

Bruselas, 21 de noviembre de 2025
(OR. en)

15772/25

CONSOM 267	CLIMA 552
COMPET 1217	ENV 1260
MI 939	DIGIT 250
IND 532	TELECOM 424
ENT 258	SAN 765
JUSTCIV 196	AUDIO 121
EF 385	CYBER 340
ECOFIN 1583	CHIMIE 138
TRANS 572	RC 55
ENER 612	

NOTA DE TRANSMISIÓN

De: Por la secretaria general de la Comisión Europea, D.^a Martine DEPREZ, directora

Fecha de recepción: 20 de noviembre de 2025

A: D.^a Thérèse BLANCHET, secretaria general del Consejo de la Unión Europea

N.º doc. Ción.: COM(2025) 848 final

Asunto: COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSEJO, AL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO Y AL COMITÉ DE LAS REGIONES
Agenda del Consumidor 2030 y Plan de Acción para los Consumidores en el Mercado Único
«Un nuevo impulso para la protección de los consumidores, la competitividad y el crecimiento sostenible»

Adjunto se remite a las delegaciones el documento COM(2025) 848 final.

Adj.: COM(2025) 848 final



Bruselas, 19.11.2025
COM(2025) 848 final

**COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN AL PARLAMENTO EUROPEO, AL
CONSEJO, AL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO Y AL COMITÉ DE
LAS REGIONES**

**Agenda del Consumidor 2030 y Plan de Acción para los Consumidores en el Mercado
Único**

**«Un nuevo impulso para la protección de los consumidores, la competitividad y el
crecimiento sostenible»**

{SWD(2025) 848 final}

COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSEJO, AL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO Y AL COMITÉ DE LAS REGIONES

Agenda del Consumidor 2030 y Plan de Acción para los Consumidores en el Mercado Único

«Un nuevo impulso para la protección de los consumidores, la competitividad y el crecimiento sostenible»

La protección de los consumidores forma parte integrante de nuestra Unión y ocupa un lugar central en nuestro mercado único¹. Garantiza que los consumidores europeos puedan elegir con conocimiento de causa, estén seguros cuando compren bienes y servicios, reciban un trato justo en los contratos y las transacciones y tengan acceso a vías de recurso efectivas. Una Agenda del Consumidor sólida es esencial para marcar la diferencia en la vida cotidiana de los consumidores y alcanzar nuestros objetivos generales, que se refuerzan mutuamente, de competitividad y prosperidad sostenible, al tiempo que se protege la democracia y la justicia social².

Los consumidores europeos se benefician de uno de los mayores niveles de protección del mundo, pero siguen enfrentándose a muchos retos. Entre ellos figuran el elevado coste de la vida y la incertidumbre socioeconómica; los efectos del cambio climático; la exposición a productos inseguros y prácticas comerciales desleales, especialmente en línea; las barreras persistentes a la hora de realizar compras transfronterizas; y las dificultades para obtener reparación. El mercado de la UE también se enfrenta a retos cada vez mayores derivados del aumento significativo de las importaciones del comercio electrónico procedentes de fuera de la Unión, especialmente de paquetes de escaso valor importados y entregados directamente a los consumidores, que plantean riesgos para su salud y seguridad, son insostenibles desde el punto de vista medioambiental y generan una competencia desleal para las empresas que cumplen la normativa en la UE³.

La protección de los consumidores, la competitividad y la prosperidad sostenible se refuerzan mutuamente. Como se indica en el [informe Letta](#), la mejora de la protección de los consumidores fomenta un entorno competitivo que beneficia tanto a los consumidores como a las empresas. Con 450 millones de consumidores en el mercado único y un gasto de los hogares que representa más del 51 % del PIB de la UE⁴ (lo que lo convierte en el principal componente de la actividad económica de la Unión), los consumidores desempeñan un papel esencial en cuanto motor de nuestra economía. Sus necesidades, motivaciones, preferencias, preocupaciones y, en última instancia, elecciones impulsan la competencia, la innovación, la inversión y el crecimiento sostenible. Estos factores

¹ Artículo 12 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea y artículo 38 de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea.

² [Prioridades de la Comisión Europea para el período 2024-2029](#).

³ En febrero de 2025, la Comisión Europea presentó la [Comunicación titulada «Conjunto integral de instrumentos de la UE para un comercio electrónico seguro y sostenible»](#). Será esencial avanzar rápidamente en varios frentes, incluida la eliminación de la exención de derechos de aduana para los productos de valor inferior a 150 EUR como parte de la reforma aduanera, la mejora de la cooperación con los países de origen de esos productos para abordar las cuestiones de seguridad de los mismos en origen, y el fortalecimiento de nuestras capacidades de garantía del cumplimiento en materia de aduanas, vigilancia del mercado y protección de los consumidores.

⁴ Eurostat: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/NAMA_10_GDP/default/table?lang=en.

también influyen en si los productos se importan o se cultivan o fabrican en la Unión y, por tanto, repercuten en la transición justa en general.

A su vez, un mercado de la UE competitivo aumenta el bienestar de los consumidores al ofrecer una amplia gama de bienes y servicios de calidad a precios asequibles. Un marco sólido de protección de los consumidores proporciona normas e incentivos que generan la confianza, las salvaguardias y la seguridad jurídica que necesitan tanto los consumidores como las empresas. Por ejemplo, para hacer frente a los riesgos que plantea el crecimiento exponencial de las importaciones del comercio electrónico, es esencial aplicar y hacer cumplir rigurosamente las normas de la UE en materia de derechos de los consumidores y seguridad de los productos, no solo para proteger al consumidor, sino también para evitar la competencia desleal a las empresas que cumplen las normas.

Además de este papel económico central, la política de los consumidores tiene una dimensión social, protectora y estabilizadora intrínseca que reviste una importancia aún mayor en los turbulentos tiempos a que se enfrentan Europa y el mundo en la actualidad. Al crear un marco que protege los derechos de las personas, la política de los consumidores garantiza unas prácticas de mercado justas y persigue el bienestar colectivo y la no discriminación, fomenta la justicia social y refuerza la confianza en nuestra democracia. Por ejemplo, la política de los consumidores puede mitigar las dificultades de los consumidores derivadas del elevado coste de la vida y aliviar sus preocupaciones medioambientales apoyando la economía circular y fomentando la disponibilidad de productos sostenibles asequibles y atractivos.

En este contexto, la Comisión Europea presenta su **Agenda del Consumidor 2030 (en lo sucesivo, «Agenda»)**, un nuevo marco estratégico para la política de los consumidores de la UE que establece prioridades y acciones concretas para los próximos cinco años.

La Agenda abarca una amplia gama de acciones que responden directamente a retos clave y reflejan el carácter transversal de la política de los consumidores. Su objetivo es mejorar la protección de los consumidores y fomentar la competitividad, la justicia social y el crecimiento sostenible, en particular reforzando la ejecución, la aplicación y el cumplimiento coherentes y eficaces de las normas de la UE y abordando retos importantes como la equidad digital y la protección de los consumidores en línea.

La Agenda aborda cuatro **ámbitos prioritarios** clave. En primer lugar, dado el papel central que desempeña la protección de los consumidores a la hora de garantizar el buen funcionamiento del mercado único y la importancia de este último para generar prosperidad e impulsar la competitividad de Europa, la Agenda incluye un **Plan de Acción para los Consumidores en el Mercado Único**. Este plan de acción complementa la [Estrategia para el Mercado Único](#) abordando cuestiones concretas del mercado único que afectan directamente a los consumidores. Las demás prioridades clave de la Agenda son **la equidad digital y la protección de los consumidores en línea, el consumo sostenible, y una aplicación y tutela eficaces**.

La necesidad de adaptarse a una sociedad en rápida evolución y el auge del comercio electrónico aumentan las complejidades y los riesgos para grupos de consumidores específicos, como las personas con discapacidad, las personas mayores, los jóvenes consumidores o las familias con bajos ingresos. Por lo tanto, **la protección de los consumidores en situaciones vulnerables** es una **prioridad general** importante, que abarca todos los ámbitos de la Agenda. Esto incluye proteger a los niños como consumidores en el entorno digital y abordar el impacto del alto coste de la vida, que ha

hecho cada vez más difícil para muchas personas satisfacer necesidades básicas como la alimentación, la energía y la vivienda.

La simplificación y la reducción de la carga administrativa es una prioridad general, en consonancia con los objetivos establecidos en la [Brújula para la Competitividad](#). A tal fin, la Agenda se propone simplificar y aclarar las normas de protección de los consumidores, reducir la carga administrativa innecesaria y permitir a las empresas operar en un entorno claro, justo y predecible, manteniendo al mismo tiempo unas normas sólidas de protección de los consumidores. En particular, reforzar y simplificar el marco de ejecución es una piedra angular de la Agenda y ayudará a las empresas a reducir sus costes de cumplimiento y aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado único. A su vez, la simplificación y la reducción de la carga también deben hacer posible que las empresas contribuyan a aliviar las presiones sobre el coste de la vida.

