



Bruselas, 4 de febrero de 2026
(OR. en)

5251/2/26
REV 2

LIMITE

CONSOM 4	CLIMA 14
COMPET 30	ENV 25
MI 19	DIGIT 9
IND 14	TELECOM 5
ENT 4	SAN 21
JUSTCIV 7	AUDIO 2
EF 10	CYBER 12
ECOFIN 27	CHIMIE 2
TRANS 5	RC 1
ENER 8	

NOTA

De: Secretaría General del Consejo

A: Delegaciones

Asunto: Proyecto de Conclusiones del Consejo sobre la Agenda del Consumidor 2030 y el Plan de Acción para los Consumidores en el Mercado Único - segunda propuesta transaccional

Tras los debates en la reunión del Grupo «Protección e Información de los Consumidores» del día 23 de enero de 2026, adjunto se remite a las delegaciones la segunda propuesta transaccional de la Presidencia.

PROYECTO DE**Conclusiones del Consejo sobre la Agenda del Consumidor 2030 y el Plan de Acción para los Consumidores en el Mercado Único**

RECORDANDO

- las Conclusiones del Consejo, adoptadas el 22 de febrero de 2021,¹ sobre la Nueva Agenda del Consumidor², y
- las Conclusiones del Consejo Europeo tras su reunión del 23 de octubre de 2025³, en las que se destacó, entre otras cosas, la importancia de proteger a los menores.

TOMANDO NOTA del informe sobre el futuro del mercado único presentado por Enrico Letta⁴, que pone de relieve la necesidad de reforzar el mercado único para apoyar la competitividad y la resiliencia, reconociendo que la protección de los consumidores y la competitividad se refuerzan mutuamente y que la confianza de los consumidores sustenta el correcto funcionamiento del mercado único, y destacando además que es necesaria una simplificación y que el refuerzo de la normativa sobre protección de los consumidores es esencial para construir un mercado único que funcione para todos.

RECORDANDO las Comunicaciones de la Comisión tituladas:

«Una Brújula para la Competitividad de la UE»⁵,

«Conjunto integral de instrumentos de la UE para un comercio electrónico seguro y sostenible»⁶,

«El mercado único: nuestro mercado interno europeo en un mundo incierto»⁷.

1 DO 2021/C 154/05.

2 COM(2020) 696 final.

3 EUCO 18/25.

4 Enrico Letta: [Much more than a market](#) [«Mucho más que un mercado»].

5 COM(2025) 30 final.

6 COM(2025) 37 final.

7 COM(2025) 500 final.

RECORDANDO la Declaración de Jutlandia sobre la creación de un mundo seguro en línea para los menores.

DESTACANDO los recientes acontecimientos geopolíticos, especialmente las dificultades en materia de cooperación internacional en relación con los operadores de terceros países y las cadenas de suministro mundiales, así como sus enormes repercusiones para los consumidores.

RECORDANDO los beneficios que la economía digital ha brindado a los consumidores, y el creciente carácter multicanal de las relaciones entre las empresas y los consumidores, la rápida evolución y la utilización cada vez más generalizada de nuevas tecnologías y herramientas digitales, como la inteligencia artificial (IA), en todos los sectores.

DESTACANDO la necesidad de asegurar que la legislación de la UE en materia de protección de los consumidores siga proporcionando un alto nivel de protección y empoderamiento a los consumidores en el ámbito digital habida cuenta de los avances tecnológicos y del rápido desarrollo de los modelos de negocio y de los patrones de consumo.

RECONOCIENDO la necesidad de garantizar la protección eficaz de los consumidores, que se ven expuestos a prácticas nocivas y a graves riesgos, especialmente en el mundo virtual, y HACIENDO HINCAPIÉ en que se debe prestar especial atención a la protección de los consumidores vulnerables, en especial de los menores.

RECONOCIENDO que, si bien se considera vulnerables a determinados tipos de consumidores, como los menores, las personas con discapacidad y las personas de edad avanzada, la vulnerabilidad de los consumidores también es cambiante y depende del contexto.

