

Sostenibilidad

Documento de información general

ÍNDICE

Introducción al documento de información general	4
1. La sostenibilidad.....	5
2. Hogar sostenible	12
3. Finanzas sostenibles.....	21
4. Movilidad sostenible.....	28
5. Alimentación sostenible.....	33
6. Sostenibilidad de los productos: Enfoque de la UE para hacer productos con menos recursos..	40
6.1. Ecodiseño y etiquetado.....	42
6.2. Ecoetiquetas.....	46
6.3. Obsolescencia prematura	49
7. Cumplimiento normativo - sostenibilidad de productos	54
7.1. Reclamos sostenibles engañosos y cumplimiento.....	54
7.2. Derechos del consumidor y productos más duraderos	56
7.3. Nuevo reglamento de vigilancia del mercado	60



Este material ha sido elaborado para el proyecto Consumer PRO, una iniciativa de la Comisión Europea en el marco del Programa Europeo del Consumidor. El apoyo de la Comisión Europea no constituye un respaldo del contenido que refleja únicamente las opiniones de los autores. La Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí contenida.



Introducción al documento de información general



Querido lector,

Este documento de información general sobre sostenibilidad forma parte de los recursos de formación desarrollados para **Consumer Pro**, una iniciativa de la UE que tiene como objetivo hacer que las organizaciones de consumidores y otros organismos de consumo estén mejor preparados para proteger a los consumidores.

El objetivo de este documento es ofrecerle información útil y relevante sobre sostenibilidad. Cubre las áreas clave en las que los consumidores y las políticas de consumo pueden tener mayor impacto: **Hogar sostenible, Finanzas sostenibles, Movilidad sostenible, Alimentación sostenible, Sostenibilidad de los Productos y Cumplimiento normativo.**

Cada uno de los temas se aborda a través de:

- Por qué importa a los consumidores.
- Cuál es la agenda política de la UE
- Cuál es la agenda política española
- Cuál es el rol de las organizaciones de consumidores y otros actores que trabajan en educación y protección del consumidor.
- Ejemplos prácticos de herramientas, campañas y comunicaciones.

Sobre Consumer PRO

Consumer PRO es una iniciativa de la Comisión Europea bajo el Programa Europeo de Consumo implementada por BEUC –The European Consumer Organisation. Su objetivo es desarrollar la capacidad de las organizaciones de consumidores europeas en la UE, Islandia y Noruega en sectores clave a través de educación no reglada. Para más información, por favor contacte con nosotros en info@consumer-pro.eu

1. LA SOSTENIBILIDAD

Por qué es importante para los consumidores

Existe una preocupación creciente en la población de toda Europa sobre que es necesaria más acción climática. Una encuesta¹ del Barómetro europeo de marzo 2020 sobre las actitudes de los europeos hacia el cambio climático muestra que:

- **El 94% de los ciudadanos de todos los Estados miembros de la UE dicen que la protección del medioambiente es importante para ellos.**
- **El 91% de los ciudadanos afirma que el cambio climático es un problema grave en la UE.**
- **Según el 83%, la legislación europea es necesaria para proteger el medio ambiente.**

El Consumer Condition Scoreboard de 2019 indica que más de la mitad de los consumidores de la UE (56,8%) afirman que al menos algunas de sus decisiones de compra están influenciadas por aspectos ambientales, un porcentaje que sube al 59.3% en los países del Sur de Europa².

Esto coincide con la percepción de muchas de las organizaciones de consumidores miembros de BEUC³ que notan un creciente interés de la ciudadanía en temas relacionados con la sostenibilidad. Como consecuencia, los profesionales de los consumidores reciben cada vez más preguntas y están más interesadas en poder brindarles consejos y herramientas útiles, como valoraciones medioambientales de productos y Apps.

Por esta razón hemos desarrollado el módulo de capacitación Consumer PRO sobre sostenibilidad: para ayudarles a apoyar y educar a los consumidores y para defender sus intereses en el área de la sostenibilidad.

