

CONSEJO DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (CCU)

1



ACTIVIDAD DEL CONSEJO DE CONSUMIDORES Y USUARIOS EN 2024





Contenido de la Memoria

Presentación.....	4
¿Qué es el Consejo de Consumidores y Usuarios?	8
¿Quiénes forman parte del VII Consejo de Consumidores y Usuarios?.....	10
El Consejo de Consumidores y Usuarios. Actividades realizadas en datos.....	14
Artículos de opinión de los vocales del Consejo de Consumidores y Usuarios	32

Presentación



4

Por Orden DCA/591/2024, DE 7 de junio, fui nombrada presidenta del Consejo de Consumidores y Usuarios, cargo que hasta ese momento venía siendo desempeñado, de forma tan brillante desde 2019, por Carlos Ballugera Gómez, Registrador de la Propiedad y activista de la defensa de los derechos de las personas consumidoras, al que quiero reconocer su trabajo en este periodo que abarca unos meses de la actividad que aquí se recoge.

Jurista de formación, hace años que dedico gran parte de mi vida profesional a las nuevas tecnologías, y en especial, a los derechos de las personas consumidoras en el entorno digital, siendo mi mayor preocupación que este entorno en el que vivimos, y que es absolutamente imprescindible, no vulnere sistemáticamente los derechos de los niños adolescentes y para ello debemos contar con la debida regulación, completada por una necesaria formación.

Hay que exigir, igualmente, la transparencia de los algoritmos utilizados por empresas y plataformas y concienciar a los ciudadanos que la cesión de datos personales es una manera de pagar los servicios que nos prestan algunas empresas, aparentemente de forma gratuita.

La renovación de los vocales del Consejo había sido llevada a cabo el año anterior, mediante la convocatoria del proceso

selectivo recogido en la Orden CSM/443/2023, de 25 de abril (BOE del 12 de mayo), que, tras la propuesta de resolución provisional de la Comisión de Valoración, concluyó con el nombramiento de los vocales, efectuado por Orden CSM/802/2023, de 11 de julio (BOE del 18 de julio) correspondientes a las asociaciones seleccionadas

Esta es la primera Memoria del Consejo de Consumidores y Usuarios desde mi nombramiento que, como en otros ejercicios, pretende hacer un resumen de las principales actividades realizadas en 2024 y cumplir con el compromiso de transparencia del Consejo con la sociedad y especialmente, con las personas consumidoras y sus asociaciones.

La Constitución Española dio rango constitucional a los intereses de las personas consumidoras y a sus organizaciones y, años después, la Ley General de Defensa de los Consumidores de 1984 estableció los derechos de unas y otras, que hay que recordar tiene su origen en el envenenamiento masivo por consumo de aceite adulterado y en el contagio de un virus a través de transfusiones sanguíneas. Hoy, más de cuarenta años después de su aprobación, las diversas normas que han sido a través de los años añadidas a aquella primera ley se integran en un texto refundido, aprobado por Real Decreto 1/2007, de 16 de noviembre, objeto de posteriores modificaciones efectuadas a golpe de nuevas directivas comunitarias o de la necesidad de adecuarse a las nuevas circunstancias de la realidad social. Sin embargo y a pesar de una extensa ley, el Derecho de consumo se sigue caracterizando por su dispersión normativa que, en ocasiones se superponen en su ámbito de aplicación, lo que no favorece su conocimiento ni tampoco su aplicación por los órganos jurisdiccionales nacionales.

El desequilibrio que caracteriza las relaciones de consumo, que se hace más evidente en las condiciones generales de contratación o contratos de adhesión, la aparición de las nuevas tecnologías y de nuevas formas de contratación y otras nuevas realidades como las grandes plataformas on line, colocan con frecuencia a las personas consumidoras en una situación de subordinación, indefensión o desprotección que les impide el ejercicio de sus derechos reconocidos como tales en condiciones de igualdad, aflorando su vulnerabilidad, reconocida hoy en el artículo 3.2 de la LGDCU, a efectos de la propia ley y sin perjuicio de la normativa sectorial que resulte de aplicación en cada caso. Sin embargo, la protección jurídica de las personas consumidoras siempre va a necesitar de una adecuación legislativa constante y tenemos que resignarnos a

que, en esta materia, tanto o más que en otras, la ley siempre vaya en el tiempo por detrás de la realidad.

El Consumidores y Usuarios como órgano nacional de consulta y representación institucional de los consumidores a través de las asociaciones más representativas de ámbito supraautonómico que lo integran ha de seguir asumiendo con profesionalidad y dedicación la defensa de los derechos e intereses legítimos de las personas consumidoras, asumiendo, como dice el texto refundido, su información, formación y educación. Y, además de su asesoramiento y dentro de la representación legal que la ley le atribuye, es fundamental que aporte sus propuestas en los tramites de audiencia otorgados en los procedimientos de elaboración de las normas de consumo. Igualmente, las asociaciones deben seguir asumiendo su personación en los tribunales en la defensa de los intereses particulares de sus asociados que guarden relación directa con bienes o servicios de uso o consumo común, ordinario y generalizado o en la defensa de sus intereses colectivos.

El año 2024 ha sido un año de expectativas legislativas frustradas para el movimiento consumista. No ha sido posible la aprobación de la Ley de servicios de atención a la clientela, ni tampoco la Ley de Autoridad Administrativa Independiente del Cliente Financiero que permitirá disponer de una entidad de resolución alternativa de conflictos, adecuada a lo previsto en la Ley 7/2017 de 2 de noviembre que incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 2013/11/UE, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo. Otro avance, no conseguido ha sido la aprobación de la Ley de acciones colectivas para la protección de los derechos e intereses de los consumidores y usuarios que va a transponer la Directiva (UE) 2020/1828 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre de 2020 que tiene por objeto la mejora de la regulación actual en materia de tutela judicial colectiva de los derechos de los consumidores y usuarios.

Si se ha cumplido con el compromiso del ministro de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030 de actualizar la regulación del Sistema Arbitral de Consumo, que manifestó en la comparecencia ante el Pleno del Consejo del 29 de noviembre de 2023 y que se hizo realidad con la aprobación del Real decreto 713/2024, de 23 de julio que aprobó el nuevo Reglamento.

Como logro, aunque culminara en 2025, debemos destacar los trabajos para alcanzar el consenso sobre el Manifiesto de los derechos de las personas consumidoras en el entorno digital que fue presentado el día 14 de marzo, en el que se conmemoró este año, el Día Internacional de las Personas Consumidoras. La presentación tuvo lugar en el Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030 con la asistencia del ministro, D. Pablo Bustinduy, el secretario general de Consumo y Juego, D. Andrés Barragán y el director general de Consumo, D. Daniel Arribas.

Igualmente se han iniciado contactos con diversas entidades públicas, con funciones en materia de protección de los consumidores, para la suscripción de acuerdos de colaboración.



En cuanto a la organización y dotación del Consejo, seguimos lamentando la escasez de recursos materiales y personales para llevar a cabo sus funciones. En nada ayuda la no actualización de las subvenciones a las asociaciones de consumo miembros del Consejo que no ha podido realizarse por la ausencia de presupuestos generales del Estado para el ejercicio 2024. Pero a pesar de las limitaciones existentes, las asociaciones de consumidores más representativas, a través de sus vocales y bajo mi presidencia deben continuar firmes en la consecución de sus fines, que no es otro que la protección de los derechos de las personas consumidoras, grupo mayoritario de la economía, que afectan y son afectados por la práctica totalidad de las decisiones económicas públicas y privados.

Ana Caballero Valero
Presidenta del Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU)

¿Qué es el Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU)?



El CCU es el órgano de representación y de consulta de la Administración General del Estado en materia de protección de los Consumidores y Usuarios, que será oído en consulta, en el procedimiento de elaboración de disposiciones de carácter general de ámbito estatal relativas a materias que afecten directamente a las personas consumidoras y usuarias.

El CCU está regulado en el Capítulo IV del Título II del Real del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba y en el Real Decreto 894/2005, de 22 de julio, por el que se regula el Consejo de Consumidores y Usuarios.

De acuerdo con el artículo 38 del Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (TRLGDCU), **es preceptivo su informe** en el procedimiento de elaboración de disposiciones de carácter general de ámbito estatal, relativas a materias que afecten directamente a los consumidores y usuarios, así:

- Reglamentos de desarrollo y aplicación del propio texto refundido.
- Reglamentaciones sobre productos o servicios de uso y consumo
- Ordenación del mercado interior y disciplina del mercado
- Fijación de precios y tarifas de servicios, cuando afecten directamente a los consumidores o usuarios, y se encuentren legalmente sujetos a control de las Administraciones públicas

- Condiciones generales de los contratos o modelos de contratos regulados o autorizados por los poderes públicos en servicios de interés general o prestados a los consumidores por empresas públicas
- Cuando una ley así lo establezca

Asimismo, y dentro de las atribuciones que tiene encomendadas, el CCU puede elaborar informes por propia iniciativa con el objetivo de mejorar los instrumentos de protección al consumidor, incentivar la trasposición de directivas pendientes, realizar un seguimiento de las políticas de protección a las personas consumidoras y usuarias, responsabilidad del Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030 o promover políticas justas para mitigar las desigualdades sociales.

El CCU puede, además, intervenir en el diálogo con los diferentes sectores empresariales y sus asociaciones si detecta abusos o prácticas desleales en las relaciones de las empresas con los consumidores, con el fin de intentar su cese y se hayan detectado quejas, denuncias o reclamaciones, ya sea porque las propias asociaciones que lo integran hayan sido receptoras o impulsoras de ellas o por que hayan tenido constancia de ellas por cualquier medio: demandas judiciales, laudos arbitrales de consumo etc.

¿Quiénes forman parte del VII Consejo de Consumidores y Usuarios?

El Consejo de Consumidores y Usuarios, lo integran los vocales designados por las asociaciones de consumidores y usuarios de ámbito supraautonómico que, atendiendo a su implantación territorial, número de socios, trayectoria en el ámbito de la protección de los consumidores y usuarios y programas de actividades a desarrollar, sean más representativas.

El VII CCU, fue elegido conforme al procedimiento establecido en la Orden CSM/443/2023, de 25 de abril, por la que se convoca el proceso selectivo para la designación de vocales del Consejo de Consumidores y Usuarios. Sus vocales, propuestos por las asociaciones que acreditaron los requisitos exigidos en la citada convocatoria, fueron nombrados por Orden CSM/802/2023, de 11 de julio, así como por Orden DCA/246/2024, de 6 de marzo.

La renovación de la presidencia tuvo lugar por Orden DCA/591/2024, DE 7 de junio, tras la reunión del pleno extraordinario del Consejo de Consumidores, celebrada el día 13 de mayo, a la que asistieron, además de los vocales, el ministro de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, D. Pablo Bustinduy; la secretaria general de Consumo y Juego, D^a Bibiana Medialdea y el director general de Consumo, D. Daniel Arribas (en la fotografía aparecen junto a la recién elegida presidenta).

La elección de la nueva presidenta, D^a Ana Caballero Valero, fue acordada por los vocales del CCU, a propuesta del ministro. La nueva presidenta es abogada especializada en tecnología y experta en derechos de la infancia y transición digital. Trabaja como delegada de protección de datos en varias sociedades científicas y cuenta con más de veinte años de experiencia profesional formando parte de equipos jurídicos diversos. Ha sido profesora de Derecho Constitucional y de Derecho de la Comunicación en la Universidad Antonio de Nebrija, ocupa la presidencia de la Sección de Infancia y Adolescencia del Ilustre Colegio de la Abogacía de Madrid. Es también, vicepresidenta en la Asociación Europea para la Transición Digital, donde, además, lidera la línea de trabajo de ciudadanía digital y presidenta del Comité de Personas Expertas para la protección del menor en el entorno digital.

Como vicepresidente, fue elegido nuevamente, D. Félix Martín Galicia (vocal representante de HISPACOOOP).



11



- PRESIDENTA DEL CONSEJO DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

 D^a. Ana Caballero Valero

- ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE BANCOS, CAJAS Y SEGUROS (ADICAE)
 -  Titular: D. Manuel Pardos Vicente.
 -  Suplente: D^a. Doña María José Torrero Goni.

- ASOCIACIÓN DE USUARIOS FINANCIEROS (ASUFIN)
 -  Titular. D^a Patricia Suárez Ramírez.
 -  Suplente: D^a Verónica Rodríguez Domínguez.

- ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN (AUC)
 -  Titular: D. Bernardo Hernández Bataller.
 -  Suplente: D. Alejandro Perales Albert.

- FEDERACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (CECU)
 -  Titular: D^a M^a Emilia Gómez Huerta
 -  Suplente: D. Miguel Crespo Morán

- ASOCIACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS EN ACCIÓN (FACUA)
 -  Titular: D^a Mariam Díaz Palacios.
 -  Suplente: D^a Gabriela Camayd González.

- FEDERACIÓN DE USUARIOS - CONSUMIDORES INDEPENDIENTES (FUCI)
 -  Titular: D. Gustavo Samayoa Estrada.
 -  Suplente: D. Pedro Romero Rodríguez.

- CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (HISPACOOOP)

Titular: D. Félix Martín Galicia y vicepresidente del CCU

Suplente: D^a Carmen Redondo Borge.

- ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (OCU)

Titular: D^a Ileana Izverniceanu de la Iglesia.

Suplente: D. Enrique García López.

- FEDERACIÓN UNIÓN NACIONAL DE CONSUMIDORES Y AMAS DE HOGAR DE ESPAÑA (UNAE)

Titular: D. José Ramón Lozano Petit.

Suplente: D. Manuel Martín Arias.

El Consejo de Consumidores y Usuarios. Actividades realizadas

Trámites de audiencia en proyectos de normas o resoluciones y alegaciones a consultas públicas

En el marco de sus funciones consultivas fueron sometidos a análisis o informe del Consejo noventa y siete textos normativos, siendo aprobados posteriormente en los correspondientes plenos. Además, las asociaciones integrantes respondieron, de forma individual, a varias consultas públicas

Los proyectos de textos sometidos a consulta fueron noventa y siete:

14

AUDIENCIAS, CONSULTAS E INFORMES SOLICITADOS AL SEPTIMO CONSEJO DE CONSUMIDORES Y USUARIOS DURANTE EL AÑO 2024	
ENTIDAD U ORGANISMO	MATERIA
Consejo Consultivo de la Electricidad	Resolución por la que se aprueban nuevos formatos de los ficheros de intercambio de información entre distribuidores y comercializadores del sector eléctrico y se revisan otros formatos
Consejo Superior de Tráfico, Seguridad Vial y Movilidad Sostenible	Resolución de la directora de Tráfico del Gobierno Vasco, por la que se establecen medidas especiales de regulación del tráfico durante el año 2024 en la Comunidad Autónoma del País Vasco
Consejo Consultivo de la Electricidad	Circular por la que se establece la metodología y condiciones del acceso y de la conexión a las redes de transporte y distribución de las instalaciones de demanda de energía eléctrica
SGT Mº Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	Real Decreto por el que se regulan los requisitos a efectos de ser considerado usuario de especial relevancia según lo dispuesto en el artículo 94 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, general de Comunicación Audiovisual
SGT Mº Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	Ley por la que se crea la Autoridad Administrativa Independiente de Defensa del Cliente Financiero para la resolución extrajudicial de conflictos entre las entidades financieras y sus clientes
Consejo Consultivo de la Electricidad	Circular por la que se modifica la Circular 3/2020, de 15 de enero, de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, por la que se establece la metodología para el cálculo de los peajes de transporte y distribución de electricidad

Consejo Superior de Tráfico, Seguridad Vial y Movilidad Sostenible	Real Decreto por el que se modifican el Reglamento General de Circulación, aprobado por Real Decreto 1428/2003, de 21 de noviembre y el Reglamento General de Vehículos, aprobado por Real Decreto 2822/1998, de 23 de diciembre, en materia de conducción automatizada
Mº Derechos Sociales, consumo y Agenda 2030 SGT	Real Decreto por el que se regula la publicidad de los productos sanitarios
Consejo Consultivo de la Electricidad	Resolución por la que se modifican las condiciones relativas al balance y los procedimientos de operación para la participación del sistema eléctrico peninsular español en las plataformas europeas de balance MARI y PICASSO
Consejo Consultivo de Hidrocarburos	Resolución sobre la adenda de valoración de las mermas en el sistema de transporte de gas natural correspondiente al periodo de enero a septiembre de 2021 y su afección a la retribución de los titulares de la red de transporte de gas
Consejo Superior de Tráfico, Seguridad Vial y Movilidad Sostenible	Orden por la que se actualizan los anexos I y II del Real Decreto 2028/1986, de 6 de junio, sobre las normas para la aplicación de determinadas directivas de la CEE, relativas a la homologación de tipo de vehículos automóviles, remolques, semirremolques, motocicletas, ciclomotores y vehículos agrícolas, así como de partes y piezas de dichos vehículos
Consejo Asesor de Medio Ambiente	Ley por la que se modifica la Ley 1/2005, de 9 de marzo, por la que se regula el régimen del comercio de derechos de emisión de gases de efecto invernadero
Consejo Consultivo de la Electricidad	Resolución por la que se establece la retribución de las empresas titulares de instalaciones de distribución de energía eléctrica para el año 2020
Consejo Consultivo de la Electricidad	Real Decreto por el que se regula la producción de energía eléctrica en instalaciones ubicadas en el mar
Dirección General de Gobernanza Pública	Documento Marco del V Plan de Gobierno Abierto
Consejo Consultivo de la Electricidad	Resolución por la que se establecen las especificaciones de detalle para la determinación de la capacidad de acceso de generación a la red de transporte y a las redes de distribución
Secretaría General Técnica del Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	Real Decreto por el que se modifica el Real decreto 1614/2011, de 14 de noviembre, por el que se desarrolla la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego, en lo relativo a licencias, autorizaciones y registros del juego, para la introducción de un sistema de límites de depósito conjuntos por jugador
Dirección General de Conducta Financiera y Billetes del BdE	Proyecto de Circular del Banco de España sobre requisitos y obligaciones en materia de conducta, transparencia informativa y trato adecuado a la clientela
Secretaría General Técnica del Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	Orden por la que se modifican los anexos I, II, III y VI del Real Decreto 1030/2006, de 15 de septiembre, por el que se establece la cartera de servicios comunes del Sistema Nacional de Salud y el procedimiento para su actualización
Consejo Consultivo de Hidrocarburos	Circular por la que se modifica la Circular 6/2020, de 22 de julio, por la que se establece la metodología para el cálculo de los peajes de transporte, redes locales y regasificación de gas natural

Consejo Consultivo de la Electricidad	Resolución por la que se aprueban las reglas de funcionamiento de los mercados diario e intradiario de electricidad para su adaptación a las subastas europeas intradiarias
Consejo Consultivo de Hidrocarburos	Resolución de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia sobre la retribución aplicable a la actividad de distribución de gas natural debido a las especificidades de los territorios insulares donde opera GASIFICADORA REGIONAL CANARIA S.A.”,
Dirección General del Tesoro	Modificación Orden ECO/805/2003, de 27 de marzo, sobre normas de valoración de bienes inmuebles y de determinados derechos para ciertas finalidades financieras, en relación con el crédito promotor
Secretaría General Técnica del Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	Real Decreto relativo a los controles y otras actividades oficiales realizados sobre la cadena agroalimentaria y operadoras relacionadas
Consejo Superior de Tráfico, Seguridad Vial y Movilidad Sostenible	Orden INT por la que se regula la formación para el acceso progresivo al permiso de conducción de la clase A
Consejo Consultivo de la Electricidad	Resolución por la que se modifican los procedimientos de operación 3.1, 3.2 y 14.4 para su adaptación a las subastas intradiarias europeas
Consejo Consultivo de Hidrocarburos	Resolución de la Comisión Nacional de los Mercados y la competencia, por la que se establecen los peajes de acceso a las redes de transporte, redes y regasificación para el año de gas 2025
Consejo Consultivo de Hidrocarburos	Resolución por la que se establece la retribución para el año de gas 2025
Consejo Consultivo de Hidrocarburos	Orden por la que se desarrolla el mecanismo de fomento de biocarburantes y otros combustibles renovables con fines de transporte
Consejo superior de Tráfico, Seguridad Vial y Movilidad Sostenible	Orden por la que se establece un certificado de conductor para la realización de la actividad de transporte por conductores de terceros países
Consejo Consultivo de Hidrocarburos	Resolución para la retribución de productos y servicios conexos prestados por las empresas transportistas, Regasificadoras y distribuidoras de gas natural en 2021
Consejo Asesor de Medio Ambiente	Real Decreto por el que se aprueba el reglamento de reutilización del agua
Consejo Consultivo de la Electricidad	Resolución por la que se establece el ajuste a realizar en la retribución de las empresas de transporte y distribución de energía eléctrica de los ejercicios 2020, 2021, 2022, 2023 y 2024, por el empleo de la fibra óptica en la realización de actividades distintas
Dirección General del Tesoro	Anteproyecto de Ley de administradores y compradores de créditos y por la que se modifican la Ley 16/2011, de 24 de junio, de contratos de crédito al consumo, y la Ley 5/2019, de 15 de marzo, reguladora de los contratos de crédito inmobiliario
SGT Mº Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	Orden por la que se regula la composición y funcionamiento de Consejo estatal de Protección Animal y del Comité Científico y Técnico para la Protección y Derechos de los Animales

Consejo Superior de Tráfico, Seguridad Vial y Movilidad Sostenible	Orden por la que se modifican los anexo II, iX y X del Reglamento General de Vehículos, aprobado por el Real Decreto 2822/1998, de 23 de diciembre
Consejo Consultivo de Hidrocarburos	Resolución por la que se calcula el saldo de la cuenta regulatoria del gestor técnico del sistema gasista al cierre 2023
Consejo Asesor de Medio Ambiente	Real Decreto por el que se modifica el Real Decreto 1049/2022, de 27 de diciembre, por el que se establecen las normas para la aplicación de la condicionalidad reforzada y de la condicionalidad social que deben cumplir las personas beneficiarias de las ayudas en el marco de la Política Agrícola Común que reciban pagos directos, determinados pagos anuales de desarrollo rural y del Programa de Opciones Específicas por la Lejanía y la Insularidad (POSEI)",
Consejo Asesor de Medio Ambiente	Real Decreto por el que se modifica el Real Decreto 1051/2022, de 27 de diciembre, por el que se establecen las normas para la nutrición sostenible en los suelos agrarios
SGT – Mº Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	Real Decreto por el que se aprueban los Estatutos del Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos de España
SGT – Mº Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	Real Decreto por el que se aprueba la norma de calidad de los aceites vegetales comestibles, enviado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
Consejo Consultivo de Hidrocarburos	Circular por la que se modifica la Circular 8/2019, de 12 de diciembre, de la CNMC, por la que se establece la metodología y condiciones de acceso y asignación de capacidad en el sistema de gas natural"
Consejo Superior de Tráfico, Seguridad Vial y Movilidad Sostenible	Real Decreto en Materia de Protección a Usuarios Vulnerables de la Vía, por el que se modifica el Reglamento General de Circulación, aprobado por Real Decreto 1428/2003, de 21 de noviembre
Consejo Superior de Tráfico, Seguridad Vial y Movilidad Sostenible	Resolución de la directora de tráfico del Gobierno Vasco, por la que se modifica la Red de Itinerarios de Mercancías Peligrosas recogida en la Resolución de 20 de febrero de medidas especiales de regulación de tráfico durante el año 2024 en la Comunidad Autónoma del País Vasco, por la incorporación de nuevos tramos en territorio guipuzcoano
SGT – Mº Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	Orden por la que se modifica el anexo II del Real Decreto 1277/2003, de 10 de octubre, por el que se establecen las bases generales sobre autorización de centros, servicios y establecimientos sanitarios.
Consejo Consultivo de la Electricidad	Resolución sobre el reconocimiento del carácter singular de las actuaciones de inversión en relación con las baterías en la subestación eléctrica de San Antonio 66 kV de REE situada en la isla de Ibiza (Balears) y su inclusión en el régimen retributivo de inversiones singulares con características técnicas especiales
Consejo Consultivo de la Electricidad	Resolución sobre el reconocimiento del carácter singular de las actuaciones de inversión en relación con las baterías en la subestación eléctrica de Mercadal 132 kV de REE situada en la isla de Menorca (Balears) y su inclusión en el régimen retributivo de inversiones singulares con características técnicas especiales

SGT – Mº Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	Real Decreto por el que se regula el procedimiento de financiación selectiva de los productos sanitarios con cargo a la prestación farmacéutica del Sistema Nacional de Salud para pacientes no hospitalizados y se determinan los márgenes correspondientes a su distribución y dispensación
Mº Agricultura, Pesca y Alimentación	Orden ministerial por la que se establece la composición y funcionamiento del comité de participación en el marco del consejo interministerial de organismos modificados genéticamente
Consejo Consultivo de Hidrocarburos	Resolución por la que se establece el destino de las existencias de gas natural en la cuenta de saldo de mermas del sistema gasista
Consejo Nacional de Transportes Terrestres	Proyecto de Orden Ministerial relativa a las condiciones de circulación de trenes históricos en la Red Ferroviaria de Interés General
Consejo Consultivo de Hidrocarburos	Orden por la que se establecen los cargos del sistema gasista y la retribución y los cánones de los almacenamientos subterráneos básicos para el año de gas 2025
Consejo Consultivo de la Electricidad	Resolución por la que se calcula el saldo de la cuenta regulatoria del operador del sistema eléctrico al cierre de 2023
Consejo Consultivo de la Electricidad	Resolución por la que se modifican los procedimientos de operación eléctricos 14.1 y 14.4 para la adaptación de la liquidación al ISP cuarto-horario
Consejo Consultivo de la Electricidad	Resolución por la que se establecen los patrones de funcionamiento de las instalaciones de almacenamiento para la determinación de la capacidad de acceso a las redes de distribución
Consejo Superior de Tráfico, Seguridad Vial y Movilidad Sostenible	Real Decreto por el que se transpone al ordenamiento jurídico español el artículo 1: Modificaciones de la directiva 1999/62/CE, de la Directiva (UE) 2022/362 del Parlamento Europeo y del Consejo de 24 de febrero de 2022 por la que se modifican las Directivas 1999/62/CE, 1999/37/CE y (UE) 2019/520
Consejo Consultivo de la Electricidad	Real Decreto el que se aprueba el Reglamento General de Suministro y Contratación y se establecen las condiciones para la comercialización, agregación y la protección del consumidor de energía eléctrica
Ministerio de Sanidad	Real Decreto por el que se regula la evaluación de tecnologías sanitarias
SGT – Mº Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	Real Decreto por el que se regula el etiquetado accesible de productos de consumo
SGT – Mº Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	Anteproyecto de Ley de prevención del consumo de alcohol y de sus efectos en las personas menores de edad
Mº de Economía, Comercio y Empresa	Orden Ministerial por la que se modifica la Orden ECO/805/2003, de 27 de marzo, sobre normas de valoración de bienes inmuebles y de determinados derechos para ciertas entidades financieras
SGT – Mº Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	Real Decreto por el que se regula el sistema de información de vacunaciones e inmunizaciones (SIVAIN)