Las acciones establecidas en la Agenda se sustentarán en una cooperación internacional activa, tanto bilateral como multilateral. La Unión seguirá trabajando con países de todo el mundo y participando en foros multilaterales, como la Organización Mundial del Comercio (OMC), la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) y la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), a fin de promover un elevado nivel de protección de los consumidores y apoyar unas condiciones de competencia equitativas para las empresas. La Unión seguirá colaborando con los socios que lo deseen a través de diálogos informales en materia de protección de los consumidores y cooperando con las autoridades pertinentes, en particular por lo que respecta a la seguridad de los productos vendidos en línea, así como organizando una Semana Internacional de la Seguridad de los Productos cada dos años. La Comisión también seguirá apoyando a los países candidatos en su ajuste al acervo de la UE en materia de protección de los consumidores, en el marco del proceso de ampliación.

La Agenda se basa en los logros de la [Nueva Agenda del Consumidor](#) adoptada en 2020 y es resultado de amplios debates con las partes interesadas⁵. Para alcanzar sus objetivos y ejecutar sus acciones, es esencial un **marco de gobernanza inclusivo, transparente y dinámico**. La Comisión cooperará de forma estructurada con todas las partes interesadas, incluidos los Estados miembros y el Parlamento Europeo, las asociaciones empresariales, el mundo académico y la sociedad civil, en particular las organizaciones de consumidores. Su participación activa en todo el proceso de aplicación de la Agenda será fundamental para que tenga éxito.

1. COMPLETAR EL MERCADO ÚNICO: UN PLAN DE ACCIÓN PARA LOS CONSUMIDORES

El mercado único es uno de los mayores logros de la UE. Aporta **beneficios significativos** a los consumidores, como una mayor oferta y precios más bajos, y es un activo fundamental para impulsar la competitividad europea. Sin embargo, numerosos obstáculos siguen impidiendo que los consumidores y las empresas aprovechen plenamente su potencial. La plena realización del mercado único reviste, pues, la máxima urgencia. Este plan de acción complementa las medidas incluidas en la Estrategia para el Mercado Único y la próxima hoja de ruta para el mercado único hasta 2028. Aborda los obstáculos que impiden a los consumidores obtener más beneficios del mercado único, principalmente en

⁵ Véase el informe de síntesis adjunto, en el que se resumen las actividades de consulta a las partes interesadas, SWD(2025) 848.

los ámbitos del acceso a bienes y servicios —en particular los servicios financieros—, así como de la movilidad y el transporte.

Desde su adopción en 2018, el [Reglamento sobre el bloqueo geográfico](#) ha mejorado el acceso de los consumidores a los bienes y servicios transfronterizos al eliminar el bloqueo geográfico injustificado y otras formas de discriminación en las ventas en línea por razón de la nacionalidad o del lugar de residencia o establecimiento. Sin embargo, se siguen planteando retos en relación con la correcta aplicación del Reglamento⁶. En febrero de 2025, la Comisión puso en marcha una evaluación formal del Reglamento para examinar si había cumplido sus objetivos. Paralelamente, la Comisión seguirá analizando los beneficios, los retos y los posibles riesgos de ampliar el ámbito de aplicación del Reglamento.

Los obstáculos transfronterizos que restringen las posibilidades de elección de los consumidores no se limitan a los entornos en línea. Las **restricciones territoriales de suministro**, que son restricciones impuestas por algunos fabricantes que hacen muy difícil o imposible que los minoristas, tanto de tiendas en línea como físicas, adquieran productos en un Estado miembro y los vendan en otro, también fragmentan el mercado único y pueden dar lugar a precios más elevados, contribuyendo así a un aumento del coste de la vida⁷. Tal como se anunció en la Estrategia para el Mercado Único, la Comisión desarrollará herramientas para actuar contra las restricciones territoriales de suministro injustificadas en situaciones que no entran en el ámbito de aplicación del Derecho de la competencia. Paralelamente, la Comisión seguirá aplicando con firmeza las normas de la competencia.

Otro ámbito en el que los consumidores se enfrentan a obstáculos es la **prestación transfronteriza de servicios financieros**. Aunque la proporción de consumidores que adquieren servicios financieros en el extranjero ha aumentado, sigue siendo muy limitada para determinadas categorías de productos, como los préstamos al consumo, los préstamos hipotecarios y los seguros. El aumento de la prestación transfronteriza de servicios financieros al por menor, al tiempo que protege a los consumidores frente al endeudamiento temerario y el sobreendeudamiento, puede aportar beneficios a los consumidores y oportunidades de negocio a los proveedores de servicios financieros. Los consumidores también pueden encontrarse con restricciones cuando intentan abrir una cuenta de pago en otro Estado miembro. La [Unión de Ahorros e Inversiones](#) promoverá una mayor integración de los mercados de capitales, junto con un sistema bancario integrado, y mejorará la provisión transfronteriza de fondos. Fomentará la participación minorista en los mercados de capitales, en particular tratando de aumentar la disponibilidad y la aceptación de **cuentas de ahorro e inversión** que permitan a los consumidores obtener mayores rendimientos a largo plazo de la inversión en los mercados financieros, tal como se establece en la [Recomendación de la Comisión a los Estados miembros sobre las](#)

⁶ Véase: [Commission staff working document on the impact of the Geo-Blocking Regulation and progress in further reducing cross-border barriers](#) [«Documento de trabajo de los servicios de la Comisión sobre el impacto del Reglamento relativo al bloqueo geográfico y los avances en la reducción de los obstáculos transfronterizos», documento en inglés], y el [Informe Especial del Tribunal de Cuentas Europeo: El bloqueo geográfico injustificado en el comercio electrónico](#). Véase también: [Geo-blocking – Still an area of concern for ECC-Net](#) [«El bloqueo geográfico sigue siendo un ámbito de preocupación para la Red CEC», documento en inglés].

⁷ Un [estudio](#) realizado para la Comisión Europea estimó que, si se eliminaran las restricciones territoriales de suministro, los consumidores podrían ahorrar hasta 14 100 millones EUR al año en la compra de determinados productos.

cuentas de ahorro e inversión. La Comisión también trabajará con los Estados miembros para garantizar **la aplicación y el cumplimiento efectivos de la legislación vigente en materia de servicios financieros**, como la [Directiva sobre cuentas de pago](#). Esta Directiva impide a los proveedores de servicios discriminar a los consumidores de la UE por motivos de nacionalidad o lugar de residencia cuando solicitan acceso a una cuenta bancaria, y otorga a todos los consumidores que residen legalmente en la Unión el derecho a tener una cuenta de pago básica. Para mejorar el **cumplimiento** de estas normas, la Comisión estudiará la posibilidad de incluir el [Reglamento sobre la zona única de pagos en euros](#), que incorpora una norma que prohíbe la **discriminación por IBAN**⁸, en el ámbito de aplicación del [Reglamento sobre la cooperación en materia de protección de los consumidores](#). La Comisión también se centrará en la aplicación de la [Estrategia para la Alfabetización Financiera de la UE](#), cuyo objetivo es permitir a los consumidores gestionar mejor sus finanzas personales y participar en los mercados de capitales sobre una base segura y sólida, especialmente en la era de los servicios digitalizados. La Comisión tiene previsto llevar a cabo en 2028 una exhaustiva prueba de resistencia de la legislación de la UE en materia de servicios financieros al consumidor para evaluar su resiliencia, identificar oportunidades de simplificar las normas y garantizar que siga siendo adecuada para su finalidad en un panorama financiero en rápida evolución.

Además de la posibilidad de acceder a bienes y servicios en toda la UE, la **libre circulación de personas** dentro del mercado único permite a los consumidores disfrutar de todas las ventajas de una Europa sin fronteras. Cuando viajan, los consumidores necesitan acceder a servicios de movilidad, transporte y comunicaciones electrónicas asequibles, de alta calidad, ininterrumpidos y accesibles, respaldados por un sólido conjunto de derechos.

Por lo que se refiere a los servicios de comunicaciones electrónicas, las [normas de itinerancia](#) de la UE permiten a los consumidores que viajan dentro de la UE o el EEE utilizar sus teléfonos para llamar, enviar mensajes de texto y acceder a internet sin costes adicionales. La Unión ha celebrado acuerdos que ampliarán efectivamente la zona de itinerancia de la UE a Ucrania y Moldavia a partir del 1 de enero de 2026. La Comisión también ha iniciado el procedimiento de revisión de las normas de la UE en materia de comunicaciones electrónicas en lo que atañe a los derechos de los usuarios finales y el servicio universal.

Aunque la demanda de **viajes multimodales** va en aumento, los consumidores siguen enfrentándose a numerosos obstáculos a la hora de comparar tarifas, encontrar la mejor opción de viaje, reservar sus desplazamientos y defender sus derechos en caso de perturbaciones. Así sucede en especial por lo que respecta a los viajes por ferrocarril. Las próximas propuestas relativas a un **Reglamento sobre la reserva y la venta de billetes digital única**, el **Reglamento sobre los servicios digitales de movilidad multimodal** y la revisión selectiva del [Reglamento sobre los derechos de los viajeros de ferrocarril](#), junto con la próxima adopción de los actos legislativos del [paquete de medidas sobre la movilidad de los pasajeros](#), abordarán varios de estos retos. El paquete de medidas sobre la movilidad de los pasajeros incluye la revisión de los Reglamentos de la UE sobre los derechos de los pasajeros, así como la revisión de la [Directiva relativa a los viajes combinados de 2015](#). Completar la revisión de esta Directiva conducirá a una protección más eficaz de los consumidores, en particular mediante las nuevas normas sobre los vales,

⁸ El Reglamento sobre la zona única de pagos en euros exige que los bancos y las empresas traten por igual los números internacionales de cuenta bancaria (IBAN) de todos los Estados miembros de la UE, y garanticen que los particulares y las empresas puedan realizar transacciones transfronterizas sin tropezar con obstáculos injustificados basados en el origen de su IBAN.

que exigirán el consentimiento explícito de los viajeros. También garantizará que se facilite a los consumidores información más clara, al tiempo que se reduce en gran medida el número de formularios de información. Completar la revisión de la legislación de la UE en materia de **derechos de los pasajeros** garantizará, en particular, una mejor aplicación de estos derechos, creará derechos para los pasajeros en el contexto de los viajes multimodales, mejorará los derechos de los pasajeros con discapacidad y movilidad reducida, ampliará la información a los pasajeros sobre sus derechos y aclarará las normas sobre el reembolso de los billetes de avión cuando se reservan a través de intermediarios. La Comisión también presentará una revisión del [Reglamento sobre servicios aéreos](#). Esta revisión incluirá medidas específicas con vistas a fortalecer las normas de protección de los consumidores, en particular aportando claridad sobre las franquicias mínimas del equipaje de mano⁹ y las características y los servicios que deben incluir como norma todos los billetes de avión, y aumentando la transparencia y la comparabilidad de los billetes de avión.

