

## **PROGRAMA 4920**

### **PROTECCION Y PROMOCION DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS**

#### **1. DESCRIPCION**

Al Ministerio de Consumo le compete la gestión de la política de consumo encomendada a la Administración General del Estado, para garantizar los derechos de los consumidores y usuarios reconocidos en el Art. 51 de la Constitución. Dicha competencia se concreta en la consecución de los objetivos que se establecen tanto por el Gobierno de España como, a nivel de la Unión Europea, por la Comisión Europea en su Comunicación, de 13 de noviembre de 2020, Nueva Agenda del Consumidor: Reforzar la resiliencia del consumidor para una recuperación sostenible

Por tanto, las líneas de acción del Ministerio de Consumo deben ir en línea con las prioridades fijadas por la Comisión Europea en la Nueva Agenda del Consumidor, a saber: (i) la transición ecológica; (ii) la transformación digital; (iii) la tutela y el respeto de los derechos de los consumidores; (iv) las necesidades específicas de determinados grupos de consumidores; y (v) la cooperación internacional.

Por consiguiente, el Ministerio reformulará su actual papel en el ámbito de sus competencias, centrándose en una política más notoria, que la que se ha desarrollado hasta ahora, al objeto de dar respuesta a los retos actuales.

En relación con la Dirección General de Consumo, el objetivo principal es la mejora de procedimientos, normas y políticas públicas eficaces para la protección y promoción de los derechos de las personas consumidoras, promoviendo especialmente el consumo seguro, responsable y sostenible y prestando especial atención a la protección de los derechos de las personas consumidoras vulnerables.

El objetivo esencial es crear un entorno seguro y estable donde las personas consumidoras puedan llevar a cabo sus relaciones de consumo con plena garantía del respeto de sus

derechos durante todas las fases que engloban dichas relaciones. Asimismo, estas relaciones de consumo deben estar alineadas con los objetivos sociales y medioambientales del Gobierno, de tal forma que se fomenten pautas de consumo responsable y sostenible.

Por consiguiente, durante este ejercicio se busca generar conciencia de un consumo responsable y sostenible, que dicho consumo sea seguro y que, en el caso de que exista algún quebranto de derechos durante la relación de consumo, las personas consumidoras puedan hacer valer los mismos en procedimientos asequibles y eficientes. Este objetivo requiere una atención específica y prioritaria a la protección y promoción de los derechos de las personas consumidoras más vulnerables.

Asimismo, por el reparto competencial de la materia entre la Administración General del Estado y las diferentes comunidades y ciudades autónomas, para conseguir estos objetivos es preciso tener en cuenta el papel que desempeñan las distintas autoridades en la defensa de las personas consumidoras, creando y mejorando los canales de cooperación o coordinación necesarios.

Un papel especial cobra también la coordinación con las autoridades de consumo de otros Estados miembro, por cuanto, en una economía globalizada en el que el comercio transfronterizo cobra cada vez un papel más importante, las personas consumidoras de los diferentes Estados miembros

Partiendo de lo anterior, se establecen los siguientes objetivos generales:

- a) Garantizar un consumo seguro mediante la mejora de los procesos de control de calidad de productos y servicios

De cara a garantizar un consumo seguro, el primer paso es garantizar a las personas consumidoras que los productos o servicios que pretenden adquirir cumplen con los más altos estándares de calidad y seguridad. Para ello, es imprescindible que desde las instituciones públicas creamos un marco normativo y de vigilancia de mercado estable y eficiente que ayude a conseguir estos objetivos.

Partiendo de lo anterior, los objetivos estratégicos en relación con la vigilancia de mercado tienen que ver con la mejora de la coordinación de todas estas autoridades y asistencia técnica a las mismas, de cara a garantizar una protección eficiente y homogeneizada.

Estos objetivos se pretenden conseguir a través de las siguientes líneas de acción:

- i) Mejora de la normativa sobre etiquetado y puesta en el mercado de productos de consumo y servicios teniendo en cuenta las nuevas necesidades de las personas consumidoras y los desarrollos normativos de la Unión Europea, mejoras normativas que deben ir acompañadas de ejecuciones presupuestarias para garantizar su correcta implementación.
  - ii) Mejora de la coordinación y eficiencia del trabajo realizado por parte de las autoridades de vigilancia de mercado, tanto desde el punto de vista horizontal como sectorial, así como la divulgación de la información resultante de la labor llevada a cabo por estas autoridades, coordinación para la que es necesaria la inversión, principalmente, en aplicaciones informáticas.
  - iii) Reactivación por parte de la Dirección General de Consumo del ejercicio de sus competencias respecto del consumo on line, principalmente a través del Observatorio de Internet.
- b) Defensa efectiva de los intereses de las personas consumidoras

Si bien el primer objetivo está orientado a conseguir que los productos y servicios que adquieren las personas consumidoras y usuarias gocen de todas las garantías de seguridad y cumplimiento normativo, esto no siempre ocurre y, en determinadas ocasiones, las personas consumidoras se ven obligadas a hacer valer sus derechos en un momento posterior a la relación comercial o durante el transcurso de la misma.

Por tanto, es preciso llevar a cabo una serie de actuaciones concretas tendentes a aumentar la protección de las personas consumidoras en sus relaciones comerciales, así como a mejorar y hacer más efectivos los mecanismos de resolución de controversias de cara a que puedan hacer valer sus derechos en caso de que se vean conculcados.

Estos objetivos se pretenden conseguir a través de las siguientes líneas de acción:

- i) Mejora de la protección de los derechos de personas consumidoras que puedan encontrarse en una especial situación de subordinación, indefensión o desprotección.

ii) Mejora de la eficiencia de los mecanismos de sanción ante incumplimientos de la normativa de protección de las personas consumidoras de cara a dotarlos de un verdadero carácter disuasorios.

iii) Mejora de los mecanismos de participación de organizaciones sociales y civiles dedicadas a la defensa de los derechos de las personas consumidoras.

c) Promoción de pautas de consumo responsable y sostenible

La tercera de las metas de la Dirección General de Consumo está relacionado con la modificación de las pautas de consumo actuales de las personas consumidoras españolas tendentes a un mayor consumo responsable y sostenible, objetivo íntimamente ligado a los objetivos del Acuerdo de Gobierno en relación con las políticas de medio ambiente, en especial, con el Plan de Economía Circular liderado por el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, dentro del cual la Dirección General de Consumo ha asumido determinadas responsabilidades concretas, así como con el resto de políticas sociales incluidas en el Plan de Acción para la Implementación de la Agenda 2030.

Estos objetivos se pretenden conseguir a través de las siguientes líneas de acción:

i) Mejora de la información que reciben las personas consumidoras en relación con el impacto social y medioambiental de los productos puestos en el mercado.

ii) Mejora de la información y formación que recibe la población infantil y sus familias en relación con el impacto de los productos y servicios que les son ofertados, de cara a promover patrones de consumo responsable y sostenible.

## **2. ÓRGANOS ENCARGADOS DE SU EJECUCIÓN**

El órgano encargado de la ejecución de las competencias de consumo es la Dirección General de Consumo, dependiente de la Secretaría General de Consumo y Juego, y a su vez del Ministerio de Consumo.

## **3. ACTIVIDADES**

La consecución de los tres objetivos generales identificados se llevará a cabo a través de una serie de líneas estratégicas.

### **3.1. GARANTIZAR UN CONSUMO SEGURO MEDIANTE LA MEJORA DE LOS PROCESOS DE CONTROL DE CALIDAD DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS**

De cara a garantizar un consumo seguro, el primer paso es garantizar a las personas consumidoras que los productos o servicios que pretenden adquirir cumplen con los más altos estándares de calidad y seguridad. Para ello, es imprescindible que, desde las instituciones públicas, se cree un marco normativo y de vigilancia de mercado estable y eficiente que ayude a conseguir estos objetivos.

