



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

15782/25

COMPET 1218
MI 940

NOTA

De: Secretaría General del Consejo
A: Comité de Representantes Permanentes/Consejo

Asunto: *Preparación del Consejo de Competitividad (Mercado Interior, Industria, Investigación y Espacio) del 8 de diciembre de 2025*
Comercio electrónico: retos relativos a la conformidad de los productos y a la garantía del cumplimiento de la legislación
- *Cambio de impresiones*

Adjunto se remite a las delegaciones una nota de la Presidencia titulada «Comercio electrónico: retos relativos a la conformidad de los productos y a la garantía del cumplimiento de la legislación», con vistas a un cambio de impresiones en el Consejo de Competitividad del 8 de diciembre de 2025.

DOCUMENTO DE REFLEXIÓN**Sesión del Consejo de Competitividad****Bruselas, 8 de diciembre de 2025***Comercio electrónico: retos relativos a la conformidad de los productos y a la garantía del cumplimiento de la legislación*

En las últimas décadas, los hábitos de consumo y las prácticas empresariales a escala europea y mundial han cambiado considerablemente. El sector del comercio electrónico ha experimentado un crecimiento notable y se ha convertido en un componente central de la economía mundial, al cambiar radicalmente la forma en que se compran y venden los productos dentro de la UE y en el resto del mundo. En 2022 entraron en la UE 1 400 millones de paquetes de escaso valor (hasta 150 EUR) procedentes de terceros países, y esta cifra aumentó de manera significativa hasta alcanzar los 4 600 millones en 2024¹. La rápida expansión del comercio electrónico ha puesto de manifiesto varios retos normativos que suponen una amenaza para la cohesión y el funcionamiento del mercado único. Uno de los principales retos tiene que ver con la proliferación de productos ilegales y no conformes que entran en la UE procedentes de terceros países, así como con los medios y las condiciones para que las autoridades garanticen el cumplimiento de la legislación en distintos sectores.

Un gran número de los productos que se ofrecen en los mercados en línea y se envían directamente a los consumidores de la UE desde terceros países no cumplen las normas ni la legislación exigidas². Los mercados en línea, que están sujetos a escasas obligaciones para garantizar el cumplimiento, constituyen la vía de entrada que utilizan los vendedores de terceros países para comercializar sus productos en el mercado único a distancia, sin recurrir a un importador tradicional obligado a garantizar el cumplimiento.

¹ Estrategia para el Mercado Único: Según los datos de vigilancia de la UE, en 2024 se importaron en la UE 4 600 millones de envíos de escaso valor (hasta 150 EUR). Esta cifra casi duplica la registrada en 2023 (2 400 millones) y triplica con creces el volumen de 2022 (1 400 millones).

² Estrategia para el Mercado Único: Entre los productos que constaban en una conocida gran plataforma de comercio electrónico durante un control realizado por una organización de consumidores, casi todos los productos objeto de ensayo pertenecientes a categorías tales como cascos, cosméticos, juguetes y pequeños dispositivos, velas, esponjas y productos eléctricos y conectados eran peligrosos, no proporcionaban la información requerida, como instrucciones de seguridad o listas de ingredientes, o contenían alegaciones incorrectas.

El sistema actual de garantía del cumplimiento no puede gestionar de manera suficiente el ingente volumen de productos que entran desde terceros países³. Las importaciones del comercio electrónico están sobrecargando los recursos ya limitados de las dos líneas de defensa de la UE: las autoridades aduaneras y las autoridades de vigilancia del mercado. Las empresas europeas que cumplen la normativa se encuentran en una situación de desventaja competitiva, ya que gastan cada vez más recursos en garantizar el cumplimiento de la legislación pertinente de la Unión. Además, el volumen desmesurado de productos inseguros o no conformes puede dar lugar a graves riesgos para la salud y la seguridad de los consumidores y tiene efectos negativos en el medio ambiente y en la competitividad de la UE.

