

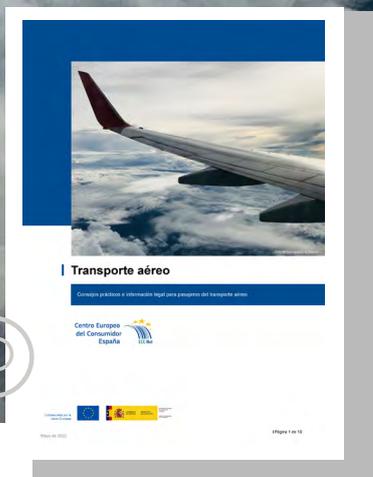
CEC-España recuerda los derechos de los pasajeros aéreos

Con motivo de la llegada del verano y el aumento de los viajes, el Centro Europeo del Consumidor en España (CEC-España) recuerda que los pasajeros afectados por retrasos, cancelaciones y denegación de embarque pueden tener derecho a información, asistencia, reembolso, compensación o transporte alternativo. Asimismo, en caso de problemas con el equipaje, también pueden reclamar compensaciones. ¿Necesitas ayuda con tu reclamación? Ponte en contacto con [CEC-España](#).

AESA, a un paso de acreditarse como entidad de resolución alternativa de litigios

Tras la publicación y entrada en vigor de la [Orden Ministerial TMA/201/2022, del 14 de marzo](#), el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana deberá publicar en el BOE la resolución que acredite a la Agencia Estatal de Seguridad Aérea (AESA) como entidad de resolución alternativa de litigios (RAL).

Como entidad RAL, sus decisiones pasarán a ser vinculantes para las compañías aéreas. De esta forma, si pasado el plazo de 1 mes concedido a la compañía para cumplir con la decisión de [AESA](#), la compañía no satisface los derechos reconocidos al pasajero, este podrá instar su ejecución ante el juzgado de lo mercantil.



Folleto.
[Transporte aéreo y derechos del pasajero.](#)

Fin a las reseñas falsas en Internet

Las sanciones máximas suben y se persigue también la reventa de entradas mediante “bots” o que una marca varíe la calidad del mismo producto.



Principales novedades

- Reseñas y opiniones de consumidores y usuarios veraces.
- Las sanciones máximas suben hasta un millón de euros u ocho veces el beneficio que se ha obtenido ilícitamente, en el caso de infracciones cometidas únicamente en España.
- Fin a la reventa de entradas a espectáculos mediante ‘bots’ (robot digitales), cuando impidan que todos los consumidores puedan acceder al mercado con normalidad.
- Fin a la calidad dual.

El 28 de mayo entró en vigor el decreto aprobado el pasado mes de noviembre que modifica la Ley General para Defensa de los Consumidores y la Ley de Competencia Desleal, y que amplía los derechos de los usuarios en el comercio electrónico. La nueva norma pretende garantizar la veracidad de las reseñas y opiniones que los consumidores y usuarios publican en las páginas web de venta de productos y servicios online. A partir de ahora, las empresas deben indicar si las reseñas que acompañan a sus bienes y servicios son de personas que realmente los han usado o adquirido, además de acompañar una información clara y detallada sobre la manera en que se procesan dichas reseñas.

Con la nueva norma en vigor, el Ministerio de Consumo tiene la facultad para sancionar a las empresas por fraudes masivos y la publicidad encubierta a través de las redes sociales. En concreto se perseguirá la publicación de reseñas y valoraciones falsas o pagadas por el fabricante en los productos a la venta en Internet, considerándose una práctica desleal incluir reseñas procedentes de consumidores sin comprobar que han adquirido realmente el bien. Asimismo, pretende acabar con la reventa de entradas a espectáculos mediante ‘bots’ (robot digitales), cuando impidan que todos los consumidores puedan acceder al mercado con normalidad.

Vender un bien como idéntico cuando los productos sean diferentes es otra de las prácticas desleales que se persigue

para evitar que determinadas marcas varíen la calidad de un mismo producto dependiendo del país de la UE en el que se comercialicen (calidad dual). Se contempla también el incumplimiento de algunas garantías para los consumidores y de limitaciones y exigencias injustificadas, como obstaculizar el derecho a baja contractual o de un servicio.

