Reclamaciones

En 2020, el Centro Europeo del Consumidor en España (CEC-España) gestionó 2.724 reclamaciones de consumidores que residían en otros países europeos, lo que representa un 96% más que el año anterior, y el 14,25% del total de las reclamaciones gestionadas por toda la red ECCNet en 2020. En cuanto a las reclamaciones transfronterizas procedentes de consumidores residentes en España, CEC-España tramitó 1.721 en 2020, posicionándose como el cuarto Centro Europeo con más reclamaciones gestionadas procedentes de sus propios consumidores.

La suma de las reclamaciones de consumidores españoles y de otros países europeos asciende, en 2020, a un total de 4.445, lo que supone un 50% más que en 2019. El 37,8% de las cuales estuvieron relacionados con la Covid19.

• Consultas

CEC-España gestionó 8.717 solicitudes de información, casi un 40% más que en el año anterior. En total, el Centro Europeo del Consumidor en España atendió 13.162 consultas y reclamaciones de consumo transfronterizo europeo a lo largo de 2020, lo que supone un 48% más que en el año anterior.



2020

Consultas gestionadas por CEC-España **8.717**
↑ 40%

El impacto de la Covid1-9 en la economía de los Estados miembros es mayor en los países que más dependen del turismo



Según datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), en España, la facturación del turismo ha caído un 58% en 2020 con respecto al año anterior. De ahí que el impacto que ha tenido la Covid-19 en la economía de los distintos Estados miembros haya sido desigual, afectando más a los que más dependen de los servicios turísticos. Esta circunstancia se ve reflejada también en las reclamaciones de consumo transfronterizo, de forma que el Centro Europeo del Consumidor con el mayor número de reclamaciones procedentes de consumidores de otros países haya sido el de España, seguido del Centro de Alemania y el de Reino Unido.

15 de marzo, Día Mundial de los Derechos del Consumidor

CEC-España defendió el derecho de los consumidores a recibir más información sobre el impacto medioambiental de los bienes y servicios

El Centro Europeo del Consumidor en España (CEC-España) conmemoró este año el Día Mundial de los Derechos del Consumidor en un contexto en el que cada vez es más necesario que tanto instituciones, empresas y personas consumidoras adopten más medidas para transformar las prácticas de producción y consumo actuales en modelos sostenibles.

Información sobre el impacto medioambiental

En este contexto, el Centro Europeo del Consumidor en España apela a la necesidad de potenciar el derecho de las personas consumidoras a recibir una información adecuada, completa y real sobre el impacto medioambiental de todos los productos y servicios que adquieren. Para ello, serían necesarias nuevas y urgentes medidas para luchar contra el “blanqueo ecológico” (del inglés, Green-washing),

Derecho a reparar

CEC-España destaca la urgencia de desarrollar políticas eficientes que permitan luchar contra la obsolescencia programada, mejorar la durabilidad y la capacidad de los consumidores a reparar los productos de forma sencilla y asequible mediante un revisado y nuevo “derecho a reparar”.

[▶ Más información.](#)

CEC-España participa en la Campaña #HelpfromECCNet

El Centro Europeo del Consumidor en España ha participado en la Campaña #HelpfromECCNet con motivo de la celebración del Día Mundial de los Derechos del Consumidor que permitió dar a conocer el trabajo de la red de Centros Europeos del Consumidor (ECC-Net), animando así a otros consumidores a utilizar los servicios de la red en caso de tener problemas de consumo transfronterizo. Para ello, se publicó en redes sociales el testimonio de numerosos consumidores que han utilizado los servicios de la red ECCNet. Todos ellos compartieron sus casos y explicaron cómo los Centros Europeos del Consumidor les ayudaron a resolverlos. Estos son los dos consumidores de España que participaron en la campaña:



CEC-España participa en una Cumbre organizada por la Comisión Europea

CEC-España participó en la European Consumer Summit 2021 organizada virtualmente por la Dirección General de Justicia y Consumo de la Comisión Europea con motivo del Día Mundial de los Derechos del Consumidor. Celebrada bajo la presidencia portuguesa de la UE, aglutinó telemáticamente a más de 700 interlocutores de distintas instituciones políticas, asociaciones de consumidores, autoridades competentes, instituciones académicas, empresas y otros agentes estratégicos del ámbito de Consumo.

Nuevos desafíos:

- Ofrecer la misma protección tanto en el comercio online como offline.
- Conseguir que el alcance de esta protección no se limite únicamente al ámbito de la Unión Europea sino a todos los países del mundo.
- Impulsar la cooperación entre las instituciones y las plataformas online (Marketplaces) con el fin de revisar las políticas que se están llevando a cabo, mejorarlas y garantizar la seguridad de los productos que se venden en ellas.
- Mejorar la protección de los consumidores más vulnerables.

Cuatro ámbitos de actuación:

- Recuperación del Consumo tras la Covid-19.
- Transición hacia un consumo sostenible.
- Protección del consumidor en la era digital.
- Herramientas para mejorar la aplicación normativa.

[▶ Más información.](#)



“Una empresa tecnológica no me solucionó un problema, a pesar de hacerme perder muchas horas en pruebas. Además, se comprometieron a compensarme parte de mi suscripción estableciendo para ello un procedimiento imposible de completar y con la trampa de contratar un producto más caro. Me negué y recurrí al Centro Europeo del Consumidor en España. Lograron una compensación mayor con unos pocos trámites muy sencillos. GRACIAS!” **Emilio López van Dam Monsalve.**



“Mi pareja y yo realizamos un pedido a domicilio por una app haciendo uso de una oferta que se aplicaba en nuestra región. La empresa en cuestión no empleó el descuento ofertado y nos cobró el doble de lo que debíamos pagar. Tras varios meses de discusiones con la susodicha empresa, y gracias a la mediación del Centro Europeo del Consumidor en España, logramos recuperar ese dinero”. **Azael Cordero Novo.**

15 de marzo,

Día Mundial de los Derechos del Consumidor

Campaña Tu Futuro. Tu Decisión

CEC-España colabora en una campaña europea para ayudar a los consumidores a comprar de forma responsable e informada

El Centro Europeo del Consumidor en España (CEC-España) ha colaborado en la campaña “Tu Futuro. Tu Decisión” organizada por la Comisión Europea dentro del marco de la [Nueva Agenda del Consumidor](#) de la UE, mediante la difusión de cuatro vídeo didácticos. El objetivo de esta campaña es que los consumidores conozcan mejor sus derechos y facilitarles la información necesaria para comprar de forma segura, sostenible y responsable. Cada uno de los vídeos ofrece información sobre consumo financiero, protección de datos, seguridad en Internet y consumo sostenible, y todos ellos están disponibles en la [página web](#), la cuenta de [Twitter](#), y el canal de [Youtube](#) de CEC-España.