Por consiguiente, dentro de este primer objetivo, una parte importante del trabajo a desarrollar se corresponde con la preparación y promulgación de textos normativos que ayuden a crear un marco de seguridad jurídica para determinados productos y servicios que se encuentran de forma permanente en el mercado, buscando la mejora de la calidad y seguridad de los productos y servicios.

En este sentido, y teniendo en cuenta las necesidades de las personas consumidoras, se tramitarán textos reglamentarios que incorporen a la normativa nacional las últimas directivas promulgadas por la Unión Europea, que aumentan los derechos de las personas consumidoras en relación con bienes y servicios tanto analógicos como digitales. Asimismo, se suscribirán convenios de colaboración con representantes de aquellos sectores que puedan ser de utilidad en este ámbito.

Una vez cubierta la parte jurídica, tanto por la nueva normativa que se desarrolle, así como por la que está actualmente en vigor, la seguridad en los productos que se ponen en el mercado viene garantizada por la labor de las autoridades de vigilancia de mercado.

En relación con este punto, de cara a definir las líneas estratégicas, es preciso tener en cuenta la pluralidad de autoridades de vigilancia de mercado que existen en relación con productos y servicios destinados a consumidores. Por una parte, desde un punto de vista horizontal, todas las Comunidades Autónomas, así como las Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla tienen competencias de vigilancia de mercado de cara a garantizar que los productos que se ponen en el mercado en sus respectivos territorios cumplen con los requisitos legales.

Por otra parte, desde un punto de vista sectorial, la vigilancia de mercado de determinados productos y servicios se lleva a cabo por parte de autoridades de vigilancia de mercado de otros Ministerios o Consejerías.

Partiendo de lo anterior, las líneas estratégicas en relación con la vigilancia de mercado tienen que ver con la mejora de la coordinación de todas estas autoridades y asistencia técnica a las mismas, de cara a garantizar una protección eficiente y homogeneizada.

En primer lugar, desde el punto de vista horizontal, se trabajará la coordinación de los distintos laboratorios que, en materia de consumo, existen en los distintos territorios, bajo la batuta del Centro de Investigación y Control de Calidad (CICC).

Conectado con lo anterior, y una vez identificados en cada territorio productos que no cumplan con la normativa de protección de las personas consumidoras, es preciso trabajar en la mejora de la coordinación entre la Administración General del Estado y las comunidades autónomas al respecto. En concreto, mejorando la comunicación y coordinación en relación con la Red de Alerta de productos de consumo no alimenticios, conocido como RAPEX (Rapid Alert System for non-food dangerous products) en el ámbito de la Unión, así como con el Sistema de Intercambio Rápido de Información –SIRI- en el ámbito nacional.

Asimismo, se considera necesario avanzar de forma conjunta con las comunidades autónomas en las campañas de vigilancia de mercado en el ámbito de los servicios, puesto que, en los últimos años, estas tareas de inspección coordinada han estado más centradas en los productos de consumo.

Para mejorar esta coordinación, la eficiencia de los sistemas de vigilancia de mercado y de estas redes de alerta, así como el traslado público de sus resultados, también es objetivo prioritario la digitalización de estos sistemas.

De forma adicional, y desde el punto de vista sectorial, se desarrollará la Oficina de Enlace Único de vigilancia de mercado, surgida en virtud del Reglamento (UE) 2019/1020 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de junio de 2019, relativo a la vigilancia del mercado y la conformidad de los productos y por el que se modifican la Directiva 2004/42/CE y los Reglamentos (CE) n.º 765/2008 y (UE) n.º 305/2011 y para la que la Dirección General de Consumo ha sido designada como organismo responsable.

Esta Oficina servirá para la coordinación de las diferentes autoridades de vigilancia de mercado de otros Ministerios y punto de enlace con la Unión Europea.

Por último, y teniendo en cuenta los patrones de consumo actuales, volcados hacia el consumo on line, hecho que se ha visto acrecentado por la actual crisis sanitaria, se reactivará el Observatorio de Internet, que dejó de estar operativo en septiembre de 2019 tras concluir la encomienda de gestión que lo venía gestionando.

Por consiguiente, esta línea estratégica engloba tres ámbitos fundamentales de acción:

**3.1.1.** Mejora de la normativa sobre etiquetado y puesta en el mercado de productos de consumo y servicios teniendo en cuenta las nuevas necesidades de las personas consumidoras y los desarrollos normativos de la Unión Europea

Se prevé la tramitación o seguimiento de los siguientes textos, tanto de carácter normativo como no normativo:

- Incorporación a la normativa nacional, junto con el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, de las Directivas 2020/2088 y 2020/2089, por las que se modifica el anexo II de la Directiva 2009/48/CE del Parlamento Europeo y del Consejo en lo que respecta al etiquetado de las fragancias alergénicas presentes en los juguetes y a la prohibición de fragancias alergénicas en los juguetes, respectivamente.
- Orden Ministerial por la que se transpone la Directiva (UE) 2021/903 de la Comisión de 3 de junio de 2021 que modifica la Directiva 2009/48/CE del Parlamento Europeo y del Consejo en lo que respecta a los valores límite específicos para la anilina en determinados juguetes.
- Renovación del Convenio suscrito entre la Dirección General de Consumo, la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol) y la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ) que llevará como Anexo el Código de Autorregulación de la Publicidad Infantil de Juguetes.
- Seguimiento de las tareas de la Comisión Europea para la conversión en Reglamento de la Directiva 2001/95/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 3 de diciembre de 2001, relativa a la seguridad general de los productos.

**3.1.2.** Mejora de la coordinación y eficiencia del trabajo realizado por parte de las autoridades de vigilancia de mercado, tanto desde el punto de vista horizontal como sectorial, así como la divulgación de la información resultante de la labor llevada a cabo por estas autoridades.

Para ello, se llevarán a cabo las siguientes acciones:

- Impulso de las campañas de vigilancia de mercado en el sector servicios en el marco de la Conferencia Sectorial de Consumo.

Para ayudar a estas campañas se va a renovar la aplicación GESCAN-GENDACO-COLABORA desde la que se gestionan todas las Campañas Nacionales: propuestas, documentos de planificación, protocolos de inspección, resultados de inspección, gestión de la toma de muestras para control analítico y elaboración de informes. En Colabora se comparte con las CCAA toda la información de las reuniones de la Sección de Control de Mercado, así como jurisprudencia, y artículo de interés para las autoridades competentes.

Para ello, se va a elaborar un sistema de información adecuado a las necesidades actuales, que permita ejecutar las labores de vigilancia del mercado, migre los datos, solvante los problemas de funcionamiento actuales y proporcione nuevas funcionalidades de acuerdo con las necesidades de coordinación de la vigilancia del mercado a nivel nacional con las autoridades de las comunidades autónomas. Asimismo, deberá incorporar funciones relativas a las obligaciones de coordinación entre autoridades nacionales y el plan estratégico nacional de vigilancia de mercado que se deberán llevar a cabo en cumplimiento de las funciones establecidas para la Oficina de Enlace Única según el Reglamento (UE) 2019/1020. Todo ello con objeto de potenciar la cooperación, la comunicación y la información entre la Administración general del Estado y la de las comunidades autónomas así como otras autoridades nacionales en lo que respecta a la vigilancia del mercado y por tanto la protección de la seguridad de los consumidores

Asimismo, se llevará a cabo la elaboración del informe anual de Indicadores Presupuestarios, de Medios y de Gestión en los Servicios de Control de Mercado de las Administraciones de Consumo de las CCAA, con datos solicitados y aportados por las CCAA.