M^o Presidencia, Justicia y relaciones con las Cortes M^o Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	Anteproyecto de Ley Orgánica para la protección de las personas menores de edad en los entornos digitales
SGT – M^o Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	Anteproyecto de Ley de administradores y compradores de créditos y por la que se modifican la Ley 44/2002, de 22 de noviembre, de Medidas de Reforma del Sistema Financiero, la Ley 16/2011, de 24 de junio, de contratos de crédito al consumo, la Ley 5/2019, de 15 de marzo, reguladora de los contratos de crédito inmobiliario y el Real Decreto Legislativo 1/2020, de 5 de mayo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley Concursal
Consejo Consultivo de Hidrocarburos	Resolución por la que se calcula la anualidad correspondiente al año de gas 2025 del derecho de cobro relativo al déficit acumulado del sistema gasista a 31 de diciembre de 2014
SGT – M^o Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	Real Decreto por el que se modifica el Reglamento del seguro obligatorio de responsabilidad civil en la circulación de vehículos a motor, aprobado por el Real Decreto 150/2009, de 12 de septiembre
Consejo Estatal para el patrimonio Natural y la Biodiversidad	Orden Ministerial, por la que se modifican los anexos del Real Decreto 139/2011, de 4 de febrero, para el desarrollo del Listado de Especies Silvestres en Régimen de Protección Especial y del Catálogo Español de Especies Amenazadas; del Real Decreto 630/2013, de 2 de agosto, por el que se regula el Catálogo Español de Especies Exóticas Invasoras; y por la que se declara la situación crítica de <i>Fulica cristata</i> y <i>Galemys pyrenaicus</i> en España.
SGT – M^o Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	Real Decreto por el que se regula el uso y bienestar de los perros de asistencia
Consejo Consultivo de la Electricidad	Resolución por la que se establece la retribución del operador del mercado eléctrico correspondiente al ejercicio 2023 relativa a los costes recuperables en relación con los acoplamientos únicos diario e intradiario
Consejo Consultivo de la Electricidad	Resolución por la que se establece la estimación de la cuantía de los costes recuperables por el operador del mercado relativos a los acoplamientos únicos diario e intradiario en el ejercicio 2025
Consejo Estatal para el Patrimonio Natural y la Biodiversidad	Real Decreto por el que se modifican varios reales decretos para reforzar la gobernanza de la lucha contra la desertificación en España”, remitido por la secretaria del Consejo Estatal para el Patrimonio Natural y la Biodiversidad
Consejo Consultivo de la Electricidad	Resolución por la que se establece la retribución de las empresas titulares de instalaciones de distribución de energía eléctrica para el año 2021
Consejo Consultivo de Hidrocarburos Consejo Consultivo de la Electricidad	Resolución por la que se establece el valor del índice global de ratios de 2025 y la penalización relativa a la prudencia financiera de las empresas que realizan las actividades de transporte y distribución de energía eléctrica y las actividades de transporte, regasificación, almacenamiento subterráneo y distribución de gas natural

Consejo Estatal para el Patrimonio Natural y la Biodiversidad	Informe 2023 sobre el Estado del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad
Consejo Superior de Tráfico, Seguridad Vial y Movilidad Sostenible	Resolución de la Dirección General de Tráfico, por la que se define el protocolo y el formato para el envío de datos al Punto de Acceso Nacional sobre la realización de obras en la vía, mediante el uso de conos conectados
Consejo Asesor de Medio Ambiente	Real decreto por el que se modifica el Real Decreto 1054/2022, de 27 de diciembre, por el que se establece y regula el Sistema de información de explotaciones agrícolas y ganaderas y de la producción agraria, así como el Registro autonómico de explotaciones agrícolas y el Cuaderno digital de explotación agrícola, y normas conexas.
Consejo Superior de Tráfico, Seguridad Vial y Movilidad Sostenible	Real Decreto por el que se establece el marco para la implantación de los sistemas inteligentes de transporte (SIT) en el sector del transporte por carretera y para las interfaces con otros modos de transporte
Consejo Consultivo de la Electricidad	Resolución por la que se establece la cuantía de retribución del operador del sistema eléctrico para 2025 y los precios a repercutir a los agentes para su financiación
Consejo Consultivo de la Electricidad	Resolución por la que se establece la retribución de las empresas titulares de instalaciones de transporte de energía eléctrica para el año 2022
Consejo Consultivo de la Electricidad	Resolución por la que se establecen los valores de los peajes de acceso a las redes de transporte y distribución de electricidad de aplicación a partir del 1 de enero de 2025
Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 20230	Real Decreto por el que se aprueba el reglamento sobre las condiciones básicas de accesibilidad cognitiva
Consejo Consultivo de la Electricidad	Resolución por la que se modifican los procedimientos de operación 3.1, 3.6, 7.4, 9.1 y 14.4 para el desarrollo de un servicio de control de tensión en el sistema eléctrico peninsular español
Consejo Consultivo de Hidrocarburos	Resolución por la que se aprueba la valoración de los saldos de mermas anuales del año de gas octubre 2022 - septiembre 2023
Consejo Consultivo de Hidrocarburos	Resolución por la que se aprueba la valoración de los saldos de mermas anuales del año de gas octubre 2021 - septiembre
Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia	Nota sucinta sobre la operación de concentración económica consistentes en la adquisición por BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA, S.A. (BBVA), del control exclusivo a través de una oferta pública de adquisición (OPA) hostil de BANCO SABADELL, S.A. (SABADELL)
Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 20230	Real Decreto por el que se modifica el Real Decreto 579/2017, de 9 de junio, por el que se regulan determinados aspectos relativos a la fabricación, presentación y comercialización de los productos del tabaco y los productos relacionados
Consejo Estatal para el Patrimonio Natural y la Biodiversidad	Propuesta de la dirección general de biodiversidad, bosques y desertificación, de modificación de las zonas de especial protección para las aves marinas de la red natura 2000 incluidas en la red de áreas marinas protegidas de España.

Consejo Superior de Tráfico, Seguridad Vial y Movilidad Sostenible	Resolución de la Dirección General de Tráfico, por la que se establecen medidas especiales de regulación del tráfico durante el año 2025.
Consejo Superior de Tráfico, Seguridad Vial y Movilidad Sostenible	Resolución de la directora de Tráfico del Gobierno Vasco, por la que se establecen medidas especiales de regulación de tráfico durante el año 2025 en la Comunidad Autónoma del País Vasco
Consejo Estatal para el Patrimonio Natural y la Biodiversidad	• Estrategia para la conservación del urogallo en España. • Estrategia para la conservación del quebrantahuesos en España y Portugal. Estrategia para la conservación de las pardelas en España
Consejo Consultivo de la Electricidad	Orden por la que se establecen los precios de los cargos del sistema eléctrico para el ejercicio 2025 y por la que se aprueba el reparto de las cantidades a financiar relativas al bono social y al coste del suministro de electricidad de los consumidores a que hacen referencia los artículos 52.4.j) y 52.4.k) de la ley 24/2013, de 26 de diciembre, del Sector Eléctrico, correspondiente al año 2025
Consejo Consultivo de la Electricidad	Resolución por la que se establece el ajuste a realizar en la retribución de las empresas de transporte y distribución de energía eléctrica del ejercicio 2025 por el empleo de la fibra óptica en la realización de actividades distintas
Departamento de Interior, Función Pública y Justicia de Navarra	Borrador de resolución del Servicio de Tráfico, del Departamento de Interior, Función Pública y Justicia, por la que se establecen medidas especiales de regulación de tráfico durante el año 2025 en la Comunidad Foral de Navarra
Consejo Estatal para el Patrimonio Natural y la Biodiversidad	Orden por la que se procede a la actualización del programa nacional contra la desertificación en los términos previstos en el artículo 41 de la Ley 43/2003, de 21 de noviembre, de montes, y se aprueba su Plan de Implementación para el período comprendido entre 2025 y 2027
SGT Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	Orden por la que se establecen medidas para combatir las estafas de suplantación de identidad a través de llamadas telefónicas y mensajes de texto fraudulentos y para garantizar la identificación

Comparecencias. Designación de vocales como representantes en otros Organismos. Firmas y renovación de acuerdos. Iniciativas y actividades. Actos organizados por el CCU

COMPARECENCIAS ANTE EL CCU

- Director del Departamento de Conducta de Entidades del Banco de España, D. Fernando Tejada y de la Jefa de la División de Reclamaciones, D^a Nieves Prieto, con el fin de presentar la Memoria de Reclamaciones de 2022. Los comparecientes resaltan la importancia de la educación financiera y exponen el resultado de la actividad en materia de reclamaciones del BDE.
- Representante del Consejo ante el Observatorio de la Cadena Alimentaria. D^a Carmen Cobano Suárez describe su finalidad como la consecución de un correcto equilibrio entre una competencia justa, eficiencia, transparencia, así como un posterior seguimiento y evaluación de resultados.
- Director General de Consumo, D. Daniel Arribas González, en el Pleno de abril para comunicar los nombramientos de las nuevas responsables de la Subdirección General de Regulación y Derechos de las Personas Consumidoras, D^a. Marina Muñoz Ovejero y de la Secretaría del Consejo, D^a Alicia Menéndez González.

Igualmente, informó de los avances en la elaboración del Anteproyecto de Ley de Consumo Sostenible y en la tramitación del proyecto de Ley de Servicios de Atención a la Clientela.

También comunicó trasladó al Consejo la posible introducción de mejoras relativas al Proyecto de Ley por el que se crea la Autoridad Administrativa Independiente de Defensa del Cliente Financiero.

- El director general de Consumo comparece en el Pleno celebrado en el mes de junio para informar del estado de tramitación de la normativa en materia de Consumo. Respecto al Real Decreto por el que se modifica el REACU, ofreció la ayuda de la Dirección General a las asociaciones para acreditar el cumplimiento de los nuevos requisitos.

En cuanto al borrador de Reglamento del Sistema Arbitral se encuentra ya en el Consejo de Estado para la emisión de su informe.

El proyecto de Ley de Servicios de Atención a la Clientela puede sufrir un cierto retraso en su tramitación parlamentaria, motivado por las mayorías existentes en Las Cortes, al igual que la Ley de acciones de representación para la protección de los intereses colectivos de las personas consumidoras.

El director informa de la implicación de la Dirección General en la redacción del Real Decreto de Etiquetado accesible o Braille, de la que destaca su carácter pionero en este tipo de regulación.

En cuanto a la Ley de Consumo Sostenible, se ha iniciado el trámite de consulta pública.

- Comparecencia del director general de Consumo, D. Daniel Arribas González y de la subdirectora general de Regulación y Derechos de las Personas Consumidoras, D^a Marina Muñoz Ovejero.

El director general de Consumo comparece, informando que se ha iniciado la tramitación de la Ley de Presupuestos Generales y que se propondrá un aumento de la cuantía destinada a las subvenciones destinadas a las asociaciones de consumidores. Asimismo, informa el director, que se está elaborando una instrucción que firmará el secretario general de Consumo y Juego y se publicará en el BOE. En la instrucción se recogerán pautas para analizar el contenido de los convenios depositados en el REACU, ello con el fin de asegurar que su suscripción por las asociaciones no menosprecie su independencia e imparcialidad.

D^a Marina Muñoz Ovejero, compareció para informar al Pleno del CCU del estado de la tramitación de las subvenciones de ese ejercicio que se prevé se concedan en octubre.

- Comparece D. Fernando Tejada, director del Departamento de Conducta de Entidades, acompañado de D^a. Nieves Prieto, jefa de División de Reclamaciones y de D^a. Leonor Dormido, experta en Supervisión Bancaria. presentar la Memoria del Servicio de Reclamaciones del Banco de España, correspondiente al ejercicio de 2023 y exponer las líneas de trabajo del Departamento de Conducta del Banco de España.

Destaca como líneas prioritarias a seguir digitalización, la información a la clientela, entorno en el que existe preocupación por las comunicaciones efectuadas a través de los nuevos medios. Igualmente habrá que afrontar el riesgo al que se exponen colectivos con dificultades diversas y vigilar las prácticas competitivas.

Otras cuestiones prioritarias será el seguimiento de la actividad de los “neobancos”, establecer un código de conducta, aplicable al Índice de Referencia de Préstamos Hipotecarios (IRPH), reforzar los controles internos de entidades, prevención de fraudes en los diferentes medios de pago

DESIGNACIÓN DE VOCALES DEL CCU COMO REPRESENTANTES EN OTROS ORGANISMOS:

- Comité Consultivo de la Comisión Nacional Del Mercado De Valores:
 - Titular: Enrique García López (OCU)
 - Suplente: Manuel Pardos Vicente (ADICAE)
- Comisión De Seguimiento del Convenio CCU-ONCE-CERMI:
 - Titular: Verónica Rodríguez Domínguez

- Comisión de Control de Buenas Prácticas para la Reestructuración Viable de las Deudas con Garantía Hipotecaria sobre la Vivienda Habitual:
 - Titular: Patricia Suárez Ramírez (ASUFIN):
- Consejo Nacional de Transportes Terrestres:
 - Titular: Verónica Rodríguez Domínguez (ASUFIN)
- Observatorio Estatal de Violencia sobre La Mujer:
 - Titular: Patricia Suárez Ramírez (ASUFIN)
- Consejo Superior de Estadística:
 - Titular: Javier Blancas (ADICAE)
 - Suplente: Verónica Rodríguez Domínguez (ASUFIN)
- Consejo Nacional del Clima:
 - Suplente: Verónica Rodríguez Domínguez (ASUFIN)
- Comisión Técnica para La Seguridad de Productos:
 - Titular: Gabriela Camayd González (FACUA)
- Comité de Seguimiento en la Calidad en la Prestación de los Servicios de Telecomunicaciones:
 - Titular: Gabriela Camayd González (FACUA)
- Consejo Asesor de Telecomunicación y para la Sociedad de la Información (Catsi):
 - Titular: Gabriela Camayd González (FACUA)
- Observatorio de la Cadena Alimentaria. Grupo De Trabajo De Creación De Valor en la Cadena Alimentaria:
 - Juan Ramón Mota Ruiz (ADICAE)
- Agencia de Información y Control Alimentario - Consejo Asesor:
 - Titular: Juan Ramón Mota Ruiz (ADICAE)
- Comisión de Seguimiento del Código de Publicidad en Juguetes:

- Titular: Manuel Funes Díaz (ADICAE)
- Consejo General de Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias como órgano colegiado adscrito al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación:
 - Titular: Gustavo Samayoa Estrada (FUCI)
- Pleno del Comité Consultivo del Comisionado para el Mercado de Tabaco:
 - Titular: Félix Martín Galicia. (HISPACOOOP)
- Consejo General de Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias:
 - Titular: Carmen Cobano Suárez (HISPACOOOP)
- Comité de Personas Expertas para el Desarrollo de un Entorno Digital Seguro para la Juventud e Infancia
 - Titular: Alejandro Perales Albert (AUC)
- Consejo General de Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias:
 - Titular: Carmen Cobano Suárez (HISPACOOOP).
- Órgano De Coordinación del Sistema de Conocimiento e Innovación en Agricultura:
 - Titular: Gustavo Samayoa Estrada (FUCI)
 - Suplente: David Sánchez Carpio (CECU)
- Consejo Nacional del Clima:
 - Titulares: Gustavo Samayoa Estrada (FUCI) y M^a Carmen Cobano Suárez (HISPACOOOP).
 - Suplentes: D. David Sánchez Carpio (CECU) y D^a. Patricia Suárez Ramírez (ASUFIN)
- Consejo Estatal para el Patrimonio Natural y la Biodiversidad:
 - Titular: Susana Galera Rodrigo (AUC)
 - Suplente: Rocío Algeciras Cabello (FACUA)
- Grupo de Trabajo de Envases y Residuos de Envases:

- Titulares: Carmen Redondo Borge (HISPACOO) y David Sánchez Carpio (CECU)
- Consejo Consultivo de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria (AESAN):
 - Titulares: Gustavo Samayoa Estrada (FUCI), Ana Sánchez Méndez (OCU) y Mike Larrea Azpeitia (HISPACOO).
 - Suplentes: Gabriela Camayd González (FACUA), Eduardo Montero Mansilla (CECU) y Alejandro Perales Albert (AUC).
- Comisión Mixta del Código de Conducta de Comunicaciones Comerciales y Actividades de Juego:
 - Titulares: Alejandro Perales Albert (AUC), Miguel Crespo Morán (CECU) y Gustavo Samayoa Estrada (FUCI).
- Foro de Desinformación de Seguridad Nacional:
 - Titular: Alejandro Perales Albert (AUC)

FIRMA Y RENOVACIÓN DE ACUERDOS

- Firma Del Acuerdo Marco Entre La Corporación Radio Televisión Española, Sociedad Anónima (RTVE)
- Firma del acuerdo de colaboración CCU-CERMI-ONCE



INICIATIVAS Y ACTIVIDADES

- Solicitud a la Secretaría del CCU para que contacte con la Oficina del Defensor del Pueblo, con el propósito de organizar un acto conmemorativo del Día Mundial de los Derechos de las Personas Consumidoras, puesto que ambas entidades comparten preocupaciones relativas a la protección de las personas consumidoras vulnerables, tales como las quejas relacionadas con los servicios esenciales o el malfuncionamiento de los servicios que ofrece la Administración Pública.
- Solicitud de participación del CCU en el diseño y pueda intervenir en una mesa de redonda en cualquier acto sobre Consumo Sostenible, organizado por el Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030.
- Participación en la celebración, el 15 de marzo, del día mundial de los derechos de las personas consumidoras en el acto organizado por Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030 para el día 15 de marzo. En el acto se distribuyó la memoria de actividad del Consejo 20235, se procedió a la lectura de un Manifiesto y se emitió una nota de prensa.
- Participación en la presentación del cupón de la ONCE, conmemorativo de la celebración del Día Mundial de los Derechos de las Personas Consumidoras.



- Con motivo de la celebración el 15 de marzo del Día Mundial de los Derechos de la Personas Consumidoras, el CCU lanzó

un comunicado exigiendo que se respeten los derechos de los consumidores, en el que alertaba sobre los abusos y las situaciones de injusticia, por parte de las empresas que menoscaban estos derechos y reclamaba una intervención más eficaz de los poderes públicos para la protección adecuada de la ciudadanía.

- Aprobación del nuevo Reglamento de organización interna del Consejo de Consumidores y Usuarios

ACTOS ORGANIZADOS POR EL CCU

- Celebración, en fecha 23/02/2024, de jornada en el Congreso de los Diputados sobre el Proyecto de Ley de Servicios de Atención a la Clientela.

Participaron los portavoces del Grupo Parlamentario Popular en el Congreso, Grupo Parlamentario Socialista, Grupo Parlamentario Vox y Grupo Parlamentario Plurinacional SUMAR, con asistencia de 150 personas.

El objetivo era dar a conocer la petición que las organizaciones integrantes del CCU y de otras han venido efectuando desde hace más de una década de regular los servicios de atención a la clientela. Se trata de una reivindicación histórica para la defensa de las personas consumidoras y usuarias y persigue conseguir que los servicios de atención al cliente sean gratuitos, accesibles no discriminatorios, inclusivos, eficaces y que no sean utilizados para promocionar otros servicios. Además, deberán ser evaluables a través de auditorías

Al acto asistieron representantes del CERMI, la Fundación Once y la Plataforma de Pensionistas y Mayores.

Durante su intervención, el presidente del Consejo de Consumidores y Usuarios, Carlos Ballugera, pidió que la iniciativa legislativa del Gobierno para regular los servicios de atención a la clientela sea ambiciosa en la determinación de los parámetros mínimos de calidad y transparencia exigibles; que no se excluya del ámbito de aplicación a los servicios que no se encuentren establecidos en España; que las empresas no puedan aprovechar dichos servicios de atención para

ofrecer la contratación de nuevos productos, y que la disponibilidad de atender a los clientes sea de 24 horas los 365 días del año en el caso de a los servicios de tracto sucesivo por su condición de básicos.

Las organizaciones participantes solicitaron que el proyecto que apruebe el Gobierno sea ambicioso en aspectos tales como el régimen sancionador , que debe ser lo suficientemente disuasorio como para evitar la reiteración de malas prácticas que perjudican a la parte más débil en la contratación de los servicios o suministros básicos; que se amplie el ámbito de aplicación a otros servicios, como los referidos a la salud y se reconozca el derecho de los consumidores a recibir una indemnización si la empresa no contesta o supera el plazo establecido para dar respuesta a su consulta, incidencia o reclamación. Asimismo, se puso de manifiesto la preocupación por que en la regulación prevista la normativa sectorial de los diferentes sectores de actividad pueda acabar primando sobre la propia normativa de consumo.

Los intervinientes coincidieron en considerar la existencia de margen para su mejora, y solicitaron a los grupos parlamentarios que atiendan sus reivindicaciones durante la tramitación parlamentaria, que pidieron fuera ágil.



NOTAS DE PRENSA

9 de enero de 2024

El Consejo de Consumidores y Usuarios informa sobre las recientes huelgas del personal de tierra de la compañía iberia.

23 de febrero de 2024

El Consejo de Consumidores y Usuarios exige al Gobierno la aprobación inmediata del proyecto de ley de servicios de atención a la clientela, y pide a los grupos parlamentarios su rápida tramitación en las Cortes.

11 de marzo de 2024

El Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU) prorroga su acuerdo con la ONCE y el CERMI para reforzar la defensa y protección de las personas con discapacidad. El cupón del 13 de marzo conmemorará el Día Mundial de las Personas Consumidoras.

12 de marzo de 2024

El Consejo de Consumidores y Usuarios reclama una intervención más eficaz de los poderes públicos para la protección adecuada de los consumidores.

13 de mayo de 2024

La jurista Ana Caballero, nueva presidenta del Consejo de Consumidores y Usuarios.

Artículos de opinión de los vocales del CCU

- ✚ El ciberfraude, amenaza creciente para el consumidor en la operativa financiera digital. Por Verónica Rodríguez Domínguez. Responsable de Comunicación de ASUFIN y vocal del Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU)
- ✚ El Consumidor Digital. Por Bernardo Hernández Bataller, Secretario General de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) y vocal del Consejo de Consumidores y Usuarios (AUC)
- ✚ Arrendamientos urbanos y cláusulas abusivas. Por Miguel Crespo Morán (CECU) vocal del Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU)
- ✚ El engaño verde: un análisis jurídico del greenwashing en el entorno empresarial y su impacto en los consumidores. Por Gabriela Camayd, miembro del Servicio Jurídico de FACUA y vocal suplente del Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU)
- ✚ Reglamento de Ecodiseño de Productos Sostenibles: un paso decisivo hacia la circularidad. Por Carmen Redondo Borge, miembro de la Confederación Española de Cooperativas de Consumidores (HISPACOOOP) y vocal del Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU)
- ✚ Como el diálogo entre consumidores y empresas puede mejorar la posición de los primeros y posicionarnos mejor en el mercado. Por Ileana Izverniceanu de la Iglesia (OCU) y vocal del Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU)
- ✚ Las personas consumidoras mayores ante la brecha digital. Por José Ramón Lozano Petit. Presidenta de la Federación Unión Cívica Nacional de Consumidores y Amas de Hogar (UNAE) y vocal del Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU)

EL CIBERFRAUDE, AMENAZA CRECIENTE PARA EL CONSUMIDOR EN LA OPERATIVA FINANCIERA DIGITAL

Verónica Rodríguez Domínguez
Responsable de Comunicación de la Asociación de Usuarios Financieros (ASUFIN) y vocal del Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU)

Entre todas las problemáticas que sacuden a los consumidores, hay una, en el ámbito financiero y digital, que destaca por encima de todas, hasta el punto de ocupar la agenda de los medios de comunicación de manera recurrente, nos referimos al ciberfraude vinculado a operativa bancaria y de todo tipo: compras en Internet, interacciones en redes sociales, relaciones con las administraciones y empresas públicas (en especial, Correos o Hacienda), y un largo etcétera.

Se trata de una cuestión transversal que nos afecta a todos, ya que todos, sin excepción, podemos ser víctimas de pagos no autorizados, suplantación de identidad y engaños de todo tipo, tengamos los conocimientos financieros y digitales que tengamos, y en toda circunstancia.

La dimensión de este problema la evidencian los datos que ponen encima de la mesa los organismos oficiales. El último informe sobre cibercriminalidad en España, del Ministerio del Interior, correspondiente a 2023¹, constata el aumento de este tipo de delitos, hasta el punto de que su peso proporcional en la delincuencia general no hecho más que subir, pasando de un 9,9% en 2019, a un 19,2%, en 2023. Ese año, se conocieron más de 472.000 hechos, un 26% más que el anterior, de los que el 90% correspondieron a estafas.

El Banco de España, por su parte, a través de su memoria de reclamaciones también nos recuerda año a año la importancia creciente de las estafas en el ámbito financiero, y que son de las reclamaciones que más preocupan. De los expedientes analizados, según los datos de la última memoria disponible, la

¹ INCIBE: [Informe sobre la cibercriminalidad en España 2023](#)

de 2023², el 29% del total corresponden a tarjetas, es el segundo producto más reclamado, tras las hipotecas. Y de estos expedientes, el Banco de España nos dice que “como en años anteriores, destacan las reclamaciones motivadas por operaciones de pago en un contexto de fraude o engaño al usuario”.

Es más, el dato exacto³ que corresponde a fraude es realmente preocupante: casi un tercio de las operaciones que se reclaman al Banco de España, el 26%, son presuntamente fraudulentas y corresponden a tarjetas y transferencias online. Hablamos de cerca de 8.700 reclamaciones, la principal materia que se reclama en cuanto a servicios de pago, por encima de las comisiones.

Los casos más denunciados, según consta en la memoria de reclamaciones, son las operaciones que son autorizadas de mala fe por terceros, que roban los elementos de seguridad de la operativa bancaria de pagos, como contraseñas de acceso a los entornos online, el pin, el código OTP (el código dinámico que sirve de segunda autenticación). Para entendernos: hablamos de las estafas por phishing, vishing y similares que implican que un ciberdelincuente robe nuestras claves.

En este apartado también tenemos otro tipo de estafas, como las operaciones de pago ordenadas por el titular siguiendo las indicaciones facilitadas por el delincuente, y contenidas en un correo electrónico, SMS o mensaje de mensajería instantánea. Aquí tenemos el ejemplo de la estafa del CEO, por la que el ciberdelincuente engaña a los empleados que tienen acceso a las cuentas para que paguen una factura falsa o haga una transferencia desde la cuenta de la compañía. Les envía correos electrónicos haciéndose pasar por un alto cargo de la compañía, como el director general. En estos casos, no se trata de una operación autorizada por la víctima, sino que ésta es engañada por un tercero que le habría llevado a ordenar la misma.

Y tenemos otro gran grupo de estafas de pagos con tarjeta o transferencia para la reserva de alquileres de un inmueble que, finalmente, no existían o compra de productos por Internet que finalmente no se reciben o son defectuosos.

² BCE, Memoria de reclamaciones, 2023: [Memoria de reclamaciones 2023](#)

³ Disponible [aquí](#)

Lamentablemente, y como vemos, las herramientas al alcance de los cibercriminales son cada vez más sofisticadas, lo que se conoce como ingeniería social, que consiguen engañar al usuario y consumidor de diversa forma. Una de las más inquietantes es que consiguen clonar los canales de información y comunicación de las entidades financieras, lo que se conoce como spoofing. Podemos recibir mensajes que no se diferencian en nada de los de nuestra propia entidad y que se intercalan en la línea de SMS de nuestra banca online o replican a la perfección interfaces del banco, compañía o cualquier otra empresa oferente de servicios a los consumidores.

Sin competencias, abocados a la indefensión

Volviendo a las memorias de reclamaciones del Banco de España, una de las grandes preocupaciones que a las asociaciones de consumidores nos suscita este tema, tiene que ver con que el organismo supervisor admite no tener competencia alguna en la resolución de estos casos. Como se explica en el documento, *“la ausencia de competencia del Banco de España y la consiguiente inadmisión tienen que ver, con carácter general, con los fraudes en los pagos, ante los que, de nuevo, los clientes de las entidades buscan en ocasiones un resarcimiento cuya resolución, por requerir un análisis ajeno a la normativa de ordenación y disciplina bancaria, el Banco no puede valorar”*. Así las cosas, el cliente queda absolutamente abocado a la indefensión y si el banco no devuelve las cantidades estafadas, la única vía es acudir a tribunales, con lo que esto supone de dinero y tiempo.

Y esta situación es la que se da en mayor proporción, dado que rara vez las entidades financieras cumplen con su obligación de devolver de inmediato al cliente el importe de una operación no autorizada, tal y como establece el artículo 45 de la Ley de Servicios de Pago⁴, que dispone además que esta devolución se efectuará a más tardar al final del día hábil siguiente al que se le haya notificado la operación. Consideramos que, en el cumplimiento de esta ley, el Banco de España si tiene una labor de vigilancia que llevar a cabo.