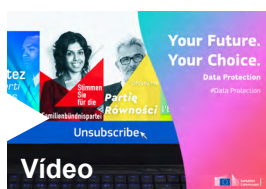
Consejos sobre consumo financiero

- Valorar previamente si se necesita un producto financiero que pueda ser arriesgado, caro o suponga un compromiso a largo plazo.
- Solicitar consejo a un asesor independiente si no se entiende la oferta financiera.
- Leer atentamente la información precontractual.
- Comparar ofertas de diferentes proveedores.
- Solicitar información sobre los derechos en materia de consumo financiero. Por ejemplo, en las compras online de servicios financieros, el consumidor tiene derecho a cancelar el contrato en un plazo de 14 días. ▶ [Más info.](#)



Consejos sobre protección de datos

- El consentimiento para facilitar los datos debe ser gratuito, específico e informado. Las casillas marcadas previamente y las condiciones excesivamente generales no son válidas.
- El consentimiento se puede revocar si se cambia de opinión y debe poder hacerse con la misma facilidad que al facilitar los datos.
- El acceso a los datos es gratuito. Si algún dato es incorrecto, el consumidor tiene derecho a corregirlos y, en caso de que se guarden de forma ilícita, puede solicitar que se eliminen.
- El consumidor tiene derecho a la portabilidad de los datos en algunos casos, como cuando cambia de proveedor de servicios.
- En caso de problemas, el consumidor puede acudir a la [autoridad europea](#) de protección de datos que, en España, es la [Agencia Española de Protección de Datos](#). ▶ [Más información sobre protección de datos.](#)



Consejos sobre seguridad en Internet

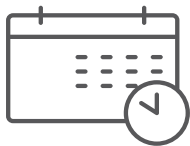
- Evitar comprar en tiendas online si no facilitan la identidad y los datos de contacto del comerciante.
- Evitar caer en mensajes “trampa” utilizados para presionar al consumidor con anuncios del tipo: «oportunidad única», «único que ofrece una protección eficaz», «el precio más bajo del mercado», «últimas unidades», «oferta válida solo hoy», «hasta agotar existencias», o «el mejor del mercado».
- Leer atentamente las direcciones y títulos de las páginas web, y evitar comprar en páginas con faltas de ortografía sistemáticas. Comprar siempre en páginas web que muestran un candado o llave y cuya dirección URL comience con https.
- Comprobar si los productos incluyen descripciones precisas y comprensibles.
- Notificar las ofertas dudosas. Pueden utilizarse las herramientas de notificación facilitadas por el operador de la plataforma online o contactar con las autoridades nacionales competentes o las organizaciones de consumidores. ▶ [Más información sobre seguridad en Internet y derechos del consumidor.](#)



Consejos sobre consumo sostenible

- Antes de comprar, piensa. En caso de comprar, considerar los artículos de segunda mano.
- Comprar productos respetuosos con el medioambiente.
- Comprobar las etiquetas ecológicas o de sostenibilidad.
- Elegir medios de transporte respetuosos con la naturaleza: caminar, utilizar transporte público o la bicicleta, o elegir el ferrocarril en lugar del avión o el coche ayudan a conservar la naturaleza.
- Generar menos residuos. Antes de tirar, repara. Y si tienes que tirar, recicla.





Nueva agenda del consumidor

CEC-España reivindica su contribución en la Nueva Agenda del Consumidor

El Centro Europeo del Consumidor en España (CEC-España) reivindica su contribución en la [Nueva Agenda del Consumidor](#), a través del importante papel que desempeña ayudando a que las personas consumidoras conozcan mejor sus derechos y asistiéndoles en sus litigios transfronterizos con empresas de la Unión Europea así como de Noruega, Islandia y Reino Unido. Del mismo modo, el Centro Europeo del Consumidor reivindica su aportación para desarrollar el marco legislativo necesario para llevar a cabo la Nueva Agenda del Consumidor, mediante la permanente cooperación con las instituciones europeas y nacionales, permitiendo que muchos de los asuntos que más preocupan a los consumidores sean tenidos en cuenta a la hora de elaborar las futuras normas. Cabe señalar que la red ECC-Net, integrada por cada uno de los Centros Europeos del Consumidor de la Unión Europea, además de los Centros de Noruega, Islandia y Reino Unido, es una red de oficinas de gestión independiente cofinanciada por la Comisión Europea que, en el caso del Centro en España, cuenta también con la financiación del Ministerio de Consumo del Gobierno de España.

¿Qué es la Nueva Agenda del Consumidor?

Es el marco estratégico actualizado sobre la política de protección de los consumidores de la Unión Europea (UE) con un planteamiento a largo plazo hasta 2025. Se adoptó por la Comisión Europea el 13 de noviembre de 2020.

▶ **Conclusiones adoptadas por el Consejo de la Unión Europea**

▶ **Postura del Parlamento Europeo**

▶ [Más información.](#)

Ámbitos y líneas de actuación

- **Transición ecológica.** Es necesario que los consumidores tengan acceso a una mejor información sobre los productos, tales como su durabilidad o reparabilidad y una mejor protección frente a prácticas como el “blanqueo ecológico” o la obsolescencia programada. Se fomentarán los compromisos con las empresas, más allá de las obligaciones legales, y se dará un mayor impulso a la reparación de productos y la compra sostenible mediante la [revisión de la Directiva sobre la compraventa de bienes después de 2022](#).
- **Transformación digital.** Deberá garantizarse el mismo nivel de protección tanto en el comercio en línea como fuera de línea. Para ello, se reforzará la protección frente a la digitalización de los servicios financieros, mediante la revisión de la actual [Directiva sobre crédito al consumo](#) y la [Directiva sobre comercialización a distancia de servicios financieros](#). Asimismo, se revisará la [Directiva relativa a la seguridad general de los productos](#) para adecuarla a la digitalización y globalización de los mercados. También es fundamental impulsar la cooperación de las instituciones con las plataformas online (Marketplaces), trabajar en la propuesta de normas comunes sobre inteligencia artificial, y proteger a los consumidores frente a la elaboración automatizada de perfiles y precios personalizados a través de obligaciones de transparencia y requisitos de información. De este modo, se podrá limitar o personalizar el uso de la inteligencia artificial para la personalización de perfiles. Los documentos orientativos sobre la [Directiva sobre las prácticas comerciales desleales](#) y de la [Directiva sobre los derechos de los consumidores](#) serán actualizados, y se trabajará en la regulación o cooperación institucional para depurar las responsabilidades de las plataformas en línea con el fin de ayudar a los consumidores a detectar y protegerse frente a posibles estafas, y acabar con las reseñas u opiniones falsas en Internet.
- **Cumplimiento normativo y vías de recurso.** Deberán aplicarse las normas actualizadas en materia de protección de los consumidores ([New Deal for Consumers](#)) con las que se reforzarán los derechos de los consumidores y que contemplan una mayor equidad digital, sanciones más estrictas y un mecanismo eficaz para demandar colectivamente. Se hace también necesaria una mayor coordinación de la red de Cooperación en materia de Protección de los Consumidores ([CPC](#)) para hacer frente a las prácticas ilegales, y la evaluación de su [Reglamento](#).
- **Consumidores vulnerables.** Se trabajará para ofrecer una mayor protección a los consumidores más vulnerables.
- **Protección de los consumidores en el mundo.** Se impulsará la colaboración normativa con países socios de la Unión Europea para proteger mejor a los consumidores en el extranjero.

Consumo Circular

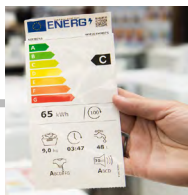


CEC-España reclama medidas urgentes para conseguir un consumo 100% circular en 2050

Solicita adecuar los derechos de los consumidores al nuevo modelo de consumo

El Centro Europeo del Consumidor en España (CEC-España), en línea con el [Parlamento Europeo](#), solicita que se adopten medidas más estrictas para conseguir un [consumo 100% circular](#), neutro en carbono, sostenible y saludable en 2050. Asimismo, CEC-España considera necesario adecuar los derechos de los consumidores a este nuevo modelo de consumo circular, entre otros, con información adecuada, completa y real sobre el impacto medioambiental de los productos y servicios o sobre la reparación de productos a través, por ejemplo, de un etiquetado que incluya aspectos como la durabilidad o la posibilidad de reparación de los productos. Revisar o desarrollar garantías específicas que cubran tanto los arreglos, los recambios o el comercio de segunda mano, facilitaría también la transición hacia un nuevo consumo sostenible.