Por último, se llevará a cabo la publicación en la página web del Ministerio de Consumo de los resúmenes para información pública sobre control de mercado contemplados en el documento “Información Estadística General para la elaboración de los resúmenes nacionales e información al público sobre control de mercado”, efectuado por las CC.AA, obtenidos con la información recibida de las CCAA en los siguientes modelos: (i) Resúmenes estadísticos de

actividad inspectora; (ii) Resúmenes estadísticos de expedientes incoados; (iii) Resúmenes estadísticos de expedientes resueltos; y (iv) Resúmenes estadísticos de recursos.

- Mejora de la coordinación con CCAA de vigilancia de mercado y del sistema de Red de Alerta de productos de consumo no alimenticios, conocido como RAPEX (Rapid Alert System for non-food dangerous products) en el ámbito de la Unión y como SIRI (Sistema de Intercambio Rápido de Información) en el ámbito nacional y digitalización de dichos sistemas.

A tales efectos, la Dirección General de Consumo va a actualizar, junto con las comunidades autónomas, directrices o guías de funcionamiento del sistema de red de alerta y de la comunicación ordinaria de las medidas de reacción adoptadas, en virtud de la Disposición adicional cuarta del Real Decreto 1801/2003, de 26 de diciembre, sobre seguridad general de los productos.

- Coordinación de laboratorios seguridad y calidad productos de consumo, en especial el Centro de Investigación y Control de Calidad (CICC).

El CICC presta apoyo técnico y científico para la aplicación y el desarrollo de las Políticas de Protección y Defensa de los Consumidores impulsadas por las distintas Administraciones Públicas, con las que mantiene un trato directo y una estrecha colaboración. Asimismo, el CICC también colabora con otras instituciones, como la Guardia Civil, en campañas de lucha contra el fraude en productos destinados a personas consumidoras.

El CICC, como laboratorio de control oficial en el ámbito de la alimentación, tiene que tener una permanente actividad de evaluación interna que le permite poseer un amplio alcance de Acreditación ENAC y como Centro de prestación de servicios a todas las Comunidades Autónomas, tiene que asumir el reto de estar siempre a la vanguardia de la investigación y control de la calidad, además de cooperar en la enseñanza y divulgación del control de calidad. Todo esto se consigue con el compromiso de tener un equipamiento analítico en constante actualización.

El CICC está también designado por la Dirección General de Salud Pública, Calidad e Innovación como Centro para su asesoramiento técnico y como laboratorio para la verificación de cigarrillos y productos relacionados incluidos en 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, esto incluye el análisis de los contenidos de

nicotina, alquitrán y monóxido de carbono y el control de los componentes, incluida la nicotina, de los líquidos en los dispositivos susceptibles de liberar nicotina, para lo cual se hace necesario abordar las nuevas tecnologías analíticas, renovando su equipamiento y actualizando sus aplicaciones en ámbitos de investigación de interés en la protección del consumidor

Es por ello muy importante el mantenimiento y actualización periódica de las herramientas y materiales con los que trabaja el CICC, que deben ser de atención prioritaria.

- Puesta en marcha de nuevo de la Comisión Técnica para la Seguridad de los Productos, órgano de asesoramiento y apoyo a la Red de Alerta y el Comité de Valoración, cuya coordinación y secretaría recae en la Dirección General de Consumo y requiere dedicación y organización.
- Seguimiento de la reciente puesta en marcha de la Oficina de Enlace Único de vigilancia de mercado, en enero de 2021, en virtud del Reglamento (UE) 2019/1020 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de junio de 2019, relativo a la vigilancia del mercado y la conformidad de los productos y por el que se modifican la Directiva 2004/42/CE y los Reglamentos (CE) n.º 765/2008 y (UE) n.º 305/2011.
- Mejorar la divulgación pública de los planes de control oficial, las actividades de vigilancia de mercado, los productos alertados, así como de los resultados e indicadores.
- Reactivación de la Comisión Interministerial de Consumo, creada en virtud del Real Decreto 306/2010, de 15 de marzo, de acuerdo con la Disposición adicional quinta del Real Decreto 495/2020, de 28 de abril, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de Consumo y se modifica el Real Decreto 139/2020, de 28 de enero, por el que se establece la estructura orgánica básica de los departamentos ministeriales.
- Ejercer de punto de contacto nacional de la Red Europea contra el Fraude alimenticio, para la cooperación e información entre los Estados miembros.
- Realización de actuaciones en el sistema de Cooperación y Asistencia Administrativa de la red Europea del Fraude de intercambio de información entre las autoridades competentes de los Estados miembros y entre dichas autoridades y la Comisión, en las dos áreas que conforman el sistema, es decir, la red de fraudes y la de cooperación y asistencia administrativa.

- Participación en la propuesta de Planes Coordinados Europeos de Control de productos alimenticios en la detección del Fraude, así como en la gestión y coordinación de las autoridades competentes de Consumo.
- Participación en el Plan Nacional de Control Oficial de la Cadena Alimentaria 2021-2025: Sistema de control de alimentos puestos a disposición del consumidor sin repercusiones en seguridad alimentaria.
- Participación en el pleno de la Comisión Interministerial para la Ordenación Alimentaria (CIOA), así como en el grupo de trabajo de la CIOA de la Directiva 2015/1535.
- Participación en grupos de expertos a nivel nacional, europeo e internacional, como el de información y composición alimentaria de la DGSANTE, y el CODEX de etiquetado de alimentos en el que se redactan disposiciones de etiquetado aplicables a todos los alimentos.
- Actuación como punto de contacto del Reglamento (CE) Nº 764/2008, del Parlamento Europeo y del Consejo, por el que se establecen procedimientos relativos a la aplicación de ciertas normas técnicas nacionales a los productos comercializados legalmente en otros Estados miembros, en lo que respecta a productos de consumo no armonizados.
- Gestión y envío de solicitudes de asistencia mutua en los casos de infracciones en materia de protección de los consumidores producidos en el territorio de la Unión Europea y difundidos mediante la aplicación informática antes citada. Apoyo a las autoridades nacionales y regionales que gestionan estas solicitudes.
- Participación de la Dirección General de Consumo en el sistema IMI (Sistema de Información del Mercado Interior) para la aplicación de la directiva de servicios, como coordinador nacional en temas de consumo.
- Participación como Estado miembro de la UE en el diseño y aplicación del art. 10 de la Directiva de Seguridad General de los Productos, en materia de cooperación entre las autoridades de los Estados miembros responsables del control de mercado en materia de seguridad.
- Participación en proyectos o acciones conjuntas europeas de vigilancia del mercado y el intercambio de información y mejores prácticas entre los estados miembros y la Comisión UE...

- Ordenación, seguimiento y coordinación de las actividades sobre verificación de la seguridad de los productos y servicios puestos a disposición del consumidor, según lo previsto en la directiva ya citada sobre seguridad general de productos y el Reglamento 765/2008 sobre acreditación y control del mercado o el Reglamento (UE) nº 2019/1020.
- Coordinación de las autoridades nacionales responsables de la vigilancia del mercado de los productos no alimenticios, para mantener e informar a la Comisión de la identidad de esas autoridades, en cumplimiento del Reglamento (UE) nº 2019/1020 para la vigilancia del mercado y la conformidad de los productos.
- Coordinación para la elaboración de una estrategia nacional y planes anuales de control de mercado que abarquen todos los productos y todas las autoridades responsables para dar cumplimiento al citado Reglamento 2019/1020.
- Actuar como Punto de contacto nacional para ICSMS (Sistema Europeo de Información y Registro de Vigilancia de Mercado), aplicación europea en la que se registran todas las actividades de control del mercado llevadas a cabo por las autoridades responsables del mismo, en cada uno de los distintos Estados miembros, para cumplir lo dispuesto en el Reglamento (UE) nº 2019/1020.
- Participación en los Comités, grupos de trabajo, grupos de cooperación administrativa y grupos de expertos en la Unión Europea, correspondientes a las Directivas o Reglamentos sobre Vigilancia del mercado y seguridad de productos, Etiquetado Energético, ICSMS, Juguetes, textiles, detergentes, responsabilidad por daños en productos defectuosos, mercado de los consumidores y controles a la importación.
- Participación en Comités técnicos de normalización para la evaluación y elaboración de normas técnicas.
- Poner en marcha el sistema de comunicación de accidentes con productos de consumo a través de la sede electrónica, para que los profesionales médicos y los servicios de emergencia puedan informar de dichos casos.