La transición a una **movilidad limpia** también requiere la eliminación de las barreras que obstaculizan el uso de vehículos de cero emisiones a nivel nacional y transfronterizo. A medida que más consumidores compran coches eléctricos, necesitan un mercado de recarga competitivo y que funcione bien. La infraestructura pública de recarga de la UE ha crecido significativamente gracias al [Reglamento sobre una infraestructura para los combustibles alternativos](#). Este Reglamento también introdujo disposiciones para facilitar los procesos de pago y mejorar la transparencia de los precios de recarga. En 2026, la Comisión revisará dicho Reglamento y evaluará la eficacia de las disposiciones vigentes y si son necesarias nuevas medidas para garantizar la plena transparencia de los precios y unos métodos de pago fáciles.

En el marco de la próxima **estrategia de la UE sobre turismo sostenible**, la Comisión también estudiará cómo hacer que el **alquiler transfronterizo de vehículos** sea más accesible para los consumidores. En consonancia con la Estrategia para el Mercado Único, la Comisión está estudiando la aplicación de las normas y los principios del mercado único de la UE al sector de **los taxis y el alquiler de vehículos con conductor**.

El comercio transfronterizo es una parte fundamental del mercado europeo de automóviles de segunda mano¹⁰. Sin embargo, la falta de información fiable sobre el kilometraje, el mantenimiento y el historial de accidentes de los vehículos socava la confianza de los consumidores y los expone a prácticas fraudulentas. Varios Estados miembros han puesto en marcha ya diversos sistemas para afrontar este problema. El [paquete sobre la inspección técnica de vehículos](#) adoptado en abril de 2025 incluye medidas para atajar la manipulación del cuentakilómetros en las ventas nacionales y transfronterizas de vehículos de ocasión. Estas medidas garantizarán que los consumidores reciban una información adecuada, reforzando así su protección en el mercado de los vehículos de segunda mano. Además, la Comisión está trabajando en la revisión de la [Directiva sobre el etiquetado de turismos](#) con vistas a informar mejor a los consumidores.

Las **carteras europeas de identidad digital**, que estarán disponibles en cada Estado miembro a partir de 2026, harán más fácil para los consumidores almacenar y compartir documentos de viaje clave, como visados y pasaportes digitales, y podrán utilizarlos para

⁹ Sin perjuicio de las negociaciones en curso sobre la revisión de la legislación de la UE en materia de derechos de los pasajeros.

¹⁰ Estudio del JRC, [A review of the used car market in the European Union](#) [«Estudio del mercado de automóviles de segunda mano en la Unión Europea», documento en inglés] 2025.

facturar vuelos y registrarse en hoteles con facilidad, abrir cuentas bancarias, alquilar un coche, renovar recetas médicas y acceder a otros servicios privados y públicos transfronterizos.

Es necesario un estrecho seguimiento del **coste de la vida y las tendencias económicas en el mercado único** para elaborar medidas de política de los consumidores que aborden los obstáculos, apoyen la igualdad social y garanticen las normas de bienestar de los consumidores. Sobre la base de los datos y visualizaciones disponibles de Eurostat, la Comisión mejorará sus **herramientas en línea** para seguir la evolución del precio de los bienes y servicios básicos de consumo en el mercado único, de manera accesible y fácil de entender, también con fines de investigación y elaboración de políticas. La Comisión también seguirá desarrollando las partes del [Cuadro de indicadores de las condiciones de los consumidores](#) que hacen referencia al coste de la vida. Por último, la Comisión presentará en 2026 la primera **estrategia de la UE de lucha contra la pobreza** para ayudar a las personas a acceder a las protecciones y los servicios esenciales que necesitan, establecer una trayectoria clara para reducir en quince millones el número de personas en situación de pobreza para 2030 y contribuir a erradicar la pobreza en Europa de aquí a 2050, abordando sus causas profundas. Esta iniciativa se verá respaldada por una **garantía infantil** reforzada para proteger a los niños de la pobreza y la exclusión social.

Acciones

- Completar una evaluación del **Reglamento relativo al bloqueo geográfico** (segundo trimestre de 2026) y analizar más a fondo los beneficios, los retos y los posibles riesgos de ampliar su ámbito de aplicación.
- Desarrollar herramientas para actuar contra las **restricciones territoriales de suministro injustificadas** a fin de abarcar situaciones más allá de las contempladas por el Derecho de la competencia, como las prácticas unilaterales de los grandes fabricantes (cuarto trimestre de 2026).
- Fomentar la prestación de **servicios financieros transfronterizos** mediante el seguimiento de las inversiones minoristas en los mercados de capitales y la **disponibilidad y utilización de cuentas de ahorro e inversión** (2026-2027).
- Mejorar el nivel de **alfabetización financiera** mediante la aplicación de la Estrategia para la Alfabetización Financiera de la UE (a partir del primer trimestre de 2026).
- Implantar las **carteras europeas de identidad digital** en todos los Estados miembros como medio de identificación digital seguro, fiable y que protege la privacidad para todas las personas en la Unión (cuarto trimestre de 2026).
- Celebrar **acuerdos de itinerancia** con los países candidatos a la adhesión a la UE (por ejemplo, Ucrania y Moldavia a partir de enero de 2026, así como con los Balcanes Occidentales).
- Fomentar el desarrollo de los **servicios de movilidad transfronteriza** mediante:
 - la adopción de iniciativas relativas a **los servicios digitales de movilidad multimodal, la reserva y la venta de billetes digital única, y una revisión específica de los derechos de los viajeros de ferrocarril para mejorar la reserva de viajes** cuando se combinan diferentes modos de transporte o distintos operadores de transporte, especialmente en el caso del ferrocarril (propuestas legislativas — primer trimestre de 2026);

- la revisión del **Reglamento sobre una infraestructura para los combustibles alternativos** (2026);
- la puesta en marcha de una iniciativa sobre el **alquiler transfronterizo de vehículos** (segundo trimestre de 2026).
- Reforzar el **seguimiento y el análisis de las condiciones de los consumidores y las tendencias al respecto**, incluido el **coste de la vida** (para finales de 2026).

2. EQUIDAD DIGITAL Y PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN LÍNEA

La economía digital ha aportado muchos beneficios a los consumidores: ha traído consigo nuevos productos y servicios y ha transformado la vida de los consumidores de muchas maneras, desde cómo compramos hasta cómo consumimos entretenimiento, accedemos a la información e interactuamos con las empresas. Con el auge del comercio electrónico, el desarrollo de nuevas tecnologías y el aumento del uso de la inteligencia artificial (IA), es importante garantizar que el Derecho en materia de protección de los consumidores de la UE siga ofreciendo un nivel elevado de protección de los consumidores en el entorno digital actual, al tiempo que preserva la autonomía y la libertad de elección del consumidor.

El [Reglamento de Servicios Digitales](#), el [Reglamento de Mercados Digitales](#) y el [Reglamento de Inteligencia Artificial](#) han reforzado el código normativo digital de la UE, con claros beneficios para los consumidores y las empresas¹¹. La aplicación eficaz y coherente de estas normas es esencial para hacer frente a los riesgos y retos a los que se enfrentan los consumidores en línea. No obstante, la iniciativa [Equidad digital: control de adecuación de la legislación de la UE en materia de protección de los consumidores](#) detectó deficiencias y prácticas problemáticas en el entorno digital que requieren medidas a escala de la UE para colmar las lagunas en la protección de los consumidores, reducir la inseguridad jurídica de las empresas, evitar la fragmentación normativa y facilitar la aplicación.