[▶ Más información.](#)



CEC-España recuerda que el nuevo etiquetado energético reescalado de electrodomésticos entró en vigor el 1 de marzo

Los productos eléctricos cuentan, desde el 1 de marzo, con un nuevo etiquetado tanto en las tiendas físicas como en la venta online. La nueva etiqueta de frigoríficos, congeladores y vinotecas, lavadoras y secadoras, lavavajillas y pantallas electrónicas (incluidos monitores y televisiones) están disponibles desde el 1 de marzo mientras que las fuentes de iluminación contarán con el nuevo etiquetado a partir del 1 de septiembre. La nueva etiqueta elimina las clases energéticas A+, A++ y A+++; escalando la clasificación en 7 clases de eficiencia energética, de la A a la G, donde la A identifica los productos de menor consumo (mayor eficiencia energética) y la G a los de mayor consumo (menor eficiencia energética).

[▶ Preguntas frecuentes.](#)

▶ Propuestas para un consumo 100% circular en 2050

- **Diseño ecológico.** Hasta el 80% del impacto medioambiental de un producto viene determinado por su diseño. La Comisión Europea propone extender la directiva sobre diseño ecológico a los productos no relacionados con la energía ya que, actualmente, muchos productos se descomponen con demasiada rapidez, no pueden reutilizarse, repararse o reciclarse fácilmente, y, en muchos casos, están concebidos para un solo uso. Los europarlamentarios también respaldan iniciativas para luchar contra la obsolescencia programada, y mejorar la protección de los consumidores con el “derecho a reparar”.
- **Plásticos.** Eliminación gradual el uso de [plásticos](#) y microplásticos. Los plásticos de un solo uso estarán prohibidos en la UE a partir de 2021.
- **Textiles.** Los eurodiputados reclaman nuevas medidas contra la pérdida de microfibras, normas más estrictas sobre el uso del agua por parte de la industria, y un mayor reciclaje de los textiles. Actualmente, se recicla menos del 1%. Según la Fundación Ellen MacArthur, las veces que nos ponemos una prenda antes de tirarla a la basura ha disminuido un 36,3% en todo el mundo entre 2002 y 2016.
- **Residuos electrónicos.** La UE promueve una vida útil más larga de los productos electrónicos mediante la reutilización y la reparabilidad. Este tipo de basura es la que más rápido ha crecido en la UE y se recicla menos del 40%.
- **Alimentos, agua y nutrientes.** Los [europarlamentarios](#) instan a reducir a la mitad el desperdicio de alimentos de cara a 2030. Se calcula que el 20% del total de alimentos producidos se pierde o desperdicia en la UE.
- **Embalaje.** Se pretende garantizar que todos los embalajes sean económicamente reutilizables o reciclables para 2030.
- **Baterías y vehículos.** Los eurodiputados están estudiando propuestas para que la producción y los materiales de todas las [baterías](#) en el mercado de la UE respeten los estándares ecológicos y sociales.
- **Edificaciones y construcción.** Los miembros del Parlamento Europeo han pedido que se aumente la vida útil de los edificios, junto a objetivos de reducción de la huella de carbono con respecto a los materiales, y requisitos mínimos sobre los recursos y eficiencia energética. La construcción representa más del [35% del total de residuos de la UE](#).
- **Reciclaje.** Los eurodiputados instan a los países de la UE a aumentar el reciclaje de alta calidad, alejarse de los vertederos y minimizar la incineración. La UE genera más de 2.500 millones de toneladas de residuos al año, principalmente de los hogares.
- **Mobiliario.** Se reclaman diseños más ecológicos, bienes con mayor durabilidad y que puedan reutilizarse y repararse.



CEC-España informa de la propuesta europea para crear un certificado digital verde

Objetivo: facilitar la libre circulación segura durante la pandemia

El certificado acreditará de forma armonizada que una persona ha sido vacunada contra la COVID-19, se ha recuperado de la enfermedad o se ha realizado una prueba cuyo resultado ha sido negativo. Será gratuito, estará disponible en la lengua o lenguas oficiales del Estado miembro expedidor y en inglés, y no será discriminatorio. Será válido en todos los Estados miembros de la UE y estará abierto a Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza. Todos los viajeros con certificado tendrán los mismos derechos.

▶ [Preguntas frecuentes.](#)

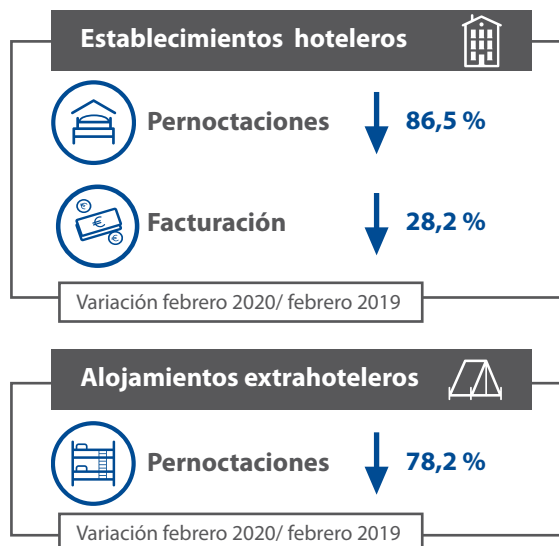
▶ [Postura de BEUC.](#)

▶ [Postura de Gobierno de España.](#)

Impacto de la Covid-19 en el consumo, al cumplirse un año de pandemia

- **Cierres en el sector servicios.** Este sector ha sido el más afectado por la Covid-19. Restaurantes, hoteles y otros servicios se vieron obligados a reducir sus servicios y a incorporar nuevas medidas sanitarias, lo que ha provocado que la hostelería y el turismo hayan resultado especialmente afectados por las medidas sanitarias. Las ganancias de los alojamientos turísticos y los servicios de comida y bebida disminuyeron un 80% en el segundo trimestre de 2020.
- **Descenso en la demanda.** Se ha producido un descenso significativo en el consumo de productos y servicios vendidos en tiendas físicas. Los consumidores están posponiendo la compra de bienes duraderos y se prevé que, debido a la recesión mundial, probablemente se reduzca la demanda de este tipo de bienes en los próximos años. En España, las ventas del [comercio minorista](#) retrocedieron un 9,4 % en febrero en comparación con el mismo mes de 2020, lo que supone un año consecutivo de retrocesos de este indicador según el Instituto Nacional de Estadística (INE).
- **Aumento de la capacidad de ahorro.** Según Banco de España, los [depósitos](#) de las familias residentes en España han crecido un 7,9% en febrero en tasa interanual.
- **Auge del comercio online.** Los consumidores han invertido mucho menos tiempo en realizar sus compras en tiendas físicas durante la primera y segunda ola, lo que puede suponer un riesgo a largo plazo para el comercio tradicional si se mantiene la [tendencia](#) al alza del comercio electrónico después de la pandemia.
- **Descenso en el transporte.** El cierre de las fronteras y los requisitos sanitarios para viajar han supuesto también una carga para el sector del transporte, especialmente para el transporte aéreo. Según el [INE](#), el número de viajes de los residentes en España disminuyó un 57,6% en el cuarto trimestre de 2020 y se sitúa en 17,2 millones. El gasto total para este trimestre baja un 70,6%, hasta los 2.650 millones de euros. En el conjunto del año 2020 los viajes de los residentes descendieron un 47,6% y el gasto se redujo un 56,0%. Y en cuanto al [transporte público](#), el número de usuarios disminuyó un 51,1% en enero respecto al mismo mes de 2020. El transporte urbano bajó un 51,9% en tasa anual y el interurbano un 54,2%.
- **Pérdida del valor cultural.** El sector de la cultura y las artes y otros servicios recreativos, se ha visto también muy afectados. Las salas de conciertos, los teatros y otros espacios de representación artística han tenido que cerrar por el riesgo de propagación del virus en espacios que aglomeran un elevado número de personas. Aun así, han emergido nuevos formatos digitales, si bien no representan una fuente suficiente de empleo e ingresos para la mayoría de los artistas.

