

CONVOCATORIA DE DATOS PARA UNA INICIATIVA (sin evaluación de impacto)

El presente documento tiene por objeto informar al público y las partes interesadas acerca de la labor de la Comisión, de modo que puedan formular observaciones y participar de manera efectiva en las actividades de consulta.

Solicitamos a estos grupos que expongan sus puntos de vista sobre el modo en que la Comisión percibe el problema y sobre las posibles soluciones, y nos faciliten cualquier información pertinente que posean.

 Debe **finalizar este documento en las primeras fases del proceso preparatorio**, de modo que puedan aprovecharse de la mejor manera posible las observaciones de las partes interesadas.

TÍTULO DE LA INICIATIVA	Agenda del Consumidor 2025-2030 y plan de acción para los consumidores en el mercado único
DG PRINCIPAL. UNIDAD RESPONSABLE	DG JUST — B1
TIPO PROBABLE DE INICIATIVA	Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones
CALENDARIO ORIENTATIVO	[Cuarto trimestre de 2025]
INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA	https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/policies/consumers_es

El presente documento tiene una finalidad meramente informativa. No predetermina la decisión final de la Comisión acerca de si se emprenderá esta iniciativa o acerca de su contenido definitivo. Todos los aspectos de la iniciativa descritos en el presente documento, incluido el calendario, están sujetos a modificaciones.

A. Contexto político, definición del problema y control de subsidiariedad

Contexto político

El 13 de noviembre de 2020, la Comisión Europea adoptó la [Nueva Agenda del Consumidor](#), que establece un marco estratégico para la política de consumidores de la UE hasta 2025. La Nueva Agenda del Consumidor ha contribuido a capacitar a los consumidores y a promover un mercado más justo, ecológico y transparente.

El informe de Enrico Letta [Much more than a market](#) (Mucho más que un mercado), subrayó que los consumidores deben ocupar un lugar central en el mercado único y deben estar facultados y protegidos para impulsar el crecimiento económico, la innovación y la sostenibilidad. El informe de Mario Draghi [The future of European competitiveness](#) (El futuro de la competitividad europea) también destacó la necesidad de crear un mercado único verdaderamente integrado.

En sus [Orientaciones políticas para 2024-2029](#), la presidenta Von der Leyen estableció objetivos claros para la prosperidad sostenible, la competitividad, la democracia y la justicia social.

[Se ha encomendado](#) al comisario de Democracia, Justicia, Estado de Derecho y Protección de los Consumidores, Michael McGrath, la tarea de presentar una Agenda del Consumidor 2025-2030, que debe incluir un plan de acción sobre los consumidores en el mercado único, a fin de garantizar que los consumidores no sufran discriminación injusta, mantengan sus beneficios al cruzar las fronteras y estén protegidos cuando adquieran bienes o servicios.

Problema que la iniciativa se propone afrontar

Como se indica a continuación, los consumidores y las empresas se enfrentan a una serie de problemas que requieren una actuación a escala de la UE.

- Siguen existiendo obstáculos que impiden que los consumidores y las empresas aprovechen plenamente todos los beneficios del mercado único. Por ejemplo, las restricciones de envío y pago siguen obstaculizando las compras transfronterizas en línea, y la prestación transfronteriza de servicios sigue siendo escasa en determinados sectores empresariales, como el sector financiero.
- El desarrollo del comercio electrónico ha planteado numerosos retos para los consumidores y las empresas, así como para los responsables políticos, entre ellos, la creciente circulación de productos poco seguros procedentes de fuera de la UE y las dificultades para garantizar el cumplimiento de las normas de protección de los consumidores y la competencia leal en el mercado, en particular por lo que respecta a los comerciantes no establecidos en la UE.
- Las nuevas tecnologías y las prácticas basadas en los datos se utilizan a veces para menoscabar las posibilidades de elección de los consumidores. Hay una gran incertidumbre sobre cómo debe aplicarse la legislación vigente en materia de protección de los consumidores en el entorno digital, lo que perjudica a la protección de los consumidores, en particular con respecto a las prácticas comerciales desleales en línea relacionadas con las interfaces engañosas, la mercadotecnia engañosa por parte de influencers y el diseño adictivo de productos digitales.
- El código normativo digital más amplio de la UE aborda varios riesgos, pero el [análisis jurídico](#) muestra posibles lagunas. Por ejemplo, el [Reglamento de Servicios Digitales](#) aborda algunas prácticas nocivas de las plataformas en línea, pero no abarca las prácticas de los minoristas en línea, los juegos en línea u otros contenidos sin intermediación que puedan seguir planteando riesgos para los consumidores.
- Las decisiones de los consumidores a menudo no reflejan sus intenciones ni sus preocupaciones medioambientales. Con frecuencia, las opciones sostenibles no son sencillas ni están fácilmente disponibles, y es posible que no siempre sean asequibles.
- Los grupos de consumidores vulnerables, incluidas las personas mayores y las personas con discapacidad y movilidad reducida, se enfrentan a dificultades específicas a la hora de acceder a productos y servicios esenciales y poder permitírselos, así como de adaptarse a las nuevas tecnologías y las tendencias del mercado. Los niños están especialmente expuestos en línea, por ejemplo, a técnicas poco éticas, estafas, contenidos nocivos y riesgos para la seguridad y la salud mental.
- El movimiento de los consumidores se enfrenta a retos estructurales y es necesario adaptar las estructuras de gobernanza de la política de consumidores de la UE a dichos retos. Para lograr un mercado único plenamente operativo es necesario que la elaboración de políticas de la UE esté basada en pruebas y que exista una cooperación eficaz entre todas las partes interesadas pertinentes de la UE y a escala internacional.
- Las cargas administrativas y los complejos requisitos reglamentarios pueden obstaculizar la capacidad de las empresas, en particular de las pequeñas y medianas empresas (pymes) y las empresas de mediana capitalización, para operar de manera eficiente, cumplir las normas y competir en el mercado mundial.
- La coordinación entre las autoridades pertinentes encargadas de hacer cumplir las diferentes leyes tanto a escala nacional como de la UE, incluidas las normas de protección de los consumidores y de seguridad de los productos, la legislación aduanera, las normas de protección de datos y la legislación sobre servicios digitales, no resulta fácil.