Por ejemplo, el Reglamento de Servicios Digitales ya aborda varios aspectos de los retos que pueden encontrar los consumidores en línea. No obstante, las prácticas comerciales problemáticas afectan a todos los tipos de comerciantes, incluidos los que no entran en el ámbito de aplicación del Reglamento de Servicios Digitales, como los sitios web de comercio electrónico y los servicios digitales que no se basan en la intermediación de contenidos. La legislación horizontal de la UE en materia de protección de los consumidores proporciona una «red de seguridad» a todos los participantes en el mercado de manera tecnológicamente neutra. A fin de garantizar que esta red de seguridad se adecue a la era digital, además de velar por la aplicación y el cumplimiento efectivos del marco jurídico vigente, la Comisión también propondrá un **Reglamento de equidad digital** para seguir reforzando la protección de los consumidores en línea frente a prácticas como: interfaces engañosas que pueden influir indebidamente en las decisiones de los consumidores; características de diseño adictivo; prácticas problemáticas por parte de influencers; prácticas de personalización desleales que aprovechan las vulnerabilidades de los consumidores, y características problemáticas de productos digitales, como medios

¹¹ Por ejemplo, el Reglamento de Servicios Digitales impone una amplia gama de obligaciones de diligencia debida a los prestadores de servicios intermediarios en línea, como los mercados en línea, para mejorar la seguridad y la confianza de los usuarios. Además, obliga a las plataformas en línea y los motores de búsqueda de muy gran tamaño a detectar, evaluar y mitigar los riesgos sistémicos derivados del diseño, el funcionamiento y el uso de sus servicios, incluidos los que puedan perjudicar una protección de los consumidores de alto nivel.

sociales, videojuegos y comercio electrónico. El Reglamento de equidad digital también aspirará a simplificar las normas para las empresas, en particular examinando los requisitos de información al consumidor en tipos específicos de contratos y en transacciones repetitivas con los mismos comerciantes.

Los menores son consumidores especialmente vulnerables. Suelen tener patrones de consumo específicos y a menudo son pioneros en la adopción de nuevas tecnologías y productos digitales, incluidos los productos destinados a niños de muy corta edad. El Reglamento de Servicios Digitales ya contiene disposiciones para proteger a los menores en las plataformas en línea y garantiza un alto nivel de privacidad, seguridad y protección de los menores en dichas plataformas¹². Sin embargo, la exposición de los menores a prácticas y características nocivas en los productos digitales, el acoso en línea, los contenidos para adultos, la promoción de la autolesión y los algoritmos diseñados para aprovecharse de sus vulnerabilidades y fomentar la adicción plantean preocupaciones urgentes que requieren un examen más detenido. Por consiguiente, la Comisión llevará a cabo una **investigación a escala de la UE sobre las repercusiones más amplias de los medios sociales en el bienestar de los jóvenes**. También constituirá un **grupo de expertos sobre la infancia y los medios sociales**, tal como anunció la presidenta Von der Leyen en su discurso sobre el estado de la Unión de 2025. El Reglamento de equidad digital también tendrá por objeto reforzar la **protección de los consumidores vulnerables en línea, en particular los menores**.

Además, la Comisión evaluará la [Directiva de servicios de comunicación audiovisual](#), que comprende normas para proteger a los menores de los contenidos nocivos, también en línea, prohibir la discriminación, establecer normas cualitativas y cuantitativas sobre el contenido de las comunicaciones comerciales audiovisuales para proteger a los consumidores, en particular los menores, y fomentar la accesibilidad de las personas con discapacidad.

Los mecanismos de **fraude en línea** se encuentran entre los delitos en línea que registran un mayor crecimiento y están causando un perjuicio significativo a los consumidores¹³. La Comisión ha propuesto [revisar la Directiva sobre servicios de pago](#) para reforzar la protección de los consumidores, en particular ampliando las normas relativas a la prevención del fraude para los proveedores de servicios de pago y los derechos de devolución de los consumidores víctimas de fraude en los pagos. Para reforzar la capacidad de lucha contra el fraude en línea en la UE, la Comisión publicará un **plan de acción contra el fraude en línea**. Entre sus objetivos figurarán: impulsar las medidas de prevención, mejorar la eficacia de la actuación policial y reforzar el apoyo a las víctimas de fraude para la recuperación de sus fondos. Además, la Comisión seguirá basándose en el Reglamento de Servicios Digitales en su labor de control del cumplimiento para luchar contra el fraude y las estafas financieras en línea, garantizando que las plataformas en línea y los motores de búsqueda protejan a los consumidores de prácticas engañosas. El «dropshipping» (envío directo del distribuidor al cliente)¹⁴ es otra práctica problemática

¹² Para ayudar a las plataformas en línea a aplicar una protección adecuada de los menores, la Comisión está trabajando en una solución informática para la verificación de la edad que sea sólida, preserve la privacidad, sea fácil de utilizar y esté armonizada a escala de la Unión, tomando como base la tecnología de la cartera de identidad digital de la UE.

¹³ [Encuesta sobre las condiciones de los consumidores 2024](#): casi el 45 % de los consumidores declararon haberse tropezado con estafas en línea.

¹⁴ El «dropshipping» es la venta de productos sin que el vendedor los tenga en existencias. Cuando un consumidor pide un producto, el vendedor transmite el pedido directamente al proveedor (mayorista o

para los consumidores. Los resultados de la encuesta a los consumidores realizada para el control de adecuación en materia de equidad digital indicaron la necesidad de mejorar la transparencia en el uso de este modelo de negocio¹⁵.

Los consumidores se enfrentan a peticiones de consentimiento repetitivas y avisos de *cookies* en línea no transparentes, lo que complica la comprensión de cómo se utilizan sus datos y les priva de hecho de una elección verdaderamente informada. Con la **propuesta Omnibus Digital**, la Comisión pretende reformar las normas sobre *cookies*, preservando al mismo tiempo el mismo nivel de protección de los datos, ya que el sistema actual es desfavorable tanto para los consumidores como para las empresas.

La **digitalización de los servicios financieros** ofrece a los consumidores soluciones de gestión financiera cómodas y rentables, aumenta la oferta de servicios financieros y mejora la innovación. Sin embargo, la digitalización también genera dificultades y riesgos significativos. Por ejemplo, el cambio a los servicios digitales y el cierre de las sucursales bancarias físicas introducen un riesgo de discriminación de los consumidores que dependen del efectivo, tienen dificultades para trasladarse con independencia o facilidad a la sucursal bancaria más cercana, les cuesta pasar a los servicios digitales o carecen de acceso a internet. En 2023, la Comisión presentó varias propuestas destinadas a garantizar una amplia aceptación de los pagos en efectivo, mejorar el acceso de los consumidores al efectivo y promover la inclusión financiera. En el contexto de la ejecución y la aplicación de la nueva [Directiva relativa a los créditos al consumo](#), la Comisión tiene previsto evaluar cómo está afectando la digitalización al mercado de servicios financieros al por menor, prestando especial atención al crédito al consumo. Se analizará la aparición de nuevos agentes, productos y prácticas, así como los retos y las oportunidades a los que se enfrentan los consumidores a la hora de utilizar los servicios financieros al por menor en línea.

En consonancia con la Estrategia para el Mercado Único y el [paquete de simplificación Omnibus IV](#), la Comisión también estudiará cómo las soluciones digitales, por ejemplo, el etiquetado digital y las herramientas digitales, como las aplicaciones móviles y el [pasaporte digital del producto](#), pueden **mejorar el acceso de los consumidores a la información sobre productos y servicios, y reducir al mismo tiempo la carga administrativa para las empresas** y garantizar que toda la información esencial, por ejemplo, la información relacionada con la seguridad de los productos, siga estando disponible en formato físico. El intercambio seguro y eficiente de información sobre los productos entre empresas, proveedores, fabricantes y reguladores también podría verse facilitado gracias a la próxima **cartera europea para empresas**, que promueve un mercado único más integrado y transparente.

Si bien el entorno digital ofrece ventajas a la hora de comunicar información sobre la **seguridad de los productos**, también plantea retos específicos. Dichos retos pueden relacionarse con la venta de productos peligrosos en línea o con los riesgos para la salud y la seguridad, incluidos los riesgos para la salud mental, que plantean los productos de las nuevas tecnologías. La accesibilidad de la información también puede ser un problema para las personas con discapacidad. La Comisión analizará las vulnerabilidades específicas de los consumidores en los entornos en línea y la repercusión de dichas vulnerabilidades en la seguridad de los productos. Esto incluirá, por ejemplo, analizar cómo reaccionan los

productor), que se encarga de la logística (entrega directa al consumidor) y las posibles devoluciones, sin necesidad de que intervenga el vendedor.

¹⁵ El 72 % de los encuestados consideró problemática la falta de transparencia en relación con la venta directa.

consumidores a advertencias e instrucciones concretas en el entorno digital y cómo afectan los nuevos riesgos de seguridad a los consumidores cuando utilizan diferentes productos digitales, como aplicaciones o programas informáticos.

Otro reto clave es el rápido desarrollo e implantación de la **IA en los mercados de consumo**. La tecnología de IA puede ofrecer ventajas, como una mayor eficiencia, asesoramiento e interacciones con los clientes personalizados, y ahorro de costes. Pero también presenta riesgos, como una menor interacción humana y los problemas derivados de fallos, sesgos o inexactitudes del sistema. El **Reglamento de Inteligencia Artificial** de la UE estableció un marco sólido para garantizar que los sistemas de IA desarrollados y utilizados en la Unión sean fiables, con salvaguardias para proteger los derechos fundamentales de las personas¹⁶. La Comisión colaborará estrechamente con los Estados miembros para garantizar la aplicación y el cumplimiento coherentes de este Reglamento y de la legislación pertinente en materia de protección de los consumidores y seguridad de los productos. La lista de prácticas prohibidas en relación con la IA en virtud del Reglamento de Inteligencia Artificial se revisará anualmente y se actualizará si se detectan nuevos problemas. Es fundamental que el marco de protección de los consumidores siga el ritmo de los avances tecnológicos y que los consumidores dispongan de información transparente cuando interactúen con la IA (por ejemplo, al utilizar un servicio de atención al cliente basado en IA o al solicitar información y asesoramiento a asistentes de IA), de modo que sean plenamente conscientes de la naturaleza de la interacción y los posibles riesgos¹⁷.