Fuente: INE



▶ [Informe del Parlamento Europeo: The impact of COVID-19 on the Internal Market](#)



Marketplace

Los marketplaces son tiendas o escaparates online (también e-marketplace o plataformas online) que además de ofrecer productos o servicios propios, permiten que terceras empresas usen su plataforma como escaparate o canal de venta.

Marketplace

Compras seguras en las plataformas online

Con motivo del día del padre, CEC-España recordó que los consumidores tienen los mismos derechos cuando compran en plataformas online o Marketplace, aunque pueden encontrarse con mayores dificultades para reclamar. Conocer bien su funcionamiento, cuáles son sus derechos, y seguir unas sencillas recomendaciones ayudarán a evitar posibles sorpresas indeseadas.

Derechos del consumidor

- **Derecho a recibir información previa.**
El vendedor debe dar, al menos, información sobre su identidad, características esenciales del bien o servicio, procedimientos de pago, plazos de entrega o ejecución del contrato, tratamiento de las reclamaciones, o la existencia del derecho de desistimiento cuando proceda.
- **Garantía legal mínima** de 2 años.
- **Derecho de reparación, sustitución o reembolso** en productos defectuosos o que no se ajusten a lo anunciado.
- **Derecho de desistimiento.**
Plazo de 14 días para devolver la compra.
- **Derecho a la protección de los datos personales.**
- **Derecho a reclamar.**
La empresa debe responder las reclamaciones en un plazo no superior a 30 días.
- **Derecho a recibir entregas a domicilio** en un plazo de 30 días.

▶ [Más información.](#)

▶ [Folleto Marketplace y derechos del consumidor](#)

En las reclamaciones con terceros, la plataforma no tiene por qué hacerse directamente responsable.

En las compras realizadas entre particulares, el comprador pierde la condición de consumidor y, por lo tanto, pierde también muchos de sus derechos.

Antes de comprar, es importante leer siempre los términos y condiciones de la plataforma.



¿Son seguros los productos comprados en un Marketplace?

Una nueva [investigación](#) sobre consumidores realizada por BEUC (Organización Europea de los Consumidores) revela que el 66% de los 250 productos analizados son inseguros.

¿Estamos protegidos frente a las cláusulas abusivas de los mercados online?

Actualmente, la mayoría de los países de la Unión Europea tienen normas contra las cláusulas abusivas derivadas de la transposición de la [Directiva 93/13 sobre cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores](#). Sin embargo, según un [estudio](#) reciente del Parlamento Europeo (PE), esta Directiva es un marco legal mínimo que –además– se desarrolló en un contexto off-line y los contratos con proveedores de servicios digitales no existían, por lo que se concluye que la actual normativa puede que no sea una herramienta eficaz y que no ofrezca una protección armonizada en todos los Estados miembros. De esta forma, sería necesario modificar esta Directiva con el fin de mejorar la protección a los consumidores de los posibles términos abusivos de los servicios digitales.

¿Qué leyes nos protegen cuando compramos en comercios online?

La UE publicó una [Directiva sobre e-commerce en 2000](#). Sin embargo, desde entonces la tecnología digital y los modelos de negocio han evolucionado de forma rápida, emergiendo nuevos retos tales como la venta de productos engañosos o la publicación de información falsa, así como hacer frente a una supervisión ineficaz y fragmentada de los proveedores de servicios digitales. Para proteger de forma más adecuada a los consumidores, la Comisión Europea presentó en diciembre de 2020 un [Paquete Digital Europeo](#) que incluye dos propuestas legislativas ([Ley de servicios digitales](#) -Digital Services Act- y [Ley de Mercados Digitales](#) –Digital Markets Act). Si estas propuestas legislativas se aprueban finalmente, se modificará la actual Directiva sobre comercio electrónico y se incorporarán normas más estrictas de transparencia y responsabilidad de las plataformas de servicios, especialmente en lo relativo a sus contenidos, su publicidad y los procesos algorítmicos. Una vez adoptadas las nuevas reglas, las plataformas de servicios digitales tendrán que someterse a nuevas reglas y los internautas y consumidores contarán con nuevos derechos.

- ▶ [Valoración inicial del PE sobre el impacto de la Ley de Servicios Digitales.](#)
- ▶ [Informe del PE sobre la Ley de Servicios Digitales.](#)
- ▶ [Postura de BEUC sobre la propuesta de Ley de Servicios Digitales.](#)
- ▶ [Postura de BEUC sobre la propuesta de Ley de Mercados Digitales.](#)
- ▶ [Resumen de la evaluación del BEUC sobre la propuesta de Ley de Mercados Digitales.](#)



▶ ¿Cómo será la próxima “Década Digital” de la Comisión Europea?

- Basada en plataformas digitales seguras y fiables. Con protección especial de los menores.
- Con acceso a servicios equitativos y no discriminatorios.
- Con los mismos derechos tanto en comercio online como offline.
- Centrada en un consumo circular y sostenible.
- Con derecho a la protección de la privacidad y de los datos personales.
- Con derecho a la libertad de expresión, incluido el acceso a información diversa, fiable y transparente.
- Centrada en las personas.
- Participativa. Se contará con la aportación de los consumidores.
- Con acceso universal a una conectividad de alta calidad. Conectividad de gigabit servidas por redes 5G.



▶ ¿Cómo serán las nuevas normas sobre la inteligencia artificial?



¿Qué es un algoritmo?

Son sistemas analíticos capaces de gestionar los datos y la información que vamos dejando en las redes con el fin de predecir o hallar soluciones a determinados problemas.

¿Cómo afectan los algoritmos al consumo?

Cada vez es más común el uso generalizado de sistemas analíticos capaces de gestionar los datos y la información que vamos dejando en las redes con el fin de predecir o hallar soluciones a determinados problemas. De esta forma, los algoritmos, por ejemplo, pueden condicionar nuestras búsquedas en Internet o determinar lo que vemos en las redes sociales, influyendo así en nuestras decisiones. Pero no solo eso, los algoritmos, podrían ser capaces de adaptar el precio de forma automatizada. Según un artículo de [cuatro investigadores internacionales](#), por primera vez se ha demostrado la coincidencia de precios pactados por algoritmos en estaciones de servicio de Alemania. Pero, la irrupción de los algoritmos en los mercados y la competencia, y la fijación de precios no es nueva. La [OECD](#) y autoridades de la competencia como la británica [CMA](#) ya apuntaron hace más de dos años sobre esta posibilidad. Por su parte, las [autoridades de la competencia de Alemania \(el Bundeskartellamt\) y Francia \(Autorité de la Concurrence\)](#) abordaron también este mismo tema en 2019 y, en nuestro país, la [CNMC](#) ha iniciado –el pasado mes de febrero– un expediente sancionador contra siete empresas vinculadas al sector inmobiliario por la posible coordinación de precios a través de algoritmos.