Las sanciones máximas suben hasta un millón de euros u ocho veces el beneficio que se ha obtenido ilícitamente, en el caso de infracciones cometidas únicamente en España, y hasta el 4% del volumen de facturación de las compañías, cuando estas infracciones se produzcan en varios Estados miembros. Se cuantificará la multa en función de la capacidad económica del responsable, el grado de culpabilidad o la existencia de intencionalidad, además del carácter continuado de la infracción, el número de consumidores afectados o el nivel de los daños y perjuicios que hayan sufrido.

Además de la multa, se podrán aplicar otras sanciones como el comiso de las mercancías, el cierre de los establecimientos por un plazo de hasta cinco años y la publicidad de las sanciones impuestas. Estarán sujetas al nuevo régimen sancionador la introducción o mantenimiento de cláusulas abusivas en los contratos, la obstaculización del derecho a poner fin a un contrato o causar baja en un servicio, los incumplimientos en el etiquetado o la facturación de productos y servicios no contratados.



En vigor, 1 de diciembre 2022

Nuevas normas para la publicidad infantil de juguetes

Anuncios más igualitarios, veraces y constructivos

El Ministerio de Consumo, la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ) y Autocontrol han firmado un [Código de Autorregulación](#) que, por primera vez, incluye la prohibición expresa de utilizar de forma discriminatoria o vejatoria la imagen de las niñas en los anuncios dirigidos a menores y con el que los anuncios de juguetes serán “más igualitarios, veraces y constructivos, aspectos fundamentales para la protección y desarrollo de la infancia.

>>> [Más información.](#)

España quiere regular las “loot boxes” de los videojuegos para evitar el consumo irreflexivo, compulsivo o patológico

El Ministerio de Consumo ha anunciado que España será el primer país de Europa en contar con una ley específica para regular las “loot boxes” o cajas botín de los videojuegos, es decir, aquellos dispositivos que tienen un valor económico en un mercado real o ficticio y cuyo premio aleatorio se pueda revender o intercambiar, incluidos los NFT o las criptomonedas. El objetivo de la futura norma, según ha avanzado el ministro, es “hacer la mejor ley posible para la protección del conjunto

Europa adopta una nueva estrategia para proteger y empoderar a los niños en el mundo en línea

La nueva estrategia de la Comisión Europea también persigue garantizar que los menores sean respetados en línea.

La Comisión Europea ha adoptado una nueva estrategia en favor de una Internet más adecuada para los niños (Better Internet for Kids, BIK+), con el fin de adaptar los servicios y contenidos digitales a la edad de los menores, conseguir que estos servicios y contenidos sean seguros y accesibles para todos y tengan un carácter eminentemente informativo. Además de velar por que todos los niños estén seguros, protegidos y capacitados frente a un entorno cada vez más digital e interconectado, la nueva estrategia de la Comisión Europea también persigue garantizar que los menores sean respetados en línea. Esta nueva estrategia se enmarca en un contexto en el que -en los diez últimos años- las tecnologías digitales y la forma en que los niños las utilizan han cambiado drásticamente. Como consecuencia, la mayoría de los niños utiliza sus teléfonos inteligentes a diario y con casi el doble de frecuencia que hace diez años. Además, la edad en la que se inician en el uso de nuevas tecnologías es cada vez más temprana (consultar [EU Kids online 2020](#)). Esto se debe a que los dispositivos actuales ofrecen atractivas oportunidades y nuevas ventajas para los niños y niñas, ya que les permiten interactuar entre sí, aprender en línea o entretenerse. Sin embargo, y aunque las nuevas tecnologías ofrecen numerosas ventajas, no están exentas de algunos riesgos como el ciberacoso (consultar el [estudio del CCI](#)), el riesgo de exponerse a la desinformación o a contenidos nocivos e ilegales.

Con esta nueva estrategia, la Comisión Europea quiere proteger de forma adecuada a todos los niños y niñas de estas amenazas, así como favorecer el acceso de los menores a estos dispositivos y fomentar sus capacidades digitales, especialmente los que se encuentran en una situación vulnerable. Además, contribuye a garantizar que los niños y niñas disfruten de los mismos derechos en línea y fuera de línea, sin que ninguno de ellos se quede atrás, sin importar su origen geográfico o sus circunstancias económicas y personales, con lo que favorece su participación activa en la década digital en todo el mundo.