Base para la actuación de la UE (base jurídica y control de subsidiariedad)

Base jurídica
La base jurídica será el artículo 169 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE), teniendo debidamente en cuenta también su artículo 114. Ambos implican una competencia compartida.
Necesidad práctica de la actuación de la UE
Las transiciones ecológica y digital, la aplicación de la legislación en materia de protección de los consumidores y los retos socioeconómicos, así como otras prioridades políticas clave de la UE, implican interdependencias y sinergias en los ámbitos normativo, social y económico que los Estados miembros no pueden abordar de manera eficiente por sí solos a nivel nacional. Se requiere un enfoque coordinado y coherente de la política de los consumidores, que aborde las lagunas y deficiencias detectadas, evite la fragmentación normativa y del mercado, anticipe la evolución del mercado y garantice unos resultados óptimos para los consumidores en un entorno difícil. Siempre desde el respeto de las competencias nacionales, la Agenda del Consumidor 2025-2030 tiene la intención de continuar el camino establecido por la Nueva Agenda del Consumidor para garantizar un diálogo y una cooperación estrechos entre la Comisión y los Estados miembros, así como entre la UE y sus socios internacionales.
B. Qué se propone conseguir la iniciativa y de qué modo
La Agenda del Consumidor 2025-2030 desarrollará una visión compartida y un marco común para la política de consumidores hasta 2030, sobre la base de los logros de la Nueva Agenda del Consumidor. Al reforzar la protección de los consumidores, apoyar su bienestar y promover unas condiciones de competencia equitativas para las empresas, la Agenda contribuirá a alcanzar objetivos clave de la UE, a saber: promover una transición justa hacia una economía ecológica y digital e impulsar la competitividad y el crecimiento económico con cohesión social. La Agenda determinará las prioridades más importantes y presentará una lista de iniciativas y acciones relacionadas con los consumidores, con un calendario específico y utilizando diversos instrumentos políticos de la UE. Un plan de acción sobre los consumidores en el mercado único formará parte integrante de la Agenda. Su objetivo será garantizar que los consumidores no se enfrenten a una discriminación injusta, mantengan sus beneficios al cruzar las fronteras y estén protegidos cuando compren bienes o servicios en el mercado único. Un aspecto importante de la Agenda será también explorar las oportunidades de simplificación y reducción de la carga administrativa, manteniendo al mismo tiempo los niveles actuales de protección de los consumidores. La Agenda complementará otras iniciativas clave en el ámbito de la protección de los consumidores. En particular, está prevista una iniciativa legislativa: una Ley de equidad digital para hacer frente a prácticas comerciales manipuladoras y poco éticas en el espacio digital, reducir la inseguridad jurídica para las empresas, evitar la fragmentación de la normativa y facilitar la aplicación. En consonancia con las conclusiones de sus recientes informes sobre la aplicación del Reglamento sobre la cooperación en materia de protección de los consumidores, la Comisión también está reflexionando sobre la revisión de dicho Reglamento, con el fin de seguir reforzando el cumplimiento de la legislación de la UE en materia de protección de los consumidores, en particular en lo que respecta a las prácticas ilegales generalizadas, independientemente de que los responsables estén establecidos dentro o fuera de la Unión, con vistas a garantizar unas condiciones de competencia equitativas. La Agenda también tratará de aprovechar las oportunidades que ofrecen las tecnologías emergentes, incluida la inteligencia artificial, para reforzar la protección de los consumidores y garantizar la seguridad, la transparencia y la rendición de cuentas en el espacio digital. Estos esfuerzos contribuirán