Sería necesario modificar la interpretación o la tipificación de las conductas prohibidas en las normas de defensa de la competencia.

Los algoritmos pueden hacer que recibamos anuncios personalizados según nuestros gustos, cómo navegamos en Internet o el tipo de compras online que realizamos. De ahí que el [Parlamento Europeo](#) quiere dar forma a las nuevas normas que rigen el intercambio de datos no personales en la Unión Europea (UE). Deben basarse en los valores de la UE sobre privacidad, transparencia y respeto por los derechos fundamentales. El intercambio gratuito de estos datos debe limitarse a datos que no sean personales o datos completamente anónimos. Las personas a nivel individual deben tener el control total de sus datos y estar protegidas por las normas de protección de datos de la UE, especialmente por el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD).

▶ [Estrategia europea de datos.](#)

▶ [Libro Blanco sobre la inteligencia artificial](#)

▶ [Regulación de la inteligencia artificial en la Unión Europea.](#)

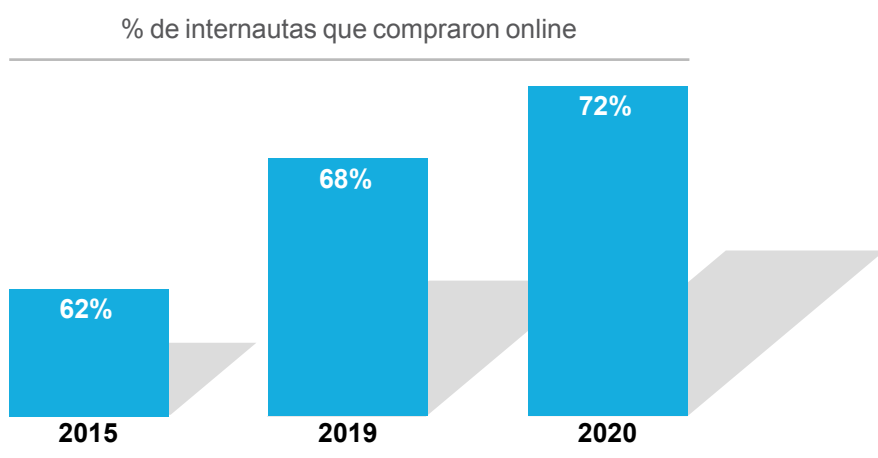


Evolución de las compras online 2020

Estadísticas Eurostat

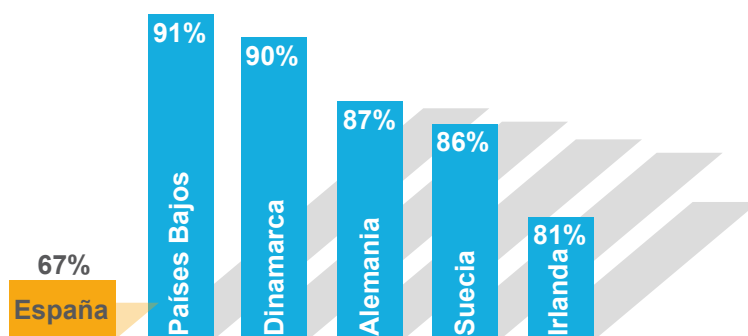
Evolución 2015-2020

- En los 12 meses previos a la encuesta de 2020 de [Eurostat](#), el 89% de las personas de entre 16 y 74 años de la UE había utilizado Internet.
- El 72% de los usuarios de Internet compraron o encargaron bienes o servicios para uso privado en 2020.
- Con las restricciones adoptadas en el comercio tradicional con motivo de la Covid-19, cabe esperar que el comercio online siga creciendo.
- Las compras en línea aumentaron en 4 puntos porcentuales (pp) en comparación con 2019 (68% de los usuarios de Internet) y en 10 pp en comparación con 2015 .

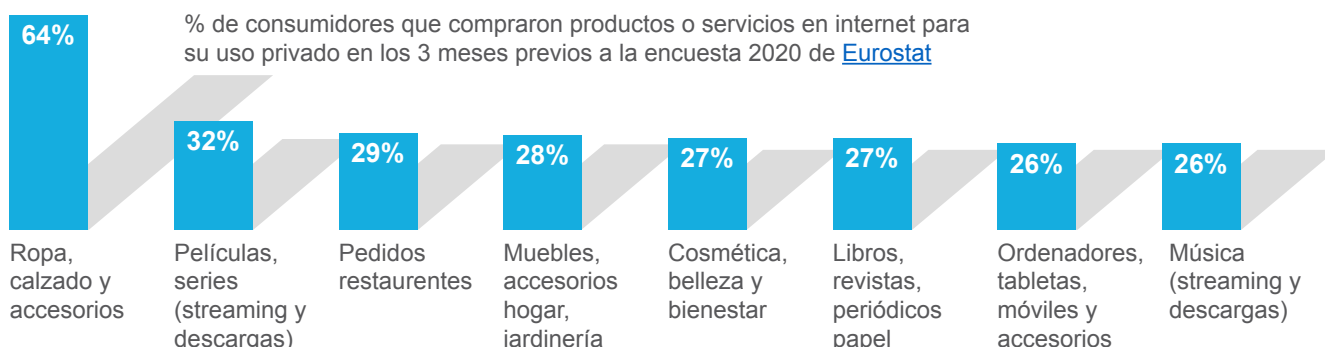


Compras online por países 2020

- Más de 8 de cada 10 internautas de Países Bajos, Dinamarca, Alemania, Suecia e Irlanda compraron o contrataron bienes o servicios por internet.
- **España**, en el puesto 19 de países de la UE. El **67%** de los internautas realizaron compras online.
- Menos del 50% de los internautas de Bulgaria (42%), Rumanía (45%) e Italia (49%, datos de 2019) compraron online.



Productos y servicios más demandados





CEC-España reivindica el papel de las mujeres para reforzar los derechos de las personas consumidoras con motivo del 8M

**Reclamaciones de CEC-España:
47% de mujeres | 53% de hombres**

CEC-España conmemoró el Día Internacional de las Mujeres, reivindicando la acción de las mujeres a la hora de desarrollar políticas y llevar a cabo acciones para proteger a los consumidores. Una protección que no solo es importante para el buen funcionamiento de la economía; reforzar los derechos y proteger a los consumidores frente a los abusos del mercado contribuye también con el bienestar social. Por este motivo, el diálogo real y la participación activa de las mujeres son fundamentales para desarrollar un marco legal armonizado en Europa que se adapte a la actual transformación de la sociedad y mejore el modelo social. El Centro Europeo hizo también un llamamiento para que el cambio hacia la paridad de género se lleve a cabo en todos los niveles de la sociedad, incluyendo las decisiones cotidianas que todos realizamos en nuestro día a día y con las que también se contribuye a transformar algunos modelos de conducta y construir sociedades más equitativas. CEC-España apuntó la necesidad de una mayor concienciación a la hora de repartir de forma equitativa las tareas domésticas, como las compras del hogar. Por último, insistió en la importancia de reclamar siempre que se vulneren los derechos de los consumidores.

 Más información.