RECORDANDO el crecimiento exponencial del comercio electrónico, que transforma profundamente la manera en que interactúan los consumidores y las empresas.

DESTACANDO el auge, dentro del mercado único, de productos de consumo que son inseguros o no conformes de algún modo —procedentes en su mayoría de fuera de la UE y a menudo comercializados con técnicas engañosas y agresivas—, especialmente a través de plataformas en línea. RECONOCIENDO que esto pone en peligro a los consumidores y al medio ambiente, aumenta el consumo de recursos y expone a la competencia desleal a empresas europeas que cumplen la normativa.

HACIENDO HINCAPIÉ en la importancia de aprovechar todo el potencial de las herramientas digitales, como el pasaporte digital de productos y la IA, para hacer cumplir las normas de seguridad de los productos y de protección de los consumidores, para racionalizar los procedimientos y para reducir las cargas para las empresas y las autoridades, además de para abordar las disparidades en lo que se refiere a las capacidades para garantizar el cumplimiento, teniendo en cuenta la neutralidad tecnológica.

DESTACANDO que el refuerzo de la protección de los consumidores y la educación para el consumo, así como el fomento de unas condiciones de competencia equitativas para las empresas, debe servir para alcanzar objetivos clave de la UE: una mayor integración del mercado único, la promoción de una transición justa hacia una economía verde y digital y el impulso de la competitividad y el crecimiento económico a través de la cohesión social.

DESTACANDO que el consumo privado representa más de la mitad del PIB de la UE, lo que convierte al gasto de los consumidores es su principal componente. SUBRAYANDO que las decisiones de compra de los consumidores tienen una enorme repercusión sobre la economía y el empleo.

DESTACANDO que la disponibilidad y la 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 de la Unión a largo plazo, su autonomía estratégica y el refuerzo de su resiliencia, y por lo tanto deben estimularse para ayudar a crear cadenas de valor resilientes y sostenibles.

REITERANDO la necesidad de un enfoque horizontal de la política de protección de los consumidores, que se integre y se tenga en cuenta al definir y poner en práctica otras políticas de la UE, a la luz de las disposiciones de los Tratados relativas a la protección de los consumidores.

EL CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA,

1. ACOGE CON SATISFACCIÓN la adopción, el 19 de noviembre de 2025, de la Comunicación de la Comisión sobre la Agenda del Consumidor 2030 y el 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»⁸, que presenta una perspectiva para la política de protección de los consumidores de la UE entre 2025 y 2030.
2. SUBRAYA la importancia de los consumidores como agentes económicos que impulsan la competencia, la innovación y el progreso sostenible mediante sus decisiones de consumo; SUBRAYA la importancia de un marco sólido y justo para la protección de los consumidores, que incluya educación para el consumo, para así mantener y mejorar la confianza de los consumidores y promover que estos tomen decisiones de consumo con conocimiento de causa, algo que resulta indispensable para una economía pujante. RECONOCE además la intrínseca dimensión social, protectora y estabilizadora de la política de consumidores.
3. APOYA los cuatro ámbitos prioritarios clave de la Agenda del Consumidor 2030, a saber, completar el mercado único mediante un plan de acción para los consumidores, la equidad digital y la protección de los consumidores en línea; el consumo sostenible y una aplicación y tutela más eficaces de la normativa en materia de seguridad de los consumidores y de los productos. APOYA las dos prioridades generales de la Agenda del Consumidor 2030, a saber, la protección de los consumidores en situaciones vulnerables y la simplificación y la reducción de la carga administrativa, así como las iniciativas complementarias que tienen por objeto asegurar y reforzar el alto nivel de protección de los consumidores en la UE y fomentar la competitividad, la equidad social y el crecimiento sostenible.

⁸ COM(2025) 848 final.