Acciones

- Proponer un **Reglamento de Equidad Digital** para hacer frente a las técnicas y prácticas comerciales desleales hacia los consumidores, en particular los menores, y garantizar unas condiciones de competencia equitativas para los comerciantes en el entorno digital (propuesta legislativa — cuarto trimestre de 2026).
- Reforzar la protección de los consumidores contra el **fraude en línea**, en particular reforzando las medidas de prevención en línea y el apoyo a las víctimas de fraude para la recuperación de sus fondos (2026).
- Fomentar un uso justo y transparente de la **IA en los mercados de consumo**, en particular mediante la aplicación del Reglamento de Inteligencia Artificial y la legislación pertinente en materia de protección de los consumidores y seguridad de los productos (en curso).

3. CONSUMO SOSTENIBLE

El cambio climático, la degradación del medio ambiente y la transición hacia una energía limpia siguen siendo algunos de los principales retos a los que se enfrentan los consumidores y la sociedad en su conjunto. Los consumidores son cada vez más

¹⁶ Por ejemplo, el Reglamento de Inteligencia Artificial prohíbe determinadas prácticas de alto riesgo que podrían perjudicar a los consumidores, como el uso de sistemas de IA para la puntuación ciudadana, la manipulación perjudicial y el engaño. También establece obligaciones de transparencia, como un etiquetado claro de los contenidos generados por IA.

¹⁷ Las incertidumbres jurídicas, por ejemplo en lo que respecta a los resultados no deseados de los contratos celebrados con IA, y el control limitado sobre las acciones de un asistente digital, pueden impedir la implantación de modelos de negocio innovadores en detrimento de los consumidores europeos. La Comisión participó en la elaboración de la Ley Modelo de las Naciones Unidas sobre Contratación Automatizada de 2024, que muestra cómo resolver esas incertidumbres.

conscientes de las repercusiones medioambientales y sociales de sus decisiones de compra, y muestran un interés creciente en ellas, de este modo, se convierten en motores del crecimiento sostenible, ya que, su demanda de productos responsables impulsa mercados pioneros para productos ecológicos y socialmente responsables. La disponibilidad y asequibilidad de bienes y servicios sostenibles son fundamentales no solo para el bienestar de los consumidores y la protección del medio ambiente, sino también para la competitividad y la soberanía estratégica de Europa a largo plazo, ya que reducen la dependencia de importaciones insostenibles y ayudan a construir cadenas de valor resilientes. Optar por comprar productos y servicios sostenibles no significa necesariamente pagar más: las opciones sostenibles duran más, necesitan sustituirse con menos frecuencia y tienen un menor coste de funcionamiento. La mayoría de los consumidores europeos están dispuestos a hacer elecciones sostenibles¹⁸, pero a menudo se enfrentan a obstáculos para elegir opciones verdaderamente sostenibles, como el precio, la oferta limitada, el etiquetado poco claro e inaccesible y la desconfianza respecto de las alegaciones medioambientales¹⁹. La disponibilidad generalizada de productos baratos y de baja calidad fomenta el consumo excesivo en sectores como la moda rápida y la electrónica, lo cual socava la sostenibilidad y erosiona la competitividad y la base industrial de Europa. El aumento de las compras en línea provoca mayores tasas de devolución, emisiones generadas por el transporte y residuos.

Para que los productos sostenibles sean la norma, el nuevo [Reglamento sobre requisitos de diseño ecológico aplicables a los productos sostenibles](#) tiene por objeto mejorar la durabilidad, la reparabilidad y la reducción del impacto medioambiental de una amplia gama de productos, como los textiles, los muebles y los dispositivos electrónicos. Por ejemplo, introducirá requisitos sobre el desmontaje de productos, la disponibilidad de piezas de recambio y las actualizaciones de los programas informáticos²⁰. La nueva [Directiva sobre normas comunes para promover la reparación de bienes](#) («derecho a la reparación») exige a los fabricantes que ofrezcan servicios de reparación para productos con requisitos de reparabilidad legalmente establecidos, y prevé la creación de una **plataforma europea en línea para la reparación**. La [Directiva relativa al empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica](#) prevé un aviso armonizado sobre la garantía legal de conformidad y una etiqueta armonizada para la garantía comercial de durabilidad. Tras su adopción en 2025, la Comisión se centrará en promover su uso y visibilidad correctos en todo el mercado único, ayudando a los consumidores a comprender mejor sus derechos y a tomar decisiones más informadas y orientadas a la durabilidad. El **pasaporte digital de productos** y el **etiquetado de sostenibilidad**²¹ complementarán las normas y la información sobre los productos. La Comisión tiene previsto mejorar las etiquetas energéticas, lo que permitirá a los

¹⁸ [Eurobarómetro 2022 \(SP527\)](#): el 77 % de los europeos siente la responsabilidad de actuar para limitar el cambio climático.

¹⁹ [Encuesta sobre las condiciones de los consumidores 2024](#): el 67 % de los consumidores de la UE declararon que el coste de los productos sostenibles les impedía comprarlos. Un 62 % señaló confusión en cuanto a la identificación de las opciones sostenibles y desconfianza respecto de la información medioambiental. Un [barrido de 2025](#) efectuado por la Red de Cooperación para la Protección del Consumidor mostró que una gran proporción de las alegaciones medioambientales de los comerciantes en línea de segunda mano eran potencialmente engañosas.

²⁰ Véase el [Plan de trabajo 2025-2030 sobre diseño ecológico para productos sostenibles y etiquetado energético](#).

²¹ Tal como prevé el Reglamento sobre requisitos de diseño ecológico aplicables a los productos sostenibles y otra legislación pertinente de la UE, que abarca los automóviles, los textiles y la clasificación de residuos.

consumidores comparar mejor la eficiencia de las tecnologías de calefacción y refrigeración.

También se ha adoptado nueva legislación para aumentar la confianza de los consumidores en las alegaciones medioambientales y las etiquetas de sostenibilidad. La nueva Directiva sobre el **empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica** aborda el blanqueo ecológico y la obsolescencia temprana. La Comisión colaborará estrechamente con los Estados miembros y las empresas para garantizar su aplicación efectiva. La Comisión proseguirá sus esfuerzos por promover la sensibilización de los consumidores y la adopción de la [etiqueta ecológica de la UE](#) por parte de la industria.

Además, la próxima propuesta de **Reglamento de Economía Circular** contribuirá a crear una demanda de materias primas secundarias en el mercado y a aumentar la oferta de materiales reciclados de alta calidad. Como complemento de este marco legislativo, la Comisión trabajará con las partes interesadas para promover modelos de producto como servicio y empresas emergentes circulares innovadoras a través de directrices y campañas de sensibilización. Basándose en el estudio existente de la Comisión en virtud del [Reglamento relativo a la seguridad general de los productos](#), se realizarán, entre otros, trabajos adicionales relativos a: i) los obstáculos sociales y de comportamiento a la confianza de los consumidores en las opciones circulares; y ii) los retos en materia de seguridad de los productos de segunda mano, reparados, reacondicionados y remanufacturados. Por lo tanto, la iniciativa «Compromiso de Consumo Sostenible» se eliminará gradualmente, allanando el camino para un nuevo enfoque de colaboración con las empresas. La Comisión también apoyará la expansión de las soluciones sostenibles de base biológica, cuando proporcionen productos y materiales duraderos y refuercen la competitividad y las cadenas de valor europeas.

Garantizar que los productos sean seguros y sostenibles también requiere medidas para reducir la exposición de los consumidores a sustancias químicas preocupantes. Como parte del [Plan de acción europeo para la industria química](#), la Comisión estudiará la posibilidad de prohibir las PFAS (sustancias perfluoroalquiladas y polifluoroalquiladas) en usos de consumo, como cosméticos, materiales en contacto con alimentos y prendas de vestir de exterior. Además, en virtud del nuevo [Reglamento marco sobre los envases y residuos de envases](#), la UE eliminará progresivamente las sustancias peligrosas, como las PFAS, de los envases. También establecerá normas armonizadas para la clasificación de los residuos de envases por parte de los consumidores y para el suministro de información a través de tecnologías digitales.

Sobre la base de la [Comunicación relativa a un conjunto integral de instrumentos de la UE para un comercio electrónico seguro y sostenible](#), la Comisión estudiará la necesidad de formular una **Recomendación sobre las características ecológicas desde el diseño en el comercio electrónico** para seguir abordando el impacto medioambiental de este sector. Dicha Recomendación abarcaría aspectos como la disponibilidad de filtros de sostenibilidad, opciones de entrega más ecológicas y políticas sostenibles de gestión de las devoluciones. También puede incluir cartas voluntarias sobre medio ambiente, en virtud de las cuales las empresas se comprometen a alcanzar objetivos concretos en materia de sostenibilidad. Se fomentará el desarrollo y el uso de **herramientas digitales** privadas para ayudar a los consumidores a tomar decisiones sostenibles con conocimiento de causa. Esto puede incluir etiquetas ecológicas interactivas que expliquen el alcance de las certificaciones y comparaciones de las características de sostenibilidad de los productos, y podría integrarse en el pasaporte digital del producto.