**3.1.3.** Reactivación por parte de la Dirección General de Consumo del ejercicio de sus competencias respecto del consumo on line.

Se reactivará el Observatorio de Internet, concebido como una herramienta novedosa y eficaz que reforzará la defensa de los derechos de las personas consumidoras en el comercio electrónico. Es importante tener en cuenta que, de acuerdo con datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, el comercio electrónico marcó un nuevo récord en 2020 y superó en España los 51.600 millones de euros, un 5,8% más que el año anterior.

Con este observatorio se conseguirá contar con los recursos técnicos y humanos que proporcionen una mejor protección y promoción de los derechos de las personas consumidoras en Internet, tras el auge del comercio electrónico en la actual situación de crisis sanitaria, con el fin de combatir los fraudes en este canal de comercialización, verificar la transparencia y la información exigible a los operadores económicos, desarrollar nuevas herramientas de trabajo en el campo de la vigilancia del mercado y fomentar el consumo responsable.

Con este Observatorio también se podrán identificar los ámbitos del comercio electrónico donde se producen más quejas o se identifican más vulnerabilidades para realizar propuestas de mejora, tanto normativas como mediante fórmulas de cooperación entre los agentes implicados, así como se podría prestar mayor atención a las vulnerabilidades de determinadas personas o colectivos en estos actos de consumo.

Para la creación y puesta en marcha del Observatorio, sería necesario llevar a cabo las siguientes acciones:

- Dotar a las autoridades de vigilancia de mercado de una potente herramienta

De una parte, el Observatorio de Internet tiene una dimensión de servicio interno de asistencia a las autoridades competentes de consumo en el ámbito de la vigilancia y control del comercio electrónico. Este observatorio automatizará la búsqueda en Internet de posibles incumplimientos en la normativa mediante barridos de páginas web de comercio electrónico.

Se propone la automatización de estos rastreos web mediante el uso de herramientas de extracción de información de internet denominadas web scraping y web crawling. Con estas tecnologías, se aumenta el potencial de análisis al poder realizar un cribado automático de un gran volumen de información y se podrá realizar una vigilancia de mercado continua o periódica. La extracción de información podrá apoyarse en inteligencia artificial cuando se trate de datos poco estructurados.

Se establecerán los sistemas tecnológicos que permitan la navegación anonimizada en la web y la actuación mediante una identidad encubierta; así como los sistemas tecnológicos que permitan la obtención de pruebas documentales de los incumplimientos para que puedan ser utilizadas por las autoridades competentes en consumo en procedimientos sancionadores o de control (sello de tiempo, creación de un hash del documento, firma electrónica, etc.)

- Convertir el Observatorio de Internet en un referente informativo.

Para conseguir este hito será necesario el diseño de una página web pública del Observatorio de Internet para lograr un alto impacto en la sociedad. Asimismo, se publicarán los informes con las conclusiones de la labor investigadora del Observatorio, al menos, las conclusiones generales de los rastreos web, así como se llevarán a cabo campañas de comunicación para informar a las personas consumidoras de sus derechos en el ámbito del comercio electrónico y se promocionará el propio Observatorio.

- Prestar asistencia a las personas consumidoras.

Para una defensa integral de los derechos de las personas consumidoras en el ámbito del comercio electrónico, el Observatorio contará con un gestor on line de consultas y reclamaciones por parte de las personas consumidoras.

Este gestor beberá del espíritu del gestor de reclamaciones del Centro Europeo del Consumidor, que ayuda a las personas consumidoras de la Unión a la gestión de sus reclamaciones transfronterizas y facilita la interposición y resolución de las mismas.

- Convertir el Observatorio de Internet en un referente institucional.

Sobre la base de las acciones anteriores, el Observatorio pasaría a ser un repositorio de primer nivel de datos sobre comercio electrónico. Con ello se recopilarán y publicitarán todas las estadísticas que obren en poder de instituciones y operadores en relación con el comercio electrónico.

Asimismo, se creará un canal de comunicación y cooperación con los grandes operadores de comercio electrónico y asociaciones sectoriales para crear acuerdos que garanticen la defensa de los derechos de los consumidores.

**3.1.4.** Reactivación de las competencias de la Dirección General de Consumo en cuanto al control de empresas que llevan a cabo actividades de contratación de préstamos o créditos hipotecarios o de intermediación para la celebración de contratos de préstamo o crédito

Ley 2/2009, de 31 de marzo, por la que se regula la contratación con los consumidores de préstamos o créditos hipotecarios y de servicios de intermediación para la celebración de contratos de préstamo o crédito crea el Registro Estatal de Empresas de Intermediación Financiera (REEIF), con adscripción a la Dirección General de Consumo.

El objetivo principal del REEIF es garantizar un alto nivel de protección de las personas consumidoras, asegurando la transparencia y la leal competencia. Por esta razón el REEIF tiene un carácter público y las empresas deben inscribirse con carácter previo al inicio de su actividad.

No obstante, el servicio del REEIF necesita una reestructuración profunda para corregir las siguientes deficiencias detectadas:

- Incumple lo dispuesto en la Ley 39/2015 en lo relativo a la tramitación electrónica (Artículo 14)
- Incumple el mandato de ser público en la página web del Ministerio (Artículos 3.2 y 8.5 RD 106/2011), de publicar los folletos informativos de las empresas registradas (Artículo 5 RD 106/2011) y de publicar las cancelaciones por cese de actividad de las Empresas en el Registro (Artículo 10.2 RD 106/2011). El carácter público del Registro es una característica esencial del mismo (RD 106/2011 Ley 2/2009).
- Se estima que gran parte de las empresas (1.100 de 1.300 aproximadamente) no cumplen con las obligaciones legales dispuestas en el Artículo 9.2 del RD 106/2011. Pese a ello, no se ha realizado la cancelación de su inscripción como obliga el artículo 9.4.
- La información de las empresas no se ha registrado de forma estructurada en formato electrónico (NIF/CIF, establecimientos, ámbito territorial, entidad aseguradora, etc.).
- Algunos de los datos que tienen que estar recogidos en el REEIF y/o publicados no se pueden deducir de la documentación que obra en poder de la Administración.

- La documentación que acredita el cumplimiento de los requisitos normativos por parte de las empresas se encuentra en formato papel, no encontrándose ningún documento en forma electrónica, ni si quiera los más recientes. Alguno de los documentos exigidos no se ha recogido ni en formato papel, ni en formato electrónico.
- No existe una relación de documentación exigible a las empresas más allá de la descripción de los requisitos prevista en la normativa (Artículo 6.3 RD 106/2011).
- No existe una descripción pormenorizada de los requisitos exigibles a la memoria de actividad, el seguro de responsabilidad civil o aval bancario y el folleto informativo (Artículo 6.3.b.c.d) siendo la casuística muy amplia y presentando problemas jurídicos complejos.
- Se ha operado con un criterio equivocado referente a la renovación del seguro de responsabilidad civil y del aval bancario. No existe un procedimiento desarrollado para cumplir con el Artículo 12.3 del RD 106/2011 que describe el modo de renovar dicho seguro.
- No está desarrollado el proceso sancionador establecido en el Artículo 13 del RD 106/2011, incluyendo la vigilancia y control de mercado que se precisa.
- Se desarrolló una aplicación informática (REYGLEC2) en 2018 para gestionar el REEIF que nunca se ha puesto en funcionamiento.
- No existe una adaptación de la operativa del REEIF a la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.
- No se ha realizado una evaluación acerca de si las nuevas normativas en el ámbito financiero que modifican la operativa del REEIF (por ejemplo, Ley 10/2010, de prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo)

Durante el ejercicio 2022 se van a llevar a cabo los trabajos técnicos necesarios para revertir esta situación y garantizar la efectiva protección de los usuarios de empresas registradas en el REEIF.