CEC-España ofreció recomendaciones para comprar online de forma segura en San Valentín

Derechos de los consumidores

- **Derecho a recibir información.**
El vendedor debe facilitar información clara, correcta y comprensible como las características del producto o servicio, precio, gastos de envío o cualquier otro coste adicional, plazos de entrega, modalidades de pago o la duración del contrato.
- **Envíos y entregas.**
El plazo de entrega es de 30 días, a menos que se haya acordado otro plazo diferente.
- **Derecho de desistimiento.**
Plazo de 14 días para devolver el producto y recuperar todo el dinero sin penalización y sin necesidad de justificar el motivo.
- **Derecho a no ser discriminado (Geobloqueo).**
Los consumidores que realicen compras transfronterizas (entre diferentes países de la Unión Europea) en línea no podrán ser discriminados injustificadamente por motivos de nacionalidad, lugar de residencia o el lugar de establecimiento.

 Más información.

CEC-España informa de los derechos de los usuarios afectados por la absorción de Bankia por Caixabank

Una vez autorizada la fusión por absorción de BANKIA por CAIXABANK, recordamos algunos de los [compromisos](#) que debe cumplir CAIXABANK:

- En las [21 zonas](#) en que CAIXABANK quedará en situación de monopolio, mantener a los clientes de BANKIA las mismas condiciones y términos que tengan actualmente suscritos en sus productos durante un período de 3 años.
- No cobrar, en ninguno de las [86 zonas](#) identificadas como problemáticas, comisiones a los clientes procedentes de BANKIA, por realizar una operación en ventanilla cuando esa operación hubiese sido gratuita en BANKIA, durante 3 años.
- Comunicar a los clientes de BANKIA el cierre de la operación y los posibles cambios en productos. Las posibles modificaciones entrarán en vigor en un plazo mínimo de 60 días. Además, deberá informar también de los productos ofrecidos a los clientes de CAIXABANK, los derechos de que dispone el cliente ante un cambio de condiciones, y la libertad del cliente para cambiar de entidad bancaria.
- Identificar a los clientes de BANKIA que cumplan con los requisitos para tener una cuenta social de CAIXABANK, y comunicarles la posibilidad de beneficiarse de las condiciones de dicha cuenta. [▶ Preguntas frecuentes.](#)

Cashback. Nuevo servicio para retirar efectivo

La posibilidad de retirar efectivo sin necesidad de pasar por un cajero automático o una sucursal bancaria ya es posible en España. Se trata de un nuevo servicio que permite retirar dinero, por ejemplo, al pagar en un supermercado o al repostar en una gasolinera. Se prevé que cada vez más bancos lo ofrezcan a través de convenios con determinados comercios minoristas. Con este servicio se ofrece una alternativa al 3,1% de la población española que carece de oficinas bancarias en sus municipios.



**Cómo
reclamar**

1

Reclamar al banco

Reclamar ante el Servicio de Atención al Cliente (SAC) de la entidad bancaria.

Plazos de respuesta del SAC.



Reclamaciones relacionadas con servicios de pago

Recibos, tarjetas, cuentas corrientes, transferencias...

15 días hábiles*

Desde que se presenta la reclamación.



Reclamaciones relacionadas con otros temas distintos a servicio de pago

Préstamos hipotecarios, créditos al consumo, depósitos...

Consumidores

1 mes**

Se puede acudir a Banco de España si el SAC no responde en un plazo de un mes o no se está de acuerdo con su resolución.

*RD ley 19/2018 de servicios de pago.

**Ley 7/2017 relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo.

***Orden ECO/734/2004 sobre los departamentos y servicios de atención al cliente y el defensor del cliente.

2

Reclamar a Banco de España

Si el usuario no está de acuerdo con la resolución del SAC o no le contestan en el plazo correspondiente, puede presentar la reclamación ante el Departamento de Conducta de Mercado y Reclamaciones de Banco de España.

Requisitos para reclamar a Banco de España.

No se admitirán reclamaciones:

- ▶ Cuando haya transcurrido un año desde que el consumidor presentó la reclamación ante la entidad. (art. 18.1.e) de la Ley 7/2017).
- ▶ Cuando hayan pasado más de 6 años desde que se produjeron los hechos sin que el consumidor haya presentado reclamación o queja ante Banco de España.

Plazos de resolución Banco de España.

Consumidores ▶ 90 días

- ▶ [Reclamaciones, quejas o consultas de Banco de España.](#)
- ▶ [Más información sobre cómo reclamar ante Banco de España.](#)

Derecho de desistimiento y créditos vinculados

El crédito vinculado es el crédito que ofrece un comercio al cliente para poder financiar el pago de determinados bienes y servicios a través de una entidad de crédito asociada.

Cuando el consumidor tiene derecho a desistir del encargo o pedido realizado (no todos los productos cuentan con derecho de desistimiento), también puede desistir del crédito vinculado sin ningún tipo de penalización. El plazo para poder desistir es de 14 días naturales. Si el empresario incumple el contrato (por ejemplo, el bien o servicio no se entrega, es defectuoso o no es conforme a lo pactado), puede dar por zanjado tanto la compra como el crédito vinculado.

▶ [Más información.](#)



Banco de España aumenta la vigilancia para evitar el endeudamiento excesivo de los consumidores

Disponer de información para evaluar adecuadamente la solvencia de los consumidores cobra especial relevancia con las tarjetas revolving

El objetivo de la medida es evitar el endeudamiento excesivo de los consumidores y garantizar la transparencia de los servicios bancarios y responsabilidad en la concesión de préstamos. Entre las novedades destaca que el importe del riesgo acumulado de un titular en una entidad se rebaja de 9.000 a 1.000 euros y se revisan la relación de tipos de interés que tendrán la consideración de oficiales de referencia.

▷ [Más información.](#)

El Ministerio de Consumo, Banco de España y la CNMV colaboran para fomentar la educación financiera de los consumidores

El Ministerio de Consumo, Banco de España y la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) han firmado un [convenio marco](#) para el fomento de la educación financiera entre la ciudadanía. Para ello se realizarán actividades destinadas a grupos de consumidores específicos y a los profesionales encargados de su formación, con la participación y colaboración de las administraciones competentes. El convenio contempla, entre otras, actividades dirigidas a colectivos vulnerables (jóvenes, personas de la tercera edad, familias con sobreendeudamiento, familias monoparentales) así como colectivos afectados por la brecha digital con riesgo de exclusión financiera.



La CNMV y del Banco de España alertan sobre el riesgo de las criptomonedas

El Banco de España y la CNMV insisten sobre el riesgo de este tipo de inversiones debido, entre otros factores, a su extrema volatilidad, complejidad y falta de transparencia convirtiéndolas en una apuesta de alto riesgo. No existe todavía en la Unión Europea un marco que regule los criptoactivos como el Bitcoin o el Ether, y que proporcione garantías y protección similares a las aplicables a los productos financieros. Actualmente, se está negociando a nivel europeo un Reglamento para un mercado en Criptoactivos (conocido como MiCA por sus siglas en inglés Markets in Crypto Assets) que tiene como objetivo establecer un marco normativo para la emisión de criptoactivos y los proveedores de estos servicios.

Características de las criptomonedas

- No tienen la consideración de medio de pago.
- No cuentan con el respaldo de un banco central u otras autoridades públicas.
- No están cubiertas por mecanismos de protección al cliente como el Fondo de Garantía de Depósitos o el Fondo de Garantía de Inversores.
- No está regulada ni supervisada su custodia. La pérdida o robo de las claves privadas puede suponer la pérdida de las criptomonedas, sin posibilidad de recuperarlas.
- Tributan en el IRPF. Las ganancias derivadas de las transacciones con criptomonedas han de incluirse en la declaración de la renta.



En muchas ocasiones, los actores implicados no se encuentran localizados en España y, en algunos casos, incluso, no es posible su localización, por lo que la resolución de cualquier conflicto podría resultar costosa y quedar fuera del ámbito de competencia de las autoridades españolas o europeas.