Por el contrario, lo que sí sucede en la mayoría de los casos, es que desde las entidades financieras se alude al incumplimiento

⁴ BOE, 24 de noviembre de 2018: [BOE-A-2018-16036 Real Decreto-ley 19/2018, de 23 de noviembre, de servicios de pago y otras medidas urgentes en materia financiera.](#)

del deber, por parte del usuario, también plasmado en la ley anteriormente citada, de *“tomar todas las medidas razonables a fin de proteger sus credenciales de seguridad personalizadas”*. Con ello, se pasan por alto dos cuestiones fundamentales: por un lado, los recursos, medios y responsabilidad de custodia por parte del operador no pueden ser comparados con los que posee el usuario, máxime cuando éste es objeto de fraudes en los que se dispone de la capacidad de replicar entornos digitales. Por otro, el consumidor no puede cargar con toda la responsabilidad cuando previamente sus datos personales (como mínimo el nombre completo, teléfono y entidad bancaria), han sido sustraídos de la propia entidad, en una brecha de seguridad que mayoritariamente no se comunica al cliente.

Hemos instado en numerosas ocasiones a que, desde la banca, y resto de compañías financieras, debe reforzarse la política del “conoce a tu cliente”, como es habitual en ámbitos de negocio de escasa relación personal, en el ámbito digital, lo que se conoce como el *Know Your Customer* (KYC). Se trata de un proceso por el que las empresas obtienen información detallada y precisa sobre sus clientes para conocer necesidades, comportamientos, preferencias y riesgos, algo que puede convertirse en crítico frente a intentos de ciberfraude, donde la seguridad es esencial. Aquí, el procesamiento de datos, con herramientas de IA, resulta de gran utilidad para identificar y mitigar riesgos potenciales, como transacciones sospechosas. Pensemos en el movimiento de importantes sumas de dinero, de repente, a países extracomunitarios, en un perfil de cliente predecible, con pautas de comportamiento lineales, en las que resulte algo especialmente llamativo.

El concurso de las ‘teleco’

Con todo, hay que incorporar a un tercer actor, más allá de las operadoras financieras, que ocupan un rol especialmente relevante en el ámbito del ciberfraude, nos referimos a las compañías de telecomunicaciones. Porque a nadie se le escapa que la mayor parte de la operativa bancaria o de transacciones económicas, vía compras online o contratación de todo tipo de productos y servicios pasa, inexorablemente, por los dispositivos electrónicos como nuestro teléfono móvil o portátil, a través de líneas telefónicas o de datos que contratamos, y de cuya seguridad son responsables estas compañías.

Esta cuestión ha sido trasladada al Banco de España por parte de las asociaciones de consumidores que pertenecemos al CCU. Porque sabemos que las compañías telefónicas son capaces, entre otras cosas, de detectar que hay dos tarjetas SIM operando simultáneamente y en esos casos deben dar la voz de alarma para que el usuario pueda dar de baja una de las dos o ambas de forma inmediata. También es relevante que no se haya puesto coto, siendo relativamente sencillo a nivel técnico, a la suplantación los canales de comunicación, dando la apariencia de que es tu banco el que te llama o el que te envía un SMS, confundiendo al consumidor.

En este sentido, tenemos que celebrar que hay encima de la mesa un proyecto de Orden de la secretaría de Estado de Telecomunicaciones que involucra a estas compañías en la detección y lucha contra el ciberfraude⁵. Esta orden, que podría ser conocida como *antispoofing*, “*introduce mecanismos para evitar fraudes en el ámbito de la numeración y los códigos alfanuméricos identificativos de mensajes cortos y establece medidas para garantizar la correcta identificación de la numeración utilizada para la prestación del servicio de atención a clientes o para la realización de llamadas comerciales no solicitadas*”.

Es decir, pretende evitar la suplantación de líneas telefónicas o canales de comunicación, como los SMS, del mismo modo que sucede con los dominios de las webs, que disponen de código unívoco que no puede ser usurpado. Y nos referimos al concepto de *antispoofing* porque este fraude, que consiste en la suplantación de identidad del operador, es uno de los más peligrosos, al hacer ver al cliente que es su banco el que le llama o se comunica con él, por aparecerle en el móvil el contacto de su entidad o, como hemos comentado, un mensaje en la línea de SMS de su propio banco. Se trata de algo muy evidente sobre lo que llevábamos tiempo clamando: no sólo los bancos tienen una gran responsabilidad sobre la seguridad de nuestros pagos y operativa bancaria, también las telecomunicaciones. Casi todo lo hacemos ya a través de nuestro móvil: miramos nuestras cuentas, hacemos transferencias, compramos, confirmamos todo tipo de cuestiones (si Correos nos entrega un paquete, si nos llega el pedido de Amazon...), entre otras muchas cosas.

⁵ BOE, 15 de febrero de 2025:
https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2025-2870

Más novedades legislativas

La legislación que nos protege en este ámbito va sentando las bases para acometer la problemática. Y si bien es verdad que la capacidad de sortear las barreras por parte de organizaciones criminales, bien preparadas y con sofisticadas herramientas de ingeniería social, van con demasiada frecuencia por delante de los sistemas de seguridad desplegados por compañías y entidades, no es menos cierto que hay voluntad por parte de las instituciones europeas y los gobiernos para prevenir y evitar los problemas.

En nuestro país, se ha aprobado recientemente el anteproyecto de ley que transpone la Directiva sobre ciberseguridad (la NIS2)⁶, que busca reforzar la protección de redes y sistemas de información ante las ciberamenazas así como un marco común europeo de ciberseguridad, armonizando cuerpos legales y protegiendo infraestructuras digitales. Se ha hecho con retraso, eso sí, dado que el plazo oficial para hacerlo culminó en octubre de 2024. El texto establece obligaciones para que las entidades afectadas evalúen los riesgos para certificar la seguridad de sus redes y sistemas.

Tal y como anunció el exministro José Luis Escrivá, hoy al frente del Banco de España, la norma pretendía ser un paraguas para lograr mejor coordinación entre todos los organismos competentes en materia de ciberseguridad, entre ellos: el Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE), el Departamento de Seguridad Nacional (en Presidencia de Gobierno), el Centro Criptológico Nacional (dentro del CNI), e incluso los cuerpos de seguridad del Estado, Policía Nacional y Guardia Civil.

De este modo, la ley presentada introduce la figura del Centro Nacional de Ciberseguridad, encargado del impulso y la coordinación de la gestión de crisis que puedan producirse.

⁶ Ministerio del Interior:
https://www.interior.gob.es/opencms/pdf/servicios-al-ciudadano/participacion-ciudadana/Participacion-publica-en-proyectos-normativos/Audiencia-e-informacion-publica/01_2025_Anteproyecto_ley_coordinacion_gobernanza_ciberseguridad.pdf

Una Autoridad independiente y disuasoria

Finalmente, no podemos pasar por alto el papel que podría jugar la tan esperada Autoridad administrativa independiente de defensa del cliente financiero, cuando finalmente vea la luz, algo a lo que instamos desde todas las asociaciones de consumidores. Esta figura podría contribuir a llenar el vacío de atención a estas reclamaciones que ni Banco de España ni CNMV satisfacen hoy en día.

En tal sentido, tenemos el ejemplo del Ombudsman financiero británico, un magnífico espejo en el que podría mirarse el futuro organismo español. Recientemente, su máximo responsable, Abby Thomas aseguraba que, en los últimos años, han puesto en marcha un programa de transformación, invirtiendo en nuevas tecnologías, para dotar a la organización de una mayor capacidad de adaptación y responder así a las nuevas amenazas del ciberfraude. Esta Autoridad prevé que, a lo largo de 2025, tengan que atender unos 37.000 casos relacionados con el fraude digital⁷.

Poca cantidad, mucho impacto

En suma, hay una conciencia clara del problema y urgencia en actuar para prevenir y paliar los efectos tan devastadores del ciberfraude, porque si bien no representan una cuantía importante, sí tiene importancia el impacto individual que cada estafa genera en el usuario. Por expresarlo en datos, el fraude en operaciones con tarjetas emitidas en el Espacio Económico Europeo representó el 0,031% del importe total, en 2023, y el 0,015 % del número total de operaciones con tarjeta, según datos de la EBA y Banco de España. Porcentajes muy residuales pero correspondientes cada uno de ellos a multitud de operaciones que representan una pérdida real en los usuarios del sistema que confían en las infraestructuras de seguridad que protegen sus transacciones.

El funcionamiento del sistema financiero, de hecho, descansa en la garantía, la seguridad y la certeza. Y las amenazas cibernéticas

⁷ Financial Ombudsman Service, 23 de enero de 2025:
<https://www.financial-ombudsman.org.uk/news/financial-ombudsman-service-predicts-will-receive-37000-fraud-scams-complaints-next-year>

ponen en riesgo la estabilidad financiera y la reputación de las propias entidades. Los afectados que llegan a nuestras asociaciones de consumidores no quieren oír hablar de porcentajes residuales o de falta de competencias entre organismos supervisores, tampoco de negligencia, porque se sienten estafados. Quieren oír soluciones y asunción de responsabilidades por parte de quienes tienen el poder y toda la infraestructura en sus manos para haber evitado lo que, en definitiva, es un robo cometido en un entorno que debe ser seguro en su totalidad.

EL CONSUMIDOR DIGITAL

Bernardo Hernández Bataller

**Secretario General de la Asociación de Usuarios de la
Comunicación (AUC) y vocal del Consejo de Consumidores y
Usuarios (CCU)**

I.- INTRODUCCION:

La participación de los consumidores en el mercado único digital queda ejemplificada por el crecimiento masivo de los mercados digitales. Este rápido desarrollo plantea retos y oportunidades para los derechos de los consumidores, dado que las innovaciones en la aplicación de las nuevas tecnologías, modelos de negocio, métodos de pago, uso de datos de los consumidores, información sobre el comportamiento y diseño de interfaces de usuario significan que, los comerciantes a menudo están probando un nuevo territorio y la legislación en materia de consumo, evoluciona y tendrá que aplicarse en contextos novedosos.

Este crecimiento de los mercados digitales ha aportado a los consumidores varios beneficios, como nuevos tipos de servicios y tecnologías digitales, un aumento de la oferta, las posibilidades de elección y la posibilidad de comparar ofertas, así como ahorros en el transporte, el tiempo de compra y una reducción general de la brecha de accesibilidad para la compra de bienes y servicios, por ejemplo, para las personas con discapacidad o el acceso a las zonas rurales. La pandemia de COVID-19 presionó a muchos comerciantes para que cambiaran a las ventas en línea, destacando el potencial de las tecnologías digitales para aumentar la resiliencia económica de las empresas y aportando diversos beneficios.

El mercado del comercio electrónico ha evolucionado de una simple contraparte del comercio minorista tradicional a un complejo ecosistema de compras que implica el acceso a través de múltiples tipos de dispositivos, diferentes conceptos de tienda y modelos de negocio, y acuerdos y, relaciones innovadoras entre consumidores, comerciantes e intermediarios.

Las razones detrás de este crecimiento radican en gran medida en la creciente proporción de la población que accede a internet y en un acceso más fácil a los dispositivos digitales,

especialmente a los teléfonos inteligentes, a lo que se debe añadir la economía de plataformas en la Unión Europea, aunque casi todas las plataformas que operan en un determinado país europeo tienen origen nacional.

La economía de las suscripciones digitales también ha aumentado, en cuanto a las suscripciones de productos y servicios digitales, por ejemplo, el software, música video a la carta y juegos. Esta última categoría está superando a las suscripciones de bienes tangibles y se espera que crezcan aún más y los jóvenes europeos continúan suscribiéndose a un ritmo más alto. En general, la economía de la suscripción digital se ha triplicado desde 2017.

Por su parte, la publicidad digital se convirtió en el mayor canal de publicidad a nivel mundial. Se proyecta que en el mercado global de publicidad digital crezca y los medios a través de los cuales se gastará la publicidad digital también cambiarán con un aumento al 70% del gasto publicitario total que se generará a través del móvil.

La evolución social ha comportado la aparición de nuevas prácticas comerciales en sectores empresario-Consumidor(B2C), específicos como las redes sociales, los juegos, los servicios de entretenimiento y las citas en línea que han aumentado de tamaño.

Por todo lo anterior, se puede concluir que los mercados de consumo han cambiado y siguen evolucionando como resultado de varios avances tecnológicos, como el creciente uso de la inteligencia artificial(I), el aumento de la personalización basada en datos, los productos conectados como los asistentes virtuales, la contratación algorítmica, la aparición de mundos virtuales.

Por ejemplo puede constatararse un incremento de la utilización de soluciones inteligentes de entretenimiento doméstico como la televisión conectada internet, consolas de videojuego, sistemas de audio domésticos con altavoces inteligentes, los relojes inteligentes o dispositivos portátil similares, o contadores inteligentes para la gestión de la energía en el hogar o los denominados electrodomésticos inteligentes como las aspiradoras robotizadas, neveras, hornos y cafeteras o los sistemas de alarma doméstica conectados a internet y otras soluciones para su hogar.

La participación de los consumidores en los mercados digitales puede atribuirse a desarrollo del acervo de la Unión Europea en materia de derechos de los consumidores.

II.- EL MARCO JURIDICO ACTUAL:

Se expondrán los actos jurídicos más importantes aprobados a nivel de la Unión en relación con el ámbito digital:

En primer lugar, tenemos la Directiva 2000/31/CE, relativa a determinados aspectos de los servicios de la sociedad de la información, en particular, el comercio electrónico en el mercado interior que regula aspectos del comercio electrónico, y parcialmente la Directiva 98/27/CE, que se refiere a la protección de los intereses de los consumidores. Esto establece un marco legal para proteger a los consumidores digitales en España, especialmente en el contexto del comercio electrónico. -La Directiva 2005/29/CE de 11 de mayo sobre prácticas comerciales desleales, que ha sido completada por una Guía sobre la interpretación y aplicación de la Directiva 2005/29/CE. La indicada Guía publicada por la Comisión Europea el 29 de diciembre de 2021, que incluye una sección sobre los “patrones oscuros” y clarifica que esta Directiva puede ser utilizada para cuestionar la validez de dichas prácticas, advirtiendo que los patrones oscuros están realmente prohibidos.

Los supuestos que enumera la Guía son los siguientes:

-Las conocidas como prácticas de “señuelo”, ofreciendo productos a un precio determinado que luego no pueden suministrarse y, a continuación, negarse a aceptar pedidos o a hacer entregas en un tiempo razonable con la intención de promocionar un producto diferente.

-La táctica de crear una urgencia al afirmar falsamente que un producto solo estaría disponible durante un muy tiempo muy limitado, utilizando temporizadores falsos y declaraciones de existencias limitadas en sitios web.

-La facilitación de información inexacta sobre las condiciones del mercado o sobre la posibilidad de encontrar el producto con la intención de inducir al consumidor a adquirirlo en condiciones menos favorables.

-La afirmación de que el consumidor ha ganado un premio sin concederlo o la descripción de un producto como regalo cuando no es así.

-Las continuas intrusiones durante las interacciones normales que el consumidor haga o acepte algo.

-Las pruebas gratuitas engañosas o trampas de suscripción compaginadas con obstáculos para una posterior desvinculación del contrato.

- La Directiva 2019/2161 de 27 de noviembre establece un tratamiento especial, las reseñas de consumidores y usuarios que se recogen en los sitios web mostrando una valoración de los clientes. Se configura como práctica engañosa a consistente en incluir reseñas falsas o reseñas o aprobaciones sociales distorsionadas con el fin de promocionar bienes o servicios.

Esta Directiva 2019/2161, de 27 de noviembre, incorpora un artículo 11 bis a la Directiva 2005/29/CE que, bajo el título de “reparación” conmina a los Estados miembros a regular medidas correctoras proporcionadas y eficaces para los consumidores perjudicados por prácticas comerciales desleales, incluida la indemnización de daños y perjuicios sufridos por el consumidor.

- Las Directivas (UE) 770/2019 y 771/2019 en la evolución de la normativa de consumo, especialmente en lo que respecta a los contratos de suministro de contenidos y servicios digitales. Subrayan la necesidad de regular estos contratos, incluso cuando el consumidor no paga un precio monetario, pero proporciona datos personales, para ofrecer una protección integral a los consumidores.

Las Directivas (UE) 770/2019 y la Directiva 771/2019 suponen una evolución de la normativa de consumo en los aspectos relacionados con la compraventa de bienes y, en especial, contratos de suministro de contenidos y servicios digitales. Estos contratos han cobrado gran relevancia en los últimos años, sin que la normativa de consumo se haya adaptado a sus particularidades. En este contexto, es preciso tener en cuenta que los contenidos o servicios digitales se suministran también cuando el consumidor no paga un precio como tal, pero facilita datos personales al empresario. Estos contratos no cuentan en la actualidad con regulación específica, pues la consideración tradicional de contrato no contemplaba estos supuestos. Es por

ello urgente y necesario cubrir este vacío, tanto por la necesidad de tener un marco jurídico estable y armonizado a nivel de la Unión Europea al respecto, como por la necesidad de ofrecer a los consumidores o usuarios una protección integral en sus distintas formas de contratación.

Como se ha indicado, la normativa se aplica a contratos donde el consumidor proporciona datos personales a cambio de servicios digitales, otorgando al consumidor los mismos derechos que si hubiera pagado con dinero. Esto refuerza la protección del consumidor en el ámbito digital, asegurando que tengan remedios en caso de incumplimiento por parte del proveedor.

De esta forma, la nueva norma deberá aplicarse a los contratos en virtud de los cuales el empresario suministra o se compromete a suministrar contenidos o servicios digitales al consumidor y este facilita o se compromete a facilitar datos personales. El consumidor que proporcione sus datos personales a cambio del contenido o servicio digital tendrá los mismos derechos que si hubiera aportado una prestación dineraria y, por tanto, dispondrá de los remedios regulados en la citada Directiva en caso de incumplimiento o cumplimiento defectuoso por parte del proveedor.

-El Reglamento UE 2015/2120 establece que los proveedores de servicios de Internet deben ofrecer servicios sin discriminación y garantizar el acceso igualitario a todos los contenidos. Esto protege a los consumidores digitales al asegurar que puedan acceder y utilizar libremente la información y servicios en línea. El art. 2.1 del Reglamento UE 2015/2120 del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de noviembre de 2015 por el que se establecen medidas en relación con el acceso a una Internet abierta. Los usuarios finales tendrán derecho a acceder a la información y contenidos, así como a distribuirlos, usar y suministrar aplicaciones y servicios y utilizar los equipos terminales de su elección, con independencia de la ubicación del usuario final o del proveedor o de la ubicación, origen o destino de la información, contenido, aplicación o servicio, a través de su servicio de acceso a Internet.

- El Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) El Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos

personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos).

Es una normativa de la Unión Europea que establece un marco legal para la protección de datos personales de los ciudadanos de la UE, incluyendo a los consumidores digitales en España. Este reglamento es aplicable a todas las entidades que procesan datos personales dentro de la UE, proporcionando un nivel de protección uniforme y garantizando derechos específicos a los consumidores, como el derecho al acceso, rectificación, supresión y oposición al tratamiento de sus datos.

-El Reglamento 2022/2065 de Servicios Digitales, expresamente prohíbe los patrones oscuros, al disponer su artículo 25-1 que “no diseñarán, organizarán ni gestionarán sus interfaces”, haciendo referencia a “técnicas que engañen o manipulen a los destinatarios del servicio.....o distorsiones u obstaculicen sustancialmente de otro modo la capacidad de los destinatarios del servicio de tomar decisiones libres e informadas”, en el considerando 67 que se ha reducido al español como “interfaces engañosas”.

Este Reglamento ha optado por positivizar una definición amplia de patrón oscuro, enumeradas, en su artículo 25, como “numerus apertus” al no excluir otras, seleccionando el legislador de la Unión destacando aquellas prácticas que buscan manipular al usuario con el formato de la información; las técnicas de persistencia o “nagging, y las de obstrucción para darse de baja o “roach motel”.

En cuanto al ámbito subjetivo de aplicación de la norma, se refiere a los prestadores de los servicios de intermediación, excluyendo el artículo 19 a las microempresas y pequeñas empresas de la prohibición, salvo que hayan sido designados como plataformas y línea de muy gran tamaño.

En segundo lugar, el ámbito objetivo de aplicación de la prohibición de utilizar patrones oscuros se ve reducido a dejar fuera aquellas conductas ya reguladas por la Directiva 2005/29/CE y el Reglamento (UE) 2016/679, o sea la normativa

sobre prácticas comerciales desleales y sobre la protección de datos.

El artículo 25 de este Reglamento obliga a los prestadores de plataformas en línea a corregir o eliminar de sus interfaces aquellas prácticas que engañarán o manipularán a los destinatarios del servicio.

Este procedimiento podría apreciarse por la propia autoridad y también a instancia de los propios destinatarios del servicio o de organismos, organizaciones o asociaciones que pudieran actuar su nombre, pues el Reglamento recoge explícitamente el derecho de estos a presentar una reclamación por la infracción de alguna obligación del Reglamento contratos prestadores de servicios intermediarios y ante el coordinador de servicios digitales del Estado miembro en el que se haya recibido el servicio.

El artículo 54 prevé la posibilidad de que un destinatario del servicio que haya sufrido daños o perjuicios como consecuencia de alguna infracción de las obligaciones del Reglamento solicite una indemnización por dichos daños, pero no se articula ningún mecanismo “ad hoc” sino que se remite a las normas y criterios fijadas en el Derecho nacional del Estado miembro para la compensación.

-Reglamento de Mercados Digitales, aprobado por Reglamento (UE) 2022/1925 de 14 de septiembre de 2022, sobre mercador disputables y equitativos en el sector digital.

Tiene como objetivo garantizar un sector digital competitivo y justo mediante la imposición de una serie de obligaciones a las plataformas, a las que se denomina “guardianes de acceso”.

El Reglamento de Mercados digitales se preocupa por generar un entorno competitivo en esta esfera digital.

Se considera por este Reglamento que las prácticas comerciales desleales, pueden generar fallos de mercado, afectar a la confianza de los consumidores en el mercado digital y afectar a la libre competencia.

Dentro de las obligaciones del “guardián de acceso” está la de abstenerse de “iniciar la sesión de usuarios finales en otros servicios del guardián de acceso para combinar datos

personales, salvo que se haya recabado un consentimiento válido según el RGPD.

El artículo 5,8 prohíbe a los guardianes de acceso exigir a los usuarios que se suscriban o registren en cualquier servicio básico de la plataforma adicional como condición para poder utilizar cualquiera de los servicios básicos de plataforma como guardián de acceso.

Contempla el *“nagging”*, como patrón oscuro, cuando censura que el guardián de acceso solicite el consentimiento a usuarios finales para el acceso a servicios que impliquen el tratamiento de datos personales más de una vez al año si el usuario ya había denegado o retirado dicho consentimiento.

Además, tendrían cabida prácticas como la disposición que obliga a los guardianes de acceso a permitir que los usuarios finales cambien fácilmente la configuración por defecto de sus sistemas operativos, asistentes virtuales y navegador web si la configuración por defecto se dirige o conduce a los usuarios finales a los servicios o productos que ellos ofrecen.

El artículo 13 contiene una referencia expresa al diseño de las interfaces, y busca que los guardianes de acceso no evadan indirectamente las obligaciones que les son impuestas en los artículos 5,6 y 7 de la propia norma, prohibiendo cualquier comportamiento que menos cabe el cumplimiento eficaz de esas obligaciones, entre otros haciendo uso de técnicas basadas en el comportamiento o el diseño de interfaces.

También se veta el hecho de que se dificulte indebidamente el ejercicio de los derechos reconocidos, incluido el hecho de ofrecer a los usuarios finales opciones de una manera que no sea neutra o de subvertir la autonomía y la toma de decisiones o la capacidad de elección de los usuarios finales o de los usuarios profesionales a través de la estructura el diseño o sus componentes.

En definitiva, neutralidad en el diseño y en el funcionamiento de interfaz y afectación a la autonomía y la toma de elecciones de los usuarios a través del diseño.

Como mecanismo de tutela, está previsto una investigación de mercado, hasta incoar un procedimiento a imponer una multa mediante una decisión de incumplimiento, pero existe plena discrecionalidad para investigar o no la posible infracción.

-Reglamento de Datos, aprobado por Reglamento (UE) 2023/2854, de 13 de diciembre sobre normas armonizadas para un acceso justo a los datos y su utilización.

Esta norma se centra en los datos generados por dispositivos conectados y servicios relacionados, así como su transmisión y también se ocupa del fenómeno de los patrones oscuros.

El considerando número 38 hace una referencia expresa a este término como sinónimo de “elementos engañosos” a la hora de diseñar interfaces digitales y se recogen varios de estos supuestos posibles.

El artículo 6,2,a) de la norma recoge la prohibición por parte de los terceros que recibe datos de los usuarios que utilizan patrones: “no se podrán dificultar indebidamente el ejercicio de las opciones o los derechos de los usuarios, ofreciendo a los usuarios de manera no neutra o coaccionándolos, engañándolos o manipulándolos o neutralizando o mermando la autonomía, la toma de decisiones o las opciones de los usuarios, excluyendo “aquellas prácticas comerciales habituales y legítimas que sean conformes con el derecho de la Unión.

Se tiene en cuenta el tamaño de la empresa para relajar las obligaciones, excluyendo los datos generados mediante el uso de productos o servicios fabricados, diseñados o prestados por una microempresa o pequeña empresa o una empresa reciente (1 año).

Las consecuencias de que un tercero haya recurrido a patrones oscuros incluyen, entre otros, su obligación de compensar a quien haya sufrido la utilización indebida o divulgación de esos datos. La norma prevé expresamente que el usuario que haya visto limitados sus derechos pueda sin perjuicio de interponer una acción judicial ante el tribunal competente del Estado miembro- presentar una reclamación ante la autoridad competente, o acordar voluntariamente con el titular de datos resolver la controversia a través de un “órgano de resolución de litigios”, de entre los certificados por los Estados miembros.

La normativa de este Reglamento se entenderá sin perjuicio del Derecho de la Unión ni del derecho nacional en materia de protección de datos y en caso de conflicto, prevalecerá la

normativa europea y la nacional en materia de protección de dato personales.

-La Directiva (UE) 2024/825 de 28 de febrero de 2024, sobre el empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica mediante una mejor protección contra las prácticas comerciales desleales mediante una mejor información. Se trata de una Directiva que, complementa, entre otras la Directiva 2005/29/CE y la 2011/83/UE.

Intenta regular la obsolescencia programada de los bienes, las afirmaciones medioambientales engañosas (que denomina “ecoimpostura”), la información engañosa sobre las características sociales de los productos o las empresas de los comerciantes o los distintivos de sostenibilidad poco transparentes y creíbles-

-El Reglamento de inteligencia artificial (Reglamento (UE) 2024/1689 del Parlamento Europeo y del Consejo de 13 de junio de 2024 que establecen normas armonizadas en materia de inteligencia artificial, incluye una mención a técnicas que encajarían en la definición de patrones oscuros contempla expresamente las prácticas de inteligencia artificial prohibidas es la introducción en el mercado, la puesta en servicio o la utilización de su sistema de inteligencia artificial que se sirva de técnicas subliminales que trascienden a conciencia de una persona o que aproveche alguna de las vulnerabilidades de un grupo específico de personas debido a su edad o discapacidad física o mental, para alterar de manera sustancial su comportamiento de un modo que provoque o sea probable que provoque perjuicios físicos o psicológicos a esa persona o a otra. En el artículo 5,1 del Reglamento se establece la prohibición de una serie de prácticas de inteligencia artificial:

- a) La introducción en el mercado de sistemas de inteligencia artificial que se sirva de técnicas subliminales o de técnicas deliberadamente manipuladoras.
- b) La introducción en el mercado , la puesta en servicio o la utilización de un sistema de IA que explote alguna de las vulnerabilidades de una persona o un grupo específico de personas derivadas de su edad o discapacidad o en una situación social específica con el objetivo de alterar de manera sustancial el comportamiento de una persona o de una persona que pertenezca a dicho grupo

de un modo que provoque o sea razonablemente probable que provoque perjuicios considerables a esa persona o a otra.