### **3.2. DEFENSA DE LOS INTERESES DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS**

Si bien la línea estratégica primera está orientada a conseguir que los productos y servicios que adquieren las personas consumidoras y usuarias gocen de todas las garantías de seguridad y cumplimiento normativo, desde la Dirección General de Consumo no se puede obviar que esto no siempre ocurre y, en determinadas ocasiones, las personas consumidoras se ven obligadas a hacer valer sus derechos en un momento posterior a la relación comercial o durante el transcurso de la misma.

Por tanto, es preciso llevar a cabo una serie de reformas normativas o actuaciones concretas tendentes a aumentar la protección de las personas consumidoras en sus relaciones comerciales, así como a mejorar y hacer más efectivos los mecanismos de resolución de controversias de cara a que puedan hacer valer sus derechos en caso de que se vean conculcados.

Para lograr este objetivo, se intervendrá tanto en relación con el reforzamiento de la protección de las personas consumidoras como respecto de los distintos puntos de la cadena de protección de los derechos de las personas consumidoras, de cara a tratar que no se dilaten excesivamente los tiempos para el ejercicio de estos derechos.

Se suscribirán acuerdos de colaboración o convenios con entidades que trabajen en la defensa de las personas consumidoras y con las que se puedan crear sinergias en este sentido.

Adicionalmente, se intervendrá sobre el que debe ser el primer punto de atención a las reclamaciones efectuadas por las personas consumidoras, los propios servicios de atención al cliente de las compañías. En este sentido, se modificará la normativa para evitar que los costes económicos de estos servicios puedan suponer una barrera de entrada al ejercicio de estos derechos, así como se desarrollará una normativa integral para garantizar la eficiencia de estos servicios. El objetivo prioritario en este punto es que los servicios de reclamaciones de las compañías cumplan verdaderamente la función para la que fueron creados, reduciendo la labor que vienen haciendo en este campo las autoridades de consumo de las Comunidades Autónomas o las Oficinas Municipales de Atención al Consumidor.

En segundo lugar, como eslabón siguiente en la cadena de protección de las personas consumidoras, se potenciarán los distintos mecanismos de resolución extrajudicial de conflictos. En este punto, dentro de las competencias de la Dirección General de Consumo, el

objetivo principal es evitar la judicialización de las disputas en materia de consumo, que suponen un coste tanto económico como en tiempo para las personas consumidoras desincentivándolas en muchas ocasiones al ejercicio efectivo de sus derechos.

Para ello, por una parte, se impulsarán los mecanismos alternativos públicos de resolución de conflictos, conocidos como ADRs (Alternative Dispute Resolution systems), en particular, la mediación. En este sentido, se potenciará la colaboración tanto con instituciones que tengan implementados ADRs de carácter horizontal, como pueden ser las autoridades de consumo de las Comunidades Autónomas, como aquellos que tengan implementados o vayan a implementar ADRs de carácter sectorial orientados a las personas consumidoras, como puede ser el caso de la resolución alternativa de conflictos en el ámbito financiero o en el sector del transporte aéreo.

Asimismo, y dentro de las competencias estatales de resolución alternativa de conflictos, se reestructurará, dentro del Proyecto Justicia 2030 el actual sistema arbitral de consumo. El principal objetivo es generar un marco coherente, sofisticado y estable que incentive su utilización tanto por las personas consumidoras como por los operadores económicos, en un momento en que el arbitraje goza de gran prestigio en la esfera privada. En este punto, cobra especial importancia la digitalización del sistema arbitral de consumo.

En relación con el Sistema Arbitral de Consumo, y como parte del punto 2.7.3 del Acuerdo de coalición progresista entre PSOE y Unidas Podemos, se llevará a cabo el Plan de Promoción del Sistema Arbitral de Consumo.

No obstante, y dado que no se puede evitar la judicialización de todos los conflictos, se llevarán a cabo, junto con el Ministerio de Justicia, los trabajos normativos necesarios para la reforma procesal de cara a mejorar la posibilidad de interponer acciones colectivas por parte de las personas consumidoras ante los tribunales, siguiendo las modificaciones normativas de la Unión.

Por último, y ligado con las competencias sancionadoras de la administración pública, se trabajará para que el sistema de aplicación de la normativa de protección a las personas consumidoras en este ámbito sea lo suficientemente eficiente para desincentivar los incumplimientos de la normativa por parte de los operadores económicos.

Por una parte, teniendo en cuenta el actual reparto competencial en la ejecución de la normativa de protección de las personas consumidoras, se incentivará la cooperación entre las autoridades de consumo de las Comunidades Autónomas en su labor sancionadora, de cara a garantizar que las infracciones de la normativa que afectan a una pluralidad de territorios tengan una sanción proporcional.

Asimismo, se trabajará en la puesta en práctica de la asunción de competencias sancionadoras en esta materia por parte de la Administración General del Estado cuando la infracción afecte a la unidad de mercado y a la competencia en el mismo.

Otro de los puntos importantes para la defensa de los intereses de las personas consumidoras, como señala la Nueva Agenda del Consumidor, es la cooperación entre las distintas autoridades con competencias en materia de consumo, tanto nacionales como internacionales, para conseguir una protección integral de estos intereses.

Por último, un aspecto importante en la defensa de los derechos de las personas consumidoras es el papel que juega la propia sociedad civil, canalizado en este ámbito a través de las asociaciones de consumidores y usuarios. Por tanto, un objetivo es la revitalización de estas asociaciones a través de mecanismos que creen estabilidad a las mismas, tanto desde el punto de vista estructural como en relación con su representatividad en órganos colegiados.

Por consiguiente, esta línea estratégica engloba cuatro ámbitos fundamentales de acción:

**3.2.1.** Mejora de los sistemas de atención al cliente y de resolución alternativa de conflictos y acciones colectivas de cara a garantizar la protección efectiva de los derechos de las personas consumidoras evitando una excesiva judicialización de las disputas que desincentiva el ejercicio de dichos derechos.

- Desarrollo de la Ley por la que se regulan los Servicios de Atención a los consumidores y usuarios que actúan en calidad de clientes.

Durante el ejercicio 2021 se está trabajando, por parte del Ministerio de Consumo, en la promulgación de la Ley por la que se regulan los Servicios de Atención a los consumidores y usuarios que actúan en calidad de clientes. Por consiguiente, el ejercicio 2022 será crucial para poner en marcha los mecanismos necesarios para su correcta implementación, así como para el desarrollo reglamentario de la misma.

- Impulso a los mecanismos alternativos de resolución de conflictos (Alternative Dispute Resolution systems –ADRs-), en particular la mediación.

En este impulso, cobra un especial protagonismo el Centro Europeo del Consumidor (CEC), dentro de la Red EEJ-NET (Red Extrajudicial Europea).

El programa de trabajo para 2022 se centrará en la potenciación y difusión de la plataforma Europea ODR (Online Dispute Resolution) para la presentación de reclamaciones transfronterizas, y centrándose sus actividades de difusión y promoción del conocimiento de los derechos de los consumidores en el ámbito europeo, ampliación y mejora continua de la página Web y la realización de acciones de promoción.