El transporte es el tercer ámbito de gasto más importante para los hogares europeos²². La transición a modos de movilidad sostenibles, incluidos los coches eléctricos, el transporte público y las bicicletas, puede ahorrar a los consumidores cantidades significativas de dinero y aumentar la equidad social, contribuyendo al mismo tiempo al objetivo de descarbonización²³, en consonancia con la [Recomendación sobre la pobreza de transporte](#) y con el [Plan de Acción para la Industria del Automóvil](#). Para que este cambio sea asequible, la Comisión promueve la transición a vehículos de cero emisiones en el marco de este Plan de Acción y de la revisión prevista de la **Directiva sobre el etiquetado de los vehículos**. Esto se complementa con el impulso dado a los coches eléctricos pequeños gracias a una nueva **iniciativa de fabricación de coches pequeños asequibles**, que se desarrollará en cooperación con la industria. Estas medidas irán acompañadas de las acciones previstas por los Estados miembros en sus planes nacionales en el marco del **Fondo Social para el Clima**. Los gastos relacionados con la energía siguen estando muy por encima de los niveles anteriores a la pandemia de COVID-19, lo que resulta especialmente problemático para los más de cuarenta y seis millones de europeos en situación de pobreza energética. La Comisión adoptará un **Paquete de energía para la ciudadanía** que tendrá por objeto abordar la pobreza energética, simplificar los mercados de la energía y empoderar la participación ciudadana para garantizar una transición energética justa, asequible e inclusiva para todos.

La crisis de la vivienda es una crisis social y de competitividad. Afecta de manera desproporcionada a los jóvenes y a las personas más vulnerables de nuestra sociedad, pero también, cada vez más, a las personas con ingresos bajos o medios y a sus familias. La Comisión presentará un **plan europeo de vivienda asequible** que defina una visión europea para hacer la vivienda más asequible y sostenible. La [Nueva Bauhaus Europea](#) desempeñará un papel importante en el marco de este plan. En este contexto, la Comisión también ayudará a los Estados miembros a aumentar sus inversiones de la política de cohesión 2021-2027 en la construcción y la renovación del parque de viviendas, a fin de abordar las necesidades de los consumidores, reducir la factura energética y atajar la pobreza energética y otros costes relacionados con la vivienda, como el agua.

Los hogares de la UE gastan por término medio el 13 % de sus ingresos en alimentos, un porcentaje que se eleva al 21 % en el caso de la quinta parte más pobre y se reduce al 9 % cuando se trata de la quinta parte más rica. El **Fondo Social Europeo Plus** apoya a los Estados miembros en la prestación de asistencia a las personas más desfavorecidas. La Comisión también llevará a cabo un estudio sobre la asequibilidad de los alimentos en la UE para comprender mejor y abordar el impacto del aumento de los precios de los alimentos en la Unión, incluida su repercusión en los alimentos saludables y nutritivos.

La salud pública también motiva el trabajo de la Comisión para **reducir los daños relacionados con el consumo de tabaco**. La Comisión está llevando a cabo actualmente una evaluación exhaustiva de las normas relativas a los productos del tabaco y la publicidad del tabaco.

²² <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20230104-1>.

²³ El modelo de la «huella de consumo» abordó la diferencia entre el impacto medioambiental del logro de los objetivos de la Estrategia de movilidad sostenible e inteligente (es decir, la expansión de los coches eléctricos) y el impacto medioambiental de los coches de combustión convencional para 2030. Pasqualino *et al.*, [Consumption Footprint and Domestic Footprint Outlook Report 2025](#) [«Informe prospectivo de 2025 sobre la huella de consumo y la huella interna», documento en inglés], JRC139655.

Estas medidas de salud pública y equidad social van acompañadas de esfuerzos más amplios de la UE para construir unos sistemas alimentarios sostenibles, que permitan a los consumidores elegir alimentos sostenibles y fomentar un uso responsable del agua, tal como se refleja en [Una visión de la agricultura y la alimentación](#), el [Pacto Europeo por el Océano](#) y la [Estrategia europea de resiliencia hídrica](#), recientemente adoptados. La [Directiva marco sobre los residuos](#) revisada ha establecido **objetivos de reducción de los residuos alimentarios** e introducido la «responsabilidad ampliada del productor» para los productos textiles. Las organizaciones competentes en materia de responsabilidad del productor facilitarán información sobre las opciones de segunda mano, la reutilización y la gestión al final de su vida útil de los productos textiles y el calzado, y organizarán programas educativos, campañas de concienciación y actividades de participación comunitaria.

Acciones

- Apoyar a los Estados miembros en la **aplicación** de la Directiva relativa al empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica, el Reglamento sobre requisitos de diseño ecológico aplicables a los productos sostenibles y la Directiva sobre normas comunes para promover la reparación de bienes, mediante:
 - la promoción del **aviso armonizado** sobre la garantía legal de conformidad y una **etiqueta armonizada** para la garantía comercial de durabilidad (tercer trimestre de 2026); y
 - la puesta en marcha de una **plataforma europea en línea para la reparación** (de aquí a 2028).
- Apoyar la **economía circular**, en particular mediante el intercambio de buenas prácticas con las partes interesadas para promover la devolución por parte de los consumidores de los bienes que ya no utilizan, los mercados de segunda mano, los modelos de negocio de producto como servicio y las empresas emergentes circulares innovadoras (2027).
- Estudiar la necesidad de formular una Recomendación **sobre el fomento de las características ecológicas desde el diseño en el comercio electrónico** y alentar el desarrollo de herramientas digitales y su uso (2027).

4. CONTROL DEL CUMPLIMIENTO Y VÍAS DE RECURSO EFICACES

El marco de protección de los consumidores de la UE solo puede proteger realmente a los consumidores y fomentar la competencia leal si está respaldado por una sólida ejecución pública y privada y por mecanismos de recurso eficaces para los consumidores cuyos derechos hayan sido vulnerados. Si bien la cooperación transfronteriza de la UE en materia de ejecución pública ha logrado éxitos significativos en los últimos años, es necesario seguir reforzando los mecanismos de control del cumplimiento para poder hacer frente a los nuevos retos de manera eficiente y eficaz. En concreto, las tasas de cumplimiento siguen siendo extremadamente bajas en los mercados digitales, y los barridos constatan que, por término medio, uno de cada dos comerciantes incumple la legislación en materia de protección de los consumidores. La situación se ha visto agravada por el crecimiento exponencial del comercio electrónico, que ha dado lugar a un aumento de la circulación de productos inseguros, falsificados o no conformes, principalmente procedentes de fuera de

la UE²⁴ y a menudo comercializados con técnicas engañosas. Esto pone en peligro a los consumidores y expone a las empresas europeas que cumplen la normativa a la competencia desleal de los comerciantes que no la cumplen.

Para responder a estos retos, la Comisión presentó en su Comunicación relativa a un conjunto integral de instrumentos de la UE para un comercio electrónico seguro y sostenible, una serie de medidas, entre las que se incluyen la reforma aduanera; el refuerzo de la aplicación de la legislación pertinente de la UE; y la mejora de la coordinación entre todas las autoridades pertinentes. Otras acciones previstas son el apoyo a campañas de sensibilización para consumidores y terceros vendedores, y la continuación de la cooperación bilateral con los países de procedencia de los bienes importados.

Una prioridad importante es apoyar a las autoridades nacionales de protección del consumidor en la adopción de medidas coordinadas para hacer cumplir la legislación al respecto con arreglo al **Reglamento sobre la cooperación en materia de protección de los consumidores**, en particular para hacer frente a las infracciones en el sector del comercio electrónico. La acción coordinada de la Red de cooperación en materia de protección de los consumidores ha dado resultados positivos, pero las deficiencias del sistema actual impiden un control del cumplimiento más eficaz. Por ejemplo, la lentitud de los procedimientos, la falta de recursos a nivel nacional, la ausencia de medidas disuasorias más estrictas, como la capacidad de imponer multas, y las dificultades para hacer frente a las infracciones cometidas por comerciantes establecidos fuera de la UE reducen la eficiencia y el efecto disuasorio de las acciones de la Red²⁵. Para reforzar el cumplimiento y garantizar unas condiciones equitativas para las empresas, que protejan a los comerciantes que cumplen las normas y a los consumidores frente a quienes no las respetan, **la Comisión propondrá una revisión del Reglamento sobre la cooperación en materia de protección de los consumidores**. Al realizar esta revisión, la Comisión evaluará la necesidad de establecer competencias centralizadas de investigación y ejecución a escala de la UE en casos específicos y la manera de seguir reforzando la coordinación entre las autoridades nacionales.

Como se destaca en la Comunicación sobre comercio electrónico, la aplicación y el cumplimiento efectivos del nuevo **Reglamento relativo a la seguridad general de los productos** son esenciales para proteger a los consumidores de la UE de productos peligrosos y garantizar unas condiciones de competencia equitativas para las empresas. La Comisión ya ha puesto en marcha los nuevos mecanismos de vigilancia del mercado previstos en dicho Reglamento, como los controles simultáneos en sitios web para detectar infracciones del Derecho de la Unión («barridos»), que llevan a cabo las autoridades nacionales de vigilancia del mercado y coordina la Comisión. El primer barrido de seguridad de los productos a escala de la UE, centrado en los productos para el cuidado infantil vendidos en línea, se llevó a cabo en abril y mayo de 2025²⁶. Sobre la base de esta experiencia, la Comisión seguirá trabajando con la Red de Seguridad de los Consumidores para poner en común recursos, intercambiar información y dar prioridad a las acciones de vigilancia a fin de atajar eficazmente los productos más peligrosos. También tratará de

²⁴ El número de productos peligrosos notificados en el sistema de alerta rápida «Safety Gate» de la UE ha aumentado un 52 % desde 2019, tendencia que se aceleró en 2024 (+ 61 %). Hasta el 75 % de los productos peligrosos proceden de fuera de la UE, y alrededor del 50 % de las alertas están relacionadas con productos peligrosos procedentes de China.