El Reglamento incluye las ideas de “manipulación” y engaño, así como la afectación a la capacidad de una persona para toma una decisión, lo que se parece a otras normas similares. El Reglamento prevé la designación por parte de cada Estado miembro de autoridades competentes que garanticen la aplicación y ejecución del Reglamento.

-Los servicios financieros a distancia, regulados en la Directiva (UE) 2023/2673, de 22 de noviembre de 2023 ha venido a derogar la Directiva 2002/ 65/CE y a modificar la Directiva 2011/83/UE en lo relativo a los contratos financieros a distancia, incorpora a la prohibición de patrones oscuros con una definición idéntica a la contenida en el Reglamento de Servicios Digitales.

El considerando 41 de la Directiva sobre servicios financieros a distancia aclara que, en cualquier caso, la relación con el Reglamento de Servicios Digitales es de complementariedad porque éste último se refiere a los prestadores de servicios intermediarios que explotan plataformas en línea, mientras que a la Directiva 2023/2673 se dirige a los comerciantes que ofrezcan servicios financieros a distancia.

Su artículo 16, “sexies” identifica tres prácticas concretas que considera “patrones oscuros”: dar mayor relevancia a determinadas opciones; solicitar reiteradamente que se elija una opción cuando ya se ha hecho, especialmente mediante ventanas emergentes que se refieren a la navegación; hacer que el procedimiento de poner fin a un servicio sea más difícil que suscribirse a él.

Por último, hacer constar que se permite a los Estado miembros a que adopten disposiciones más estrictas, por considerar que este tipo de contratos presenta una cierta complejidad y grandes riesgos (por ejemplo, el sobreendeudamiento).

III.- LAS PROPUESTAS DE LA COMISIÓN SOBRE EQUIDAD DIGITAL:

La Comisión está realizando, actualmente, un control de adecuación, con la finalidad de realizar una evaluación exhaustiva de un ámbito político que aborda la medida en que un conjunto de actos legislativos de la UE relacionados han contribuido o no a la consecución de los objetivos políticos de la UE, para detectar solapamientos normativos, incoherencias políticas, sinergias, potencial de digitalización e impactos acumulativos.

Este control de adecuación abarca las directivas que constituyen el núcleo del marco de protección de los consumidores que se aplica a la mayoría de los comerciantes y sectores orientados al consumidor en la UE:

De la evaluación se detecta la necesidad de realizar cambios legislativos específicos, en especial como se aplican las Directivas en el ámbito digital, siendo el período elegido 2017-2023, suficiente para evaluar los cambios normativos existentes en el Derecho de la Unión

Las Directivas examinadas son las siguientes:

-Directiva sobre cláusulas contractuales abusivas que tiene por objeto proteger a los consumidores contra el uso por parte de los comerciantes de cláusulas contractuales no negociadas individualmente que, contrariamente a la exigencia de buena fe, creen un desequilibrio significativo en los derechos y obligaciones de las partes en detrimento del consumidor. La Directiva establece que las cláusulas abusivas no vinculan al consumidor. Se aplica tanto en línea como fuera de línea, así como a todos los productos, incluidos los productos y servicios digitales. Contiene en su anexo una lista indicativa y no exhaustiva de cláusulas que pueden considerarse abusivas, cuyo objetivo es orientar a las autoridades y los órganos jurisdiccionales nacionales en su evaluación caso por caso de una cláusula contractual enumerando algunos tipos más comunes de cláusulas potencialmente abusivas. Se trata de un instrumento de armonización mínima en la que los Estados miembros pueden establecer normas de protección de los consumidores más estrictas en su legislación nacional.

-Directiva sobre prácticas comerciales desleales que tiene por objeto proteger a los consumidores contra las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores por parte de los comerciantes antes, durante o después de una transacción, también en el entorno digital. Se aplica a todos los productos, incluidos los productos y servicios digitales. La Directiva prevé, en principio la plena armonización, salvo excepciones como las normas sobre productos financieros y bienes inmuebles. La Directiva establece en su anexo una lista negra de prácticas comerciales específicas que están prohibidas en cualquier circunstancia y en sus artículos 5 a 9 prohíbe las prácticas comerciales que se consideren contrarias a los requisitos de diligencia profesional, engañosas o agresivas. Con excepción de las prácticas incluidas en la lista negra, debe demostrarse que una práctica comercial provoca o puede provocar que un consumidor medio o vulnerable tome una decisión sobre una transacción que de otro modo no habría tomado.

-Directiva 2011/83/UE sobre derechos de los consumidores, tiene por objeto proporcionar una protección específica en relación con los contratos entre empresas y consumidores de bienes y servicios, incluidos los contenidos y servicios digitales. Se trata en principio de una Directiva de armonización completa, pero permite a los Estados miembros en determinados casos imponer normas adicionales, como, por ejemplo, los requisitos de información precontractual para los contratos celebrados “in situ”.

Establece requisitos de información precontractual y especifica algunos de los requisitos formales conexos. También introduce el derecho de desistimiento de 14 días en los 14 días en los contratos a distancia o fuera del establecimiento que los consumidores pueden ejercer sin dar ninguna razón (sin perjuicio de determinadas excepciones), ni incurrir en coste alguno (distinto de los especificados, como por ejemplo el coste de devolución de los bienes).

También establece otros derechos de los consumidores en relación con la resolución del contrato de compraventa (y la entrega debe tener lugar a más tardar treinta días después de la celebración del contrato. Prohíbe cobrar a los consumidores tasas por el uso de un medio de pago determinado y exige que los costes de comunicación telefónica de un consumidor con un comerciante no superen la tarifa básica, así como el

consentimiento expreso del consumidor para cualquier pago adicional.

Con el fin de aumentar la seguridad jurídica, ayudar a los órganos jurisdiccionales y a las autoridades encargadas de velar por el cumplimiento de la normativa la Comisión ha publicado directrices sobre la interpretación y aplicación de las Directivas. Los principales indicadores de éxito del control de adecuación son los siguientes:

- el número de problemas de los consumidores notificados relacionados con las prácticas comerciales en el entorno digital y su magnitud incluido cualquier perjuicio sufrido.

- los niveles de confianza de los consumidores en los comerciantes cuando utilizan servicios y productos digitales o realizan compras en línea transfronterizas.

- Los niveles de conocimiento de los derechos de los consumidores aplicables en el entorno digital.

- número y contenido de la jurisprudencia y las medidas coercitivas basadas en Directivas a escala europea y nacional en el ámbito digital.

- los costes de cumplimiento para las empresas, en particular para las pymes, en relación con las prácticas comerciales en el entorno digital.

- percepciones de la eficacia y la claridad del marco jurídico cara todas las partes interesadas en el ámbito digital (por ejemplo, consumidores, comerciantes, autoridades encargadas de hacer cumplir la ley, órganos jurisdiccionales.

- percepción de que la medida en que crean unas condiciones de competencia equitativa mediate la armonización de la legislación en materia de protección de los consumidores en el ámbito digital, evitando la fragmentación normativa.

Los resultados de este control de evaluación son los siguientes:

- la necesidad de sensibilización de que los consumidores sobre sus derechos, puesto que los consumidores deben saber que dichos derechos existen y pueden aplicarse en el entorno digital, así como presentar reclamaciones y resolver para que tomen decisiones que, se otro modo no habrían tomado, utilizando la

manipulación emocional para hacer que presuntas los consumidores duden de su elección, formulando la urgencia, por ejemplo, presentando opciones de manera no neutra, utilizando temporizadores de cuenta atrás falsos.

- las reclamaciones de los consumidores en el contexto digital, pues los informes de los consumidores sobre prácticas problemáticas siguieron siendo elevada. Prácticas comerciales desplegadas a través de la estructura, el diseño o las funcionalidades de las interfaces digitales o la arquitectura del sistema que pueden influir en los consumidores. La existencia de patrones oscuros, en cuanto existen problemas específicos como las condiciones contractuales estándar en determinados supuestos, las normas sobre la carga de la prueba en los litigios/ejecución de los requisitos de equidad; falta de transparencia en relación con las promociones pagadas en las redes sociales, prácticas engañosas mediante patrones oscuros, uso de datos de consumidores que explotan vulnerabilidades específicas con fines comerciales, falta de presentación clara e ininteligible de la información contractual, problemas debidos a la conversión automática de pruebas gratuitas en suscripciones de pago, cajas de botín y diseño adictivo, escalado de productos utilizando software automatizado y problemas de inteligencia artificial que despliegan técnicas subliminales más allá de la conciencia de una persona con fines comerciales.

Existe el tema de la comercialización de “influencers”, productos financieros ocultos con mucho riesgo, juegos de azar, apuestas deportivas, productos y servicios médicos.

También se han planteado restricciones al requisito de proporcionar datos en la tarjeta de crédito para las pruebas gratuitas, la necesidad de invertir en herramientas que protejan a los consumidores, especialmente a los menores.

En definitiva, con la implementación de estas medidas se abre el paso a un consumidor digital que va a necesitar una política de protección tuitiva modificándola de forma evolutiva.

ARRENDAMIENTOS URBANOS Y CLÁUSULAS ABUSIVAS

Miguel Crespo Morán

Miembro del Área Jurídica de la Federación de Consumidores y Usuarios (CECU) y vocal del Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU)

56

I. INTRODUCCIÓN

En el último barómetro del CIS, la vivienda aparece como el principal problema existente en España por encima de otros que reciben un amplio eco mediático como son la inmigración o la corrupción que no ocupan sino el octavo y noveno lugar respectivamente⁸. Si miramos 4 años atrás, la vivienda ocupaba el puesto número 27 en esta clasificación⁹. En esa época, los problemas relativos a la vivienda se centraban en las dificultades para acceder a la compra y se circunscribían a las grandes ciudades, sin embargo, últimamente se han extendido al mercado de alquiler, y a zonas periféricas, lo que explica en parte su ascenso en esa tabla de preocupaciones para la ciudadanía.

Así pues, resulta incuestionable que existe un problema creciente de vivienda en España que no se niega desde ámbito, ya sea el sector empresarial¹⁰, o el de la sociedad civil¹¹, aunque evidentemente las soluciones que propone cada uno, son diferentes¹². De la misma forma, todos los partidos políticos, sean del espectro ideológico que sean, han lanzado amplias campañas mediáticas y han dedicado gran parte de sus discursos a este asunto.

El cumplimiento del derecho de acceso a la vivienda consagrado en el artículo 47 de la Constitución exige la implicación de todos los miembros de la sociedad, administraciones públicas, empresas y sociedad civil. Como no podía ser de otra manera, el

⁸ https://www.cis.es/documents/d/cis/es3489marMT_a y figura de la página siguiente.

⁹ <https://www.cis.es/documents/d/cis/es3309marpdf>

¹⁰ <https://www.funcas.es/prensa/el-problema-de-la-vivienda-en-espana-requiere-medidas-que-incentiven-la-oferta/>

¹¹ <https://habitatgesocial.org/es/el-problema-de-la-vivienda/>

¹² Sin ánimo de extendernos demasiado, el sector empresarial apuesta principalmente por aumentar la oferta con construcción de nuevas viviendas y la sociedad civil, entre otras cosas, apuesta por dar uso a las ya existentes, y en el caso de construir, que sea primando la vivienda social.

movimiento consumerista, y concretamente el de las asociaciones de personas consumidoras se ve implicado en esta problemática. Si hace unos años fue para luchar contra las cláusulas abusivas existentes en los préstamos hipotecarios, necesarios para la compra de la vivienda, donde se obtuvieron grandes victorias en cuestiones como el IRPH o las cláusulas suelo, hoy en día se abren nuevos frentes de batalla en el arrendamiento.

Sirva este artículo para, en esta línea, exponer uno de estos campos donde de manera incipiente se comienza a dar batalla para proteger a las personas consumidoras por parte de las asociaciones de defensa de los y las inquilinas (en su condición de consumidoras), el de las cláusulas abusivas en los contratos de arrendamiento, indicando brevemente cuales serían los elementos que deben de concurrir para que se aplique la legislación protectora de las personas consumidoras.

CIS

Estudio nº3489. BARÓMETRO DE DICIEMBRE 2024

Diciembre 2024

Pregunta 17R

¿Cuál es, a su juicio, el principal problema que existe actualmente en España? ¿Y el segundo? ¿Y el tercero? (RESPUESTA ESPONTÁNEA). (MULTIRRESPUESTA). (RECODIFICADA).

	Primer problema	Segundo problema	Tercer problema	TOTAL
La vivienda	9,0	8,0	5,4	22,3
El paro	6,4	8,3	4,0	18,7
La crisis económica, los problemas de índole económica	5,8	6,5	5,3	17,6
Los problemas políticos en general	10,8	4,1	2,5	17,4
El mal comportamiento de los/as políticos/as	10,5	3,7	2,5	16,7
El Gobierno y partidos o políticos/as concretos/as	12,2	2,1	1,3	15,6
Los problemas relacionados con la calidad del empleo	5,0	6,3	3,6	14,9
La inmigración	2,7	6,0	4,4	13,1
La corrupción y el fraude	4,3	3,6	2,7	10,6
La sanidad	1,0	4,5	5,0	10,5
Las desigualdades, incluida la de género, diferencias de clases, la pobreza	2,5	2,7	2,3	7,6
El funcionamiento de los servicios públicos	2,9	2,4	1,6	6,9
Los problemas relacionados con la juventud. Falta de apoyo y oportunidades para los/as jóvenes	1,9	2,6	2,2	6,7
Papel de los medios de comunicación y redes: desinformación, manipulación informativa, difusión de bulos	2,3	2,6	1,7	6,6
La educación	0,5	2,3	3,4	6,2
La crisis de valores	1,7	2,4	2,0	6,2
Lo que hacen los partidos políticos	2,8	1,6	0,9	5,3

Imagen con las principales preocupaciones del Barómetro el CIS.

II. Cláusulas abusivas en los contratos de arrendamientos urbanos.

A continuación, analizaremos la legislación aplicable, así como los elementos tanto subjetivos como objetivos que deben concurrir para que una cláusula pueda considerarse abusiva y en consecuencia sea nula y expulsada del contrato.

1. Legislación aplicable.

a) LAU.

La Ley 29/1994, de 24 de noviembre, de Arrendamientos Urbanos (en adelante LAU) establece un régimen legal imperativo para los arrendamientos de vivienda, de tal forma que la libertad de las partes a la hora de formalizar un contrato se ve condicionada a que lo que dispongan en el contrato de alquiler respete lo dispuesto en la norma, dado que, en caso contrario, se considerará nulo y se tendrá por no puesto tal y como dispone su artículo 6 al decir que: *“Son nulas, y se tendrán por no puestas, las estipulaciones que modifiquen en perjuicio del arrendatario o subarrendatario las normas del presente Título, salvo los casos en que la propia norma expresamente lo autorice.”*

Esta norma viene a tratar de poner un equilibrio en la relación arrendador-arrendatario, que como sabemos suele ser desproporcionada, puesto que el primero dispone de una posición negociadora privilegiada y suele imponer el contrato al segundo. De esta forma, en aplicación de lo dispuesto en el mencionado artículo 6 LAU, se han reputado nulas ciertas cláusulas como son las que impiden que el arrendatario pueda desistir del contrato; las que le repercuten al inquilino todos los gastos o reparaciones o las que instituyen una fianza equivalente a más de una mensualidad de renta¹³.

b) TRLGDCU y Directiva 93/13/CEE.

La LAU se aplica tengan la condición que tengan tanto el arrendador como el arrendatario, esto es, se aplica si el propietario es persona jurídica y el inquilino persona física, pero también cuando se da la situación contraria, o cuando los dos son personas físicas o jurídicas. En este artículo, vamos a centrarnos exclusivamente en aquellos casos en los que se produce una relación de consumo conforme a lo dispuesto en la Directiva 93/13/CEE del Consejo, de 5 de abril de 1993, sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores (en adelante, la Directiva 93/13/CEE) y el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias (en adelante TRLGDCU). Para que se entienda que se produce una

¹³ <https://www.aemtia.com/es/el-contrato-de-alquiler-y-las-clausulas-abusivas/>

relación de consumo conforme a estas normas, el arrendador deberá ser un empresario y el arrendatario, una persona consumidora¹⁴.

2. Elementos subjetivos para determinar la existencia de una cláusula abusiva.

Para analizar si estamos ante cláusulas abusivas en un contrato de arrendamiento, y por tanto decretar su nulidad como dispone la legislación de consumo, tenemos que comenzar examinando si por un lado, en la figura del arrendador, estamos ante un empresario, esto es, *“una persona física o jurídica, ya sea privada o pública, que actúe directamente o a través de otra persona en su nombre o siguiendo sus instrucciones, con un propósito relacionado con su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión”*, y del otro lado, con un consumidor, entendiendo este como *“una persona física que actúe con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión”* ambas definiciones, según la terminología utilizada en el TRLGDCU.

Sabemos que, en la práctica forense, al analizar las cláusulas abusivas en los préstamos hipotecarios, se ha producido una gran discusión en algunas situaciones como cuando se adquiere un piso con un propósito mixto (sirve como vivienda y también como despacho profesional). También puede resultar conflictiva la figura del arrendador como empresario en algunos supuestos en los que por ejemplo no esté dado de alta para el ejercicio de actividad mercantil, pero que sea un gran tenedor de viviendas y reciba cuantiosas remuneraciones por esto. Acerca de estas cuestiones, existe una amplia jurisprudencia y doctrina a cuya lectura nos remitimos¹⁵, puesto que excede el ámbito de este trabajo.

3. Elementos objetivos para determinar que hay una cláusula abusiva.

a) *Contrato no negociado individualmente.*

¹⁴ Art. 2 TRLGDCU: *“Esta norma será de aplicación a las relaciones entre consumidores o usuarios y empresarios”*.

¹⁵ Entre otras muchas: <https://noticias.juridicas.com/actualidad/jurisprudencia/13908-el-ts-delimita-el-concepto-de-comerciante-y-consumidor-a-efectos-de-control-de-transparencia-y-abusividad-del-prestamo/>
https://www.boe.es/biblioteca_juridica/comentarios_sentencias_unificacion_doctrina_civil_y_mercantil/abrir_pdf.php?id=COM-D-2022-4

Fijada la presencia de un empresario como arrendador y de una persona consumidora como arrendataria, para saber si estamos ante una cláusula abusiva, tendremos que analizar si el contrato se ha negociado individualmente, o si, por el contrario, estamos ante un contrato de adhesión, impuesto a la persona consumidora sin capacidad de negociarle.

La Directiva 93/13/CEE ha definido cuándo estamos ante una cláusula que no se ha negociado individualmente, y ha dicho que es cuando *“haya sido redactada previamente y el consumidor no haya podido influir sobre su contenido, en particular en el caso de los contratos de adhesión”*.

La acreditación de cuándo se está ante una cláusula no negociada individualmente, no genera demasiados problemas en la práctica dado que resulta notorio que es siempre el arrendador quien impone el contrato al inquilino, ya sea directamente, o cuando interviene una agencia inmobiliaria. De esa forma, entendemos que se tiene que partir de que no se ha negociado el contrato en una presunción *iuris tantum*, según se ha dispuesto en el art. 82.2 TRLGDCU cuando dice que: *“El empresario que afirme que una determinada cláusula ha sido negociada individualmente, asumirá la carga de la prueba.”*

Parece difícil que el empresario-arrendador vaya a tratar de sostener ante un juzgado que negoció individualmente el contrato, y más teniendo en cuenta que el citado artículo sostiene además que: *“El hecho de que ciertos elementos de una cláusula o que una cláusula aislada se hayan negociado individualmente no excluirá la aplicación de las normas sobre cláusulas abusivas al resto del contrato”*.

De esta forma, igual que ha sucedido en los pleitos por cláusulas abusivas en los contratos hipotecarios, el empresario suele aceptar que impuso el contrato (dado que eso en sí mismo no es ilegal) y centra sus esfuerzos de defensa en otros aspectos como que, a pesar de que no se negoció, sí que se informó al consumidor, o que las cláusulas impuestas no suponen un desequilibrio entre las partes.

b) *Cláusulas abusivas en un contrato no negociado individualmente.*

El legislador ha protegido al consumidor en esos contratos que son legales pero que no ha tenido oportunidad de negociar, y

concretamente, ha dispuesto en el artículo 80 del TRLGDCU que las cláusulas no negociadas individualmente deben cumplir los siguientes requisitos:

- *Concreción, claridad y sencillez en la redacción, con posibilidad de comprensión directa, sin reenvíos a textos o documentos que no se faciliten previa o simultáneamente a la conclusión del contrato, y a los que, en todo caso, deberá hacerse referencia expresa en el documento contractual.*
- *Accesibilidad y legibilidad, de forma que permita al consumidor y usuario el conocimiento previo a la celebración del contrato sobre su existencia y contenido. En ningún caso se entenderá cumplido este requisito si el tamaño de la letra del contrato fuese inferior a los 2.5 milímetros, el espacio entre líneas fuese inferior a los 1.15 milímetros o el insuficiente contraste con el fondo hiciese dificultosa la lectura.*
- *Buena fe y justo equilibrio entre los derechos y obligaciones de las partes, lo que en todo caso excluye la utilización de cláusulas abusivas.*

Al igual que sucede en el régimen de la LAU, el legislador ha venido a proteger a la parte más débil en la relación de consumo de una manera incluso más justificada en este caso en nuestra opinión. Esto es así, puesto que, si ya el arrendador está en una posición de privilegio por lo que hemos referido en la introducción respecto a los problemas de acceso a la vivienda, este se incrementa cuando además es un empresario, que va a tener un mayor conocimiento del mercado y una mayor capacidad de asesoramiento a la hora de redactar el contrato que posteriormente impondrá al inquilino-consumidor.

En este punto llegamos al asunto mollar, y es la definición de la cláusula abusiva. Según el TRLGDCU, se considerarán cláusulas abusivas *“todas aquellas estipulaciones no negociadas individualmente y todas aquellas prácticas no consentidas expresamente que, en contra de las exigencias de la buena fe causen, en perjuicio del consumidor y usuario, un desequilibrio importante de los derechos y obligaciones de las partes que se deriven del contrato y, en todo caso las que incurran en las siguientes prácticas:*

- *Vinculen el contrato a la voluntad del empresario.*

- *Limiten los derechos del consumidor y usuario.*
- *Determinen la falta de reciprocidad en el contrato.*
- *Impongan al consumidor y usuario garantías desproporcionadas o le impongan indebidamente la carga de la prueba.*
- *Resulten desproporcionadas en relación con el perfeccionamiento y ejecución del contrato, o*
- *contravengan las reglas sobre competencia y derecho aplicable”.*

De esta forma, recapitulando lo visto, podemos señalar que para que se pueda considerar nula la cláusula de un contrato de alquiler conforme a lo dispuesto en la legislación de consumo será preciso: 1) Que el arrendador sea un empresario; 2) Que el arrendatario sea una persona consumidora; 3) Que el contrato de alquiler no se haya negociado individualmente y 4) Que el contrato de alquiler no negociado individualmente imponga un desequilibrio entre las partes en perjuicio de la consumidora.

c) Análisis en la práctica de cuándo estamos ante cláusulas abusivas.

Vista la teoría, y concretamente la definición de cláusula abusiva, debemos decir que determinar cuándo se produce desequilibrio entre las partes es en ocasiones una tarea difícil y que tiene que interpretarse por los tribunales de justicia en cada caso, dado que obviamente quien impone una cláusula de ese tipo, no le reconoce ese carácter. Por ello resulta importante revisar qué han dicho los juzgados y tribunales en relación con este asunto.

Aprobada la norma básica de protección del consumidor que regulaba las cláusulas abusivas en el año 2007 (el TRLGDCU), comenzaron a sucederse a lo largo de los años siguientes demandas que aludían al carácter abusivo de cláusulas en algunos contratos de adhesión como son los de telecomunicaciones, los de transporte aéreo, los de suministros energéticos o los de garantía hipotecaria, pero no encontramos sino hasta casi dos décadas después de la aprobación de la norma, una sentencia que analiza la posible abusividad de varias cláusulas de un contrato de arrendamiento de vivienda.

Esta sentencia pionera fue la dictada en el año 2023 por el Juzgado de Primera Instancia nº 31 de Barcelona y en ella analizaba el contrato de arrendamiento de vivienda suscrito en

enero del año 2020 entre un fondo inmobiliario como parte arrendadora y una persona física como arrendataria. En la demanda, la parte arrendataria asesorada por el Sindicat de Llogateres de Catalunya y el despacho de abogados Collectiu Ronda, pedía la nulidad de 10 cláusulas presentes en el contrato de arrendamiento de vivienda, al considerarlas condiciones generales de la contratación que no fueron negociadas individualmente y que generaban un desequilibrio en derecho y obligaciones de las partes limitando los derechos de los consumidores y usuarios al no respetar la reciprocidad del contrato, vulnerando así lo dispuesto en los arts. 82.1 y 82.4 b) y c) TRLGDCU. El fondo inmobiliario reconocía la condición de consumidora en la inquilina y la naturaleza jurídica de que las cláusulas constituían condiciones generales de la contratación. Sin embargo, consideraba que eran cláusulas válidas al ser consecuencia de la libertad de pacto que rige en el derecho civil, que su contenido fue informado antes de la firma del contrato y que éste fue conocido, comprendido y aceptado libremente.

Dado su interés, a continuación, vamos a ver brevemente lo que establecían las cláusulas impugnadas y la consideración que dio el Juzgado a cada una de ellas¹⁶:

- i. Cláusula que permitía la posibilidad de retener el importe de fianza.

Venía a establecer que, si al finalizar el arrendamiento se devolvía la vivienda pintada en un color diferente al blanco o con agujeros en las paredes, se podría retener de la fianza la parte oportuna para la restitución.

Se consideró una cláusula abusiva por vulnerar el art. 82.4 b) y f) TRLGDCU, toda vez que limitaba desproporcionadamente los derechos del arrendatario.

- ii. Cláusula que imponía una penalización por demora en el desalojo al triple de la renta diaria por cada día de retraso.

Establecía que una vez terminara el contrato de alquiler, se debía abandonar el piso y dejar las llaves de manera inmediata.

¹⁶ Debemos referir aquí que no hemos tenido conocimiento de si la sentencia fue recurrida o si es firme.

De no ser así, habría que hacer frente al pago de una penalización por importe equivalente al triple de la renta diaria vigente en el periodo mensual, inmediatamente anterior a la fecha de extinción del contrato, por día de retraso en el desalojo.

Se declaró abusiva al amparo de lo dispuesto en los arts. 82.4 e) y d) y 85.6 TRLGDCU por imponer una indemnización desproporcionadamente alta al consumidor que no cumpliera sus obligaciones. Justificaba su decisión el juzgador en que partía la arrendadora de una premisa incorrecta como es que se seguía ocupando la casa sin pagar renta, cuando es posible que no fuera así, pero es que, aún en ese caso, también sería desproporcionado, dado que existía una fianza, y la posibilidad de resarcir los eventuales perjuicios reclamando en el juzgado.

- iii. Cláusula que autoriza para la inclusión en un registro de morosos.

Establecía que en el caso de impago de la renta y/o de otras obligaciones dinerarias derivadas del contrato, el arrendatario autorizaba al arrendador a que se le incluyera en un registro de morosos.

El juzgador no consideró abusiva esta cláusula dado que transcribía lo dispuesto en la legislación de protección de datos y que condicionaba esa acción de incluir en el fichero de morosos a las premisas legales para que operara dicho registro. De esta forma, y al amparo de la Directiva comunitaria 93/13/CEE que dispone en su artículo 1.2 que: *“Las cláusulas contractuales que reflejen disposiciones legales o reglamentarias imperativas, así como las disposiciones o los principios de los convenios internacionales, en especial en el ámbito de los transportes, donde los Estados miembros o la Comunidad son parte, no estarán sometidos a las disposiciones de la presente Directiva”*, sostuvo que no cabía calificarla como abusiva.

- iv. Cláusula de renuncia a derechos en caso de la interrupción de suministro por causa ajena al arrendador.

Establecía que, si se interrumpían los suministros por causa ajena al arrendador, no daría derecho a indemnización a favor del arrendatario ni a la suspensión, reducción o condonación de las condiciones adeudadas en virtud del contrato.