4. RECONOCE que existen obstáculos injustificados en el mercado único, como dificultades a la hora de adquirir servicios de movilidad transfronteriza, restricciones territoriales de suministro y obstáculos para acceder a servicios financieros en otros Estados miembros, que impiden a los consumidores hacer pleno uso de los beneficios que ofrece el mercado único, y ACOGE CON SATISFACCIÓN la intención de la Comisión de abordar dichos obstáculos. INSTA A la Comisión a que, en su evaluación del Reglamento relativo al Bloqueo Geográfico, tenga en cuenta que los consumidores que viven en las regiones ultraperiféricas de la Unión siguen enfrentándose a obstáculos concretos a la hora de adquirir bienes.
5. RECUERDA que a la hora de definir y poner en práctica otras políticas y acciones de la Unión se tendrán en cuenta los requisitos de protección de los consumidores. RECALCA la necesidad de garantizar la coherencia, la sinergia y la complementariedad entre los actos legislativos de la UE en materia de protección de los consumidores, especialmente la Directiva sobre Prácticas Comerciales Desleales⁹ y el código normativo digital de la UE, que engloba, entre otros, el Reglamento de Servicios Digitales¹⁰, el Reglamento de Inteligencia Artificial¹¹, la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual¹² y el Reglamento de Mercados Digitales¹³, con el fin de salvaguardar un alto nivel de protección de los consumidores y unas condiciones de competencia equitativas en todos los aspectos en el ámbito digital.

⁹ Directiva 2005/29/CE.

¹⁰ Reglamento (UE) 2022/2065.

¹¹ Reglamento (UE) 2024/1689.

¹² Directiva 2010/13/UE.

¹³ Reglamento (UE) 2022/1925.

6. RECONOCE la necesidad de colmar posibles lagunas reglamentarias, en particular en lo que respecta a la aplicación de la legislación y a una posible inseguridad jurídica, a partir de las conclusiones de la iniciativa Equidad digital: control de adecuación de la legislación de la UE en materia de protección de los consumidores¹⁴, para así seguir reforzando la protección de los consumidores en el ámbito digital frente a prácticas como las interfaces engañosas o manipuladoras, las características de diseño adictivo, las prácticas problemáticas por parte de influencers, las prácticas de personalización desleales que aprovechan las vulnerabilidades de los consumidores, las prácticas de tarificación dinámica no transparentes y otras características problemáticas de los productos digitales. ACOGE CON SATISFACCIÓN la intención de la Comisión de proponer un Reglamento de equidad digital para lograr estos objetivos en sinergia con el marco jurídico de la UE existente.
7. RECONOCE que, si bien características como la edad o la discapacidad generan vulnerabilidad en algunos consumidores, esta vulnerabilidad es un concepto cambiante, que también puede deberse a circunstancias personales que, cuando se ven expuestas a una explotación comercial desleal, exacerbando las asimetrías de información y los desequilibrios estructurales en las relaciones entre las empresas y los consumidores, y que pueden afectar materialmente al comportamiento de los consumidores. SUBRAYA que el alto costo de la vida —que es motivo de preocupación para muchos consumidores— junto con la falta de competencias digitales o una alfabetización digital limitada también pueden propiciar la vulnerabilidad de los consumidores. RECALCA la necesidad de evitar y hacer frente a las prácticas tarifarias que no transparentes que afecten a los bienes y servicios esenciales.

¹⁴ SWD(2024) 230 final.

8. HACE HINCAPIÉ en la necesidad de garantizar un alto nivel de protección para todos los consumidores, con especial énfasis en los más vulnerables, sobre todo los menores, que necesitan salvaguardias más sólidas en el ámbito digital. INSTA a la Comisión a conceder una atención especial a la protección de los menores en línea en la preparación del Reglamento de equidad digital.
9. ANIMA a la Comisión a proseguir la labor para permitir a los consumidores desempeñar un papel más activo en la transición hacia una economía circular mediante el fomento de ofertas circulares seguras, sostenibles, asequibles y de confianza (en particular modelos de mercancías de segunda mano, reparadas, reacondionadas y remanufacturadas y de productos como servicios), mediante la intervención sobre los obstáculos sociales y de comportamiento a su asimilación y sobre los modelos de negocio que fomentan el consumo excesivo y generan inquietud en lo que se refiere a sostenibilidad, mediante el fomento de soluciones ecológicas desde el diseño en el comercio electrónico y mediante un acceso más sencillo a información pertinente sobre los productos a través del pasaporte digital de productos y otros soportes duraderos. RECUERDA que las afirmaciones medioambientales engañosas se consideran prácticas comerciales desleales y ya están prohibidas por la Directiva sobre las Prácticas Comerciales Desleales. RECALCA la importancia de la aplicación de la Directiva sobre el empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica¹⁵, que introduce normas específicas para garantizar que las afirmaciones medioambientales y los distintivos de sostenibilidad sean claros, veraces, comprensibles y fiables, y por consiguiente permitir a los comerciantes operar en igualdad de condiciones y tomar decisiones informadas y contribuir a la transición ecológica de la UE hacia una economía circular y limpia.

