



Nota informativa

European Consumer Summit 2021

CEC-España participa en una Cumbre organizada por la Comisión Europea con motivo del Día Mundial de los Derechos del Consumidor

- **La cooperación internacional, clave para proteger al consumidor en la nueva era digital y facilitar la transición al consumo sostenible.**
- **La seguridad de los productos en los mercados online se perfila como uno de los retos de un mundo digital globalizado**
- **Más de 700 participantes de toda Europa se dan cita para analizar las prioridades de la Nueva Agenda del Consumidor.**

Madrid, 17 de marzo de 2021. El Centro Europeo del Consumidor en España (CEC-España) ha participado 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, esta Cumbre Europea ha aglutinado 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.

Para su inauguración, se contó con la presencia de Pedro Siza Vieira, Ministro de Economía y Transición Digital de Portugal; y de Didier Reynders, Comisario Europeo de Justicia. En su intervención, el Sr. Reynder incidió en cuatro aspectos fundamentales para la protección del consumidor en un mercado cada vez más globalizado y digitalizado: En primer lugar, la necesidad de ofrecer la misma protección a las personas consumidoras tanto en el comercio online como offline. En segundo lugar, 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 de las instituciones con 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, fue el tercer punto señalado. Por último, destacó la necesidad de mejorar la protección de los consumidores más vulnerables, como las personas con discapacidad o con falta de recursos.

Por su parte el Sr. Siza Vieira puso el foco en la necesidad de impulsar la cooperación internacional para desarrollar una economía mundial abierta pero donde puedan garantizarse, al mismo tiempo, los derechos de los consumidores. Algo cada vez más necesario, ya que el 71% de las personas consumidoras europeas compraron en Internet a lo largo de 2020 y aunque la mayoría de estas compras se realizaron en tiendas de la Unión, muchos de los productos comprados procedían de terceros países sin que los consumidores fueran conscientes de ello. De ahí que –según el ministro portugués- Europa debe seguir avanzando en la creación de nuevos vínculos y acuerdos internacionales que permitan fortalecer los derechos de los consumidores, y contribuyan a que la toma de decisión de compra se realice de una forma más transparente e informada.

Tras la inauguración, se dio paso a un panel de expertos internacionales donde intervinieron Albert Muchanga, Comisario de la Unión Africana; Isabelle Durant, Secretaria General en Funciones de UNCTAD/UN; Maria Manuel Leitao Marques, Vicepresidenta de IMCO (Parlamento Europeo); Monique Goyens, Directora General de BEUC, y Luca Cassetty, Secretario General de Ecommerce Europa. Todos ellos destacaron que la globalización actual de los mercados necesita de nuevas normas que ofrezcan también una protección globalizada al consumidor. Para ello, es clave el incremento de la colaboración internacional como, por ejemplo, la que se quiere crear entre Europa y los 55 Estados miembros de África, o la que ya se viene haciendo con China desde 2006 o a través de la agenda transatlántica con Estados Unidos. “Actualmente, los mercados son globales, pero la tutela no”, apuntó la Directora General de BEUC, que se mostró preocupada por las empresas ubicadas fuera de la Unión Europea que venden a consumidores europeos y no cumplen con la normativa comunitaria. Según la Sra. Goyens, en un mercado global, los derechos deben ser abordados mediante acuerdos en la esfera internacional, y no solo en el ámbito local. Del mismo modo, el abordaje de los derechos debe ser multisectorial y transversal, para lo cual es importante involucrar también a todos los agentes sociales, incluidas las organizaciones de los consumidores, los académicos o las ONG´s.

La protección al consumidor, por lo tanto, requiere de alianzas conjuntas a escala global, con una visión común internacional y sustentadas en estrategias sostenibles. En un mundo global, son necesarios estándares globales, señalaron algunos participantes. De este modo, la cooperación internacional entre continentes se dibujó como la clave no solo para proteger los derechos de los consumidores, también para garantizar la seguridad de los productos y, por lo tanto, la salud de la población. Por este motivo, dotar a las instituciones de herramientas digitales adecuadas y de la formación necesaria fueron algunas de las medidas apuntadas en las que habrá que seguir trabajando para garantizar unos mercados con productos seguros.