Se estimó abusiva por contravenir las disposiciones normativas de la materia, el art. 82.4.f), porque implícitamente exoneraba al arrendador de cumplir con una obligación contractual, prevista legalmente, como era garantizar la habitabilidad del inmueble, y por negar un derecho del arrendatario, respecto de la posibilidad de pedir la resolución del contrato por la falta de habitabilidad del inmueble.

- v. Cláusula de derecho a realizar visitas periódicas a la vivienda para comprobar su estado.

Establecía que el arrendador, podía realizar visitas periódicas, previo aviso al arrendatario, al objeto de comprobar el buen estado y funcionamiento de todos los aparatos, instalaciones y utensilios de la vivienda.

Se estimó abusiva por no respetar la igualdad de derechos, toda vez que imponía al arrendatario una obligación no prevista en la ley, dado que esta le impone la obligación de restituir el inmueble en el estado que lo recibió al finalizar el contrato, pero no antes.

- vi. Cláusula de resolución por incumplimientos no esenciales y la no devolución de cantidades en caso de resolución imputable al arrendador.

Establecía que la resolución del contrato de arrendamiento no generaría a favor del arrendatario la devolución de ninguna cantidad desembolsada durante la ejecución del contrato de arrendamiento.

Se estimó abusiva conforme a lo dispuesto en el art. 82.4 f) TRLGDCU por ser contraria a la normativa legal, al excluir el efecto jurídico propio de toda resolución contractual e imposibilitar que el arrendatario pudiera exigir la restitución de la renta en estos casos.

- vii. Cláusula que imponía una serie de gastos por incumplimiento al inquilino.

Establecía que serían por cuenta del arrendatario los gastos extrajudiciales o judiciales por impago de rentas, actualizaciones y cantidades asimiladas.

Se estimó abusiva por no respetar el contenido de la ley, concretamente lo dispuesto en la Ley de Enjuiciamiento Civil

respecto a la imposición de gastos judiciales por incumplimiento contractual. Esto es así porque la se limitaba a recoger el criterio general objetivo de condena en costas por vencimiento, sin tener en cuenta matices como la posibilidad de allanamiento del arrendatario, la necesidad de reclamaciones extrajudiciales del arrendador, para valorar la posible mala fe o no del arrendatario, o incluso dudas de hecho o de derecho, que en cada caso concreto pueden excepcionar la regla general de imponer los gastos al inquilino que no paga las rentas.

- viii. Cláusula que disponía que las cláusulas del contrato de alquiler se habían individualmente.

Establecía que se habían negociado entre las partes todas las cláusulas.

Se estimó abusiva por imponer tácitamente la carga de la prueba de la no negociación individual en el consumidor, contraviniendo la legislación en esta materia (art. 3.2. la Directiva 93/13/CEE y art. 88.2 TRLGDCU).

- ix. Cláusula que imponía el pago del seguro de impago de rentas al arrendatario.

Establecía que era el arrendatario quien tenía que pagar las cuotas del seguro de impago, para que, en caso de que se diera esta situación, se pagara la indemnización al casero.

Se estimó abusiva conforme a lo dispuesto en el art. 82.4 e) TRLGDCU por hacer asumir al arrendatario el pago de un seguro que, contrata el arrendador y que le beneficia exclusivamente a él, quebrantando con ello el justo equilibrio y proporcionalidad entre los derechos y deberes de las partes de un contrato.

III. CONCLUSIONES

El modelo de negocio inmobiliario ha ido cambiando con el tiempo y si bien antes las empresas se centraban en la construcción de edificios y la venta de los pisos que contenía, en los últimos tiempos, los grandes fondos de inversión están comprando bloques enteros que destinan al alquiler. Así, se están convirtiendo en propietarios que imponen contratos a sus inquilinos, que, de no ser empresarios, harán que surja la

relación de consumo que hace aplicable la legislación de protección del consumidor¹⁷.

En el modelo anterior, si bien se solía imponer el contrato de arrendamiento por parte del propietario, había una mayor flexibilidad y un trato más cercano entre propietario-inquilino, que hacía que pudieran resolverse ciertas controversias sin llegar a judicializarse. Sin embargo, en este nuevo modelo los fondos-propietarios, suelen delegar en alguna empresa inmobiliaria todos los aspectos relativos a la contratación y no permiten la más mínima incidencia del inquilino en el devenir de la relación contractual.

En este panorama, resulta fundamental no solo la aparición de nueva legislación protectora de la parte económicamente más débil (como sucedió con la promulgación de la Ley 12/2023, de 24 de mayo, por el derecho a la vivienda), o la revisión de la LAU, sino que hay que exigir el cumplimiento de la normativa ya existente, concretamente y cuando es una persona consumidora, la Directiva 93/13/CEE y el TRLGDCU.

En una perspectiva más amplia que excede el ámbito de este trabajo habría que plantearse que un derecho constitucional como es el de acceso a la vivienda no debería mercantilizarse, puesto que, de ser así, se somete a las normas del mercado, y la parte económicamente más ve frustrado su derecho. No obstante, esto, y en el contexto actual, tal y como pasó en el ámbito de los préstamos hipotecarios, resulta fundamental el trabajo de las asociaciones de consumidores, unidas a las de inquilinos, para el respeto de los derechos de las personas consumidoras, impidiendo que se les impongan cláusulas abusivas que cercenen sus derechos.

Si bien es cierto que la sentencia que se ha analizado en este caso no puede recibir la calificación de jurisprudencia en el sentido de que es una única sentencia y no proviene del Tribunal Supremo, lo cierto es que sienta unos importantes elementos para el debate y unos criterios que compartimos y consideramos que deben prevalecer si la disputa se plantea ante otros tribunales.

¹⁷ A este respecto, <https://civio.es/poder/2023/06/21/diez-empresas-concentran-el-12-percent-de-los-inmuebles-alquilados-en-la-comunidad-de-madrid/>

EL ENGAÑO VERDE: UN ANÁLISIS JURÍDICO DEL GREENWASHING EN EL ENTORNO EMPRESARIAL Y SU IMPACTO EN LOS CONSUMIDORES

Gabriela Camayd González.

Vocal ejecutiva de la Junta Directiva de FACUA y vocal del Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU)

INTRODUCCIÓN

En el entorno empresarial actual, un término resuena con fuerza y genera preocupación: el Greenwashing. Esta práctica, cada vez más extendida, plantea un serio desafío para los consumidores que buscan tomar decisiones responsables, así como para las empresas comprometidas genuinamente con la sostenibilidad. Distinguir entre estrategias de marketing auténticas y aquellas que son meramente cosméticas es, sin duda, fundamental.

El concepto de Greenwashing fue acuñado en 1986 por el ambientalista Jay Westerveld, quien lo empleó para criticar una política aplicada por la industria hotelera. Los hoteles invitaban a los huéspedes a reutilizar sus toallas bajo el pretexto de proteger el medio ambiente, cuando el verdadero objetivo era reducir costos operativos. Este primer ejemplo evidencia la esencia del Greenwashing: promover una imagen verde sin que exista un compromiso real con la sostenibilidad.

¿En qué consiste el Greenwashing?

El Greenwashing se refiere a la estrategia mediante la cual una corporación comunica información parcial o engañosa sobre sus prácticas de sostenibilidad con el fin de proyectar una imagen más ecológica de la empresa o de sus productos. El objetivo es claro: aprovechar la creciente preocupación social por el medio ambiente y atraer a un consumidor que valora cada vez más la responsabilidad ambiental en sus decisiones de compra.

Las empresas son conscientes de que el perfil del consumidor ha cambiado. Hoy, muchos compradores toman sus decisiones de compra no solo basándose en calidad y precio, sino que

también valoran el impacto ambiental de los productos que adquieren. En respuesta, algunas compañías, en lugar de adoptar verdaderas políticas sostenibles, se centran en desarrollar campañas de marketing que presentan una imagen engañosa de respeto al entorno, cuando en realidad su prioridad sigue siendo la rentabilidad.

Una reflexión desde la perspectiva del consumidor

En este contexto, resulta pertinente citar al filósofo Noam Chomsky, quien establece una diferencia fundamental entre economía y marketing:

“En economía, los mercados se basan en crear consumidores informados que tomen decisiones racionales. En marketing, se trata de generar consumidores desinformados que tomen decisiones emocionales.”

Esta cita plasma perfectamente el núcleo del problema: Mientras los mercados pretenden incentivar el razonamiento crítico, las estrategias de Greenwashing buscan apelar a las emociones, creando una falsa percepción de compromiso ambiental y desviando la atención del consumidor de las verdaderas prácticas de la empresa.

El engaño disfrazado de sostenibilidad

El Greenwashing consiste en emplear la sostenibilidad como un gancho publicitario, sin un verdadero respaldo en prácticas responsables. Se trata, en muchos casos, de un uso fraudulento de términos y símbolos ecológicos que buscan influir en las decisiones de compra, incurriendo incluso en publicidad engañosa.

Este fenómeno no solo perjudica al consumidor, que confía en estar adquiriendo un producto más sostenible, sino también a las empresas que sí implementan políticas reales de respeto ambiental. La proliferación de prácticas de Greenwashing genera un entorno de desinformación en el que resulta cada vez más difícil distinguir entre lo auténtico y lo fraudulento.

¿Puede una empresa ser verdaderamente sostenible?

Es importante subrayar que no todas las corporaciones recurren al Greenwashing. Existen empresas que han implementado medidas reales para hacer sus modelos de negocio más sostenibles y respetuosos con el entorno. Sin embargo, las multinacionales —cuya lógica de operación está intrínsecamente ligada a la maximización de beneficios— difícilmente priorizarán la sostenibilidad sobre la rentabilidad. La clave, por tanto, radica en saber distinguir entre aquellas empresas que comunican con honestidad sus políticas de sostenibilidad y aquellas que emplean el discurso ambiental únicamente como una herramienta para mejorar su imagen y aumentar sus ventas. En este último supuesto, nos encontraríamos frente a un claro ejemplo de Greenwashing.

¿CÓMO IDENTIFICAR EL GREENWASHING?: PRINCIPALES SELLOS Y CERTIFICACIONES

A la hora de elegir un producto, los consumidores suelen evaluar múltiples factores como el precio, la calidad y la confianza que la marca les inspira. En los últimos años, uno de los aspectos que ha ganado relevancia en estas decisiones es el impacto ambiental del producto. La preocupación por el medio ambiente se ha consolidado como un criterio determinante para muchos usuarios en la elección de bienes y servicios.

Al final, como en muchos otros aspectos de la vida, el sentido común y la información terminan siendo los mejores consejeros a la hora de llenar el carrito de la compra. No obstante, los hábitos de consumo modernos han erosionado los criterios tradicionales de elección de productos y nos han habituado a priorizar el packaging por encima del contenido real.

El Greenwashing explota precisamente esta desconexión. A través de estrategias de marketing en las que las empresas crean una ilusión de sostenibilidad mediante envases verdes, diseños que evocan la naturaleza o anuncios plagados de imágenes de árboles y animales. Estas tácticas buscan que el consumidor perciba el producto como menos contaminante que otros de la competencia, aunque no exista una base real que lo respalde.

En un entorno cada vez más consciente de la sostenibilidad, los sellos y certificaciones juegan un papel clave al ofrecer garantías sobre el impacto ambiental, social o nutricional de los productos. Sin embargo, la gran variedad de certificaciones, muchas de ellas sin una adecuada comunicación previa que explique su significado y alcance, provoca que el consumidor se enfrente a una decisión de compra compleja. Al observar tantos símbolos diferentes en las estanterías de los comercios, es natural sentirse abrumado e incluso desconfiar del verdadero valor de dichas etiquetas, especialmente cuando no existe una adecuada difusión sobre su significado. A continuación, se presentan algunos de los sellos más relevantes y reconocidos:

Etiqueta Ecológica Europea (Ecolabel)

Otorgada por la Unión Europea y gestionada en España por el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, esta certificación se identifica con una flor coronada por la letra e. El sello garantiza que el producto cumple con estrictos criterios de sostenibilidad ambiental durante su ciclo de vida: desde la fabricación hasta el final de su uso.

Etiquetas Regionales de Agricultura Ecológica y BIO

También emitidas por la Unión Europea y administradas por el mismo ministerio, estas etiquetas certifican que los alimentos han sido producidos sin el uso de pesticidas, fertilizantes químicos u otras sustancias artificiales. Representadas gráficamente por una hoja con estrellas, permiten a los agricultores comercializar sus productos ecológicos en todo el territorio de la Unión Europea.

Denominación de Origen Protegida (DOP)

Este sello destaca productos que cumplen con requisitos de calidad específicos y están vinculados a una región geográfica concreta. Su símbolo es un círculo que contiene un campo de cultivo, muy similar al de la Indicación Geográfica Protegida (IGP). En España existen más de 200 DOP de diversos productos agroalimentarios, como vinos, quesos o aceites.

MSC y ASC – Pesca sostenible certificada

Emitidos por organismos privados e independientes, el Marine Stewardship Council (MSC) y el Aquaculture Stewardship Council (ASC) certifican que el pescado ha sido capturado de manera sostenible. Esto implica respetar los criterios de regeneración de las especies y evitar la sobreexplotación de los mares, la pesca ilegal y destructiva. Sus logotipos, fácilmente reconocibles, muestran las siglas junto a la figura de un pez.

Welfair – Bienestar animal

Este sello, emitido por entidades certificadoras independientes, garantiza que los productos cárnicos cumplen con altos estándares de bienestar animal en toda la cadena de producción. La certificación evalúa aspectos como la sanidad, la bioseguridad, el manejo y la trazabilidad de los animales. Gráficamente, se identifica con una W y la frase "Welfair Bienestar Animal".

FSC, PEFC y Rainforest Alliance – Papel y madera sostenible

Emitidos por organizaciones independientes, estos sellos garantizan que los productos de papel y madera provienen de bosques gestionados de manera sostenible:

Índice Nutriscore

Aunque no es un sello de sostenibilidad, el índice Nutriscore se presenta como una herramienta para los consumidores para que conozcan la calidad nutricional de los alimentos. Esta etiqueta clasifica los productos mediante un código de colores y letras, facilitando una comparación rápida, mediante compensación entre nutrientes buenos y malos, dentro de una misma categoría. Valora tanto los componentes nutricionales positivos (frutas, fibras, proteínas, etc.) como los negativos (calorías, grasas saturadas, azúcares y sal).

Fairtrade – Comercio justo

El sello Fairtrade, gestionado por una entidad independiente, certifica que los productos han sido elaborados cumpliendo estrictos criterios sociales, económicos y ambientales. Esto

incluye condiciones laborales justas, salarios dignos y prácticas agrícolas sostenibles

FORMAS DE GREENWASHING: ESTRATEGIAS EN EL MARKETING CORPORATIVO

El fenómeno del Greenwashing se presenta en diversas formas, algunas más sutiles y otras más evidentes. A continuación, analizamos algunas de las estrategias más representativas de esta práctica engañosa, aunque no son las únicas.

1. Responsabilidad del Consumidor: Traslado de la carga al usuario final

Una de las formas más comunes de Greenwashing consiste en trasladar la responsabilidad de la sostenibilidad al consumidor, en lugar de que la empresa asuma un compromiso real con el medio ambiente. Este tipo de estrategia engañosa es utilizada por grandes corporaciones que, a pesar de su significativa huella ambiental, promueven una falsa imagen de compromiso ecológico.

Un ejemplo claro lo tenemos en empresas comercializadoras de refrescos, principales responsables de la contaminación global por plásticos. No obstante, hemos sido testigos de varias campañas publicitarias que sugieren que sus envases plásticos son completamente reciclables. Sin embargo, la realidad es mucho más compleja. El reciclaje de plásticos no es un proceso simple y no siempre es efectivo, debido a la falta de infraestructura adecuada y a la contaminación de los materiales reciclables. La práctica de unir el tapón a la botella para facilitar el reciclaje hace que la empresa quede eximida de su responsabilidad, sugiriendo que es el consumidor quien debe ocuparse de llevar los envases al contenedor amarillo, sin que exista una verdadera solución ecológica a largo plazo, como la creación de productos biodegradables.

Otro ejemplo son los servicios de restauración rápida, que apelan a la responsabilidad individual del consumidor para separar y reciclar los envases.

// Cambio de Imagen Superficial: Alteraciones cosméticas para proyectar sostenibilidad

Otra forma de Greenwashing consiste en realizar cambios superficiales en la imagen de la empresa o el producto, con el único fin de transmitir una imagen de respeto al medio ambiente, sin que realmente se implementen prácticas sostenibles en la operación.

Un caso claro es el rebranding para cambiar los logotipos tradicionales por otros más “naturales” por ejemplo de color verde, un color que históricamente ha sido asociado con lo ecológico y lo natural, o utilizando la imagen de árboles o animales. Este cambio estético de bajo impacto busca crear una percepción de responsabilidad ambiental, cuando en realidad las prácticas de la empresa no han experimentado cambios sustanciales que avalen este nuevo aspecto.

Las alteraciones superficiales en el diseño, como el uso de colores verdes o la inclusión de imágenes relacionadas con la naturaleza, se emplean como una estrategia para generar la ilusión de un compromiso ecológico. Sin embargo, este tipo de tácticas no abordan la verdadera raíz del problema: la sostenibilidad de los procesos y productos de la empresa.

/// Compromisos de Sostenibilidad Ambiguos: Un lenguaje vacío de acción

Una de las formas más insidiosas de Greenwashing es el uso de compromisos vagos o ambiguos que no proporcionan detalles concretos sobre las prácticas sostenibles de la empresa. Palabras como “100% natural”, “Bio” o “verde” son comúnmente utilizadas en la publicidad para evocar una imagen positiva, pero carecen de información específica sobre las certificaciones y las acciones reales adoptadas por la empresa. Este tipo de lenguaje no ofrece transparencia sobre los procesos involucrados ni evidencia de un verdadero esfuerzo por la sostenibilidad. Esta es una de las formas de Greenwashing que viene a abordar de forma más directa la Directiva 2024/825 de la que hablaremos más adelante.

Por ejemplo, al escuchar que un producto es “100% natural”, es fácil asumir que es ecológico y respetuoso con el medio ambiente. Sin embargo, el uranio es también 100% natural, pero no por ello es un material cordial con el medio ambiente.

Las empresas que utilizan estos términos deben ser sometidas a un escrutinio más profundo, buscando evidencias claras de sus prácticas y certificaciones reales, más allá de las promesas vacías de marketing.

IV. Pequeñas Gamas de Productos Sostenibles: El truco de la minúscula línea ecológica

El cuarto tipo de Greenwashing es frecuente en industrias como la moda y la cosmética, donde las empresas lanzan pequeñas gamas de productos que parecen ser sostenibles, pero que no representan una verdadera transformación en su modelo de negocio. Este enfoque, que se limita a una fracción de la oferta total de la empresa, puede generar la falsa sensación de que la compañía está comprometida con la sostenibilidad, cuando en realidad su impacto ambiental sigue siendo significativo.

Un ejemplo de este tipo de Greenwashing es el caso del “fast fashion”. Estas empresas, suelen lanzar colecciones que vinculan a materiales sostenibles y prácticas de producción ética. Sin embargo, esta colección representa solo una pequeña fracción de la oferta total de la empresa. Este enfoque puede servir como una táctica de marketing para desviar la atención de la falta de cambios sustanciales en el resto de su cadena de producción.

REGULACIÓN ACTUAL DEL GREENWASHING EN LA UNIÓN EUROPEA

El Greenwashing ha generado preocupación debido a su potencial para engañar a los consumidores y distorsionar el mercado. En respuesta a este fenómeno, la Unión Europea (UE) ha implementado una serie de regulaciones y directivas que buscan asegurar la transparencia y evitar las prácticas comerciales desleales relacionadas con la sostenibilidad. A continuación, se detallan las normativas clave que abordan el tema del Greenwashing y la publicidad engañosa, así como las herramientas de autorregulación existentes.

1. Normativas Específicas:

Las leyes y regulaciones de la UE establecen un marco legal para combatir las prácticas comerciales desleales relacionadas

con el medio ambiente, garantizando que las empresas sean transparentes y responsables en su comunicación sobre sostenibilidad.

a. Directiva 2005/29/CE sobre Prácticas comerciales desleales (DPCD)

Esta directiva establece una base fundamental para la protección del consumidor en el mercado único europeo, prohibiendo prácticas comerciales desleales, incluidas las prácticas engañosas relacionadas con la sostenibilidad. En el contexto del Greenwashing, la directiva impone sanciones a las empresas que utilicen afirmaciones falsas o engañosas para promocionar productos o servicios como ecológicos cuando no lo son. Esto incluye el uso indebido de términos como "natural", "verde" o "ecológico", sin respaldo suficiente.

Esta norma ha sido recientemente modificada por la **Directiva (UE) 2024/825 de 28 de febrero**, orientada a mejorar la protección de los consumidores frente a prácticas que dificultan decisiones de consumo responsables, especialmente en lo que respecta a la sostenibilidad de los productos. En respuesta al crecimiento del greenwashing y otras prácticas comerciales desleales que engañan a los consumidores, la Comisión Europea ha propuesto una modificación significativa de la Directiva 2005/29/CE.

Se amplía la lista de características del producto que pueden considerarse engañosas, incorporando aspectos medioambientales, sociales y de circularidad, como la durabilidad, reparabilidad y reciclabilidad. Las afirmaciones sobre estas características deben estar respaldadas por compromisos claros, objetivos, públicamente disponibles y verificables. De igual forma, se prohíben las afirmaciones que no estén sustentadas por metas concretas y planes de ejecución realistas que demuestren cómo se alcanzarán estas metas, con la asignación de los recursos necesarios.

Además, se establece la prohibición de anunciar beneficios para los consumidores que no estén directamente relacionados con las características del producto. Esto incluye las afirmaciones que, aunque pretendan resaltar aspectos medioambientales o sociales, son irrelevantes o carecen de una base sólida. En cuanto a la comparación de productos, se introduce la obligación de que los comerciantes proporcionen

información detallada sobre el método de comparación utilizado, los productos comparados y las medidas tomadas para mantener la información actualizada, especialmente en lo relativo a características medioambientales y sociales.

El Anexo I de la Directiva también se modifica para prohibir varias prácticas engañosas. Por ejemplo, se prohíbe la exhibición de distintivos de sostenibilidad sin el respaldo de un sistema de certificación o la realización de afirmaciones medioambientales genéricas como “respetuoso con el medio ambiente” o “verde”, que carecen de evidencia verificable. También se prohíbe hacer afirmaciones medioambientales sobre un producto en su totalidad cuando realmente solo se refieren a un aspecto específico no representativo. Además, se prohíbe la compensación de emisiones de gases de efecto invernadero que pueda inducir a error, haciendo creer a los consumidores que un producto es neutro en carbono o tiene un impacto ambiental nulo. Otra práctica prohibida es la presentación como ventaja de un producto el cumplimiento de normativas legales ya aplicables a todos los productos de una categoría en el mercado europeo.

Por otro lado, se extiende la prohibición de prácticas relacionadas con la obsolescencia programada, incluyendo las actualizaciones de software que puedan limitar el funcionamiento de los dispositivos. Los comerciantes están obligados a proporcionar información veraz sobre las consecuencias de dichas actualizaciones en la durabilidad o funcionalidad de los productos digitales. De igual forma, se prohíbe hacer afirmaciones sobre la durabilidad de los productos que no correspondan con la realidad, o presentar productos como reparables cuando no lo son. También se prohíbe inducir al consumidor a sustituir o reparar elementos de un producto antes de que sea necesario.

b. Directiva 2009/125/CE sobre Requisitos de diseño ecológico

Esta directiva establece los requisitos para el diseño ecológico de productos relacionados con la energía, tales como electrodomésticos. Su objetivo es garantizar que los productos sean más eficientes desde el punto de vista energético y que los consumidores puedan obtener información clara sobre la eficiencia energética de los productos a través de etiquetas transparentes. Esta regulación también afecta a la etiqueta de

eficiencia energética, que puede utilizarse como una estrategia de marketing verde.

c. Reglamento (CE) n.º 66/2010 sobre la Etiqueta ecológica de la UE

Regula el uso de la etiqueta ecológica de la UE, asegurando que las empresas solo puedan utilizarla si cumplen con ciertos estándares de sostenibilidad ambiental. Este reglamento prohíbe expresamente la publicidad falsa o engañosa relacionada con productos que ostentan la etiqueta ecológica de la UE. En este contexto, ayuda a proteger a los consumidores de afirmaciones fraudulentas sobre la sostenibilidad de los productos.

d. Directiva 2011/83/UE sobre los derechos de los consumidores

Esta Directiva sustituye a la Directiva 85/577/CEE del Consejo y a la Directiva 97/7/CE sobre contratos a distancia y fuera del establecimiento, y modificó la Directiva 93/13/CEE sobre cláusulas abusivas y la Directiva 1999/44/CE sobre venta y garantías de bienes de consumo. Su objetivo principal es reforzar los derechos de los consumidores mediante la introducción de normas relativas a la información precontractual, el derecho de desistimiento y la armonización de disposiciones contractuales en toda la Unión Europea, promoviendo un mercado interior más transparente y seguro para los consumidores.

No obstante, la nueva Directiva 2024/825 modifica la Directiva 2011/83/UE con el objetivo de proporcionar a los consumidores una mejor información precontractual en aspectos clave como la durabilidad, la reparabilidad y la disponibilidad de actualizaciones de los productos. Esta información debe ser clara, comprensible y accesible, en línea con los requisitos de la Directiva (UE) 2019/822 sobre accesibilidad.

Una de las principales modificaciones es la obligación de los comerciantes de informar a los consumidores sobre la existencia y la duración de la garantía comercial de durabilidad ofrecida por el productor, sin costes adicionales. Esta garantía debe cubrir la totalidad del bien y tener una duración superior a dos años. Para facilitar la transparencia, esta información debe ser proporcionada a través de una etiqueta armonizada

que debe ser visible para el consumidor. Además, se requiere que los comerciantes informen sobre la garantía comercial de durabilidad en su totalidad, es decir, aplicable a todo el bien y no solo a sus componentes específicos.

Para evitar confusiones, se introduce también la obligación de exhibir un aviso armonizado que recuerde a los consumidores la existencia de la garantía legal de conformidad, sus principales características y la duración mínima de dos años. Este aviso también debe incluir una referencia a la posibilidad de que la duración de la garantía legal sea superior, según el Derecho nacional. Es importante destacar que los productores y vendedores seguirán siendo libres de ofrecer otras garantías comerciales y servicios posventa, siempre y cuando esta información no confunda al consumidor sobre la garantía comercial de durabilidad.

La Directiva también introduce nuevas obligaciones de información precontractual en relación con la durabilidad y la reparabilidad de los productos, así como las actualizaciones de software para productos con elementos digitales. Los comerciantes deben proporcionar información clara sobre el período durante el cual se ofrecerán actualizaciones de software gratuitas, y sobre la durabilidad y reparabilidad del bien. Esta información debe ser presentada de manera que no sea engañosa, de acuerdo con la Directiva 2005/29/CE, que regula las prácticas comerciales desleales.

Además, antes de que los consumidores se vinculen a un contrato, los comerciantes están obligados a informar sobre la existencia de servicios posventa, incluidas las condiciones de los servicios de reparación, así como la puntuación de reparabilidad proporcionada por el productor. En caso de que el productor disponga de información sobre la reparación de los bienes, como la disponibilidad, coste estimado y procedimiento para obtener piezas de repuesto, los comerciantes deberán proporcionarla al consumidor. Igualmente, deberán informar sobre la disponibilidad de instrucciones de reparación y cualquier restricción en los procesos de reparación.