¹⁵ Directiva (UE) 2024/825.

10. CONCUERDA con el objetivo y HACE HINCAPIÉ en la importancia de reforzar la ejecución, la aplicación y el cumplimiento coherentes y eficaces de las normas de la UE en materia de seguridad de los consumidores y de los productos, HACE UN LLAMAMIENTO a que las instituciones de la UE y las autoridades administrativas y judiciales de los Estados miembros colaboren estrechamente, en particular mediante el refuerzo de las sinergias entre herramientas de vigilancia del mercado y mediante el fomento de la implicación activa de las organizaciones de consumidores y todos los agentes de mercado pertinentes en la cadena de valor, cuando proceda, y ANIMA a los Estados miembros a emplear activamente el Sistema de Alerta Rápida «Safety Gate», creado por el Reglamento relativo a la Seguridad General de los Productos¹⁶ para denunciar productos inseguros.
11. SUBRAYA el potencial de la IA en la garantía del cumplimiento de la legislación en materia de protección de los consumidores y de seguridad de los productos, en particular de las actividades de vigilancia del mercado, y la necesidad de que las autoridades puedan desplegar el pleno potencial de la IA y desarrollar capacidades más sólidas para garantizar el cumplimiento de la legislación. ANIMA a la Comisión a reforzar las capacidades digitales con vistas al desarrollo y a la utilización de herramientas modernas de investigación para las autoridades de ejecución y de vigilancia del mercado, así como herramientas destinadas a proteger a los menores en el ámbito digital.

¹⁶ Reglamento (UE) 2023/988.

12. RECONOCE la necesidad de reforzar el cumplimiento de la legislación en materia de protección de los consumidores y garantizar unas condiciones equitativas para las empresas, también mediante una mejor coordinación entre las autoridades nacionales así como entre las autoridades nacionales y la Comisión, al tiempo que TOMA CONSTANCIA DE los distintos sistemas de ejecución en los Estados miembros. RECALCA la necesidad de adoptar medidas para reforzar el cumplimiento de la legislación en materia de protección de los consumidores, especialmente en lo que respecta a infracciones generalizadas, y ACOGE CON SATISFACCIÓN la intención de la Comisión de proponer una revisión del Reglamento sobre la cooperación en materia de protección de los consumidores¹⁷ y de evaluar distintas opciones para mejorar la eficacia de la aplicación de la legislación, también mediante la posibilidad de otorgar competencias centralizadas de investigación y aplicación a escala de la UE en determinados casos.
13. INSTA a la Comisión a ampliar la cooperación con terceros países mediante contactos bilaterales o multilaterales, intensificando la labor conjunta en un amplio abanico de cuestiones relacionadas con la protección de los consumidores — como, por ejemplo, procurar que solamente se comercialicen en el mercado único productos seguros y que los consumidores tengan acceso a productos seguros vendidos en línea y fuera de internet—, con especial hincapié en el creciente volumen de envíos de escaso valor procedentes de terceros países y vendidos en línea, lo que plantea dificultades concretas para la vigilancia del mercado, los controles aduaneros y unas condiciones de competencia leal.

¹⁷ Reglamento (UE) 2017/2394.