al objetivo de la UE de crear un entorno para los consumidores que sea resiliente a los avances tecnológicos y esté equipado para satisfacer las necesidades futuras.
Repercusiones probables
La Agenda del Consumidor 2025-2030 tendrá un impacto positivo tanto en los consumidores como en las empresas, contribuyendo a la consecución de los objetivos de la UE en materia de equidad social, democracia, prosperidad sostenible, mercado único y competitividad. Facultar a los consumidores y reforzar su protección contribuirá a mejorar su bienestar. También les permitirá tomar decisiones con conocimiento de causa y ejercer sus derechos con confianza para contribuir a la innovación y el crecimiento sostenibles. Las medidas propuestas podrían contribuir, por ejemplo, a mejorar la seguridad jurídica y la aplicación de las normas, así como a promover unas condiciones de competencia equitativas para las empresas, permitiendo que empresas de todos los tamaños desarrollen su actividad de forma clara y previsible, y compitan en igualdad de condiciones.
Seguimiento futuro
La Comisión se basará en los instrumentos existentes para la recogida y el análisis de datos a fin de evaluar y supervisar los resultados de esta iniciativa. Estos instrumentos incluyen el Cuadro de Indicadores de las Condiciones de los Consumidores, las estadísticas de Eurostat, las encuestas del Eurobarómetro y los materiales periódicos de información y evaluación en ámbitos políticos relacionados con los consumidores.
C. Mejora de la legislación
Evaluación de impacto
La Agenda del Consumidor 2025-2030 se basará en la Nueva Agenda del Consumidor de 2020, y establecerá prioridades y acciones renovadas para abordar los retos actuales y futuros en la política de los consumidores. No requerirá nuevos recursos, ni directamente (no se incluirán medidas financieras <i>ad hoc</i>) ni indirectamente. Dada la naturaleza de la presente Comunicación, no es necesaria ninguna evaluación de impacto. La Comunicación anunciará una serie de iniciativas y acciones. Se elaborarán evaluaciones de impacto independientes según sea necesario (incluidas nuevas consultas públicas), para las iniciativas y acciones incluidas en la Agenda. La Agenda del Consumidor 2025-2030 se basará en una amplia gama de experiencias y datos derivados de la aplicación de la Nueva Agenda del Consumidor y en amplias consultas con todas las partes interesadas pertinentes. El «Cuadro de Indicadores de las Condiciones de los Consumidores de 2025» también proporcionará pruebas de apoyo. Se recopilarán las pruebas necesarias para las iniciativas incluidas en la Agenda.
Estrategia de consulta
Esta consulta tiene por objeto recabar las opiniones y aportaciones de las partes interesadas para fundamentar el desarrollo de los ámbitos y acciones prioritarios de la Agenda del Consumidor 2025-2030, incluido un plan de acción sobre los consumidores en el mercado único. La consulta complementará las observaciones y aportaciones ya recogidas en los debates con las partes interesadas a lo largo de 2024, en particular en la Cumbre del Consumidor de 2024. En mayo de 2025 se pondrá en marcha una consulta pública abierta sobre aspectos clave de la Agenda del Consumidor 2025-2030. La consulta será accesible desde el portal «Díganos lo que piensa» de la Comisión. Las respuestas se podrán presentar en cualquiera de las veinticuatro lenguas oficiales de la UE. Ocho semanas después del cierre de la consulta pública, se publicará en la página correspondiente

un informe resumido de sus resultados. A más tardar en el momento de la adopción de la iniciativa, se publicará un informe de síntesis que abarque todas las actividades de consulta.

¿Por qué se realiza la consulta?

En consonancia con la política de mejora de la legislación de la Comisión, esta consulta es un paso crucial en el desarrollo de la Agenda del Consumidor 2025-2030. Al colaborar con una amplia gama de partes interesadas, la Comisión pretende recabar ideas y opiniones valiosas sobre las cuestiones y retos clave que deben abordarse. Ello garantizará que la Agenda tenga debidamente en cuenta las necesidades y preocupaciones de aquellos a quienes va a afectar y esté adaptada a los retos futuros.

Público destinatario

Consumidores, organizaciones de consumidores y otras asociaciones de la sociedad civil, empresas, asociaciones industriales, autoridades nacionales y organismos de consumidores, universidades e instituciones de investigación.