Finalmente, la nueva Directiva también busca promover opciones de entrega respetuosas con el medio ambiente. Los comerciantes deberán informar sobre la disponibilidad de opciones de entrega más sostenibles, como la entrega mediante bicicletas de carga o vehículos eléctricos de reparto, o la posibilidad de optar por envíos agrupados.

e. Reglamento (UE) 2017/1369 sobre Etiquetado energético de productos

Este reglamento establece los requisitos específicos para el etiquetado energético de productos, como electrodomésticos, vehículos o equipos electrónicos. Su fin es proporcionar a los consumidores información clara y precisa sobre la eficiencia energética de los productos, permitiendo una mejor comparación entre diferentes opciones y reduciendo el riesgo de prácticas de Greenwashing en el sector.

f. Reglamento (UE) 2018/848 sobre la Producción y etiquetado de productos ecológicos

Este reglamento regula los productos ecológicos, imponiendo criterios estrictos para la producción y etiquetado de productos provenientes de la agricultura ecológica. Incluye disposiciones sobre las afirmaciones de sostenibilidad que pueden hacer las empresas, garantizando que los productos que se etiquetan como ecológicos cumplan con normas específicas.

g. Reglamento (UE) 2020/852 sobre el Marco de inversiones sostenibles

Este reglamento tiene como objetivo facilitar las inversiones sostenibles y proporcionar a los inversores información clara y precisa sobre la sostenibilidad ambiental de las actividades económicas. En el marco del Greenwashing, esta regulación promueve la transparencia y la integridad en la comunicación sobre los productos y servicios sostenibles, tanto para los consumidores como para los inversores.

2. Códigos de Conducta:

Además de la regulación formal, la Directiva sobre las Prácticas Comerciales Desleales permite la creación de códigos de conducta para regular las prácticas de marketing en la UE. Estos códigos son instrumentos de autorregulación elaborados por los propios sectores comerciales, en colaboración con el lobby empresarial, que proporcionan guías y principios éticos para la publicidad y promoción de productos sostenibles. Sin embargo, la eficacia de estos códigos depende de su implementación, de su cumplimiento por parte de las empresas y de sistemas de

control y seguimiento efectivos que impliquen consecuencias eficaces en caso de incumplimiento, lo que puede ser un desafío cuando las prácticas de Greenwashing son difíciles de detectar o regular y cuando solo dependen de la voluntariedad del sujeto comprometido.

PRIMER JUICIO EN ESPAÑA POR ‘GREENWASHING’: IBERDROLA VS. REPSOL

El Juzgado de lo Mercantil n.º 2 de Santander, presidido por el magistrado Carlos Martínez de Marigorta, acogió el pasado mes de noviembre el primer juicio en España relacionado con el Greenwashing, en el que Iberdrola ha demandado a Repsol por presuntos actos de competencia desleal y publicidad engañosa. Este caso ha generado una gran expectación por ser pionero en el ámbito jurídico español, y su sentencia, según fuentes jurídicas, podría conocerse a principios de 2025.

El juicio se celebró en Santander, ya que, conforme a la normativa procesal, cuando se demandan empresas con diferentes domicilios sociales, el demandante puede optar por el domicilio de cualquiera de ellas. En este caso, Repsol Distribuidora de Electricidad y Gas, una de las filiales de la compañía, tiene su domicilio en la ciudad cántabra.

Una demanda pionera y su base jurídica

Iberdrola interpuso la demanda en febrero de 2024 al amparo de la Ley de Competencia Desleal, basándose en los artículos que regulan los actos de engaño (art. 5), omisiones engañosas (art. 7) y publicidad ilícita (art. 18). La eléctrica alega que Repsol ha transmitido mensajes publicitarios y corporativos que inducen a error sobre su compromiso medioambiental, destacando afirmaciones como que la compañía es líder en transición energética o que su objetivo principal es alcanzar la neutralidad de carbono en 2025.

Iberdrola sostiene que estas campañas no reflejan la realidad, ya que buena parte de la actividad de Repsol sigue vinculada a los combustibles fósiles. Según la demandante, el objetivo de estas comunicaciones no es otro que promocionar productos que fomentan el consumo de carburantes bajo una apariencia de sostenibilidad. En este contexto, Iberdrola considera que dichas afirmaciones constituyen una infracción de la Ley de

Competencia Desleal por inducir a error a los consumidores y dañar la imagen de sus competidores.

El objetivo de la eléctrica es que se declare judicialmente que Repsol ha incurrido en actos de competencia desleal y se le condene a cesar estas prácticas, prohibiendo su reiteración futura y obligándola a remover los efectos de las mismas.

El caso de Repsol y la normativa europea

El caso se enmarca en un contexto de creciente preocupación por el Greenwashing. Iberdrola ha citado en su demanda la mencionada reciente Directiva Europea sobre el Empoderamiento de los Consumidores para la Transición Verde, que introduce medidas específicas para combatir estas prácticas, aunque todavía no ha sido transpuesta al ordenamiento jurídico español, la cual deberá llevarse a cabo como máximo el 27 de marzo de 2026.

Como hemos comentado esta directiva, junto con otras normativas europeas, forma parte del esfuerzo de la UE por reducir las emisiones en un 55 % para 2030 y alcanzar la neutralidad climática en 2050. Sin embargo, hasta que estas disposiciones se apliquen en España, la principal herramienta legal en casos como este sigue siendo la Ley de Competencia Desleal.

La defensa de Repsol

Por su parte, Repsol defiende la legitimidad de sus campañas y su estrategia en la transición energética. La compañía asegura que su oferta multienergética responde a la demanda social de bienes y servicios a precios competitivos, con la menor huella de carbono posible y garantizando el suministro.

Implicaciones del caso y su relevancia

Este juicio podría sentar un precedente importante en España en lo que respecta al Greenwashing y su tratamiento legal. Si bien en otros países como Estados Unidos, Reino Unido, Alemania e Italia ya se han tomado medidas contra compañías por prácticas similares, en el ámbito español este caso representa un primer paso hacia una mayor vigilancia y control de las comunicaciones comerciales relacionadas con la sostenibilidad.

Más allá del desenlace judicial, el litigio entre Iberdrola y Repsol refleja la creciente presión por parte de los consumidores y competidores hacia una mayor transparencia en el mercado energético. De ser favorable a Iberdrola, la sentencia podría abrir la puerta a nuevas demandas y fomentar un entorno empresarial en el que el compromiso medioambiental no solo sea una estrategia de marketing, sino una realidad verificable y exigible.

¿CÓMO AFECTA EL GREENWASHING AL MERCADO?

El Greenwashing no solo es perjudicial para el consumidor individual, sino que también tiene repercusiones profundas en el mercado en su conjunto. Al crear un ambiente de desinformación y competencia desleal, esta práctica distorsiona el comportamiento tanto de las empresas como de los consumidores. A continuación, se detallan las principales maneras en que el Greenwashing afecta negativamente al mercado.

Engaño al consumidor: Dificultades para la toma de decisiones informadas

Cuando las empresas recurren al Greenwashing al hacer afirmaciones falsas o engañosas sobre su compromiso con la sostenibilidad, están manipulando la percepción del consumidor. Los consumidores conscientes del medio ambiente, al ver productos que se promocionan como ecológicos o sostenibles, se sienten impulsados a tomar decisiones basadas en un falso sentido de responsabilidad ambiental. Esto les lleva a apoyar, inadvertidamente, a empresas que en realidad no están tomando las medidas necesarias para reducir su impacto ambiental.

El impacto negativo se agrava por la saturación de información engañosa. El bombardeo de sellos, afirmaciones y campañas publicitarias que carecen de pruebas tangibles o verificables dificulta la tarea de discernir qué empresas realmente están comprometidas con la sostenibilidad y cuáles no. Como resultado, los consumidores terminan tomando decisiones equivocadas basadas en información incorrecta, perjudicando su capacidad para elegir productos y servicios realmente sostenibles.

Distorsión de la competencia: Injusticia para las empresas genuinamente sostenibles

El Greenwashing no solo afecta a los consumidores, sino que también distorsiona la competencia entre empresas. Aquellas compañías que realmente implementan prácticas sostenibles en sus procesos de producción y cadena de suministro se enfrentan a una competencia desleal por parte de aquellas que promueven una imagen de sostenibilidad sin respaldarla con acciones concretas.

Esto crea una competencia desigual, donde las empresas que verdaderamente buscan hacer una diferencia medioambiental pueden perder cuota de mercado ante aquellas que se benefician de las percepciones favorables generadas por su marketing engañoso. Al no incurrir en los costos asociados con la adopción de prácticas sostenibles reales, las empresas de Greenwashing pueden ofrecer precios más bajos, lo que les da una ventaja competitiva injusta.

Desincentivo para la Innovación Sostenible: Obstaculizando el Progreso Real

Las empresas que están genuinamente comprometidas con la sostenibilidad suelen tener que invertir recursos significativos en investigación, desarrollo e implementación de prácticas ecológicas. El Greenwashing puede actuar como un desincentivo para estas compañías, ya que, si los esfuerzos sostenibles no son suficientemente reconocidos en el mercado o no les aportan ventajas competitivas claras debido a la saturación de productos "verdes" falsos, pueden sentir que sus inversiones no están siendo valoradas adecuadamente.

En lugar de continuar invirtiendo en la mejora de sus procesos para ser más sostenibles, algunas empresas pueden optar por abandonar sus esfuerzos por la falta de beneficios tangibles. Este retroceso puede obstaculizar el progreso hacia la sostenibilidad real, dejando el mercado lleno de opciones que aparentan ser sostenibles, pero que carecen de los beneficios que se esperarían.

Desalienta a los consumidores críticos: Pérdida de confianza en las afirmaciones ecológicas

El Greenwashing también tiene un impacto negativo sobre los propios consumidores. Cuando las empresas se involucran en esta práctica, crean un ambiente de escepticismo y desconfianza. Los consumidores, al ser engañados repetidamente por afirmaciones vacías, comienzan a desconfiar de cualquier afirmación relacionada con la sostenibilidad, incluso de las que son legítimas. Esta desconfianza generalizada puede desincentivar a los consumidores críticos de apoyar las empresas que realmente están comprometidas con la sostenibilidad.

Además, el Greenwashing socava la credibilidad de las certificaciones y etiquetas ecológicas, ya que los consumidores pueden empezar a verlas como parte de un truco de marketing en lugar de una señal confiable de prácticas responsables. De este modo, el Greenwashing no solo afecta a las empresas comprometidas, sino que también debilita el mercado y la confianza del consumidor en las verdaderas alternativas sostenibles.

Reglamento de Ecodiseño de Productos Sostenibles: un paso decisivo hacia la circularidad.

Carmen Redondo Borge, miembro de la Confederación Española de Cooperativas de Consumidores (HISPACOO) y vocal del Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU)

Reglamento de Ecodiseño de Productos Sostenibles. Reglamento (UE) 2024/1781 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de junio de 2024, por el que se instaure un marco para el establecimiento de requisitos de diseño ecológico aplicables a los productos sostenibles, se modifiquen la Directiva (UE) 2020/1828 y el Reglamento (UE) 2023/1542 y se deroga la Directiva 2009/125/CE.

Este Reglamento (UE) 2024/1781¹⁸ tiene por objeto mejorar significativamente la circularidad¹⁹, el rendimiento energético y otros aspectos medioambientales de los productos comercializados en la Unión Europea (UE).

El Reglamento (UE) 2024/1781 crea un marco para establecer unos requisitos de diseño ecológico que deberán cumplir los productos para ser sostenibles y así poder ser introducidos en el mercado de la Unión Europea, o bien, su puesta en servicio, con el objetivo de mejorar tanto la sostenibilidad medioambiental como el hecho de reducir el impacto medioambiental de los productos a lo largo de su ciclo de vida.

El Reglamento es parte de un paquete de medidas²⁰ centrales para lograr los objetivos del Plan de Acción

¹⁸ Reglamento (UE) 2024/1781 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de junio de 2024, por el que se instaure un marco para el establecimiento de requisitos de diseño ecológico aplicables a los productos sostenibles, se modifiquen la Directiva (UE) 2020/1828 y el Reglamento (UE) 2023/1542 y se deroga la Directiva 2009/125/CE. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=OJ:L_202401781

¹⁹ Circularidad, término referido al grado en que, cuando un producto llega al final de su vida útil, sus materiales pueden ser reutilizados una y otra vez, creando así un valor adicional.

²⁰ Paquete de medidas. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:52022DC0140>

para la Economía Circular 2020, uno de los pilares fundamentales del **Pacto Verde Europeo**²¹. Recordemos que el **Plan de Acción para la Economía Circular 2020**²² forma parte de un paquete de medidas fundamentales para alcanzar estos objetivos, contribuyendo a duplicar la tasa de circularidad en el uso de materiales y alcanzar los objetivos de eficiencia energética para 2030.

El Reglamento de Ecodiseño de Productos Sostenibles (ESPR) se presenta como un instrumento que promueve la reparabilidad en la fase de producción, para derribar obstáculos que disuaden a las personas consumidoras a la hora de reparar sus productos debido entre otros aspectos, a los enormes inconvenientes, a la falta de transparencia o incluso, al difícil acceso a los servicios de reparación que tienen muchos de los productos actualmente.

Esta normativa se complementa con la **Directiva sobre el empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica**²³ que garantiza que las personas consumidoras reciban mejor información en el punto de venta sobre la durabilidad y reparabilidad de los bienes y los derechos de garantía jurídica.

El **Reglamento de Ecodiseño de Productos Sostenibles (en adelante ESPR)**²⁴, que entró en vigor el día 18 de julio de 2024, constituye la piedra angular del enfoque de la Comisión Europea hacia productos más sostenibles desde el punto de vista medioambiental y circulares. El ESPR pretende convertir los

²¹ Pacto Verde Europeo. Síntesis del documento. Comunicación de la Comisión: El Pacto Verde Europeo. <https://eur-lex.europa.eu/ES/legal-content/summary/european-green-deal.html>

²² COM (2020) 98 final. Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Nuevo Plan de acción para la economía circular por una Europa más limpia y más competitiva. 11/03/2020. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0098>

²³ Directiva (UE) 2024/825 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de febrero de 2024, por la que se modifican las Directivas 2005/29/CE y 2011/83/UE en lo que respecta al empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica mediante una mejor protección contra las prácticas desleales y mediante una mejor información. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2024-80326>

²⁴ Reglamento (UE) 2024/1781 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de junio de 2024, por el que se instaaura un marco para el establecimiento de requisitos de diseño ecológico aplicables a los productos sostenibles, se modifican la Directiva (UE) 2020/1828 y el Reglamento (UE) 2023/1542 y se deroga la Directiva 2009/125/CE. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2024-80992>

productos sostenibles en la norma, mejorando el marco de los requisitos de diseño ecológico que son aplicables a los productos relacionados con la energía (Directiva 2009/125/CE sobre diseño ecológico) para incluir una gama más amplia de productos con criterios de sostenibilidad más estrictos.

El objetivo de esta norma es mejorar la sostenibilidad medioambiental de los productos para hacer de los productos sostenibles sean la norma, reducir la huella de carbono y la huella medioambiental global de los productos a lo largo de su ciclo de vida, y, además, garantizar la libre circulación de los productos sostenibles en el mercado interior.

Sostenibilidad como norma: El ESPR busca transformar el mercado europeo, haciendo de la sostenibilidad un requisito obligatorio.

Asimismo, esta norma proporciona un marco para mejorar la transparencia de la información relacionada con la sostenibilidad medioambiental de los productos, estableciendo mediante actos delegados los requisitos de rendimiento e información en materia de diseño ecológico que deben cumplir los productos para ser comercializados y puestos en servicio en el mercado de la Unión Europea.

▪ **Ámbito de aplicación.**

El Reglamento sobre Ecodiseño de Productos Sostenibles está diseñado para transformar el mercado europeo mediante la incorporación de requisitos de diseño que promuevan la sostenibilidad ambiental en toda la cadena de valor de los productos. Su objetivo principal no solo es la reducción del impacto ambiental, sino también la mejora de la circularidad y la transparencia, estableciendo un nuevo estándar para los productos que circulan en el mercado interior de la Unión Europea.

El ESPR amplía el ámbito de aplicación de la (**Directiva 2009/125/CE sobre diseño ecológico**²⁵), que se centraba en los

²⁵ Directiva 2009/125/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de octubre de 2009, por la que se instaure un marco para el establecimiento de requisitos de diseño ecológico aplicables a los productos relacionados con la energía. <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2009/125/oj/spa>

productos relacionados con la energía. Se convierte así en la base jurídica para la evaluación y el establecimiento de requisitos de **diseño ecológico**²⁶ a través de los correspondientes actos delegados²⁷ que apruebe la Comisión Europea. Los requisitos de diseño ecológico podrían establecerse para un grupo de productos específico u horizontalmente (más de un grupo de productos) sobre la base de un plan de trabajo plurianual actualizado periódicamente.

Reglamento de Ecodiseño de Productos Sostenibles		
1	Alcance	Se amplía a la gama de productos como los textiles plásticos, electrónica, etc. no solo los productos energéticos.
2	Requisitos de rendimiento	Establece un conjunto de requisitos de rendimiento basados en la durabilidad, eficiencia energética, reciclabilidad, fin de vida útil, etc.
3	Requisitos de información	Introduce nuevas obligaciones y requisitos de información como las de los operadores económicos que deberán facilitar información referente al comportamiento medioambiental de los productos, su eficiencia energética, reciclabilidad y durabilidad.
4	Sustancias Peligrosas	Plantea requisitos para las sustancias peligrosas que podrán establecerse sobre el rendimiento como de información relacionada con la sustancia preocupante (SoC) a fin de poder realizar un seguimiento de esto a lo largo del ciclo de vida de los productos
5	Pasaporte Digital de Producto	Nueva herramienta que permitirá disponer de información sobre el producto para todos los agentes de la cadena de suministro, desde empresas, autoridades de verificación y control, hasta las personas consumidoras y usuarias finales.
6	Destrucción de mercancías no vendidas	Introduce la posibilidad de la CE de exigir nuevas obligaciones de información sobre la destrucción de mercancías no vendidas y la prohibición de destruir mercancías no vendidas.

Este nuevo reglamento es aplicable a todo bien físico que se introduzca en el mercado o se ponga en servicio, incluidos los componentes y los productos intermedios, con la excepción de alimentos, piensos, medicamentos, plantas, animales, microorganismos vivos, productos de origen humano, productos de origen vegetal y animal directamente relacionados con su futura reproducción, y determinados tipos de vehículos.

Si bien, es preciso señalar que aquellos productos sometidos a reacondicionamiento o que estén sujetos a la reparación, originarios de la Unión Europea, no se considerarán productos

²⁶ Diseño ecológico. La integración de las consideraciones medioambientales en las características de un producto y en los procesos que tienen lugar a lo largo de toda la cadena de valor del producto. https://eur-lex.europa.eu/ES/legal-content/summary/ecodesign-requirements-for-sustainable-products.html#keyterm_2

²⁷ Actos delegados. Artículo 290 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, el legislador de la Unión Europea (UE) puede conceder poderes —a la Comisión— mediante normas específicas incluidas en un acto legislativo (el «acto de base») para adoptar «actos delegados». Los actos delegados son actos no legislativos adoptados por la Comisión Europea que sirven para modificar o completar elementos no esenciales de la legislación. <https://eur-lex.europa.eu/ES/legal-content/glossary/delegated-acts.html>

nuevos y podrán circular en el mercado interior sin necesidad de ajustarse a los requisitos de diseño ecológico exigidos. Por el contrario, los productos remanufacturados se considerarán como nuevos, y, por tanto, deberán estar sujetos a los requisitos de diseño ecológico que se establece dicho reglamento.

En cuanto al alcance de los productos afectados por dicha norma, se establecerán medidas específicas para cada producto. En tal caso, se elaborarán actos delegados que establecerán requisitos específicos para grupos de productos. Si bien, la Comisión Europea (CE) ha identificado productos prioritarios para una acción inicial. Además, se fijarán requisitos específicos de cada producto, la propuesta también sugiere la aplicación de medidas horizontales, que consisten en disposiciones que se aplicarán a varios grupos de productos. Estas medidas horizontales propuestas incluyen la durabilidad, la reciclabilidad y el contenido reciclado posconsumo.

Con estas medidas, la UE avanza hacia un futuro donde la sostenibilidad sea inherente a la economía, garantizando un legado ambiental más responsable para las generaciones futuras.

▪ **Empresas afectadas y partes interesadas.**

El ámbito de aplicación del Reglamento sobre Ecodiseño de Productos Sostenibles se extiende a todas aquellas empresas que comercialicen sus productos en el mercado de la Unión Europea.

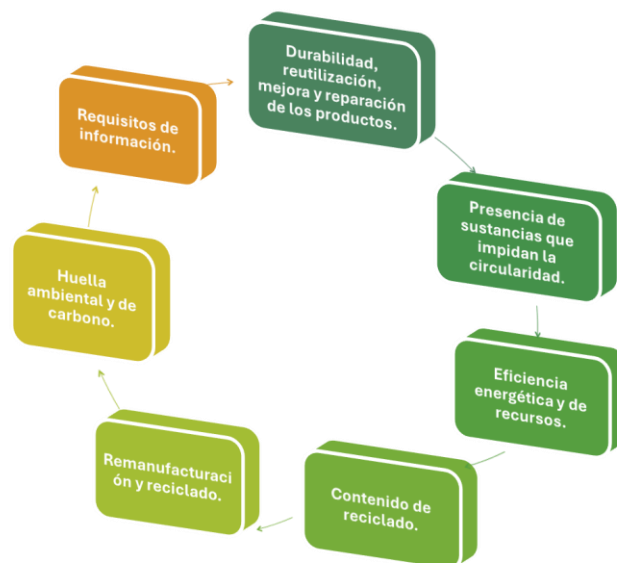
Igualmente se verán afectadas aquellas partes interesadas fuera de la UE. Las partes interesadas fuera de las cadenas de valor de la UE también tendrán que proporcionar toda la información pertinente a los agentes del mercado de la UE para cumplir plenamente con los requisitos establecidos en el presente Reglamento, incluidas aquellas disposiciones de intercambio de información del Pasaporte Digital de Producto (DPP). El DPP no solo afectará a productos dentro de la UE, sino también a las cadenas de suministro internacionales, de tal forma que todos los fabricantes que deseen introducir bienes en el mercado europeo deberán cumplir con este requisito, promoviendo así estándares de sostenibilidad globales.

Estrictos requisitos de sostenibilidad

Con la nueva normativa estos productos están sometidos a **estrictos requisitos de sostenibilidad** con el propósito de mitigar el impacto ambiental de los mismos a lo largo de su ciclo de vida, desde la producción hasta la eliminación.

El **Reglamento de Ecodiseño de Productos Sostenibles (ESPR)** introduce nuevos requisitos de ecodiseño relacionados con:

- Durabilidad, reutilización, mejora y reparación de los productos.
- Presencia de sustancias que impidan la circularidad.
- Eficiencia energética y de recursos.
- Contenido de reciclado.
- Remanufacturaación y reciclado.
- Huella ambiental y de carbono.
- Requisitos de información.



- Criterios de sostenibilidad sobre durabilidad, reparabilidad y reciclabilidad.

El Reglamento sobre diseño ecológico de productos sostenibles (ESPR) introduce **requisitos más estrictos con relación a la durabilidad, reparabilidad y reciclabilidad de los productos, para reducir los residuos y fomentar una economía circular.**

De esta forma, los fabricantes tendrán que garantizar que los productos estén diseñados para durar más tiempo, que puedan

repararse fácilmente y que sean más fáciles de reciclar al final de su ciclo de vida.

La introducción de estos criterios estrictos de sostenibilidad centrados en la durabilidad, reparabilidad y reciclabilidad de los productos permiten avanzar hacia una economía circular, y se basarán en promover diseños que extiendan la vida útil de los productos, facilitando su reparación, desmontaje y posterior reciclado.

Concretamente, en cuanto a la durabilidad de los productos, el reglamento establece que los productos deben ser diseñados para tener una vida útil prolongada, reduciendo la necesidad de reemplazarlos frecuentemente. Esto implica usar materiales resistentes al desgaste y minimizar componentes susceptibles de fallos prematuros. La durabilidad no solo disminuye la generación de residuos, sino que también reduce el consumo de recursos y energía asociados a la producción de nuevos productos.

Por su parte, a fin de fomentar la reparabilidad de los productos, se exigen diseños que permitan a las personas consumidoras y a los profesionales acceder fácilmente a piezas y herramientas necesarias para realizar reparaciones. Además, la norma incluye la obligatoriedad de ofrecer manuales de reparación claros, así como la disponibilidad de piezas de repuesto a precios razonables durante un período mínimo de tiempo. Todas estas medidas, sin lugar a duda, buscan eliminar barreras que actualmente desincentivan la reparación y fomentan la compra de productos nuevos.

Este reglamento también hace especial referencia a la reciclabilidad de los productos, para lo cual deben estar diseñados para facilitar su reciclaje al final de su vida útil. Esto incluye la eliminación de sustancias que dificultan el proceso de reciclado y la incorporación de materiales reciclados en su fabricación. Asimismo, la norma promueve un etiquetado claro para identificar los materiales y facilitar su tratamiento adecuado en las instalaciones de reciclaje.

Estos criterios también introducen la posibilidad de puntuar la reparabilidad y la durabilidad de los productos, proporcionando herramientas a las personas consumidoras para evaluar y comparar opciones antes de comprar. Este enfoque no solo apoya decisiones de consumo más sostenibles, sino que impulsa a las empresas a desarrollar productos con mejor desempeño

ambiental, por tanto, estamos corroborando el impacto que esta norma tiene en el mercado.

Economía circular: El enfoque del reglamento prioriza la reparabilidad, reciclabilidad y durabilidad.

- **Transparencia e información con el Pasaporte Digital de Producto (DPP).**

Como novedad se introduce el Pasaporte Digital de Producto (DPP) que contiene información sobre los **materiales, los componentes y los atributos de sostenibilidad de un producto**. Es una herramienta clave para conseguir una economía circular y para crear mayor transparencia. Se establece como obligación el ofrecer un pasaporte digital del producto como requisito para poder introducirlo en el mercado o ponerlo en servicio.

El Pasaporte Digital de Producto (DPP) aporta información detallada sobre el propio producto y su sostenibilidad medioambiental a lo largo de todo el ciclo de vida. Concretamente, el DPP podrá contener la huella de carbono y medioambiental; las sustancias preocupantes en el producto; el contenido reciclado en el producto; la devolución o eliminación; las instrucciones de instalación, uso, mantenimiento y reparación del producto; las instrucciones de desmontaje, reciclado o eliminación de productos para instalaciones de tratamiento.

Se trata de un registro electrónico o digital que permitirá aportar **mayor transparencia e información** a las personas consumidoras para poder tomar decisiones de compra y consumo, y, además, a las empresas, para facilitarles una mejor gestión de los recursos en toda la cadena de suministro. Esta herramienta incorporará información que se determinará en el correspondiente acto delegado y que permitirá registrar, procesar y compartir electrónicamente información relacionada con la sostenibilidad de los productos entre los distintos operadores económicos bien sean fabricantes, representante autorizados, importadores, distribuidores, comerciantes y prestadores de servicios logísticos, así como otros agentes de la cadena de valor, tales como personas consumidoras, clientes, reparadores profesionales, reacondicionadores, fabricantes de productos remanufacturados, recicladores, y las autoridades para verificar el cumplimiento de los requisitos exigidos.

Se espera que el pasaporte digital mejore significativamente la trazabilidad de extremo a extremo de un producto a lo largo de toda su cadena de valor y que ayude a tomar decisiones de adquisición informadas para todos, incluidas las personas consumidoras.

El Pasaporte Digital de Producto facilitará la trazabilidad de los productos desde su fabricación hasta el final de su vida útil, fomentando una gestión responsable de los recursos.

Por el momento hay ocho industrias prioritarias sobre las que se implementará un DPP obligatorio que son: electrónica, vehículos, textiles, plásticos, construcción y edificación, muebles y productos químicos.

Este Pasaporte Digital de Producto tendrá un impacto internacional puesto que también estarán afectados todos los productos importados en el mercado de la UE, así como los componentes o los productos intermediarios. Esto afectará a todas las cadenas de suministro globales, obligando a proveedores y productores que estén fuera de la Unión Europea a recolectar e informar de los datos mediante esta herramienta DPP.

Innovación global: El impacto del Pasaporte Digital de Producto alcanza cadenas de suministro internacionales.