Continuará asimismo la asistencia a los consumidores individuales en las reclamaciones y consultas de carácter transfronterizo, a través del protocolo de actuación y la herramienta informática común de la Red de Centros Europeos del Consumidor, la colaboración en el avance de la cohesión de la Red a través de la participación en proyectos conjuntos sobre temas concretos de protección transfronteriza del consumidor, la participación en las reuniones de cooperación interna y en la realización de visitas de estudio a otras sedes o en la recepción de visitas de colegas de otros centros europeos.

Además, el Centro Europeo del Consumidor profundizará en la colaboración con redes europeas dedicadas a la protección y al cumplimiento de la normativa de protección al consumidor, tanto de ámbito sectorial, las redes SOLVIT (servicio a los ciudadanos para cuando no se respetan sus derechos en la UE.), FINNET (Financial Dispute Resolution Network) y NEB (Notified Enforcement Body), como de carácter general, apoyo a la Oficina de Enlace de España, Reglamento de cooperación para la protección del consumidor (CPC).

- Implementación del Plan de Promoción del Sistema Arbitral de Consumo.

La Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios mandaba al Gobierno para crear un Sistema Arbitral de Consumo que, sin formalidades especiales, atendiera y resolviera con carácter vinculante y ejecutivo las quejas o reclamaciones de los consumidores o usuarios.

Se trata de una competencia exclusiva del Estado, declarada así por el Tribunal Constitucional que es gestionada por las diversas Administraciones: Estatal, Autonómicas y Locales mediante

convenios constituidos entre estas y la Dirección General de Consumo. Durante el año 2020 se van a renovar los convenios de constitución de sesenta de estas Juntas Arbitrales autonómicas y locales. Asimismo, la Junta Arbitral Nacional de Consumo, adscrita a la Dirección General de Consumo del Ministerio de Consumo está constituida por el Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero que regula el Sistema Arbitral de Consumo.

El aumento de solicitudes de arbitraje para la resolución de estos conflictos viene siendo una constante desde hace casi treinta años. Sin embargo, el desarrollo del comercio electrónico y la complejidad de nuevas modalidades de contratos hace necesario establecer un plan para que este sistema extrajudicial de resolución de conflictos sea conocido y utilizado por empresas y personas consumidoras. La mejora de estos sistemas redunda especialmente en la protección de los derechos de las personas consumidoras vulnerables, que suelen contar con mayores barreras de acceso a la justicia.

Este plan se ampara igualmente en el Acuerdo de coalición progresista entre PSOE y Unidas Podemos, en cuyo punto 2.7.3 se indica que “Se mejorarán los mecanismos de resolución extrajudicial de conflictos” en el ámbito de consumo.

Este plan se debería materializar en las diferentes acciones y actividades que se describen a continuación:

- a. Incremento de la cuantía destinada a las ayudas a la actividad de las Juntas Arbitrales de Consumo.
- b. Campaña de comunicación para difundir la existencia y actividad de las Juntas Arbitrales de Consumo como medio de solución de conflictos entre empresarios y consumidores.

La difusión de la existencia del Sistema Arbitral de Consumo, y los beneficios del mismo, es esencial de cara a conseguir el correcto desarrollo del mismo. Con ello se busca un doble objetivo, por una parte, el conocimiento de su existencia por parte de las personas consumidoras, de cara a aumentar su uso y, por otro, crear incentivos a las empresas para que se adhieran al mismo. La campaña que se llevará a cabo en diversos soportes.

- c. Organización de jornadas semestrales de Encuentros de Presidentes/as y Secretarías/os de Juntas Arbitrales de Consumo y de árbitros. Tendrán como finalidad la puesta

en común, técnica y jurídica, de la gestión y resolución de las reclamaciones que gestionan y dar cohesión al Sistema.

d. Remuneración de la emisión de laudos por parte de los diversos árbitros que intervienen en los procedimientos seguidos ante la Junta Arbitral Nacional de Consumo: Administración, Asociaciones Empresariales y de Consumidores.

- Digitalización del sistema arbitral de consumo para potenciar el Arbitraje de Consumo Electrónico, de acuerdo con el artículo 51 del Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo.

Se apoyará a las Juntas Arbitrales de Consumo para su digitalización, con la finalidad de que puedan dotarse de medios electrónicos apropiados y suficientes para permitir la relación con las partes y sectores interesados: consumidores, empresarios, asociaciones de consumidores, organizaciones empresariales y otras instituciones que puedan guardar relación con su gestión. La digitalización de estas instituciones permitirá la comunicación por medios electrónicos con las partes, la gestión eficaz del intercambio de información entre los entes que integran el Sistema Arbitral, el apoyo jurídico de las Administraciones, la puesta a disposición de los ciudadanos de todo tipo de información general o personal sobre reclamaciones. Todo ello, dentro del objetivo general de modernización de la Administración Pública, pero referido a un ámbito que excede del estricto procedimiento administrativo, situándonos en el marco de un procedimiento extrajudicial de resolución de conflictos on line, sin que existan otras alternativas para su consecución.

- Incorporación a la normativa nacional, junto con el Ministerio de Justicia, a la normativa española de la Directiva 2020/1828, relativa a las acciones de representación para la protección de los intereses colectivos de los consumidores.
- Creación, en el seno de la Sección de Reclamaciones de la Comisión Sectorial de Consumo, de una base de datos estatal de información sobre reclamaciones de consumo (Observatorio Estatal de Reclamaciones).
- Mejorar la coordinación, a través de las Secciones de la Comisión Sectorial de Consumo, de los mecanismos de las comunidades autónomas en materia de procedimientos sancionadores cuando una misma conducta afecte a personas consumidoras de distintas Comunidades Autónomas, así como la gestión de

reclamaciones cuando la empresa reclamada se encuentre en una Comunidad Autónoma distinta a la de la persona consumidora afectada.

**3.2.2. Aumento de la cooperación y colaboración con otras autoridades competentes en la defensa de las personas consumidoras.**

El programa de actuaciones de la Dirección General de Consumo previsto para 2021, en esta área, contempla las siguientes acciones:

- Impulso de la Conferencia Sectorial de Consumo, de la Comisión Sectorial de Consumo, y de la Comisión Interministerial de Consumo.

Se potenciará la Comisión de Cooperación de Consumo en el seno de la Conferencia Sectorial del Consumo para mejorar la cooperación, la comunicación y la información entre la Administración General del Estado y la de las comunidades autónomas, en aquellas materias que afecten a la defensa de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, tal como recoge el punto 2.7.4 del Acuerdo de coalición progresista entre PSOE y Unidas Podemos.

- Impulso en España de las acciones llevadas a cabo por la Red Europea de Cooperación para la Protección de los Consumidores (Red CPC)

La Red CPC engloba a las autoridades competentes de los Estados miembros designadas como encargadas de la aplicación de las leyes que protegen los intereses económicos de los consumidores, con la finalidad de fomentar la cooperación entre ellas y con la Comisión Europea, con el objetivo de combatir las infracciones intracomunitarias que se cometan contra esta normativa, garantizar su cumplimiento y el buen funcionamiento del mercado interior, se establece una amplia red de autoridades.

En España más de 60 autoridades regionales y nacionales se integran en la Red CPC y tienen acceso más de 80 usuarios a la aplicación informática CPCS creada por la Comisión Europea, para gestionar las solicitudes de asistencia mutua a nivel intracomunitario que se intercambien a través de esta aplicación.

La base de datos creada por la Comisión Europea con la identificación y datos de contacto de las autoridades competentes de la red CPC está en continua actualización.

La Dirección General de Consumo es la Oficina de Enlace Única en España para la coordinación y ejecución del Reglamento CPC y actúa como autoridad competente con funciones directamente ejecutivas para la aplicación de algunas de las Directivas contenidas en el mismo, siendo punto de contacto nacional para el desarrollo de ambas funciones en la aplicación informática CPCS (Sistema de Cooperación para la Protección del Consumidor).

