

Informe Estadístico de Actividad 2021

CEC-España gestionó 11.316 consultas y reclamaciones de consumo transfronterizo europeo

El Centro Europeo del Consumidor en España (CEC-España) publica su Informe Estadístico de Actividad correspondiente a 2021. En él se desglosa, por países y sectores económicos, las 11.316 consultas y reclamaciones gestionadas por el Centro español que -como servicio público- se encarga de ofrecer información, asistencia y asesoramiento sobre asuntos de consumo transfronterizo europeo.

Tras el pico de reclamaciones que supuso la pandemia provocada por la COVID19 en 2020, la situación tiende a la normalización. Las cifras, aún así, son superiores a las de 2019, seguramente por el impacto que la pandemia sigue teniendo en el consumo y por el [incremento del comercio electrónico](#), ya que la gran mayoría de consumidores que se dirigen a la ECC-Net han realizado sus compras online

>> Informe Estadístico de Actividad

Foto de Yan Krukov en Pexels



8.146
Solicitudes de información

Por sectores de actividad económica, el 10,54% fueron sobre asuntos relacionados sobre **Bienes y Servicios Diversos** (859), el 7,37% **Alojamiento y Restauración** (835 consultas), el 5,29% sobre **Ocio y Cultura** (599), el 2,72% sobre el sector de la **Comunicación** (308), el 2,37% fueron consultas relacionadas con compras de **Ropa y Calzado** (265), mientras que el 1,86% trataron sobre la adquisición de **Mobiliario, Equipamiento Doméstico y Mantenimiento Rutinario del Hogar** (211). Otros sectores menos consultados fueron **Salud** (0,6%), **Vivienda y Suministros** (0,51%), **Educación** (0,50%), **Alimentos y bebidas no alcohólicas** (0,15%), y **Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes** (0,04%).



3.170
Reclamaciones

El sector económico con mayor número de reclamaciones fue el de **Transporte** con 1.725, lo que representa el 54,4% del total litigios gestionados. Le sigue el sector de **Restauración y Alojamiento** (12,46%), **Ocio y Cultura** (11,13%), **Mobiliario, Equipamiento Doméstico y Mantenimiento Rutinario del Hogar** (6,9%), **Bienes y servicios diversos** (5,29%) y **Ropa y Calzado** (7,79%).



CEC-España asiste a la Cumbre Europea del Consumidor 2022

La transformación digital y ecológica de los mercados marcará la senda al consumo del futuro

El Centro Europeo del Consumidor en España (CEC-España) asistió el 10 de febrero a la Cumbre Europea del Consumidor que tuvo lugar -de forma telemática- en la sede del Parlamento Europeo de Estrasburgo. Allí, se debatieron algunas de las prioridades que marcarán la agenda del consumidor en los próximos años. Entre ellas, el papel de la actual transformación digital de los mercados, así como la necesaria evolución hacia un consumo sostenible. Asimismo, se puso de manifiesto la necesidad de fortalecer la protección de los derechos de las personas consumidoras para hacer frente a los posibles abusos de los mercados digitales, así como la necesidad de que todos los actores económicos se comprometan con el desarrollo de una economía circular y sostenible. En este contexto, se abordó también la importancia de acabar con el actual “Green-washing” (blanqueo ecológico) con el que algunas empresas hacen creer a los consumidores que una compañía es más sostenible de lo que realmente es.

>> Más información

Cambios urgentes y políticas ambiciosas

Monique Goyens, Directora General de BEUC (Organización de Consumidores Europeos de sus siglas en inglés) puso de manifiesto que nos encontramos en un momento en el que el cambio en los patrones de consumo es algo urgente y que, para llevarlo a cabo, son necesarias unas políticas ambiciosas, un marco normativo actualizado y unas herramientas eficientes que permitan aplicar la ley de forma inmediata.

La desigualdad, un obstáculo para el desarrollo

A lo largo de la Jornada, se debatieron también distintos aspectos como el papel de los “influencers” en la toma de decisión de los consumidores, la importancia de acabar con la obsolescencia programada, o la necesidad de garantizar que los productos sean más inclusivos y los consumidores vulnerables puedan participar en igualdad en unos mercados democráticos y justos.

“ Jakob Edler, Director de Fraunhofer ISI.
Es necesario reducir la brecha de desigualdad.
“La desigualdad es un obstáculo para el desarrollo”.