Ante la necesidad de una regulación que permita la protección de los consumidores y operadores del sector financiero, el pasado 24 de septiembre de 2020, la Comisión Europea adoptó un paquete de medidas de finanzas digitales o Digital Finance Package (Paquete Digital Financiero) para lograr un marco regulatorio integral de la Unión Europea adecuado a la era digital. Con este paquete, por primera vez, la Comisión Europea propone nueva legislación en materia de criptoactivos con el fin de proteger a los inversores del riesgo.



España actualiza la información al consumidor sobre el origen de la electricidad consumida y su impacto sobre el medio ambiente

La CNMC ha aprobado una nueva [Circular 2/2021](#), por la que se establece la metodología y condiciones del etiquetado de la electricidad para informar de manera más detallada sobre el origen de la electricidad consumida y su impacto sobre el medio ambiente, actualizando así la Circular anterior 1/2008. La nueva circular, además de contemplar el etiquetado de electricidad obligatorio con el que las empresas comercializadoras informan a sus clientes del origen de la electricidad que venden y de su impacto ambiental, permite a los consumidores que lo deseen obtener el etiquetado de la energía consumida por ellos mismos. La información relacionada con el etiquetado de electricidad se facilitará en las facturas o en separata adjunta a las mismas, tanto en soporte papel como en formato electrónico. Las nuevas normas se aplican desde el uno de enero de 2021.

Nuevo plazo para adaptar los equipos de medida, los sistemas de facturación y los contratos de electricidad

La crisis sanitaria, así como el conjunto de medidas para garantizar la continuidad del suministro energético han tenido impacto sobre los trabajos que debían acometer las distribuidoras y comercializadoras de electricidad para adaptar los equipos de medida, los sistemas de facturación y los contratos a la estructura de peajes diseñada por la CNMC. Por este motivo, la CNMC, conforme a la nueva [Circular 3/2021](#) amplía, hasta el 1 de junio de 2021, el plazo para llevar esta adaptación con la que se establecen los precios de los peajes de transporte y distribución a partir del próximo 1 de junio, una medida con la que se pretende que el coste de las redes entre consumidores se haga en función de la energía y la potencia que se consuma, planteando modificaciones en la discriminación horaria para que, entre otras cosas, la energía sea más barata en las horas valle. Asimismo, facilitará la penetración del vehículo eléctrico e incentivará el consumo eficiente. La publicación de los precios de los peajes de transporte y distribución con la suficiente antelación permitirá al consumidor analizar su perfil de consumo eléctrico para que pueda adaptarse a la nueva estructura de precios, permitiendo a los consumidores que puedan modificar las potencias contratadas hasta en dos ocasiones. Esta adaptación estaba prevista inicialmente para el uno noviembre de 2020. Sin embargo, debido a las circunstancias derivadas de la pandemia se amplió hasta el uno de abril de 2021, y ahora la nueva fecha de entrada en vigor de los cargos, previsiblemente será el próximo uno de junio.

España lanza la web “Euros por cada 100 kilómetros” con información comparativa sobre el coste de los combustibles en automoción

Con esta [web](#) los consumidores podrán comparar el coste de los distintos combustibles para sus vehículos, incluida la electricidad. La página cuenta con un buscador que permite conocer el coste por 100 kilómetros según modelo de vehículos. Todas las estaciones de servicio con ventas superiores a 5 millones de litros y aquellas que vendan combustibles alternativos deberán tener, desde el uno de abril, un panel informativo con los precios nacionales en euros por cada 100 kilómetros de los combustibles mayoritarios que será actualizado trimestralmente. Las estaciones de servicio pueden elegir libremente la ubicación y el formato de esta información siempre que sea visible para el consumidor.



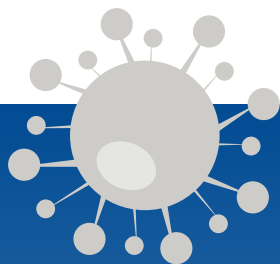
Muchos de los contenidos audiovisuales de los influencers deberían considerarse servicios de comunicación audiovisual sometidos a la Ley Audiovisual

Según la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia ([CNMC](#)), la relevancia de este tipo de contenidos audiovisuales es cada vez mayor, lo que puede comprometer los valores esenciales del marco normativo audiovisual, como son la protección del menor de contenidos inapropiados y la protección del consumidor, en general, a la exposición de comunicaciones comerciales inadecuadas o ilícitas.

Para analizar la situación, la CNMC ha estudiado 657 vídeos de los principales influencers difundidos en las plataformas más relevantes en España, y alerta que -en más de la mitad- se han identificado contenidos que podrían vulnerar la normativa sobre protección de los menores y de comunicaciones comerciales. Por este motivo, en su Informe al Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, en relación con el Anteproyecto de Ley General de Comunicación Audiovisual ([IPN/CNMC/042/20](#)), ha recomendado incluir en la nueva Ley una definición concreta de este tipo de agentes con el fin de dotarles de una seguridad jurídica mínima y que los objetivos principales de la normativa (menores o publicidad) se vean garantizados con independencia del tipo de contenido o del tipo de canales en el que se emitan.

Los eurodiputados piden regular las redes sociales para defender la democracia

En un debate con la secretaria de Estado de Asuntos Europeos de Portugal celebrado a principios de febrero, una gran mayoría de eurodiputados destacaron la falta de reglas claras en este ámbito y las prácticas poco transparentes de las grandes empresas de internet. Por este motivo, instaron a la Comisión a abordar la cuestión en las [leyes sobre servicios digitales](#) y sobre mercados digitales, y dentro del [plan de acción](#) para la democracia. Asimismo, se puso de manifiesto la necesidad de abordar la transparencia de los algoritmos, el uso de datos personales y la restricción (o prohibición) de las prácticas de elaboración de perfiles y análisis más detallados, con objeto de transformar el modelo de negocio de los gigantes tecnológicos.



La Comisión Europea abre procedimientos de infracción a once Estados miembros por imponer bonos en los viajes combinados cancelados por la COVID-19

Los consumidores tienen derecho a cancelar el viaje y al reembolso completo en un plazo de 14 días desde la terminación del contrato.

La COVID-19 ha dado lugar a la aplicación de la [Directiva 2015/2302](#) sobre los viajes combinados (transpuesta al ordenamiento español en el [Real Decreto Legislativo 1/2007](#)), según la cual, el viajero puede poner fin al contrato de viaje combinado sin pagar una penalización si concurren «circunstancias inevitables y extraordinarias en el lugar de destino o en las inmediaciones que afecten de forma significativa a la ejecución del viaje combinado o al transporte de pasajeros al lugar de destino». Sin embargo, 15 Estados miembros adoptaron algunas normas específicas que permitían temporalmente a los organizadores de viajes combinados imponer los bonos para los viajes cancelados, en lugar de reembolsar los pagos en efectivo, o bien aplazar el reembolso más allá del período de catorce días, lo cual va en contra de la Directiva. Como consecuencia, la Comisión Europea ha abierto distintos procedimientos de infracción contra once Estados miembros. A los otros cuatro Estados miembros restantes no se les abrió procedimientos de infracción debido a que las excepciones temporales habían expirado o habían sido modificadas.