La Dirección General de Consumo también participa en actividades conjuntas de investigación con otros Estados miembros para profundizar en algún tema específico en el ámbito del Reglamento.

Se prevé que esta cooperación se vea cada vez más reforzada con la tendencia creciente del uso de comercio electrónico y la aplicación de la Directiva de 2011/83/UE sobre derechos de los consumidores, transpuesta al ordenamiento jurídico español por la Ley 3/2014, de 27 de marzo, por la que se modifica el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

Este aumento de cooperación se ha puesto de manifiesto durante la pandemia sanitaria ocasionada por el SARS COV-19, donde se han llevado a cabo acciones conjuntas, en las que ha participado la Dirección General de Consumo, en relación con los incumplimientos de la normativa de consumo por parte de las aerolíneas.

- Participación en la reunión anual del Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor y asumir los compromisos derivados de tal encuentro.
- Participación en la Conferencia de Comercio y Desarrollo de Naciones Unidas (UNCTAD) en el Grupo Intergubernamental de Expertos en Derechos y Política de Protección al Consumidor.
- Participación y colaboración en los trabajos desarrollados por la OCDE en el ámbito de la protección de los consumidores, a través de su Comité de Política de Consumidores.
- Participación y colaboración en los trabajos desarrollados por la International Consumer Protection and Enforcement Network (ICPEN), a través de la actividad desarrollada por el Observatorio de Consumo de Internet que va a ser implementado.
- Colaboración en actuaciones de interés mutuo, con la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP).

A dichos efectos, se suscribirá un convenio de colaboración entre la FEMP y la Dirección General de Consumo

- Respuesta a la demanda de actuaciones de colaboración que se deriven de la oportunidad del momento y de la demanda de los sectores o de los centros de formación.
- Organización de reuniones de trabajo y de capacitación de técnicos, a demanda de los organismos de consumo de otros países.
- Colaboración con otras instancias oficiales como el Defensor del Pueblo, el Parlamento y la Fiscalía General del Estado.
- Colaboración con otras instancias de la Administración General del Estado (AGE) como la Agencia de Protección de Datos (AGPD), el Banco de España, la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (CNMC), el Banco de España, la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales, entre otras, para que los intereses de los consumidores sean tenidos en cuenta en sus políticas.

A tales efectos, se implementará el Convenio de colaboración suscrito con el Banco de España, la Comisión Nacional del Mercado de Valores y la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones para la realización del Plan de educación Financiera cuya finalidad es facilitar información y formación, a los consumidores y a los profesionales que se ocupan de la defensa de sus derechos, en un mercado tan complejo y especializado como es el sector financiero.

- Suministro de información y publicaciones a los órganos de consumo autonómicos y locales.
- Actuaciones de formación dirigidas a profesionales de consumo que trabajan en la Administración estatal, autonómica y local
- Impulso de una mayor implicación de las Entidades Locales en la política de consumo, mediante la suscripción de convenios de colaboración con la Federación Española de Municipios y Provincias.
- Colaboración con entidades públicas y privadas y con expertos en materia de protección al consumidor de otros países, principalmente mediante la realización de actividades de

información, asistencia técnica, tanto teórica como práctica y de laboratorio, de organización y realización de actividades de información y formación, ponencias y desarrollo de grupos de trabajo, seminarios y de otras colaboraciones derivadas de demanda directa o de convenios suscritos con el Estado de que se trate o entre éste y los órganos de cooperación internacional españoles.

**3.2.3.** Mejora de los mecanismos de participación de organizaciones sociales y civiles dedicadas a la defensa de los derechos de las personas consumidoras.

**3.2.3.1.** Fomento de las asociaciones de consumidores y usuarios

De acuerdo con el artículo 51.2 de la Constitución Española, las Administraciones Públicas tienen el deber de fomentar las organizaciones de consumidores y usuarios. Es por ello por lo que la Dirección General de Consumo, anualmente, otorga ayudas a las principales asociaciones a través de la financiación los siguientes programas:

- Programas de fomento de las asociaciones de consumidores y usuarios. Estos programas tendrán como finalidad asegurar el ejercicio de sus funciones de representación institucional y defensa de los intereses generales de los consumidores y usuarios, colaborando así en su mantenimiento y funcionamiento habitual.
- Programas específicos desarrollados por las asociaciones de consumidores y usuarios que tengan por finalidad la realización de actuaciones concretas de información, defensa y protección de los derechos e intereses legítimos de los consumidores y usuarios.

**3.2.3.2.** Desarrollo de un Real Decreto de desarrollo del Registro Estatal de Asociaciones de Consumidores (REACU), de conformidad con el artículo 33.2 del Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre.

**3.2.3.3.** Revisión y actualización del REACU.

**3.2.3.4.** Actualización del reglamento del Consejo de Consumidores y Usuarios y revisión de su régimen de funcionamiento interno.

**3.2.3.5.** Reactivación de la Sección de Asociaciones dentro de la Comisión Sectorial de Consumo.

**3.2.3.6.** Mejorar los criterios de adjudicación de subvenciones a proyectos de asociaciones de consumo para maximizar su incidencia

### **3.3. PROMOCIÓN DE PAUTAS DE CONSUMO RESPONSABLE Y SOSTENIBLE**

La tercera de las líneas estratégicas está enfocada al punto central en lo material de las políticas de consumo de la Dirección General de Consumo, relativo a la modificación de las pautas de consumo actuales de las personas consumidoras españolas tendentes a un mayor consumo responsable y sostenible.

Los objetivos en esta línea están íntimamente ligados a los objetivos del Acuerdo de Gobierno en relación con las políticas de medio ambiente, en especial, con el Plan de Economía Circular liderado por el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, dentro del cual la Dirección General de Consumo ha asumido determinadas responsabilidades concretas, así como con el resto de políticas sociales incluidas en el Plan de Acción para la Implementación de la Agenda 2030.

En este sentido, y de cara a promover que las personas consumidoras modifiquen sus patrones de consumo hacia modelos más sostenibles, se trabajará en favorecer que la información trasladada a las personas consumidoras tenga en cuenta el impacto ambiental de los productos que se adquieren o su vida útil, en especial, teniendo en cuenta su reparabilidad.

No obstante, los objetivos respecto de la modificación de los patrones de consumo hacia una vertiente más sostenible y responsable no tienen únicamente que ver con el impacto medioambiental, sino que se tendrán en cuenta otros impactos sociales de las relaciones de consumo. En este sentido, se prestará especial atención al fomento de pautas de consumo que estimulen modelos de producción sostenible y condiciones de empleo decentes. En concreto, se pondrá especial atención al impacto de género, buscando evitar cualquier tipo de pauta de consumo que tenga efectos discriminatorios.

En relación con lo anterior, se abordarán los mensajes discriminatorios de las comunicaciones comerciales dirigidas especialmente a la población infantil, pues este colectivo presenta una mayor sensibilidad a la publicidad y a las prácticas comerciales agresivas.

Por último, esta promoción de pautas de consumo responsable y sostenible también se enfocará desde la acción de formación e información de la Dirección General de Consumo, a

través del concurso Consumópolis, en el que se tratará de fomentar estos cambios de pautas de consumo desde etapas escolares.

Por consiguiente, esta línea estratégica engloba tres ámbitos fundamentales de acción:

**3.3.1.** Mejora de la información que reciben las personas consumidoras en relación con el impacto social y medioambiental de los productos puestos en el mercado.

- Dentro del Plan de Economía Circular liderado por el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, colaborar en el impulso en España de un etiquetado ecológico (como, por ejemplo, el Ecolabel) que certifique aquellos productos o servicios con menor impacto ecológico.
- Dentro del Plan de Economía Circular liderado por el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, desarrollo en España de un mecanismo de información a las personas consumidoras sobre el índice de reparabilidad de los productos a través de la promulgación de un Real Decreto.