14. INSTA a la Comisión a velar por que, al preparar nuevas iniciativas, se mantenga el carácter horizontal de la legislación en materia de protección de los consumidores, se asegure la coherencia y la complementariedad con los actos legislativos ya existentes mediante la evitación de solapamientos, se evalúe con cuidado la necesidad de propuestas legislativas y se sustenten las propuestas con evaluaciones de impacto adecuadas de conformidad con los principios de mejora de la legislación, en particular la evaluación de su aplicabilidad.
15. INSTA a la Comisión a velar por que las nuevas iniciativas estén en consonancia con el objetivo general de la Unión de simplificación y no den lugar a una carga administrativa innecesaria (especialmente para las pymes), al tiempo que se mantiene un alto nivel de protección de los consumidores y se garantiza que las soluciones digitales diseñadas para lograr este fin no provoquen la exclusión de consumidores y que sigan existiendo alternativas no digitales adecuadas, cuando sean necesarias.
16. SUBRAYA la importancia de que los consumidores tengan un acceso fácil, asequible y eficaz a vías de recursos en caso de litigios mediante un mecanismo modernizado de resolución extrajudicial de litigios para consumidores que también sea apto para los mercados digitales, tal como se contempla en la Directiva sobre resolución alternativa de litigios¹⁸ y mediante mecanismos para acciones colectivas de recurso, tal como se contempla en la Directiva sobre acciones de representación¹⁹.

¹⁸ Directiva (UE) 2025/2647.

¹⁹ Directiva (UE) 2020/1828.

17. SUBRAYA el papel activo de las organizaciones de consumidores y de la Red de Centros Europeos del Consumidor como importantes agentes para la garantía del cumplimiento, en su caso, y la sensibilización, para la defensa de los intereses de los consumidores y para la información, la educación y el apoyo a los consumidores. DESTACA la importancia de la educación para el consumo —en particular en lo que respecta a la alfabetización financiera y a la sensibilización en lo que respecta a las opciones de compra— como herramienta indispensable para empoderar a los consumidores, mejorar la inclusión y la resiliencia y para promover la toma de decisiones con conocimiento de causa, especialmente en los mercados digital y financiero. ACOGE CON SATISFACCIÓN la intención de la Comisión de prestar un mayor apoyo al movimiento de los consumidores como parte integrante de las sociedades democráticas, y RECALCA la importancia de una implicación adecuada de la sociedad civil y de las entidades independientes en la defensa de los intereses de los consumidores.
18. RESPALDA el enfoque intersectorial y holístico empleado en la Agenda del Consumidor de 2030, que reviste especial importancia para reforzar el mercado único y para hacer frente a los desafíos en materia de comercio electrónico, y SUBRAYA la importancia de tener en cuenta los intereses y el empoderamiento de los consumidores en la elaboración de todas las políticas pertinentes.

19. ACOGE CON SATISFACCIÓN la intención de la Comisión de asegurar un marco de gobernanza activa para la aplicación de la Agenda del Consumidor de 2030, mediante la cooperación con los Estados miembros, la sociedad civil y todas las demás partes interesadas. HACE HINCAPIÉ en la utilidad de dicho marco de gobernanza para adaptarse y dar respuesta con prontitud a cuestiones emergentes.
20. TOMA CONSTANCIA de la importancia de contar con unas políticas nacionales exhaustivas en materia de protección de los consumidores que estén en consonancia con las prioridades de la Agenda del Consumidor 2030 y apoyen su aplicación, en el marco de un enfoque común y reforzado de protección de los consumidores en toda la Unión, para además evitar la fragmentación normativa. RECALCA que el correcto funcionamiento del mercado único depende cada vez más de la convergencia de las prácticas en materia de garantía del cumplimiento, el intercambio de herramientas, datos y conocimientos especializados y la capacidad colectiva de hacer frente a desafíos transfronterizos y sistémicos. INVITA a la Comisión a asumir un papel proactivo al apoyar este enfoque, mediante el impulso de una cooperación estructurada y a largo plazo, el fomento de la puesta en común de capacidades y recursos y la garantía de que se otorga una prioridad adecuada a la protección de los consumidores en toda la Unión, al tiempo que se respetan las competencias nacionales.
-