▪ **Destrucción de productos de consumo no vendidos.**

El ESPR introduce una serie de medidas para prevenir la destrucción de productos de consumo no vendidos dado que estamos ante una práctica insostenible que genera muchos residuos y además supone un gran desperdicio de los recursos disponibles.

Se fija que los operadores económicos que desechen productos de consumo no vendidos, excepto las microempresas y las pequeñas empresas, deberán divulgar en un sitio web de libre acceso, el número de productos de consumo no vendidos desechados al año, el motivo por el que se desechan los productos y el número de productos desechados entregados para su remanufacturación, reciclado y preparación para la reutilización.

Además, se establece la prohibición de destruir determinadas prendas, complementos de vestir y calzado a partir del 19 de julio de 2026, salvo que se demuestre que no hay otra opción viable.

▪ **Requisitos de información.**

El Reglamento (ESPR) establece una serie de requisitos de información que van desde requisitos generales de información sobre los productos tales como lo referido a las prestaciones que ofrecen los propios productos; la información para las personas usuarias finales a la hora de su instalación, utilización, mantenimiento y reparación de los productos. También se incluirá información sobre cómo devolver el producto o cómo se ha de eliminarlo al final de su vida útil; qué información es relevante en cuanto a las instalaciones de tratamiento sobre desmontaje, reciclado o eliminación del producto; y cualquier otra información relevante que pueda influir en la forma de manipular el producto para mejorar su rendimiento.

Esta norma fija requisitos de información sobre las sustancias preocupantes en los productos, de tal forma que habrá que aportar información sobre el nombre de dichas sustancias preocupantes (SoC) o peligrosas que estén presentes en los productos; la localización de la sustancia preocupante (SoC) o de las que haya; de la concentración, de la máxima concentración o gama de la sustancia preocupante (SoC) a nivel del producto o de su componente. Además, se establecen requisitos de información sobre las instrucciones para un uso seguro y cualquier otra información que sea relevante para el desmontaje de dicho producto.

A través de los correspondientes actos delegados de la Comisión Europea, se determinarán los requisitos de información una vez desarrollados y aplicados los mismos.

▪ **Retirada de productos ante un incumplimiento normativo.**

El Reglamento (ESPR) obliga a los fabricantes a **facilitar información clara y accesible sobre las características de sostenibilidad de sus productos**. Entre ello se incluye **información sobre la eficiencia energética, la composición de los materiales y las instrucciones de reciclado**.

Esta nueva normativa introduce la posibilidad de **facultar a las autoridades de vigilancia del mercado para retirar de las plataformas online los productos que no cumplan con dicha normativa**. Además, se prohíbe aquellos productos con mecanismos incorporados que detecten las condiciones de prueba para alterar su rendimiento.

En este sentido, **se garantizará que los productos se evalúen en función de su impacto ambiental real y no de su capacidad para engañar a los procedimientos de ensayo**.

Cuando un producto que sea introducido en el mercado de la UE no cumple o pueda no cumplir con los requisitos establecidos para dicho producto, según los actos delegados aprobados en su caso, podrán adoptarse, sin demora, medidas correctivas necesarias al objeto de que tal producto sea conforme con los requisitos o bien se proceda a su retirada del mercado.

Es preciso señalar a este respecto que, ante cualquier incumplimiento de los requisitos de diseño ecológico de los productos establecidos, según lo establecido en el ESPR o en sus actos delegados correspondientes, serán responsables de los daños y perjuicios causados en las personas consumidoras o usuarias, el fabricante o, en su defecto, el importador, y, en su caso, el representante autorizado del fabricante y el prestador de los servicios logísticos

Información a las personas consumidoras.

El Reglamento incorpora numerosas referencias por la que se subraya la importancia de proporcionar información clara y accesible a las personas consumidoras sobre las características de sostenibilidad de los productos, así como la protección de los derechos en caso de incumplimiento de los requisitos de diseño ecológico. Como se indica en la parte de los considerandos, a fin de mejorar la sostenibilidad medioambiental de los productos, los requisitos de información deben guardar relación con un parámetro del producto seleccionado pertinente para el aspecto del producto, como la huella medioambiental y de carbono del producto y su durabilidad. Y además se debe exigir que el fabricante facilite información sobre el rendimiento del producto en relación con un parámetro del producto seleccionado u otra información que pueda influir en la manera de manejar el producto por parte de interesados distintos del fabricante con el fin de mejorar el rendimiento en relación con

dicho parámetro. Dichos requisitos de información deben establecerse además de o en lugar de los requisitos de rendimiento relativos al mismo parámetro del producto, si procede. Es importante que la Comisión justifique debidamente su decisión cuando decida únicamente establecer requisitos de información en lugar de requisitos de rendimiento.

Además, cuando el acto delegado incluya requisitos de información, debe indicar el método para poner la información requerida a disposición y hacerla fácilmente accesible, como su inclusión en un sitio web de acceso gratuito, en el pasaporte digital del producto o en la etiqueta del producto.

Debe facilitarse siempre a las personas consumidoras información esencial relativa a la salud, la seguridad y los derechos de los usuarios finales a través de medios físicos, y esta información debe ser accesible a través de un soporte de datos incluido en el producto.

Recordamos que los requisitos de información son necesarios para generar el cambio de comportamiento necesario para garantizar el cumplimiento de los objetivos de sostenibilidad medioambiental del presente Reglamento. Por ello, debe facilitarse a las personas consumidoras información pertinente que les permita tomar una decisión informada de compra antes de que adquiera el producto.

A la hora de la comparación de los productos sobre la base de su sostenibilidad medioambiental, se espera que, al proporcionar medios adecuados a los compradores y las autoridades públicas, los requisitos de información lleven tanto a las personas consumidoras como a las autoridades públicas hacia unas alternativas más sostenibles. Y, por tanto, se espera que estos requisitos de información contribuyan a mejorar los índices de recopilación por parte de los Estados miembros para los grupos de productos pertinentes, en particular aquellos para los que exista un potencial significativo de reutilización y reacondicionamiento (ej. teléfonos móviles...), facilitando información sobre los sistemas de recogida mediante incentivos económicos y sistemas de depósito y reembolso, garantías de privacidad de los datos, bases de datos de puntos de recogida, e información personalizada del final de la vida útil mediante un pasaporte digital del producto sobre el valor del producto y sobre mejores prácticas sobre la eliminación adecuada. Las clases de rendimiento deben permitir la diferenciación de los productos en función de su sostenibilidad relativa y pueden ser

utilizadas tanto por las personas consumidoras como por las autoridades públicas. Así de esta forma, se está impulsando un mercado hacia los productos más sostenibles.

En este sentido, los requisitos de información que sean relativos a la reparabilidad o la durabilidad de los productos juegan un papel clave a la hora de permitir a las personas consumidoras realizar un consumo más sostenible. Por lo que el establecimiento de puntuaciones de reparabilidad o durabilidad serán pertinentes para proporcionar beneficios medioambientales y mayor claridad de la información que reciben las personas consumidoras, posibilitando que puedan evaluar y comparar eficazmente los productos, siempre y cuando el formato, contenido y presentación de las puntuaciones de reparabilidad y durabilidad tengan un lenguaje y pictogramas fáciles de entender y que la puntuación de reparabilidad se base en una metodología armonizada especificada para el producto o grupo de productos y que agregue parámetros, como la disponibilidad y el precio de piezas de recambio, la facilidad de desmontaje y la disponibilidad de herramientas, en una única puntuación.

Los requisitos de información establecidos en el Reglamento deben incluir el requisito de poner a disposición un pasaporte digital del producto, aspecto que ya hemos tratado con anterioridad y que constituye una herramienta de especial importancia para todos los agentes que operan a lo largo del conjunto de la cadena de valor, incluidas las personas consumidoras.

Obligaciones de los operadores económicos.

Como ya adelantábamos, este Reglamento (ESPR) establece una serie de obligaciones para los agentes u operadores económicos que estén implicados en el ciclo de vida de los productos, desde los fabricantes, importadores, distribuidores, comerciantes, prestadores de servicios logísticos, proveedores de servicios de reparación y mantenimiento, hasta los operadores de los sistemas de reutilización y reciclaje.

Según el ESPR, con carácter general, se fijan obligaciones para quienes introduzcan en el mercado o pongan en servicio productos para los que se hayan establecido requisitos de diseño ecológico. Concretamente, los fabricantes deberán asegurar que dichos productos han sido diseñados y fabricados de conformidad con los requisitos de rendimiento; que

incorporan la información pertinente que se exija conforme a los actos delegados que se adopten; y que disponen del Pasaporte Digital del Producto (DPP).

Procedimiento de evaluación. Así mismo, los fabricantes deberán asegurarse de que dichos productos han estado sujetos al procedimiento de evaluación oportuno que permita asegurar la conformidad con los requisitos de diseño ecológico concreto según el correspondiente acto delegado aprobado. Y, cuando hayan demostrado mediante ese procedimiento que un producto cumple con los requisitos aplicables, los fabricantes elaborarán una declaración UE de conformidad. Finalmente, los productos deberán llevar un número de tipo, lote, serie o cualquier otro elemento que permite su identificación.

No conformidad con los requisitos exigidos. Los fabricantes que consideren o tengan motivos para pensar que un producto regulado por un acto delegado que hayan introducido en el mercado o puesto en servicio no es conforme con los requisitos establecidos en dicho acto delegado adoptarán sin demora indebida las medidas correctivas necesarias para que sea conforme, retirarlo o pedir su devolución inmediatamente, si procede. Además, informarán inmediatamente a las autoridades de vigilancia del mercado de los Estados miembros (EEMM) en los que se haya comercializado o puesto en servicio el producto de la sospecha de incumplimiento y de cualquier medida correctiva adoptada.

Canal de comunicación para reclamaciones o dudas sobre la no conformidad de los productos. El ESPR también obliga a los fabricantes a poner a disposición del público canales de comunicación como un número de teléfono, una dirección de correo electrónico o una sección específica de su sitio web, teniendo en cuenta las necesidades en materia de accesibilidad de las personas con discapacidad, a fin de permitir que los clientes presenten reclamaciones o planteen dudas respecto a la posible no conformidad de los productos. Se les exige a los fabricantes que mantengan un registro de las reclamaciones y las dudas durante el tiempo que sea necesario, pero por no más de cinco años después su presentación, y lo pondrán a disposición de las autoridades de vigilancia del mercado que lo soliciten.

Productos a distancia. En el caso de que se oferten productos a distancia, también los operadores económicos están sujetos a las obligaciones de información por lo que deberán disponer de

toda la información sobre el producto comercializado y proporcionar el fabricante del producto que comercialicen.

Obligaciones de los distribuidores. Cuando comercialicen un producto regulado por un acto delegado, los distribuidores actuarán con diligencia debida en relación con los requisitos establecidos; y antes de comercializar un producto regulado por un acto delegado, verificarán que el producto lleve el marcado o el marcado de conformidad y, en su caso, esté etiquetado o vinculado a un pasaporte digital del producto conforme al acto delegado. Además, deben verificar que dicho producto vaya acompañado de los documentos requeridos y de instrucciones digitales en una lengua que los clientes puedan comprender fácilmente, y que dichas instrucciones sean claras, comprensibles y legibles e incluyan, como mínimo, la información requerida.

Cuando un distribuidor considere o tenga motivos para pensar, antes de comercializar un producto, que no es conforme o que su fabricante no cumple los requisitos establecidos en los actos delegados, no comercializará el producto hasta que sea conforme o hasta que el fabricante cumpla dichos requisitos. Los distribuidores se asegurarán de que, mientras un producto esté bajo su responsabilidad, sus condiciones de almacenamiento o transporte no comprometan el cumplimiento de los requisitos establecidos en los actos delegados.

Y cuando consideren o tengan motivos para pensar que un producto que hayan comercializado no es conforme con los requisitos establecidos, se asegurarán de que se adopte la acción correctiva necesaria para que sea conforme, retirarlo o pedir su devolución, si procede. Además, informarán inmediatamente a las autoridades de vigilancia del mercado de los EEMM en los que hayan comercializado el producto de la sospecha de incumplimiento y de cualquier acción correctiva adoptada.

Obligaciones de los comerciantes. Los comerciantes se asegurarán de que sus clientes y sus clientes potenciales tengan acceso a cualquier información pertinente que acompañe a los productos, también en el caso de la venta a distancia. Asimismo, se asegurarán de que los clientes y potenciales clientes puedan acceder fácilmente al pasaporte digital del producto, incluso en el caso de venta a distancia.

Los comerciantes, también en el caso de la venta a distancia, mostrarán a los clientes y a los clientes potenciales de manera visible, las etiquetas suministradas; remitirán la información contenida en las etiquetas suministradas; y no proporcionarán ni mostrarán otras etiquetas, marcas, símbolos o inscripciones que puedan inducir a error o confundir a clientes y clientes potenciales con respecto a la información contenida en la etiqueta relativa a los requisitos de diseño ecológico.

Servicios logísticos. Los prestadores de servicios logísticos también están sujetos a la obligación de velar por que, para los productos que manejen, las condiciones existentes durante el almacenamiento, el embalaje, el direccionamiento o el despacho no supongan ningún riesgo para el cumplimiento de los productos con dicho acto delegado.

Obligaciones de los proveedores de mercados en línea y los motores de búsqueda. El ESPR establece que los proveedores de mercados en línea cooperarán con las autoridades de vigilancia del mercado, a petición de estas y en casos específicos, para facilitar cualquier acción destinada a eliminar o, si esto no fuera posible, a mitigar la falta de conformidad de un producto que se ofrezca o se haya ofrecido a la venta en línea a través de sus servicios. Si bien, los EEMM otorgarán a sus autoridades de vigilancia del mercado el poder para ordenar a un prestador de un mercado en línea que actúe contra uno o más elementos de contenido específicos relativos a un producto no conforme, incluida su retirada.

Agentes de la cadena de suministro. Los agentes de la cadena de suministro, cuando así se especifique, facilitarán, previa solicitud y gratuitamente a los fabricantes, organismos notificados y autoridades nacionales competentes, la información pertinente disponible sobre los productos que suministren o los servicios que presten; permitirán que los fabricantes evalúen los productos que suministren o los servicios que presten y facilitarán acceso a dichos fabricantes a los documentos o instalaciones pertinentes, y finalmente, permitirán a los organismos notificados y las autoridades nacionales competentes verificar la exactitud de la información pertinente relativa a sus actividades.

Conformidad de los productos.

En el Reglamento se establece un capítulo específico sobre la conformidad de los productos, destacando los aspectos relativos a los ensayos, mediciones y cálculos; la prevención de la elusión y empeoramiento del rendimiento; la presunción de conformidad; las especificaciones comunes que comprendan requisitos de diseño ecológico, los requisitos esenciales para los pasaportes digitales de productos o los métodos de ensayo, medición o cálculo; la evaluación de la conformidad; la declaración UE de conformidad; y, finalmente, los principios generales, reglas y condiciones para la colocación del mercado CE, y sus normas específicas.

Concretamente, para los fines de cumplimiento y verificación del cumplimiento de los requisitos de diseño ecológico, se llevarán a cabo **ensayos, mediciones y cálculos** utilizando para ello normas armonizadas u otros métodos fiables, precisos y reproducibles que tengan en cuenta los métodos más avanzados generalmente aceptados. Los métodos cumplirán los requisitos relativos a los métodos de ensayo, medición y cálculo establecidos en los actos delegados. Y en el caso de que se establezca el requisito de uso de las herramientas digitales, la Comisión tendrá en cuenta la necesidad de garantizar la aplicación armonizada de los métodos relativos al cálculo, y de minimizar la carga administrativa impuesta a los operadores económicos. En cualquier caso, las herramientas en línea serán de acceso gratuito para los operadores económicos.

La declaración UE de conformidad indicará que se ha demostrado el cumplimiento de los requisitos de diseño ecológico especificados en los actos delegados aplicables o que se aplica la presunción de conformidad. Su estructura tipo se establece en el anexo V y contendrá los elementos especificados en el procedimiento de evaluación de la conformidad. Esta se actualizará continuamente y se traducirá a la/s lengua/s requeridas por el EEMM en cuyo mercado se introduce o se comercialice el producto. Al elaborar una declaración UE de conformidad, el fabricante asumirá la responsabilidad del cumplimiento del producto.

El mercado CE estará sujeto a los principios generales establecidos en el artículo 30 del Reglamento (CE) nº 765/2008.

Requisitos de contratación pública ecológica.

El Reglamento también dispone el establecimiento de requisitos obligatorios de contratación pública ecológica, de tal forma que los poderes públicos adjudicadores y las entidades adjudicadoras de la UE deberán atenerse a estos requisitos obligatorios con el fin de fomentar la demanda de productos sostenibles y apoyar el cumplimiento de los objetivos medioambientales.

Compromisos públicos a través de la aprobación de los actos delegados.

La Comisión Europea adoptará distintos actos delegados para completar el Reglamento mediante el establecimiento de requisitos de diseño ecológico. Actualmente, estos actos delegados se esperan que se aprueban por los grupos de productos, implicando determinados requisitos de desempeño, así como de diseño ecológico para fomentar aún más la circularidad de los productos.

Estos actos delegados que se adopten por la Comisión Europea proporcionarán a los operadores económicos tiempo suficiente para cumplir con los requisitos de diseño ecológico que se establezcan a través de dichos actos delegados, especialmente teniendo en cuenta las necesidades específicas para las pymes y las microempresas.

La Comisión Europea dispondrá de un plazo inicial de 6 años (hasta el 2030) para publicar los actos delegados, con plazos más breves para las disposiciones referidas a la prohibición de destrucción de bienes no vendidos como por la adopción de los actos que regularán la introducción del nuevo pasaporte digital de producto. Si bien, estos actos delegados entrarán en vigor, salvo que el Parlamento Europeo o el Consejo Europeo expresen objeciones en un plazo de 3 meses a partir de su notificación.

Las fechas de aplicación de los actos delegados no será anterior a dieciocho meses a partir de su entrada en vigor, salvo en casos debidamente justificados para todo el acto o para determinados requisitos específicos, o salvo en casos de derogación parcial o modificación de actos delegados, en los que podrá fijarse una fecha de aplicación anterior.

Conclusiones.

El Reglamento de Ecodiseño de Productos Sostenibles se posiciona como una pieza clave dentro del Pacto Verde Europeo y el Plan de Acción para la Economía Circular. Representa un avance significativo hacia la sostenibilidad, reforzando la transición hacia un modelo económico donde la circularidad sea la norma y no la excepción.

El Reglamento de Ecodiseño de Productos Sostenibles marca un cambio estructural en el mercado europeo, estableciendo requisitos claros para promover la sostenibilidad a lo largo de toda la cadena de valor de los productos. Con medidas como el Pasaporte Digital de Producto, se potencia la transparencia, la trazabilidad y la adopción de estándares ambientales que mejoran la reparabilidad, reciclabilidad y durabilidad. Este marco normativo no solo busca reducir el impacto ambiental, sino también consolidar la economía circular como un pilar del modelo económico europeo.

La inclusión de requisitos de diseño ecológico más estrictos y específicos, junto con la prohibición de prácticas como la destrucción de productos no vendidos, refuerza el compromiso de la Unión Europea hacia una producción y consumo responsables. Asimismo, esta norma asegura la protección de los derechos de los consumidores al proporcionar información clara y accesible sobre las características de sostenibilidad de los productos, facilitando decisiones de compra más informadas.

Este reglamento, al extenderse a operadores económicos dentro y fuera de la UE, promueve un impacto global en las cadenas de suministro internacionales, estableciendo un estándar de sostenibilidad que trasciende fronteras. La adopción progresiva de actos delegados permitirá una implementación gradual y adaptada a las necesidades de las empresas, asegurando su alineación con los objetivos del Pacto Verde Europeo y del Plan de Acción para la Economía Circular.

Como el diálogo entre consumidores y empresas puede mejorar la posición de los primeros y posicionarnos mejor en el mercado.

Ileana Izverniceanu de la Iglesia, directora de comunicación de La Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) y vocal del Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU)

La defensa de los derechos e intereses de los consumidores tiene un objetivo claro, evitar los abusos y mejorar la posición de estos en el mercado de forma que puedan acceder a través del mismo a los bienes y servicios que necesitan a lo largo de su vida.

Las asociaciones de consumidores tienen encomendada esta tarea a través de la regulación. El art. 20.1 de la Ley general para defensa de los consumidores y Usuarios establece que las asociaciones de consumidores establece *“Son asociaciones de consumidores y usuarios las organizaciones sin ánimo lucro que, constituidas conforme a lo previsto en la legislación sobre asociaciones y reuniendo los requisitos específicos exigidos en esta norma y sus normas de desarrollo y, en su caso, en la legislación autonómica que les resulte de aplicación, tengan como finalidad la defensa de los derechos e intereses legítimos de los consumidores, incluyendo su información, formación y educación, bien sea con carácter general, bien en relación con bienes o servicios determinados”*. De esta forma la normativa obliga a la que las asociaciones tengan como fin exclusivo la defensa de los intereses y los derechos de los consumidores. Ninguna asociación que en su configuración tenga objetivos distintos o adicionales podrá adquirir la condición de asociación de consumidores.

De la misma forma, también la normativa exige el principal y más importante requisito que debe guiar la actuación de una asociación de consumidores. La independencia. El mismo Art. 23 en su punto 3 establece que *“3. Las asociaciones de consumidores y usuarios deben actuar para el cumplimiento de sus fines con independencia frente a los operadores del mercado y a los poderes públicos, sin que la obtención de subvenciones u otros recursos públicos concedidos en base a criterios de objetividad puedan mermar tal independencia”*. De forma clara

la norma establece la obligación de finalidad exclusiva en la defensa de los derechos de los consumidores y que esta tarea se debe llevar a cabo en condiciones de independencia frente a operadores de mercado, administraciones públicas, y también otros intereses distintos como pueden ser los de partidos políticos o sindicatos, o cualquier tipo de entidades.

Este marco es común tanto a nivel nacional, como en la regulación autonómica, ya que las Comunidades Autónomas tienen transferidas las competencias en materia de regulación de normativa de consumo incluida la que afecta a las asociaciones de consumidores de carácter autonómico o que actúan en el territorio de su competencia.

A Nivel Europeo no existe una regulación específica de las asociaciones de consumidores. Cada estado miembro tiene su propia Ley que regula el funcionamiento de las asociaciones. Sin embargo, en todos los países miembros la regulación es similar, atribuyendo a las asociaciones de consumidores la representación y defensa de sus intereses legítimos en condiciones de independencia.

Sin embargo, para llevar a cabo esta tarea de forma eficaz necesitan de la colaboración de los distintos actores que conforman el mercado, las empresas que prestan bienes y servicios y las distintas administraciones que lo regulan.

La defensa de los consumidores es una obligación compartida entre todos. Las administraciones son responsables de proporcionar el marco legal adecuado que garantice el respeto de los derechos de los consumidores y a la vez proteja sus intereses. El derecho del consumo en el ámbito europeo, nacional y autonómico tiene como uno de sus principales objetivos garantizar una relación equilibrada entre las empresas y los consumidores.

Pero además de esa obligación, para lograr este equilibrio, el diálogo constante entre empresas y consumidores es una herramienta que utilizado de una forma adecuada permite a. mejorar la protección de los consumidores, sino que también contribuye a un mercado más competitivo y transparente.

Este dialogo estructurado entre empresas y consumidores puede aportar beneficios a los ciudadanos y también al mercado y las empresas que lo componen.

A través del mismo se puede lograr una mayor confianza en el mercado cuando los consumidores sienten que sus intereses son tomados en cuenta, su confianza en las empresas y en el sistema aumenta. Una empresa que cumple sus compromisos, más allá de la normativa, genera confianza en los consumidores. El otro aspecto fundamental del dialogo entre consumidores y empresas está en la reducción de litigios. Cuando se plantea un conflicto, su resolución extrajudicial proporciona soluciones más rápidas y satisfactorias a los consumidores y evitar sobrecargar a los tribunales de justicia y encarecer tanto a los consumidores como las empresas la reclamación por la vulneración de derecho de los consumidores.

Desde hacer muchos años, tanto la legislación europea como como la española han promovido la resolución alternativa de conflictos a través de diferentes mecanismos por los cuales empresas y asociaciones de consumidores buscan la mediación en la resolución de litigios de consumo. Las empresas no deben menospreciar el valor de fidelización que tiene resolver de forma satisfactoria la reclamación de unos clientes y las asociaciones tienen el deber de buscar formas de resolución de conflictos eficaces y efectivas, que garanticen los derechos de los consumidores y a la vez defiendan sus intereses.

El dialogo entre empresas y consumidores también puede permitir a las empresas obtener información sobre el diseño de productos y servicios que respete la normativa de consumo y responda a las necesidades reales de los consumidores.

Además, esta colaboración debería permitir un cumplimiento normativo más efectivos, mediante un conocimiento más profundo de la normativa, que permita a estar ajustarse a la normativa de manera más proactiva, evitando con ello muchas reclamaciones que enturbian y perjudican la relación y la confianza entre consumidores y empresas.

En Europa, aunque no existe una regulación específica hay múltiples de ejemplos de este dialogo entre empresas y consumidores. Este ha ido evolucionando en sus diferentes etapas y en la actualidad hay ejemplos notorios de cómo se promueve la resolución alternativa de conflictos mediante el dialogo. La Directiva 2011/83/UE sobre los derechos de los consumidores es un claro ejemplo de cómo la UE promueve un diálogo eficaz, garantizando el acceso a información clara y la resolución extrajudicial de conflictos a través de organismos como la Red Europea de Centros del Consumidor (ECC-Net).

Otro ejemplo es la propia Nueva agenda del Consumidor que desde 2020 impulsa la Comisión Europea en 2020. Esta agenda promueve la colaboración entre consumidores, empresas y autoridades para reforzar los derechos en el entorno digital y en la transición ecológica. A través de foros y consultas públicas, se han identificado mejoras en la garantía de productos y en la transparencia de la información. En este documento que guía la estrategia de protección de los consumidores, se establece que *“Este trabajo debería ir acompañado de una cooperación estrecha y eficaz con las principales partes interesadas, incluidas las organizaciones de consumidores, la industria y el mundo académico. Las organizaciones de consumidores fuertes a nivel de la Unión y nacional son socios esenciales para diseñar el trabajo en el marco de esta Agenda, llegar a los consumidores y apoyarlos. La Comisión creará un nuevo Grupo Consultivo sobre Política de Consumidores para revisar los avances y reflexionar sobre las prioridades para el próximo año como aportación a los debates de la Cumbre de Consumidores. Debería reunir a todas las partes interesadas, pero también permitir debates específicos, por ejemplo, entre las organizaciones de consumidores y las autoridades públicas. Deberían buscarse diversas formas de cooperación con las empresas, incluidas actividades de formación, intercambio de buenas prácticas y reuniones con empresas que hayan asumido compromisos voluntarios.”*

En el marco de los compromisos de la agenda, la comisión establece la *“Acción 21: La Comisión pretende crear un Grupo Asesor sobre Política del Consumidor que reúna a representantes de las organizaciones de consumidores, la sociedad civil y la industria en apoyo de la agenda del consumidor”*.

Queda clara la voluntad de la Comisión Europea de favorecer el dialogo entre consumidores, industria y sociedad civil para de forma conjunta fortalecer la política de protección de los consumidores en el ámbito de la Unión Europea.

Todas las asociaciones de consumidores más representativas a nivel europeo han asumido este compromiso y participan en el grupo asesor junto con el resto de los miembros facilitando los objetivos propuestos por la Comisión.