El Plan de Economía Circular en su punto 2.1.2 prevé la inclusión de obligaciones sobre la vida útil de los productos. Para ello, se indica que el Ministerio de Consumo, en colaboración con el resto de departamentos implicados y siguiendo en todo momento los avances desarrollados por la Comisión Europea en esta materia y en el contexto de la Nueva Agenda del Consumidor, valorará, y en su caso desarrollará, la normativa específica sobre la vida útil de los productos de consumo, incluyendo su índice de reparabilidad.

- Fomento de fórmulas de colaboración con iniciativas de la sociedad civil que tengan como objetivo el fomento de pautas de consumo sostenible y responsable.
- Mejora de la información y formación que recibe la población infantil y sus familias en relación con el impacto de los productos y servicios que les son ofertados, de cara a promover patrones de consumo responsable y sostenible.
- Suscripción de un Convenio entre la Dirección General de Consumo, la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol) y la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ) para la autorregulación de la publicidad de juguetes.
- Continuación de la celebración anual del concurso escolar “Consumópolis”, que ofrece a la comunidad escolar una herramienta práctica y dinámica que contribuye al desarrollo integral de actuales y futuros consumidores.

- Actualización de la página web del Ministerio de Consumo para que pueda ser utilizada como una herramienta efectiva para la divulgación de información para las personas consumidoras.

Para ello, se va a llevar a cabo la migración de los Sistemas .Net (que incluye también migración de aplicaciones antiguas), al no estar contemplado actualmente mantenimiento correctivo de las aplicaciones actuales, y existe la posibilidad de un deterioro y una caída de las mismas. Todo ello sin menoscabo de estar implementadas en una plataforma tecnológica obsoleta que es recomendable migrar.

#### 4. OBJETIVOS E INDICADORES DE SEGUIMIENTO

| OBJETIVO / ACTIVIDAD                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. Garantizar un consumo seguro mediante la mejora de los procesos de control de calidad de los productos y servicios</b> |

| INDICADORES                                                                                                                                   | 2020               |           | 2021               |           | 2022               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------|--------------------|-----------|--------------------|
|                                                                                                                                               | Presu-<br>puestado | Realizado | Presu-<br>puestado | Realizado | Presu-<br>puestado |
| <b>1. De resultados:</b>                                                                                                                      |                    |           |                    |           |                    |
| 01. Control analítico de la calidad y de la seguridad de los productos!<br>(Nº Ensayos)                                                       | 50.000             | 33.954    | 40.000             | 27.234    | 50.000             |
| 02. Control de mercado en colaboración con las CCAA, las CCLL y la Comisión Europea<br>(Campañas nacionales)                                  | 37                 | 34        | 22                 | 34        | 37                 |
| (Campañas autonómicas)                                                                                                                        | 100                | 65        | 100                | 31        | 100                |
| (Campañas de la UE)                                                                                                                           | 6                  | 6         | 2                  | 3         | 3                  |
| (Auditorías de la UE)                                                                                                                         | 0                  | 1         | 0                  | 1         | 2                  |
| (Reuniones Sección Control de Mercado)                                                                                                        | 18                 | 4         | 10                 | 6         | 6                  |
| 03. Sistema de comunicaciones entre los EE.MM por incumplimientos de productos alimenticios (RASFF)<br>(Notificaciones recibidas de los EEMM) | 0                  | 7         | 0                  | 12        | 10                 |
| (Notificaciones gestionadas hacia los EEMM)                                                                                                   | 0                  | 7         | 0                  | 12        | 10                 |
| Notificaciones remitidas por España a otros EEMM)                                                                                             | 0                  | 6         | 0                  | 7         | 10                 |
| 04. Evaluación y elaboración de normas técnicas sobre seguridad de productos<br>(Nº Informes emitidos)                                        | 2                  | 9         | 2                  | 8         | 5                  |
| 05. Evaluación y elaboración de normas técnicas sobre productos alimenticios<br>(Nº Informes emitidos)                                        | 0                  | 22        | 0                  | 17        | 10                 |
| 06. Aplicación Reglamento de Cooperación Administrativa (Regl. 2017/2394)<br>(Notificaciones recibidas)                                       | 15                 | 2         | 15                 | 12        | 20                 |
| (Notificaciones enviadas)                                                                                                                     | 10                 | 1         | 10                 | 3         | 5                  |
| (Notificaciones gestionadas)                                                                                                                  | 20                 | 3         | 20                 | 15        | 25                 |
| 07. Comunicaciones del SOIVRE sobre productos no alimenticios que no cumplen la normativa de seguridad<br>(Comunicaciones)                    | 1.850              | 1.894     | 1.850              | 1.729     | 1.850              |
| 08. Seguimiento y barridos de páginas web por el Observatorio de Consumo en Internet<br>(Nº de barridos)                                      | 0                  | 0         | 0                  | 0         | 250                |
| 09. Notificaciones de productos peligrosos en la Red SIRI<br>(Notificaciones nacionales)                                                      | 800                | 704       | 900                | 750       | 800                |
| (Notificaciones de terceros estados)                                                                                                          | 20                 | 0         | 10                 | 2         | 10                 |
| 10. Alertas publicadas en la web<br>(Nº de alertas publicadas)                                                                                | 650                | 579       | 650                | 600       | 650                |

| OBJETIVO / ACTIVIDAD                                            |
|-----------------------------------------------------------------|
| <b>2. Defensa de los intereses de las personas consumidoras</b> |

| INDICADORES                                                                                           | 2020               |           | 2021               |           | 2022               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------|--------------------|-----------|--------------------|
|                                                                                                       | Presu-<br>puestado | Realizado | Presu-<br>puestado | Realizado | Presu-<br>puestado |
| <b>1. De medios:</b>                                                                                  |                    |           |                    |           |                    |
| 01. Acuerdos y Convenios                                                                              | 5                  | 2         | 5                  | 61        | 5                  |
| 02. Cursos de formación para profesionales de consumo<br>(Nº de cursos realizados)                    | 47                 | 19        | 52                 | 52        | 51                 |
| 03. Actividades de formación destinadas a consumidores vulnerables: Consumópolis<br>(Nº de concursos) | 1                  | 1         | 1                  | 1         | 1                  |
| 04. Cooperación institucional                                                                         | 7                  | 2         | 5                  | 5         | 5                  |
| 05. Participación en Comités Técnicos                                                                 | 50                 | 104       | 50                 | 110       | 150                |
| 06. Becas convocadas<br>(Nº becas formación CICC)                                                     | 3                  | 3         | 3                  | 3         | 3                  |
| 07. Número de actuaciones relativas a alertas con otras instituciones<br>(CCAA)                       | 12.000             | 6.594     | 12.000             | 8.000     | 10.000             |
| (Nacionales)                                                                                          | 800                | 7.658     | 800                | 8.000     | 8.000              |
| (Unión Europea)                                                                                       | 100                | 20        | 100                | 30        | 50                 |

| OBJETIVO / ACTIVIDAD                                              |
|-------------------------------------------------------------------|
| <b>3. Promoción de pautas de consumo responsable y sostenible</b> |

| INDICADORES                                                                                                    | 2020               |           | 2021               |           | 2022               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------|--------------------|-----------|--------------------|
|                                                                                                                | Presu-<br>puestado | Realizado | Presu-<br>puestado | Realizado | Presu-<br>puestado |
| <b>1. De medios:</b>                                                                                           |                    |           |                    |           |                    |
| 01. Publicaciones en formato digital y campañas informativas a través de la web<br>(Nº de campañas divulgadas) | 5                  | 5         | 5                  | 6         | 5                  |