Agenda du
Consommateur
Prochaines Etapes



Consumer
Agenda
Next steps





Suplantación de identidad

Foto de Mikhail Niou en Pixels

Aviso importante

El Centro Europeo del Consumidor en Chipre alerta de una suplantación de identidad

El Centro Europeo del Consumidor de Chipre (CEC-Chipre) ha alertado de que algunas empresas están utilizando los datos del Centro de forma engañosa para contactar con consumidores y ofrecerles soluciones fraudulentas relacionadas con sus reclamaciones de consumo. El Centro del Consumidor de Chipre -que ya ha denunciado los hechos ante la policía chipriota- recuerda que no tiene ningún tipo de relación con estas empresas espurias y que su Centro forma parte de la red ECC-Net (red de Centros Europeos del Consumidor) desde el año 2005.

No se trata de la primera vez que uno de los Centros que integra la red ECC-Net sufre una suplantación de identidad. En julio de 2021, consumidores de Bélgica recibieron también llamadas telefónicas de delincuentes (vishing) en las que -haciéndose pasar de forma fraudulenta por trabajadores del Centro Europeo del Consumidor belga- se les solicitaba el número de la tarjeta bancaria y el código de seguridad como requisito para pagarles los reembolsos y/o indemnizaciones relacionadas con sus reclamaciones.

ECC-Net no solicita claves personales a los consumidores

El Centro Europeo del Consumidor en España (CEC-España) advierte a todos los usuarios y usuarias de la red de Centros Europeos del Consumidor (ECC-Net) que, en ningún caso, se solicita a las personas consumidoras que faciliten claves personales o códigos PIN para gestionar sus reclamaciones o conseguir, cuando proceda, los correspondientes reembolsos reclamados.

Consejos

Cómo actuar ante una suplantación de identidad en las redes sociales

Con el fin de ayudar a los consumidores y usuarios de las redes sociales afectados por una suplantación de identidad, el Centro Europeo del Consumidor en España detalla los pasos que deben seguir para eliminar el perfil falso de la manera más rápida posible. Lo primero, contactar con la red social mediante los formularios facilitados a tal efecto.

>> Más información

5 años para reclamar

Se amplía de tres a cinco años el plazo de prescripción para ejercer los derechos que el consumidor tiene cuando no está conforme.

Productos nuevos

3 años de garantía

Las empresas están obligadas a reparar o sustituir el producto o servicio adquirido en caso de disconformidad durante el tiempo que dure la garantía.

España amplía la garantía legal mínima de dos a tres años

[>> Más información](#)

Garantía legal mínima

Desde el uno de enero de 2022, la garantía obligatoria de los **bienes de consumo nuevos** (garantía legal mínima) se amplía de dos a tres años.

En los **productos de segunda mano**, el plazo actual de la garantía también se amplía, de forma que el comprador y el vendedor pueden acordar un periodo de garantía menor de tres años, en lugar de los dos actuales. En ningún caso podrá ser inferior a un año.

En cuanto a los **productos interconectados con un contenido o servicio digital**, por lo general, el plazo de la garantía es de 2 años.

Información publicitaria vinculante

Las garantías comerciales que se incluyan en la publicidad asociada prevalecerán sobre las de la declaración de garantía legal si son más beneficiosas para el consumidor.

Piezas de repuesto

Se incrementa, de 5 a 10 años, el tiempo mínimo en el que los fabricantes están obligados a disponer de piezas de repuesto una vez que el producto deja de fabricarse. Con esta medida se pretende alargar la vida útil de los productos mediante su reparación y reducir así el impacto en el medioambiente.

Falta de conformidad y carga de la prueba

Aumenta también el plazo de inversión de la carga de la prueba para acreditar la falta de conformidad, pasando de seis meses a uno o dos años, en función del objeto contractual. Por ejemplo, en el caso de los productos de segunda mano o aquellos que contengan elementos digitales, el plazo de inversión de la carga de la prueba es de un año. Durante este plazo, se presumirá que la falta de conformidad o el defecto que presente el producto, contenido o servicio digital venía de fábrica. Una vez pasado este tiempo, será el consumidor quien tenga que demostrar que el defecto o falta de conformidad existía antes de la compra.

Contratos de contenidos o servicios digitales

Se consideran también contratos de suministro de contenidos o servicios digitales aquellos en los que, a cambio de facilitar los datos personales del consumidor, se recibe un servicio o se accede a contenidos digitales. Esto significa que, desde el uno de enero, serán considerados suministros de contenidos los programas informáticos, aplicaciones, archivos de vídeo, archivos de audio, archivos de música, juegos digitales, libros electrónicos u otras publicaciones electrónicas.