²⁵ Véase: [Informe de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo sobre la aplicación del Reglamento \(UE\) 2017/2394 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la cooperación entre las autoridades nacionales responsables de la aplicación de la legislación en materia de protección de los consumidores](#).

²⁶ La mitad de los productos ofertados carecían de la información requerida sobre su fabricante.

desarrollar capacidades más sólidas para apoyar la aplicación de las normas de seguridad de los productos mediante la financiación de **actividades coordinadas en materia de seguridad de los productos** y la promoción de herramientas que ayuden a los consumidores y a las empresas a notificar problemas de seguridad de los productos, accidentes y productos peligrosos. Entre dichas herramientas se encuentran el portal **Consumer Safety Gateway** y el portal **Safety Business Gateway**. Gracias a la actualización periódica del portal **Safety Gate**, las empresas y los consumidores tendrán acceso a toda la información pertinente sobre las normas de seguridad de los productos. La Comisión también ha elaborado unas **directrices específicas para los agentes económicos**²⁷ sobre cómo cumplir sus obligaciones en virtud del Reglamento relativo a la seguridad general de los productos, prestando especial atención a las necesidades de los agentes que pueden considerarse pymes, incluidas las microempresas.

Estos esfuerzos complementarán la próxima **Ley Europea de Productos**, reforzando los vínculos entre los controles de evaluación de la conformidad y la vigilancia del mercado, y posiblemente la normalización. A tal fin, la Comisión también estudiará cómo el **carácter inclusivo del diseño de los productos** puede ayudar a prevenir riesgos para la seguridad y apoyar el trabajo de **normalización**, a fin de traducir los requisitos legales de seguridad en herramientas prácticas para garantizar el cumplimiento y proteger a los consumidores²⁸. La Ley Europea de Productos consolidará las normas relativas a la introducción de productos de consumo en el mercado y actualizará las **normas en materia de vigilancia del mercado y conformidad de los productos**. Esta revisión también brindará la oportunidad de evaluar la necesidad de adoptar nuevas medidas para hacer más eficiente la aplicación de la normativa en materia de seguridad de los productos, en especial por lo que respecta a las importaciones procedentes de fuera de la UE, también a través del comercio electrónico.

Se espera, asimismo, que la aplicación y el cumplimiento efectivos del **Reglamento relativo a la seguridad general de los productos** aporten beneficios a las empresas y a las autoridades nacionales. Una mayor seguridad jurídica y la simplificación en la aplicación de los requisitos de seguridad general de los productos reducirán los costes de cumplimiento para las empresas. Un régimen armonizado de vigilancia del mercado para todos los productos, coherente con el [Reglamento relativo a la vigilancia del mercado](#), también puede crear sinergias para las autoridades nacionales de vigilancia del mercado. Un mayor uso de las herramientas informáticas y la mejora de la interoperabilidad de los datos tanto para la notificación como para la vigilancia del mercado reducirán la carga para las autoridades y las empresas y permitirán a las autoridades encargadas del cumplimiento llevar a cabo sus tareas de manera más eficaz. En 2026, la Comisión evaluará la aplicación práctica del Reglamento relativo a la seguridad general de los productos junto con las empresas para examinar cómo aplican el Reglamento y si es necesario ayudarlas a que lo cumplan con facilidad.

²⁷ C(2025) 7699 — Comunicación de la Comisión — Directrices sobre la aplicación por parte de las empresas del marco legislativo de la UE en materia de seguridad general de los productos; y C(2025) 7701 — Comunicación de la Comisión — Directrices para la aplicación práctica del portal Safety Business Gateway con arreglo al artículo 27, apartado 2, del Reglamento (UE) 2023/988.

²⁸ La inclusión requiere, en particular, tener sistemáticamente en cuenta una amplia gama de datos antropométricos que representa la diversidad de los consumidores, así como los factores que afectan a la vida de las personas en situación de vulnerabilidad, también en las normas europeas pertinentes, y aplicar soluciones accesibles para las personas con discapacidad.

Cada vez adquieren más importancia una coordinación y una cooperación estrechas entre las autoridades encargadas del cumplimiento de diferentes ámbitos, ya que las prácticas ilegales de las empresas entran cada vez más en el ámbito de aplicación de distintas legislaciones y sistemas de control del cumplimiento de la UE. En la actualidad, esta cooperación abarca desde acuerdos por escrito hasta grupos de trabajo y otros proyectos conjuntos. La Comisión seguirá promoviendo la **cooperación entre los organismos y redes de control del cumplimiento a escala de la UE** para garantizar la eficacia, la eficiencia y la coherencia entre los distintos flujos de control del cumplimiento. Por ejemplo, el control del cumplimiento de la legislación en materia de protección del consumidor complementa la aplicación de la normativa digital, tal como demuestran las acciones coordinadas de cooperación en materia de protección de los consumidores en 2024-2025 y las investigaciones paralelas del Reglamento de Servicios Digitales y el Reglamento de Mercados Digitales sobre las prácticas de las principales plataformas en línea.

Los datos y las tecnologías digitales, incluidas las **herramientas de IA**, son también cada vez más importantes a la hora de analizar el cumplimiento por parte de las empresas y garantizar una aplicación efectiva. Las autoridades encargadas del cumplimiento ya las utilizan para la compra simulada, la vigilancia del mercado en materia de seguridad de los productos, la detección de fraudes, el seguimiento de los precios y la detección de cláusulas contractuales abusivas y reseñas falsas. Por ejemplo, **EU eLab** apoya a la Red de cooperación en materia de protección de los consumidores con sus investigaciones y barridos periódicos de sitios web, mientras que el rastreador **eSurveillance webcrawler** detecta productos inseguros, que han sido notificados a través de Safety Gate, pero que aún están a la venta o vuelven a aparecer en tiendas virtuales y mercados en línea. Se está desarrollando un rastreador web similar, la herramienta **Passenger Rights AI Watch Tool**, que estará disponible en 2026, para que los organismos nacionales de control del cumplimiento supervisen los derechos de los pasajeros. La Comisión también está trabajando en la mejora de la interoperabilidad entre los datos de productos existentes a fines de vigilancia del mercado y apoyará a las autoridades de protección de los consumidores y de vigilancia del mercado en el uso estratégico de las herramientas de IA en el marco de su labor de control del cumplimiento, en particular propiciando sinergias entre las herramientas desarrolladas a nivel nacional y a nivel de la UE y formando a su personal.

Ahora bien, el control del cumplimiento es solo una cara de la moneda. Para que las normas se respeten en la práctica, los consumidores deben ser conscientes de sus derechos, y las empresas de sus obligaciones. Las campañas de **sensibilización y educación** específicas; las herramientas como [Consumer Education Hub](#) y [GreenComp](#) (el marco europeo de competencias en materia de sostenibilidad); el fomento del consumo sostenible a través de la educación escolar; los programas de **formación** como [Consumer Law Ready](#); y las iniciativas de **cooperación voluntaria**, como [Consumer Protection Pledge](#), seguirán siendo un complemento importante de las medidas de control del cumplimiento. La Comisión también seguirá animando a las empresas a que se comprometan voluntariamente con la excelencia y la innovación para lograr un alto nivel de seguridad de los consumidores, en particular a través de su [Premio de la UE a la Seguridad de los Productos](#), que se otorga cada dos años.

Incluso con una mayor concienciación y una aplicación más estricta, inevitablemente surgirán litigios. Por lo tanto, también se hará hincapié en garantizar una reparación efectiva mediante la aplicación de la [Directiva sobre resolución alternativa de litigios](#)

revisada, la [Directiva relativa a las acciones de representación](#) y, cuando el consumidor resulte perjudicado de hecho por un producto defectuoso, la [Directiva sobre responsabilidad por los daños causados por productos defectuosos](#) revisada. En particular, la Comisión seguirá apoyando a las organizaciones de consumidores, a los miembros del poder judicial y a los puntos de contacto nacionales para una gestión eficaz de las acciones de representación en virtud de la Directiva relativa a las acciones de representación. Este apoyo se prestará, por ejemplo, a través de subvenciones para actividades financiadas por la UE, seminarios y el centro interactivo de conocimiento de la plataforma [EC-REACT](#). La Comisión también seguirá de cerca la aplicación de las disposiciones específicas de la Directiva relativa a las acciones de representación que regulan la financiación por terceros. Tal como exige la Directiva, la Comisión evaluará, a más tardar en 2028, si es necesario un Defensor del Pueblo Europeo en materia de acciones de representación transfronterizas. A continuación, se llevará a cabo una evaluación formal del funcionamiento de la Directiva.