>> [Más información.](#)



de los consumidores” compatibilizando la actividad del juego con la protección eficaz de la salud de todas las personas consumidoras y, en particular, de los más vulnerables, como es el caso de los menores. Según ha señalado el ministro, esta normativa ayudará a prevenir las consecuencias negativas que pueden tener las “loot boxes”, tales como las posibles conductas de consumo irreflexivas, compulsivas o incluso patológicas.



Aprobada la Ley General de Comunicación Audiovisual

Uno de los objetivos de la nueva regulación es promover el desarrollo ordenado del mercado audiovisual, estableciendo un terreno de juego equilibrado para todos los prestadores de servicios que compiten en el mercado por una misma audiencia.

La norma incluye unos principios generales aplicables a todo el ámbito audiovisual, fruto de los valores de las sociedades democráticas: la dignidad humana, la protección de los usuarios respecto de contenidos que atentan contra la dignidad de la mujer, la obligación de transmitir una imagen respetuosa de las personas con discapacidad, la promoción del pluralismo lingüístico de España, y la veracidad de la información. Asimismo, la Ley promueve la autorregulación y la corregulación en el ámbito audiovisual.

- **Protección de menores**

Se incrementa la protección de los menores, obligando a todos los prestadores a facilitar información sobre el contenido que puede ser perjudicial para ellos mediante sistemas de calificación por edades.

- **Accesibilidad para los ciudadanos**

Se amplía la accesibilidad de los contenidos para todos los ciudadanos, extendiendo la obligación a agentes que hasta ahora no estaban cubiertos.

- **Punto único de reclamaciones**

Se crea un punto único para reclamaciones relativas a la accesibilidad por parte de los usuarios, que será la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia ([CNMC](#)).

>> [Más información](#).



Futura Ley de Atención a la Clientela

España quiere reducir de 30 a 15 días hábiles el tiempo máximo para resolver reclamaciones generales

Con la nueva Ley de Servicios de Atención a la Clientela se deberá ofrecer atención personalizada y profesional a los consumidores que lo soliciten verbalmente.

- **15 días para resolver reclamaciones**

Por lo general, las reclamaciones pasarán a resolverse en un plazo máximo de 15 días, frente a los 30 actuales.

- **3 minutos de espera telefónica**

Las llamadas de servicios generales de información, reclamación y postventa se atenderán en menos de tres minutos.

- **Más información en caso de cortes de suministros**

El proveedor de suministros básicos deberá informar del motivo del incidente y concretar un plazo estimado para la restauración en menos de 2 horas.

- **Atención al cliente 24 horas, 7 días a la semana**

En servicios continuados.

- **Prohibido derivar las llamadas de teléfonos gratuitos a números con coste**

>> [Más información.](#)





En marcha la Oficina del Autoconsumo eléctrico para responder a las dudas y consultas de los consumidores

Foto de kindel-media-en Pexels

El consumo propio es un elemento clave de la Estrategia de Descarbonización a Largo Plazo que persigue una economía neutra en carbono en 2050

España pone en marcha un nuevo espacio de información y asesoramiento para apoyar a las personas consumidoras en el despliegue de instalaciones para el autoconsumo eléctrico. Con la [Oficina de Autoconsumo](#) se pretende facilitar el acceso a la información para impulsar el autoconsumo, actuando como unidad de referencia y punto focal de las distintas actuaciones de dinamización, información y sensibilización. En ella se atenderán las consultas relacionadas con las instalaciones de autoconsumo, aclarar dudas normativas, técnicas y de tramitación, así como dirigir a las personas consumidoras al agente con competencia para resolver la cuestión planteada y orientarle sobre los pasos a seguir en cada caso de forma sencilla y transparente.

>> [Más información](#).