Asimismo, la cumbre acogió cuatro Talleres de Trabajo que se organizaron simultáneamente y donde se debatió sobre las que deberían ser las prioridades de la Nueva Agenda del Consumidor: cómo resolver los impactos más urgentes que está provocando la Covid-19 en el consumo; cómo favorecer la necesaria transición hacia una economía circular y un consumo sostenible; cómo abordar la protección de los consumidores en la era digital; y cómo reforzar la legislación en materia de Consumo y seguridad de productos al tiempo que se desarrollan las capacidades y las herramientas para que los agentes implicados puedan proteger mejor al consumidor.

Estos Talleres de Trabajo permitieron no solo revisar los principales retos de la Nueva Agenda del Consumidor, sino identificar también las principales acciones en las que Europa debería trabajar en el próximo año. Una vez finalizados los grupos de trabajo, se presentaron las conclusiones con el objetivo de contribuir a modelar la hoja de ruta de la política de consumo de la Comisión Europea hasta marzo de 2022.

Recuperación del Consumo tras la Covid-19.

Entre las principales conclusiones de este grupo de trabajo se destacó la necesidad de que los Estados miembros adopten las medidas necesarias para asegurar que las personas consumidoras reciban los reembolsos correspondientes por los viajes cancelados por la Covid-19. Durante la pandemia se ha detectado una proliferación de estafas, prácticas comerciales desleales y numerosos fraudes en las compras online. Para hacer frente a esta problemática, se apuntó la urgencia de regular de una forma clara las responsabilidades que deberían asumir las plataformas en línea, ayudando a los consumidores y usuarios a detectar y protegerse frente a posibles estafas, al tiempo que permita a estas plataformas reaccionar frente a las prácticas fraudulentas llevadas a cabo por aquellas empresas que venden sus productos en los Marketplaces. En cuanto a la vulnerabilidad financiera, se puso de manifiesto la conveniencia de ofrecer un mayor apoyo a los consumidores con menores ingresos económicos cuya vulnerabilidad se ha visto agravada por la pandemia.

Transición hacia un consumo sostenible.

Los profesionales que debatieron sobre cómo debería ser la necesaria transición hacia un consumo sostenible y una economía circular señalaron que, para que este cambio sea una realidad, la Comisión Europea, los Estados miembros y el resto de agentes implicados deberían trabajar de forma conjunta para definir acuerdos comunes estandarizados sobre el ciclo de vida de los productos. Asimismo, es necesario seguir aportando orientaciones sobre la aplicación y el cumplimiento de la legislación que regula el consumo sostenible. Igualmente, es fundamental promover campañas formativas que permitan concienciar a los consumidores —especialmente a la población más joven y a los más mayores— sobre la necesidad de cambiar los actuales hábitos de consumo por otros modelos más sostenibles.

Protección del consumidor en la era digital.

Para mejorar la protección de las personas consumidoras en un contexto en el que la digitalización está dando paso a un comercio online con más peso, los expertos concluyeron que, primero, habría que dotar a las autoridades competentes de las herramientas digitales adecuadas que permitan detectar las nuevas infracciones propias de la nueva era digital. En segundo lugar, debería realizarse un abordaje de esta materia de una forma transversal, a través de encuentros periódicos -entre las instituciones, empresas y el resto de agentes interesados- que permitan poner en común y consensuar, entre todos, los desafíos que plantea la era digital para proteger al consumidor. Finalmente, se analizó la problemática de la publicación de opiniones engañosas para valorar productos y servicios vendidos en las tiendas online. Como solución, se planteó una mayor Cooperación en materia de Protección del Consumidor (CPC) para acabar con las reseñas falsas.

Herramientas para mejorar la aplicación normativa.

En cuanto a la aplicación de la legislación europea en materia de consumo y de seguridad de los productos, los participantes concluyeron que es necesario seguir avanzando en la implementación de las acciones de representación colectiva, aumentar la colaboración de los distintos stakeholders involucrados en la aplicación de la normativa, elaborar un “Memorando de Entendimiento” que mejore la cooperación de todos los operadores del mercado, e impulsar -de forma conjunta- las comunicaciones sobre seguridad de productos con la participación y compromiso de todos los Estados miembros.

Clausuraron la Cumbre Ana Catarina Fonseca, Directora General de Consumo de Portugal; y Nils Behrndt, Director General Adjunto de Justicia y Consumo de la Comisión Europea, afirmando que la Nueva Agenda del Consumidor no pertenece solo a la Comisión Europea, es también de los consumidores y las empresas, y que para poder hacerla realidad, es esencial también su participación.