Durante la última década, se han adoptado gradualmente medidas para hacer frente a los retos del comercio electrónico en varios actos legislativos conexos, en particular el Reglamento de Servicios Digitales, el Reglamento sobre Vigilancia del Mercado y el Reglamento sobre la Seguridad General de los Productos. Sin embargo, los problemas del comercio electrónico persisten y los retos aumentan continuamente debido al incremento constante del número de productos que entran en la Unión procedentes de terceros países.

A lo largo de este año, la Comisión ha abordado en repetidas ocasiones los crecientes retos del comercio electrónico. En febrero se presentó la Comunicación sobre el comercio electrónico, que constituye un conjunto integral de instrumentos de la UE para un comercio electrónico seguro y sostenible. La Comunicación esboza el enfoque de la Comisión para abordar los retos que plantea el comercio electrónico, centrándose en la necesidad de un enfoque holístico y bien coordinado por parte de las autoridades encargadas de garantizar el cumplimiento, una serie de cambios estructurales en la legislación vigente, así como el cumplimiento riguroso de la legislación pertinente de la UE que protege a los consumidores en línea, incluida la garantía del cumplimiento del Reglamento de Servicios Digitales.

³ Estrategia para el Mercado Único: El ingente volumen de productos que entran en el mercado europeo desde el exterior hace imposible garantizar el pleno cumplimiento mediante los controles aduaneros y de vigilancia del mercado. Según el último informe de la Dirección General de Fiscalidad y Unión Aduanera (DG TAXUD) sobre la conformidad de los productos, entre un millón de productos solo se inspeccionaron 82, las autoridades aduaneras bloquearon 51 productos por motivos de conformidad o seguridad, y se denegó la entrada en la UE a tan solo 13 productos (<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/ea5db20e-840f-11f0-9af8-01aa75ed71a1/language-en>).

Posteriormente, se presentó la Estrategia para el Mercado Único, en la que se destacan los problemas del comercio electrónico, las normas obsoletas sobre productos y la falta de conformidad de los productos como algunos de los obstáculos más perjudiciales y persistentes para las empresas de la UE. La Comisión señaló como posible solución a estos problemas la creación de una nueva autoridad de vigilancia del mercado de la UE, así como la modernización y digitalización del marco legislativo sobre productos. Además, en relación con la propuesta de reforma aduanera de la UE sobre la que se alcanzó un acuerdo provisional en el Consejo, que actualmente está en fase de negociación con el Parlamento Europeo, es posible que se logre un acuerdo político en particular acerca de la supresión del umbral de exención de derechos de aduana de 150 EUR, con la intención de solucionar una serie de problemas relacionados con los productos ilegales procedentes de terceros países. Asimismo, la Comisión ha presentado recientemente la idea de un acto legislativo europeo sobre productos, que se espera que incluya propuestas para revisar el Reglamento sobre Vigilancia del Mercado, el nuevo marco legislativo y el Reglamento sobre Normalización. A través de esta iniciativa, la Comisión pretende abordar los problemas del comercio electrónico y la falta de conformidad de los productos.

Teniendo esto en cuenta, rogamos a las delegaciones que consideren las siguientes preguntas para el debate en el Consejo de Competitividad:

1. ¿Qué medidas adicionales deberían adoptarse en el ámbito del comercio electrónico a escala nacional o de la UE para proteger a los consumidores, garantizar unas condiciones de competencia equitativas y reforzar la competitividad de las empresas europeas?
2. ¿Qué podemos hacer para mejorar la coordinación y reforzar la garantía del cumplimiento en el marco regulador vigente a fin de abordar mejor los retos que plantea la expansión del comercio electrónico? ¿En qué medida son necesarias nuevas medidas legislativas para solucionar los crecientes problemas del comercio electrónico, por ejemplo, hacer que recaiga en los mercados en línea una mayor responsabilidad por lo que respecta a los productos vendidos en sus plataformas?