Cuando los consumidores tienen problemas con transacciones transfronterizas, también pueden recurrir a la **Red de Centros Europeos del Consumidor (Red CEC)** para obtener asesoramiento y apoyo jurídicos gratuitos²⁹. La Comisión seguirá prestando su firme apoyo a la Red CEC para ayudar a los Centros Europeos del Consumidor a consolidar su capacidad de asesoramiento y asistencia a los consumidores.

Estas medidas se complementarán con acciones a escala internacional. En todos los nuevos acuerdos comerciales bilaterales, la UE seguirá tratando de incluir disposiciones relativas a la seguridad de los productos y la cooperación en materia de vigilancia del mercado, así como compromisos que refuercen la confianza de los consumidores en el comercio digital, incluida una protección eficaz de los consumidores que utilizan el comercio electrónico. Una vez integrado en el marco jurídico de la OMC, el **Acuerdo multilateral sobre Comercio Electrónico de la OMC** será el primer acuerdo comercial que incluya compromisos de ese tipo a escala mundial.

La Unión seguirá cooperando e intercambiando datos periódicamente a través de **Safety Gate** con países no pertenecientes a la UE, como China. En consonancia con el Acuerdo de Comercio y Cooperación entre la UE y el Reino Unido, también trabajará con este país para establecer un mecanismo periódico de intercambio de información sobre productos peligrosos no alimentarios entre Safety Gate y la base de datos equivalente del Reino Unido en materia de seguridad de los productos. Además, la Unión seguirá apoyando actividades de sensibilización y formación para los fabricantes de terceros países y otros agentes de la cadena de suministro, a fin de ayudarles a comprender las normas de protección de los consumidores y de seguridad de los productos del mercado único. Por ejemplo, un proyecto de la UE contribuirá a respaldar las políticas de protección de los consumidores y de seguridad de los productos en el Mercado Común para el África Oriental y Meridional (COMESA). En el plano multilateral, tras la adopción de los **Principios de las Naciones Unidas para la Seguridad de los Productos de Consumo**, la Comisión Europea apoyará su aplicación ayudando a la UNCTAD a elaborar directrices y un manual sobre la seguridad de los productos de consumo, así como con proyectos de desarrollo de capacidades financiados por la UE, como el programa de competencia y seguridad de los productos de consumo en el África subsahariana.

²⁹ En 2024, los Centros Europeos del Consumidor recuperaron más de 7,5 millones EUR en reembolsos a los consumidores.

Acciones

- Proponer una revisión del **Reglamento sobre la cooperación en materia de protección de los consumidores** (propuesta legislativa — cuarto trimestre de 2026).
- Apoyar las acciones y actividades coordinadas de ejecución de la **Red de cooperación en materia de protección de los consumidores** para abordar las infracciones generalizadas de la legislación de la UE en materia de protección de los consumidores (en curso).
- Adoptar medidas eficaces para incrementar la conformidad de los productos aprovechando las sinergias con las capacidades de las **autoridades aduaneras y de vigilancia del mercado nacionales y de la UE** y, posiblemente, creando una autoridad de vigilancia del mercado de la UE (en curso).
- Actualizar las normas sobre **vigilancia del mercado y conformidad de los productos** en el marco de la **Ley Europea de Productos**, para seguir mejorando la eficiencia del control del cumplimiento de la normativa de la UE en materia de seguridad de los productos (propuesta legislativa, tercer trimestre de 2026), en especial con respecto a las importaciones procedentes de países no pertenecientes a la UE, entre otras cosas a través del comercio electrónico.
- Reforzar la aplicación de la **Directiva relativa a las acciones de representación** prestando un mayor apoyo a las organizaciones de consumidores, los miembros del poder judicial y las autoridades nacionales (en curso).
- Aprovechar al máximo el uso de la IA en las actividades de control del cumplimiento y vigilancia del mercado, por ejemplo en las **investigaciones digitales eLab** y el **conjunto de herramientas digitales para la vigilancia del mercado en materia de seguridad de los productos** (de aquí a 2027).
- Apoyar las **actividades de sensibilización y formación** para los fabricantes de terceros países y otros agentes de la cadena de suministro (en curso).

5. GOBERNANZA Y COOPERACIÓN DE LAS PARTES INTERESADAS

Para alcanzar sus objetivos y abordar cualquier cuestión emergente, el marco de gobernanza de la Agenda debe ser **inclusivo, transparente y dinámico**.

La Comisión propiciará debates periódicos con el Parlamento Europeo, el Consejo, el Comité Económico y Social Europeo y el Comité de las Regiones sobre la aplicación de la Agenda, que se gestionará a través de las plataformas existentes para la interacción con las partes interesadas. Estas plataformas reúnen a altos funcionarios de los Estados miembros (Red de Política de los Consumidores); autoridades de protección de los consumidores (Red de cooperación en materia de protección de los consumidores); autoridades competentes en materia de seguridad de los productos (Red de Seguridad de los Consumidores); organizaciones de consumidores, en particular la Oficina Europea de Uniones de Consumidores (BEUC), y otros representantes de la sociedad civil, las empresas y el mundo académico (Grupo consultivo europeo de los consumidores).

La **Cumbre del Consumidor** anual seguirá siendo la ocasión de debatir las tendencias actuales y las cuestiones emergentes con una gran variedad de partes interesadas de toda la UE y de fuera de ella. También servirá para hacer balance de la aplicación de la Agenda, incluido el Plan de Acción para los Consumidores en el Mercado Único. Asimismo, para examinar los avances y proporcionar orientaciones políticas generales sobre la aplicación

de la Agenda y la evolución de la política de los consumidores, el comisario de la UE responsable de la protección de los consumidores tiene previsto convocar con regularidad un **Foro Ministerial sobre Protección de los Consumidores**, posiblemente en conjunción con la Cumbre del Consumidor.

Además del marco institucional, la gobernanza activa requiere también que se escuche la voz de todos los consumidores, incluidos los pertenecientes a grupos vulnerables. La Comisión se ha comprometido a apoyar un movimiento de consumidores fuerte, tanto a escala nacional como de la UE, también en términos financieros. Por ejemplo, la Comisión financiará la prosecución del programa de formación **Consumer PRO** con el fin de capacitar aún más a los profesionales de la protección del consumidor para que ofrezcan asesoramiento personalizado a los consumidores. Tal como se indica en la [Estrategia de la UE para la sociedad civil](#), la Comisión propondrá medidas para seguir mejorando la implicación y la participación efectiva de las organizaciones de la sociedad civil, incluidos los grupos de consumidores, en los procesos de elaboración de las políticas públicas, así como para reforzar su protección y apoyo. También llevará a cabo actividades de divulgación específicas para implicar a los jóvenes consumidores en el diseño de la política de protección de los consumidores mediante la organización de un **diálogo sobre políticas de juventud** sobre este tema.

La Comisión organizará asimismo intercambios periódicos con las partes interesadas empresariales sobre cuestiones de reducción de la carga y simplificación en el ámbito de la política de protección de los consumidores, incluidos **diálogos sobre la aplicación** con el comisario responsable de la protección de los consumidores. El objetivo será garantizar que se mantengan conversaciones en profundidad sobre los retos a los que se enfrentan las empresas y las posibles medidas que deben adoptarse, así como supervisar los avances en las medidas de simplificación y reducción de la carga de la Comisión. En julio de 2025 se celebró un primer diálogo sobre la aplicación relativo a la protección de los consumidores en el entorno digital.

Los datos y las estadísticas sobre los consumidores, como el **Cuadro de Indicadores de las Condiciones de los Consumidores**, de carácter semestral, constituyen las principales fuentes de datos para la elaboración de políticas con conocimiento de causa. También son útiles para evaluar la repercusión de las políticas europeas y nacionales y hacer balance de los progresos realizados. La Comisión tratará de ampliar la base empírica y promover un mejor uso de los datos y la investigación.

Acciones

- Convocar periódicamente un **Foro Ministerial sobre Protección de los Consumidores**.
- Organizar un **diálogo sobre políticas de juventud** en materia de **política de protección de los consumidores** (2026).
- Mantener **diálogos sobre la aplicación** relativos a la revisión del Reglamento sobre la cooperación en materia de protección de los consumidores (2026) y del Reglamento relativo a la seguridad general de los productos (2027).

6. CONCLUSIÓN

La Unión Europea ofrece uno de los niveles más altos de protección de los consumidores del mundo. Este sólido marco es esencial para un funcionamiento eficaz del mercado único y mejora la competitividad de las empresas de la UE. Al proporcionar unos derechos y salvaguardias legales integrales, la política de los consumidores de la UE transforma las iniciativas de la Unión en beneficios tangibles para todos los ciudadanos y puede actuar como un pilar de estabilidad en tiempos de incertidumbre.

La Agenda del Consumidor 2030 se apoya en esta sólida base y presenta un conjunto de acciones concretas para seguir reforzando la protección de los consumidores y abordar los problemas actuales y emergentes. Estas acciones contribuirán a generar confianza, crear salvaguardias y a la seguridad jurídica que necesitan consumidores y empresas para fomentar la competencia, la innovación, la inversión y el crecimiento sostenible en la UE.

La Comisión hará balance periódicamente de los avances en la aplicación de la Agenda y seguirá la repercusión de las acciones emprendidas, en particular a través de la Encuesta sobre las Condiciones de los Consumidores. La Comisión espera con interés debatir el enfoque estratégico, las prioridades y las acciones presentados en esta Agenda con todas las instituciones y partes interesadas pertinentes a nivel nacional y de la UE, así como colaborar para promover la protección de los consumidores en los próximos años.