En España, también hay un marco legal que promueve el dialogo entre empresas y consumidores. La Ley General de Defensa de

los Consumidores y Usuarios (RDL 1/2007) regula en sus artículos 29 y 30 como debe llevarse a cabo de forma individualizada el diálogo y la cooperación entre empresas u otro tipo de entidades y las asociaciones de consumidores. En el mismo se establece que *“ Estatutariamente o por acuerdo adoptado en asamblea general, las asociaciones de consumidores y usuarios definirán, con pleno respeto a lo establecido en esta norma, cuál es el marco legítimo de su colaboración con los operadores del mercado de cualquier sector de actividad, en defensa de los derechos de los consumidores y la leal competencia, así como los supuestos en que podrán celebrarse convenios o acuerdos de colaboración con éstos, su alcance y modo de instrumentarlos.2. Los estatutos o acuerdos de asamblea general en los que se establezca este marco de colaboración con los operadores del mercado de las asociaciones de ámbito supraautonómico, se depositarán en el Instituto Nacional del Consumo y en la Secretaría del Consejo de Consumidores y Usuarios.”*

De esta forma la normativa establece que serán las propias asociaciones de consumidores las que determinen con libertad cual será el marco de colaboración legítima de cada asociación con las empresas. Faculta por tanto a que sean las asociaciones quienes decidían si utilizan estos acuerdos como un instrumento más en la defensa de los intereses de los consumidores u optan por no hacerlo.

También define de forma clara la Normativa española el marco legal del diálogo entre empresas y consumidores, mediante la fórmula de convenios o acuerdos de colaboración. Dice el Art. 30 que *“Los convenios o acuerdos de colaboración, de duración temporal o indefinida, de las asociaciones de consumidores y usuarios con empresas, agrupaciones o asociaciones de empresas, fundaciones o cualquier organización sin ánimo de lucro deberán cumplir los siguientes requisitos:*

- a) Tener como finalidad exclusiva el desarrollo de proyectos específicos de información, formación y defensa de los consumidores y usuarios, mejorando su posición en el mercado.*
- b) Respetar los principios de independencia y transparencia.*
- c) Consistir en la realización de actuaciones, trabajos, estudios o publicaciones de interés general para los consumidores y usuarios.*

d) *Ser depositados, así como sus modificaciones, prórrogas o denuncias, en el Instituto Nacional del Consumo y en la Secretaría del Consejo de Consumidores y Usuarios.* De esta forma se acota la finalidad exclusiva de los acuerdos de colaboración que se centran en la información, formación y defensa de los consumidores y la mejora de su posición en el mercado. Además, establece la obligación de respetar los principios de independencia y transparencia a los que se somete la actuación de las asociaciones de consumidores. Se trata de una regulación garantista, que consagra el derecho de las asociaciones a dialogar de forma efectiva con las empresas, un principio que en España recogen algunas asociaciones en sus estatutos y que ejercen a la par que la mayoría de las organizaciones de consumidores de consumidores más representativas a nivel europeo.

Se trata de un concepto más moderno basado en la colaboración para conseguir un objetivo común, y que trasciende de una visión más antigua que ve las relaciones entre asociaciones de consumidores y las empresas con un conflicto permanente.

En 2006, la gran reforma que supuso el RDL 1/2007 consagra esta visión de las relaciones de consumo incorporando una regulación garantiza del dialogo entre empresas y consumidores a través de las asociaciones que los representan.

Del lado de las empresas también se promueve el dialogo con las asociaciones de consumidores. La responsabilidad social empresarial contempla a los consumidores como uno de los grupos fundamentales en este ámbito. De esta forma es la propia Administración la que promueve desde el lado de las empresas iniciativas de responsabilidad social empresarial que tengan como foco a los consumidores. La Ley 2/2011 de 4 de marzo, de Economía Sostenible, estableció la posibilidad de que las sociedades anónimas hagan públicas, con carácter anual, sus políticas y resultados en materia de Responsabilidad Social Empresarial a través de un informe específico basado en objetivos, características, indicadores y estándares internacionales. En esta norma, la Administración considera que La información y transparencia son aspectos esenciales en materia de responsabilidad social empresarial. La norma tiene como objetivo incentivar a las empresas, organizaciones e instituciones públicas o privadas, especialmente a las pequeñas y medianas y a las empresas individuales, la incorporación o desarrollo de la responsabilidad social, para ello las Administraciones Públicas deben promover una política de

promoción, difundiendo su conocimiento y las mejores prácticas existentes y estimulando el estudio y análisis sobre los efectos en materia de competitividad empresarial de las políticas de responsabilidad social, que ha tenido reflejo en diferentes documentos, como la Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas que es el marco nacional de referencia en materia de RSE, que es donde se integran desde el lado de las empresas el dialogo con las asociaciones de consumidores.

Además del dialogo individual, la Administración tanto a nivel nacional como autonómico promueve institucionalmente el dialogo entre empresas y consumidores. A nivel Nacional este Consejo de Consumidores y Usuarios participa en numerosos órganos consultivos en los que también participan empresas y en los que se promueve un dialogo institucional con el mismo objetivo de promover la defensa de los intereses de los consumidores. El CCU participa en más de 60 órganos consultivos de diferentes sectores en los que sus miembros representan los intereses de los consumidores, y en los que en muchos se produce un dialogo que en ocasiones promueve la adopción de normativas que incrementan la protección de los consumidores y en las que también participa la industria a través de sus representantes. Este tipo de acuerdos, son habituales en el Consejo Económico y Social, (CES) El Comité Económico y Social Europeo (CESE) el Comité Consultivo de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) el Consejo consultivo de la electricidad e hidrocarburos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) el Consejo Consultivo de la Agencia Española de Protección de datos (AEPD), el Consejo Consultivo de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) por citar algunos en los que de forma cotidiana se dialoga con las empresas. Dialogo que en ocasiones sirve para llegar a consensos y mejorar la protección de los consumidores y que en otras ocasiones resulta útil también para plantear los puntos clave sobre desacuerdos sobre los que la Administración en última instancia debe decidir. Este dialogo también tiene reflejo y precedentes a nivel autonómico. En muchas Comunidades Autónomas, los órganos consultivos sobre consumo, similares al CCU, incorporan en su conformación a representantes de las empresas de forma que es la propia Administración la que promueve la presencia de los representantes de las empresas en los consejos consultivos de consumo, al igual que ha hecho la nueva agenda del consumidor europeo, pero con muchos años de anticipación.

También hay precedentes muy antiguos de órganos de mediación, en los sectores energéticos, donde el objetivo principal era la resolución de conflictos, algunos de ellos especialmente complicados debido a la naturaleza de este tipo de servicios. En Andalucía se crearon por parte de la administración órganos de mediación en sector eléctrico que sirvieron para establecer criterios comunes en la resolución de reclamaciones en el sector eléctrico.

El beneficio que supone el dialogo individual y colectivo entre empresas y consumidores también debe afrontar no pocos obstáculos y hacer frente a nuevos retos para la consecución del objetivo común de la mejora de los intereses de los consumidores y su posición en el mercado.

Es conveniente señalar algunos para entender cuál debe ser su evolución y desarrollo en los próximos años. A pesar de sus ventajas, el diálogo entre empresas y consumidores se enfrenta con diversos obstáculos.

Asimetría de información. Las empresas suelen contar con mayores recursos y conocimientos técnicos que los consumidores, lo que puede dificultar la negociación en igualdad de condiciones.

Falta de compromiso empresarial. Algunas empresas pueden ver el diálogo como una obligación legal en lugar de una oportunidad de mejor. Del dialogo entre empresas y consumidores deben salir compromisos efectivos por parte de las empresas. No puede convertirse en un mecanismo que usen las empresas para eludir responsabilidades por su parte. Tiene que ser un dialogo sincero para que sea constructivo de lo contrario resultara inútil para unos y otros. No hay nada más dañino para los objetivos del dialogo entre asociaciones de consumidores y empresas que un falso dialogo que no tenga como únicos objetivos mejorar la posición de los consumidores en el mercado a través de una mejor protección de los derechos. De cara al futuro y siguiendo las líneas marcadas por la Comisión Europea deben desarrollarse una serie de estrategias que pasen por fomentar la transparencia. Una información clara es clave para establecer una relación de confianza entre empresas y asociaciones de consumidores. En España la transparencia de este dialogo tiene un marco claro y definido a través de los convenios de entre asociaciones de consumidores y operadores de mercado que deben ser un cauce alternativo y eficaz para

mejorar la formación, la información y la posición en el mercado de los consumidores.

LAS PERSONAS CONSUMIDORAS MAYORES ANTE LA BRECHA DIGITAL

José Ramón Lozano Petit.

Presidente de la Federación Unión Cívica Nacional de Consumidores y Amas de Hogar de España (UNAE) y miembro del Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU)

La transformación digital es ya una realidad innegable en nuestra sociedad, como ha demostrado recientemente la pandemia provocada por el Covid-19, no sólo de contacto entre las personas, sino también para el acceso a oportunidades educativas y laborales, servicios de salud en línea, participación en la vida cívica y desarrollo económico a nivel individual y comunitario, e incluso para acceder a numerosos bienes y servicios, como los financieros o el comercio electrónico.

Pero este proceso debe ser una transformación humanizada, es decir, no puede ser impuesta unilateralmente, sin alternativas para el usuario, compleja y sin tener en cuenta los perfiles de las personas destinatarias, especialmente las más vulnerables. El acceso a estas tecnologías debe ser un derecho que todos los ciudadanos y ciudadanas puedan ejercer libremente. Para eso es necesario acercar la cultura digital a toda la población y lograr que su acceso sea seguro, responsable, sostenible y universal, que garantice la igualdad de género y la reducción de las desigualdades, y la accesibilidad del conjunto de la sociedad a las oportunidades que proporciona la nueva economía digital. Aunque España ha experimentado avances importantes en infraestructuras de conectividad, acceso a Internet y uso de tecnología en los últimos años, aún existen disparidades significativas entre zonas urbanas y rurales, así como entre grupos socioeconómicos, por lo que la brecha digital continúa siendo una preocupación importante.

El concepto de brecha digital “hace referencia a la desigualdad en el acceso, uso o impacto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) entre los grupos sociales” (Cruz Roja, 2021). Esta brecha puede manifestarse de diversas maneras y abarcar varios aspectos de la vida cotidiana, desde el acceso a internet y la posesión de dispositivos tecnológicos hasta la capacidad para utilizar herramientas digitales de manera efectiva.

En los últimos siglos siempre ha habido una cierta brecha tecnológica entre generaciones, debido a los constantes avances técnicos y científicos, pero en la actualidad esta brecha es sobre todo digital, y presenta particularidades que la hacen más compleja, debido a la evolución cada vez más rápida de las nuevas tecnologías.

Pero la brecha digital va más allá del mero acceso a la tecnología. También implica diferencias en las habilidades digitales y en la capacidad para utilizar eficazmente las TIC para diversos fines, como buscar información, comunicarse, realizar transacciones en línea o gestiones administrativas. Es decir, que incluso aquellas personas que tienen acceso a la tecnología pueden encontrar barreras si no tienen las habilidades necesarias para utilizarla de manera efectiva.

Pero cuando se habla de brecha digital se piensa sobre todo en la brecha generacional, en las personas mayores, pues efectivamente es el colectivo que más la sufre, en función de su edad, falta de formación en nuevas tecnologías, precariedad económica o por su lugar de residencia, factores que impiden que tengan acceso a ellas o que no están capacitados para utilizarlas con seguridad, constituyendo un claro ejemplo de consumidores vulnerables²⁸. Como consecuencia, se va estrechando más el círculo tecnológico para los mayores, lo que trae consigo también consecuencias psicológicas muy negativas como sentirse inútiles, relegados, no valorados, impotentes, etc. Pero hay otros factores aparte de la edad que influyen en esta vulnerabilidad digital, como el género, ya que muchas mujeres han tenido aún más difícil el acceso a la formación básica, media y superior y al desarrollo de habilidades tecnológicas; pertenecer a colectivos vulnerables que, por distintos motivos, también sufren importantes barreras de acceso a la digitalización; o residir en zonas sin cobertura.

²⁸ El artículo 3.2 del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, establece que, “a los efectos de esta ley y sin perjuicio de la normativa sectorial que en cada caso resulte de aplicación, tienen la consideración de personas consumidoras vulnerables respecto de relaciones concretas de consumo, aquellas personas físicas que, de forma individual o colectiva, por sus características, necesidades o circunstancias personales, económicas, educativas o sociales, se encuentran, aunque sea territorial, sectorial o temporalmente, en una especial situación de subordinación, indefensión o desprotección que les impide el ejercicio de sus derechos como personas consumidoras en condiciones de igualdad”.

Además, en un reciente informe del Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI)²⁹, en colaboración con la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU), se destaca que aunque las TIC tienen un potencial igualador en relación con las oportunidades para las personas con discapacidad, tienen un impacto positivo en su calidad de vida y en su desarrollo personal y social, incrementando su independencia y autonomía, también pueden generar discriminación cuando no cumplen los requisitos de accesibilidad, e incluso pueden representar enormes riesgos de exclusión basados en datos que incluyan estereotipos, sesgos y prejuicios respecto de la discapacidad.

En todo caso, es imprescindible una protección eficaz de estos colectivos vulnerables, que debe basarse en la formación e información para que puedan conocer y aprovechar el medio digital, desenvolviéndose en él de manera segura y responsable. Sin olvidar que, de hecho, también hay personas que rechazan voluntariamente la digitalización por diversas razones, o porque perciben como insalvables las barreras expuestas, pero que no deben ser excluidas del sistema.

Por eso es imprescindible que las personas, especialmente las más vulnerables, estén en el centro de esta transformación digital. De hecho, las nuevas desigualdades ya no son únicamente sociales o económicas, sino que además son tecnológicas, es decir, quienes no sepan desenvolverse dentro de un entorno digital, sin importar la edad, padecerán una nueva forma de analfabetismo funcional.

CAUSAS DE LA BRECHA DIGITAL

Las principales causas de la brecha digital son las que se exponen a continuación.

1.- Acceso a la infraestructura tecnológica: la disponibilidad de infraestructura tecnológica, incluyendo la conexión a internet de banda ancha y la cobertura de redes móviles, puede variar mucho en función de la localización geográfica. Las áreas rurales del a “España vaciada” suelen tener una disponibilidad menor

²⁹ La protección de las personas consumidoras vulnerables con discapacidad frente a la brecha digital, Gloria Esperanza Álvarez Ramírez. CERMI y OCU, julio 2024.

de servicios de internet de alta velocidad y de acceso a la red móvil.

2.- Disponibilidad y coste de los dispositivos: el elevado coste de los dispositivos, junto con la falta de acceso a planes de datos asequibles, puede representar barreras significativas para muchas personas con recursos económicos limitados.

3.- Educación y alfabetización digital: las personas con menores niveles económicos y educativos suelen tener mayores dificultades para utilizar las tecnologías digitales de forma efectiva y aprovechar sus beneficios potenciales, lo que puede provocar exclusión económica y social.

4.- Brecha generacional: existe una clara brecha digital entre diferentes grupos de edad, donde las personas mayores suelen tener menor experiencia y familiaridad con la tecnología en comparación con las generaciones más jóvenes, especialmente los denominados “nativos digitales”.

5.- Desigualdades geográficas: las diferencias en el acceso a la tecnología pueden estar determinadas por la ubicación geográfica, estando las áreas urbanas generalmente mejor conectadas que las rurales.

6.- Barreras culturales y lingüísticas: las diferencias culturales y lingüísticas pueden constituir obstáculos para el acceso y uso de la tecnología entre determinados grupos de población.

7.- Pandemia del COVID-19: como ya se ha destacado anteriormente, la pandemia del COVID-19 aumentó la brecha digital y tuvo un impacto significativo en los mayores, que fueron las principales víctimas de phishing, estafas online o en comercio electrónico.

PROBLEMÁTICA DE CONSUMO

Como se indica en la Nueva Agenda Europea del Consumidor³⁰, publicada en noviembre de 2020, las medidas de confinamiento

³⁰ La Nueva Agenda del Consumidor tiene por objeto responder a las necesidades de los consumidores durante la pandemia de COVID-19 y después de ella. Establece una visión a largo plazo hasta 2025 e introduce medidas concretas en cinco ámbitos clave para proteger a los consumidores y empoderarlos para que desempeñen un papel activo en la transición ecológica y digital.

provocadas por la pandemia del Covid-19 han destacado el papel fundamental de las tecnologías digitales en la vida de las personas, permitiendo comprar bienes esenciales que, de otra manera no serían asequibles, y acceder a servicios a pesar de las restricciones.

En este sentido, la segunda línea de actuación prioritaria de esta Nueva Agenda, después de la transformación ecológica, es la transformación digital en cuanto está cambiando de forma radical las vidas de los consumidores, brindándoles más oportunidades y ofreciéndoles una mayor variedad de bienes y servicios, lo que puede hacer más difícil tomar decisiones informadas y proteger sus intereses.

Sin embargo, las estafas a los consumidores, las técnicas de comercialización engañosas y el fraude en las compras online han experimentado un aumento significativo durante la crisis sanitaria y, por ejemplo, los defraudadores han aprovechado los temores de los consumidores para vender productos innecesarios, ineficaces o potencialmente peligrosos, sobre la base de afirmaciones falsas con respecto a sus beneficios para la salud.

Además, la Nueva Agenda señala otro problema importante, ya que la recopilación y el tratamiento de los datos en combinación con el análisis del comportamiento de los consumidores y de sus sesgos cognitivos pueden utilizarse para influir en ellos y hacer que tomen decisiones que pueden ir en contra de sus intereses.

a) Servicios financieros

Quizá el sector específico en que las personas mayores se encuentran más afectadas por el proceso de digitalización es el de los servicios financieros y bancarios, ya que más de diez millones de españoles mayores de 55 años no saben o no pueden interactuar con su banco a través de Internet, situación agravada por la limitación de horarios de atención en sucursales, junto con la imposición del uso de nuevos canales como cajeros automáticos, apps y webs para realizar la mayoría de las operaciones habituales. Pero incluso para acudir presencialmente a una sucursal cada vez es más habitual tener que solicitar cita previa a través de medios electrónicos. Además, las mujeres son más vulnerables en esta materia.

Otro problema es la desaparición del tradicional envío de información bancaria en papel a los usuarios, que se ven

abogados a utilizar la banca electrónica para mantenerse informados sobre el pago de recibos domiciliados, saldos, etc., y a la que muchos mayores no tienen acceso. Además, sistemas de pago cada vez más habituales como el móvil o bizum tampoco están a su alcance, o temen cometer errores al utilizarlos.

Estas limitaciones están provocando un aumento considerable de las reclamaciones de los usuarios contra las entidades financieras, especialmente por las restricciones horarias de ventanilla, el cobro de comisiones por sacar dinero en oficinas bancarias o los impedimentos para pagar recibos no domiciliados, que pueden ocasionar interrupciones de suministros como electricidad, agua, gas o teléfono.

Por otra parte, en la denominada “España despoblada” cada vez hay menos sucursales abiertas y muchas pequeñas poblaciones no disponen de ninguna entidad bancaria cercana.

b) Comercio electrónico

Aunque el comercio electrónico ha ido aumentando gradualmente en nuestro país de forma constante, también ha experimentado un gran crecimiento durante la pandemia provocada por el Covid-19. De hecho, los españoles se encuentran entre los europeos que más han incrementado sus compras online por lo que, en muchos casos, han tenido que utilizar nuevas herramientas y servicios digitales, e incluso los más reticentes a este tipo de comercio han tendido que superar sus temores.

Incluso actualmente existen empresas que sólo facilitan productos y servicios a través de su app, como Amazon, Uber o Cabify, o sólo se puede acceder a las cartas de algunos restaurantes a través de códigos QR que muchas personas mayores no saben cómo descargar. Todo ello causa importantes problemas en su vida cotidiana.

Pero no solo el comercio y la distribución se han posicionado en Internet, sino que otros sectores se han sumado a esta tendencia. Así, las *fintech* han originado una revolución en la prestación de los servicios financieros, y los seguros, servicios sanitarios y de otros profesionales, como el *legaltech*, también se ofrecen en Internet, lo que supone grandes retos para que los organismos reguladores protejan a las personas consumidoras, especialmente a las más vulnerables.

Además, en España, a mediados de abril de 2020 las estafas por Internet habían aumentado en un 70%, según datos de la Guardia Civil, especialmente a través de ataques de phishing, sitios web comprometidos, y perfiles falsos para robar dinero, datos de tarjetas de crédito, contraseñas u otro tipo de información personal, pues los ciberdelincuentes aprovechan vulnerabilidades y fallos de seguridad en las plataformas y tiendas online, y la falta de formación de muchas personas consumidoras mayores en nuevas tecnologías.

Hay que tener en cuenta que la gran mayoría de las estafas por compras en Internet durante la pandemia afectaron a ancianos, y muchos usuarios mayores consideran que la filtración de sus datos personales es el principal peligro de realizar compras online, por lo que es imprescindible aumentar su formación en materia de ciberseguridad.

c) Sanidad

Un sector especialmente sensible para los mayores en la actualidad es el de la sanidad, tanto pública como privada. A causa de sus limitaciones a la hora de usar medios informáticos, se calcula que once millones de personas mayores no saben cómo pedir cita con un médico por Internet, instalar una app sanitaria en su móvil o realizar una consulta médica por videoconferencia, lo que se suma al problema del colapso de la atención primaria, que afecta a muchos mayores con enfermedades crónicas.

d) Administración electrónica

Las Administraciones públicas, que se habían ido sumando progresivamente a la digitalización de sus servicios a través de páginas web y apps donde ofrecían información de interés público y la posibilidad de realizar trámites online, o teniendo presencia en redes sociales para facilitar la información al ciudadano, experimentaron un fuerte impulso durante la pandemia, debido a la imposibilidad de atender presencialmente o de realizar trámites administrativos de forma presencial.

En general, se potenció la comunicación con las Administraciones, en el marco del IV Plan de Gobierno

Abierto³¹, en respuesta a la creciente demanda de la ciudadanía de mayor participación, transparencia y colaboración en las decisiones públicas. De esta forma, se puede interactuar con la Administración desde el propio hogar o desde el trabajo, facilitando el cumplimiento de los plazos administrativos y prescindiendo de colas interminables para realizar muchas gestiones desde la denominada “carpeta ciudadana” u otras webs o aplicaciones específicas, aunque muchas personas aún desconocen esta posibilidad o no pueden tener acceso a ella.

Aunque no todo son ventajas, ya que las APPs y webs de las Administraciones suelen saturarse y no siempre funcionan correctamente. Además, aunque son herramientas seguras, pueden sufrir ataques de terceros, en ocasiones hay problemas de compatibilidad de sistemas entre los usuarios y las Administraciones o de lentitud en la carga y descarga de documentos y, en muchos casos subsiste cierta desconfianza entre los ciudadanos a la hora de realizar trámites administrativos online, o resultan demasiado confusos y complejos para el usuario medio, debido a las medidas de autenticación de identidad o la carencia o falta de costumbre de utilizar la firma electrónica. Y tampoco se cuenta con la asistencia o ayuda directa de un funcionario que indique cómo realizar los trámites o a quien explicar casos o problemas concretos, que pueden entrañar alguna particularidad o dificultad.

¿CÓMO REDUCIR LA BRECHA DIGITAL?

Como ya se ha indicado, la falta de acceso a la tecnología y a la alfabetización digital puede aumentar las desigualdades existentes, por lo que es necesario avanzar hacia una sociedad más equitativa y preparada para los desafíos y oportunidades de la era digital. Concretamente en España la brecha digital es muy preocupante, especialmente en territorios con baja densidad de población, la denominada “España vaciada”, debido a la falta de conectividad incluyendo otros factores como la exclusión social, económica o política.

De hecho, las nuevas desigualdades ya no son únicamente sociales o económicas, sino que además son tecnológicas, es decir, quienes no sepan desenvolverse dentro de un entorno

³¹https://transparencia.gob.es/transparencia/dam/jcr:d306cd62-cc0f-40a1-9be8-fe24e0000000/IVPlanGobiernoAbierto-ES_2020-2024.pdf

digital, sin importar la edad, serán los nuevos parias de la sociedad. En efecto, el 30% de las personas mayores de 55 años no ha utilizado nunca Internet y hasta un 70% no sabe instalar una app en su móvil. Además, casi la mitad de los mayores de 55 años no acredita ninguna habilidad informática y menos del 18% tiene habilidades digitales básicas.

Pero, incluso para quienes tienen capacidad para utilizar medios informáticos, es muy conveniente mejorar las herramientas y procedimientos digitales para que su uso no sea tan complejo, ya que muchas veces las interfaces son complicadas o cuesta encontrar la información.

Para reducir la brecha digital, por encima de todo, es necesario formar a los colectivos más necesitados en esta materia. La mejor ayuda para superar, evitar y controlar la brecha digital es sin duda la información y muy especialmente la formación.

Por eso, para aprovechar al máximo las nuevas tecnologías, el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital aprobó la agenda España Digital 2026, como hoja de ruta para la transformación digital del país, para contribuir a la cohesión social y territorial. Esta agenda conforma el eje de digitalización del Plan de Recuperación de España, para movilizar los fondos *Next Generation EU* y articular la contribución nacional a la Brújula Digital 2030: el enfoque de Europa para el Decenio Digital (*European Digital Compass*).

Se trata de una estrategia ambiciosa que actúa en tres dimensiones:

- **Infraestructuras y tecnología**, impulsando la conectividad, el 5G, la ciberseguridad, la inteligencia artificial y otras tecnologías disruptivas.
- **Economía**, impulsando la digitalización de pymes y Administraciones públicas, el emprendimiento digital, la integración de la tecnología en las cadenas de valor industriales y en el sector audiovisual.
- **Personal**, impulsando el desarrollo de competencias digitales para el acceso a las profesiones del futuro y la inclusión digital de toda la población, y asegurando la protección de los derechos de las personas en el entorno digital. Para ello se realizarán diversas acciones de formación en competencias digitales transversales con Comunidades Autónomas y el refuerzo del

programa Digitalízate+, de formación online en competencias digitales gestionado por FUNDAE. EL objetivo es que el 80% de la población tenga competencias digitales básicas, siendo la mitad mujeres.

Por otra parte, el Plan de recuperación “*Next Generation*”³² de la Comisión Europea incluye un Fondo de Reconstrucción y Resiliencia que contempla entre sus prioridades financiar inversiones relacionadas con la transformación digital de las pequeñas y medianas empresas del sector agroalimentario y del medio rural, proyectos de emprendimiento digital femenino para reducir la brecha de género existente en este ámbito, así como la digitalización del comercio, del turismo y del sector audiovisual, sin olvidar las inversiones en inteligencia artificial y ciberseguridad.

Además, la sostenibilidad digital supone contribuir a implementar los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas³³ y la Agenda 2030³⁴ que, entre otros objetivos, buscan fomentar comunidades más sostenibles y un consumo responsable, contribuyendo a cerrar las diferentes brechas digitales, que han aumentado en los últimos años por motivos socioeconómicos, de género, generacionales, territoriales o medioambientales, y que se hicieron especialmente visibles durante los primeros meses de la pandemia del Covid-19.

Para finalizar, hay que recordar que recientemente se ha constituido el Observatorio de Derechos Digitales para asegurar que los derechos de los ciudadanos estén protegidos también en este entorno, que toma como referente la Carta de Derechos Digitales aprobada en el 2021³⁵, que forma parte del programa Derechos Digitales. Entre sus objetivos se encuentra la protección de derechos de menores y grupos vulnerables, garantizar el acceso igualitario para personas con bajas competencias digitales, cerrar brechas digitales y salvaguardar la privacidad y la seguridad online o proteger la libertad de expresión y el derecho a la información. El Observatorio está compuesto por personas expertas en estos derechos, representantes de instituciones públicas, organizaciones de la

³² <https://nexteugeneration.com/ayudas-digitalizacion/>

³³ <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

³⁴ <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>

³⁵ <https://espanadigital.gob.es/lineas-de-actuacion/carta-de-derechos-digitales>

sociedad civil y profesionales del sector tecnológico y jurídico, y ha creado su propia página web³⁶.

En resumen, se debe trabajar, desde todos los ámbitos, en una estrategia de inclusión y alfabetización tecnológica dirigida a las personas mayores y más vulnerables con una formación adecuada para que tengan los conocimientos básicos que les permitan participar en el mundo tecnológico, logrando que estas personas se sientan más útiles en la sociedad, evitando su exclusión digital, y logrando que obtengan los mismos beneficios que al resto de la población: acceso a la comunicación, administración, información, ocio, servicios que faciliten la vida diaria, comercio electrónico e incluso servicios sociales o sanitarios.

³⁶ <https://www.derechosdigitales.gob.es/>