En algunos casos, las medidas nacionales que no se ajustaban a la Directiva seguían produciendo efectos, a pesar de haber dejado de estar en vigor, por ejemplo, porque los viajeros que recibieron bonos obligatorios tuvieron que esperar al menos hasta el final de la validez de esos bonos antes de poder solicitar el reembolso. La Comisión instó a esos Estados miembros a adoptar medidas para resolver la situación creada por la legislación anterior contraria a la Directiva sobre los viajes combinados y asegurar que los consumidores que prefirieran el reembolso dinerario a un bono recibieran efectivamente un reembolso de conformidad con la Directiva.

Como consecuencia, en toda la UE, varios miles de viajeros -cuyos viajes tuvieron que ser cancelados como consecuencia de la COVID-19- no recibieron los reembolsos en el plazo de catorce días previsto. En algunos casos, se les denegó el reembolso, recibieron

dicho reembolso con un retraso significativo o únicamente un reembolso parcial. En otros, se les impuso un bono contra su voluntad, no pudieron contactar con el organizador, o vieron obstaculizado de algún otro modo en la reclamación de su derecho.

Cabe señalar que algunos organizadores de viajes combinados e intermediarios mencionaron que, durante la crisis de la COVID-19, las compañías aéreas paralizaron el mecanismo de reembolso automático a los organizadores y otros agentes de viajes a través de sistemas globales de distribución («sistemas informatizados de reserva»), mientras que los organizadores tenían que reembolsar el dinero a los viajeros. A esta circunstancia, hay que sumar que los distintos regímenes jurídicos de los organizadores y los prestadores de servicios de transporte hacen que el derecho del pasajero al reembolso se determine de acuerdo con las condiciones del contrato. Por ejemplo, si un viajero que reservó un viaje combinado que incluía vuelo cancela el viaje combinado de conformidad con la Directiva sobre los viajes combinados, el organizador tiene que reembolsarle. Sin embargo, este pasajero no tendría derecho, con arreglo a la mencionada Directiva, a reclamar un reembolso a la compañía aérea si el vuelo operase normalmente. El organizador, en su lugar, tendría que reivindicar un posible derecho al reembolso con arreglo al Derecho pertinente del Estado miembro de que se trate.

En 2022, la Comisión analizará en mayor profundidad si el marco regulador actual para viajes combinados sigue estando completamente a la altura para garantizar una protección sólida y exhaustiva de los consumidores.

► [Informe de la Comisión Europea sobre la aplicación de la Directiva 2015/2302 relativa a los viajes combinados y a los servicios de viaje vinculados.](#)

► [Folleto. Viajes Combinados y Servicios de Viaje Vinculados.](#)

¿Qué es un viaje combinado?

Es aquel que combina, al menos, dos servicios para un mismo viaje o vacación (por ejemplo, transporte + alojamiento), a un precio global y cuya duración sobrepase las 24 horas o incluya una noche de estancia.

Debe contratarse en un único punto de venta y deberá ser anunciado o vendido como “viaje combinado” o bajo una denominación similar que denote una conexión estrecha entre los servicios como, por ejemplo, “oferta combinada”, “todo incluido” o “paquete turístico o vacacional”.

La combinación realizada a petición del viajero que diseña su lugar de salida, recorrido, destinos intermedios, estancias, el regreso, o la duración del viaje, será considerada también viaje combinado.






La Comisión propone un nuevo Reglamento para que los viajeros puedan seguir beneficiándose de la itinerancia gratuita en la UE

El texto prorroga las normas actuales diez años más allá de su vencimiento el 30 de junio de 2022. Con la nueva norma, los consumidores tendrán derecho a contar con la misma calidad y velocidad de conexión a la red de telefonía móvil en el extranjero que en su lugar de origen, siempre y cuando se disponga de redes equivalentes. Las nuevas normas también procurarán un acceso efectivo a los servicios de emergencia, darán a conocer las alternativas existentes para las personas con discapacidades, y concienciará a los consumidores del posible sobrecoste de los servicios de valor añadido. Los operadores de la UE dejaron de aplicar recargos por la itinerancia el 15 de junio de 2017. Desde entonces, casi 170 millones de ciudadanos disfrutaron de este servicio gratis y de las ventajas de seguir conectados mientras se desplazan por el mercado único.

 [Preguntas frecuentes.](#)

 [Reglamento \(UE\) n.º 531/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo de 13 de junio de 2012 relativo a la itinerancia en las redes públicas de comunicaciones móviles en la Unión.](#)

 [Nueva propuesta legislativa sobre Roaming.](#)

Un nuevo estudio europeo evidencia la calidad dual de los productos

La Comisión Europea pide a los Estados miembros que persigan estas prácticas y transpongan rápidamente la Directiva actualizada sobre prácticas comerciales desleales

El [estudio](#) de la Comisión Europea que compara la calidad de los alimentos vendidos bajo una misma marca concluye que se han encontrado diferencias en los ingredientes en un tercio de los productos analizados y que esas diferencias son, incluso, perceptibles al gusto. Sin embargo, en la UE, no puede haber una diferenciación injustificada de los ingredientes de alimentos vendidos bajo la misma marca. Mariya Gabriel, Comisaria de Innovación, Investigación, Cultura y Juventud, ha señalado que desde la Comisión Europea se apoya y ayuda a las autoridades y organizaciones de consumidores de los Estados miembros para abordar de manera efectiva este problema de calidad dual. Por su parte, Didier Reynders, comisario de Justicia, apunta que los consumidores necesitan saber lo que están comprando, y que vender un mismo producto con una presentación comercial idéntica o similar, pero con distinta composición es injusto y contrario a la legislación europea. Por este motivo, ha realizado un llamamiento a los Estados miembros para que garanticen una rápida transposición de la [Directiva sobre prácticas comerciales desleales actualizada](#) a su legislación nacional.

Nuevo record de alertas de productos de consumo peligrosos

Los juguetes, los productos con mayor número de notificaciones

La Comisión Europea ha publicado su [informe](#) anual sobre [Safety Gate](#), el sistema de alerta rápida de la UE para detectar productos de consumo peligrosos y que permite retirar del mercado los productos no alimentarios que presentan un riesgo. El informe muestra que el número de medidas de seguimiento adoptadas por las autoridades tras recibir las alertas correspondientes aumenta de año en año. El nuevo récord está en 5.377, frente a las 4.477 medidas de este tipo adoptadas en 2019, lo que representa un aumento de más del 20%. El 9 % de todas las alertas comunicadas en 2020 se refería a productos relacionados con la COVID-19. En su mayoría mascarillas protectoras que no cumplían con su función. Dentro de esta categoría cabe reseñar también los desinfectantes con sustancias tóxicas, como el metanol, que puede provocar ceguera o incluso la muerte en caso de ingestión, o desinfectantes basados en radiación ultravioleta, que exponían a los usuarios a una fuerte radiación que provoca irritaciones cutáneas. De acuerdo con el informe, los juguetes constituyeron la categoría de productos más habitual por número de notificaciones (27 % del total), seguidos de los vehículos de motor (21 %), y los aparatos y equipos eléctricos (10 %).

¿Sabes cuánto cuesta enviar un paquete en tu país o a cualquier otro de la UE?

La Comisión Europea ha desarrollado una [herramienta](#) que permite a los consumidores conocer las tarifas de mensajería y paquetería para envíos nacionales y transfronterizos realizados por empresas con más de 50 empleados o con sede en más de un país de la UE. Las tarifas son actualizadas cada año, el 31 de marzo. Los precios que se ofrecen pueden incluir ciertas condiciones y restricciones y no incluyen los impuestos.

Los consumidores que tengan problemas con sus servicios de entrega transfronteriza de mensajería, podrán contactar con su [Centro Europeo del Consumidor](#) del país donde residan para recibir ayuda y asesoramiento.