Acuerdo europeo sobre la Ley de Servicios Digitales

La nueva Ley introducirá reglas para acabar con los productos, servicios y contenidos online ilegales

 **Folleto.**
Marketplace y plataformas de consumo colaborativo

El Parlamento Europeo y los Estados miembros han llegado recientemente a un acuerdo provisional sobre la propuesta de Ley de Servicios Digitales que, junto a la [Ley de Mercados Digitales](#), fijará los estándares futuros para un Internet más seguro y abierto, y establecerá también reglas de competencia justas para las compañías.

El texto será finalizado a nivel técnico y verificado por los letrados-lingüistas, antes de que el Parlamento y el Consejo Europeo den su aprobación formal. Una vez completado este proceso, entrará en vigor veinte días después de su publicación en el Diario Oficial de la Unión Europea, y las reglas comenzarán a aplicarse quince meses después.

Plataformas online más responsables

- Acceso a los algoritmos de las plataformas.
- Retirada rápida de productos, servicios y contenidos ilegales.
- Refuerzo de la protección de los menores: prohibiciones adicionales de la publicidad dirigida y la elaboración de perfiles a partir de información confidencial.
- Más información a los usuarios sobre cómo se elige el contenido que ven recomendado.

>> [Más información.](#)

Dark patterns, un riesgo para el comercio online honesto y para la protección de datos personales



¿Qué son los dark patterns?

Los patrones oscuros o “dark patterns” en inglés, es un término relacionado con los medios de comunicación utilizados en el entorno digital que afectan a la experiencia de usuario y cuyo diseño está destinado a influenciar en el comportamiento y las decisiones de las personas durante el tiempo que interactúan con páginas webs, apps o redes sociales. Se tratan de unas prácticas poco respetuosas que persiguen manipular la interacción de las personas consumidoras. Estos patrones oscuros pueden presentarse al usuario en operaciones de tratamiento de diversa índole como durante el proceso de registro o alta en una red social, al iniciar sesión o también en otros escenarios como en la configuración de las opciones de privacidad, en los banners de cookies, durante el proceso de ejercicio de derechos, en el contenido de una comunicación informando sobre una brecha de datos personales o incluso al intentar darse de baja de una plataforma.

Datos personales

El uso de este tipo de patrones ha sido objeto de análisis por parte de la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) y el Comité Europeo de Protección de Datos (EDPB por sus siglas en inglés) ya que pueden manipular las decisiones del usuario respecto al tratamiento de sus datos personales.

Prácticas desleales

Al margen de los aspectos relativos a la protección de datos personales, los dark patterns podrían suponer también una práctica comercial desleal ya que según la normativa que protege a los consumidores y usuarios, se considera desleal “cualquier conducta que contenga información falsa o información que, aun siendo veraz, por su contenido o presentación induzca o pueda inducir a error a los destinatarios, siendo susceptible de alterar su comportamiento económico” y los dark patterns podrían encajar dentro de este tipo de conductas, según un post publicado en el blog del Consejo General de la Abogacía de España.

>> [Más información.](#)



Nueva norma que garantiza agua de grifo gratis en hostelería y reduce el consumo de determinados productos de plástico

Hacia una economía circular, saludable, baja en carbono, innovadora y sostenible

• **Agua no envasada gratis en hostelería**

Con la aprobación de la [Ley 7/2022](#) de Residuos y Suelos Contaminados para una Economía Circular se apuesta por un consumo racional y sostenible obligando a los establecimientos de hostelería a ofrecer a sus clientes agua no envasada de manera gratuita.

• **Nuevas medidas para reducir el consumo de productos de plástico**

Se reduce el consumo de determinados productos de plástico de un solo uso como los vasos y recipientes alimentarios, estableciéndose objetivos cuantitativos de reducción. En relación con los formatos monodosis o anillas de plástico, se prevé también avanzar en la reducción de su consumo. En cuanto a los productos como los cubiertos, platos, vasos y productos de plástico oxodegradable, así como las microesferas de plástico de menos de 5 milímetros añadidas intencionadamente, queda prohibida su introducción en el mercado. Se contemplan también medidas relativas al diseño de recipientes de plástico para bebidas.