[>> Folleto](#)

[>> Legislación](#)

Luz verde a la Ley de Mercados y Servicios Digitales

A principios de este año, empezarán las negociaciones entre el Parlamento Europeo y los Estados miembros para aprobar las normas que regularán las prácticas de los gigantes tecnológicos y crearán un espacio digital más seguro para los consumidores

>> Más información



Ley de Mercados Digitales

La [Ley de Mercados Digitales](#) permitirá establecer unas normas más igualitarias para todas las empresas, independientemente de si se trata de un gigante tecnológico o una pequeña empresa digital. El objetivo es tratar de acabar con las prácticas injustas, las prácticas comerciales desleales, y establecer un marco legal claro sobre lo que las grandes plataformas de Internet pueden hacer cuando se dirigen a los mercados europeos. La nueva legislación busca promover la innovación, el desarrollo y la competitividad, mediante un marco normativo que posibilite tanto a las nuevas empresas como a las pymes competir con las más grandes en igualdad de condiciones.

>> Principales novedades

Ley de Servicios Digitales

La [Ley de Servicios Digitales](#) se centrará en crear un entorno digital más responsable y seguro para las personas consumidoras, protegiendo los derechos fundamentales en línea y regulando los principales problemas del comercio en línea, de las plataformas de contenidos online y de los sistemas algorítmicos que favorecen la propagación de las noticias falsas (desinformación).

>> Principales novedades

España regula la publicidad de criptoactivos

Se exige comunicación previa a la CNMV, incluidos influencers, de las campañas publicitarias masivas y un mensaje alertando del riesgo de perder lo invertido

Nuevas normas

La regulación de la publicidad de los criptoactivos desarrollada a través de la [Circular 1/2022](#) de diez de enero de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) se publicó también en el Boletín Oficial del Estado ([BOE](#)), por lo que las campañas sobre criptomonedas deberán ajustarse a estas nuevas reglas:

- Deberán incluir contenido claro, equilibrado, imparcial y no engañoso e información sobre los riesgos de manera destacada además de la siguiente advertencia: “La inversión en criptoactivos no está regulada, puede no ser adecuada para inversores minoristas y perderse la totalidad del importe invertido”.
- Establece un procedimiento de comunicación previa obligatoria a la CNMV de las campañas publicitarias masivas, destinadas a 100.000 personas o más, que deberán ser comunicadas a la CNMV con una antelación mínima de diez días. El resto de acciones publicitarias también quedarán sujetas a la actuación supervisora de la CNMV pero no requieren comunicación previa.
- Se fijan las herramientas y procedimientos para hacer efectiva la supervisión de la actividad publicitaria de los criptoactivos.
- No se regulan los propios criptoactivos, su emisión o los servicios prestados sobre los mismos.

La nueva Circular será de aplicación a los proveedores de servicios sobre criptoactivos cuando realicen estas actividades publicitarias, a los proveedores de servicios publicitarios, o a cualquier otra persona física o jurídica que realice por iniciativa propia o por cuenta de terceros dicha actividad. Esto incluye a personas físicas que, de forma remunerada, publiquen y promocionen criptoactivos (productos o servicios promocionados a través de influencers).

>> Más información

Caso de éxito

CEC-España consigue que un hotel austríaco reembolse a una consumidora española 4 noches de alojamiento

El hotel no pudo prestar sus servicios para las fechas contratadas debido a las restricciones por la COVID-19



Gracias a las gestiones realizadas por el Centro Europeo del Consumidor en España (CEC-España), una consumidora de Oviedo consigue que el hotel, con el que había contratado cuatro noches de alojamiento en Viena, le reembolse todo su dinero. La empresa no pudo prestar sus servicios para las fechas reservadas debido a las restricciones impuestas en Austria por la COVID-19. De esta forma, ofreció a la cliente un bono para gastar hasta el 31 de marzo de 2022. La consumidora no aceptó este plazo de utilización ya que, para esas fechas, no le resultaba viable realizar el viaje que, inicialmente, tenía programado del 15 al 19 de noviembre de 2021. Con la ayuda del Centro Europeo del Consumidor, finalmente, la consumidora pudo recuperar el importe abonado.

>> Normativa aplicable:
[Directiva 2006/123/CE](#) sobre los servicios en el mercado interior

Foto de Andrea Piacquadio en Pexels

Tuit destacado

>> Europa pide más seguridad para los juguetes



[@eccspain](#)

Centro Europeo del Consumidor en España [@eccspain](#)
17 de febrero de 2022

El #ParlamentoEuropeo @Europarl_ES pide normas más estrictas sobre la seguridad de los juguetes:

- > Más medidas para evitar la exposición de los menores a productos químicos.
- > Deben abordarse los riesgos de los juguetes conectados.

>>> [Más información](#)

<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 (CHAFEA), 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.](#)