>> [Más información.](#)

Sentencias



Foto de Sora Shimazaki en Pexels



Finanzas

Es abusivo que Banco Santander cobre comisiones por ingresar en efectivo a los que no son titulares de la cuenta

El Juzgado de lo Mercantil 1 de Vitoria-Gasteiz ha declarado que el cobro de la comisión por ingreso en efectivo en ventanilla por parte de un tercero consumidor o usuario no titular de la cuenta, indicando el concepto del ingreso, constituye una práctica abusiva, contraria a la normativa de protección de los consumidores y usuarios.

Desestimado un recurso de Bankinter contra la sentencia que le obliga a no cobrar una comisión por ingreso en efectivo a los que no son clientes

La Audiencia Provincial de Álava ha desestimado el recurso interpuesto por Bankinter contra la sentencia del Juzgado de lo Mercantil de Vitoria que ordenaba a la entidad financiera cesar en el cobro de dos euros de comisión por el ingreso en efectivo en cuentas de clientes de la entidad por parte de quienes no lo eran.

Abusivo el cobro de comisiones por ingresar dinero en efectivo a los no clientes del BBVA

El Juzgado de lo Mercantil de Vitoria ha dictado una sentencia en la que considera que el cobro de la comisión de BBVA por ingreso de efectivo en ventanilla por parte del no titular de la cuenta así como la comisión por retirada en efectivo de 2.000 euros o menos, también en ventanilla pero por parte del titular de la cuenta, constituyen unas prácticas abusivas, contrarias a la normativa de protección de los consumidores y usuarios y, consecuentemente, se considera nula la cláusula en virtud de la cual practica el cobro.

Un comerciante que ofrece, en sitios de Internet como Amazon, un bien que no ha producido él mismo debe informar al consumidor sobre la garantía del productor si utiliza esta como un elemento central o decisivo de su oferta



Comercio online

El Tribunal de Justicia declara que, con arreglo a la Directiva sobre los derechos de los consumidores, todo comerciante está obligado a facilitar al consumidor información precontractual sobre la garantía comercial del productor cuando el consumidor tenga un interés legítimo en obtener dicha información para tomar la decisión de vincularse contractualmente con el comerciante. El Tribunal considera también que esta información debe ser exhaustiva en cuanto se refiere a las condiciones de aplicación y ejecución de la expresada garantía, de modo que se permita al consumidor tomar tal decisión.



Caso de éxito



¿Te hemos ayudado con tu reclamación?
Comparte tu opinión [aquí](#)

CEC-España consigue que un consumidor recupere 1.782 euros por la devolución de una compra online

Un consumidor español adquirió tres productos en Amazon por valor de 2.051,23 euros, pero finalmente decidió devolver dos de los bienes. Una vez devueltos, siguiendo las indicaciones de la empresa, esta no se hizo cargo del reembolso correspondiente y tampoco contestaba a los correos. De esta forma, el consumidor decidió contactar con el Centro Europeo del Consumidor en España (CEC-España) y gracias a sus gestiones, consiguió que le devolvieran 1.782 euros; el valor de los productos que decidió devolver.

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

Tuit destacado

>> **EUEcolabel celebra su 30 aniversario**



@eccspain

Centro Europeo del Consumidor en España [@eccspain](#)
20 de mayo de 2022

9 de cada 10 españoles usan Internet y tienen un smartphone, según datos publicados por @CNMC_ES ¿Eres de los que utiliza esta tecnología para comprar online? Sigue nuestras recomendaciones para realizar compras online y conoce tus derechos.
>> [Más información.](#)

El contenido de este boletín recoge únicamente las opiniones del autor que es el único responsable del mismo. No refleja las opiniones 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 asumen ninguna responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

El contenido de este boletín, disponible en el dominio europa.eu, puede contener "enlaces externos" a sitios web en otros dominios diferentes a europa.eu que son responsabilidad exclusiva de su autor. Los servicios de la Comisión Europea no tienen ningún control ni asumen ninguna responsabilidad sobre estos "enlaces externos".

Cuando los visitantes de los sitios web de la Comisión deciden entrar en tales "enlaces externos" que dirigen a sitios web con dominios distintos de europa.eu, lo hacen bajo su propia responsabilidad, abandonando el dominio oficial de la Comisión Europea. En particular, estos visitantes estarían sujetos a las políticas de cookies, privacidad y legalidad (incluyendo la protección de datos y los requisitos de accesibilidad) del sitio web externo.