La agenda política de la UE

La importancia de las cuestiones medioambientales y el cambio climático para los ciudadanos europeos se ven reflejadas en la agenda política de la UE. Debido a la presión pública, la UE se ha fijado el objetivo de ser una **economía de cero emisiones netas de carbono para 2050** y aumentar su objetivo de reducción de emisiones del 40% actual para 2030, al 50 o incluso 55% para 2030.

Para poner en marcha los cambios estructurales necesarios, la Comisión Europea anunció en su 'Pacto Verde Europeo' (diciembre de 2019) medidas para hacer que sean más sostenibles los sistemas alimentarios, mejorar la eficiencia energética del transporte y la vivienda, aumentar las energías renovables del suministro energético europeo y fabricar productos que duren más y sean más reparables y reciclables. **El Pacto Verde Europeo es una guía política**

¹<https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/survey/getSurveydetail/instruments/special/surveyky/2257>

² https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/consumer-conditions-scoreboard-2019-factsheet_en.pdf

³ <https://www.beuc.eu/>

integral para, al menos, los próximos cinco años. El resto de las políticas de la UE como la política industrial, de investigación, de movilidad, de alimentación, de finanzas, de energía, etc. deben ser coherentes con sus objetivos. Sin embargo, para tener éxito, será necesario realizar cambios sistémicos profundos en la forma en que vivimos, producimos, consumimos, nos calentamos y nos movemos. También es necesario que los responsables de la formulación de políticas no se centren solo en el "cambio climático", sino que se aseguren de abordar desafíos sociales y ambientales más amplios, como los productos químicos, la biodiversidad, el uso de la tierra y la producción de alimentos.

Para asegurar que se logren las visiones y los objetivos descritos en el nuevo Pacto Verde Europeo, el movimiento de consumidores desempeña un papel vital junto con otros grupos de la sociedad civil para hacer que la UE y los Estados miembros rindan cuentas, así como para actuar de acuerdo con los compromisos de París⁴.

Agenda política nacional

En España, el Ministerio para la Transición ecológica y el reto demográfico (MITECO) presentó su **Plan Nacional Integrado de Energía y Clima (PNIEC)**⁵ para el periodo 2021-2030. El plan persigue una reducción de un 23% de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) respecto a 1990. Este objetivo de reducción implica eliminar una de cada tres toneladas de gases de efecto invernadero que se emiten actualmente.

En 2018, el Consejo de Ministros aprobó el **Plan de acción para la implementación de la Agenda 2030**⁶, un documento que marca la hoja de ruta para la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas, aprobados de forma unánime por todos sus países miembros en 2015, estableciendo 17 Objetivos de Desarrollo sostenible (ODS), 169 metas y 232 indicadores.

⁴ El 12 de diciembre de 2015, la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático alcanzó un acuerdo histórico para combatir el cambio climático y acelerar e intensificar las acciones e inversiones necesarias para un futuro sostenible con bajas emisiones de carbono. El objetivo central del Acuerdo de París es fortalecer la respuesta global a la amenaza del cambio climático manteniendo el aumento de la temperatura media mundial muy por debajo de 2 °C con respecto a los niveles preindustriales, y proseguir los esfuerzos para limitar ese aumento de la temperatura a 1,5 °C con respecto a los niveles preindustriales. <https://unfccc.int/process-and-meetings/the-paris-agreement/what-is-the-paris-agreement>.

⁵ <https://www.miteco.gob.es/es/prensa/pniec.aspx>

⁶ <http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Publicaciones/Documents/PLAN%20DE%20ACCION%20PARA%20LA%20IMPLEMENTACION%20DE%20LA%20AGENDA%202030.pdf>



A nivel municipal, la **Agenda 21 Local** ha ayudado a articular de manera participativa las estrategias medioambientales de los ayuntamientos desde mediados de los años 90, pero ahora esta agenda se empieza a ver complementada y revisada por los ODS de la Agenda 2030, abanderando temas clave como el cambio climático, erradicación de la pobreza, paz, prosperidad y alianzas.

Desde la esfera privada, la **sociedad española** también está participando en la transformación sostenible. La preocupación medioambiental ha despegado con fuerza debido a los problemas medioambientales cada vez más visibles como el cambio climático o la contaminación de plásticos en nuestros océanos, teniendo un pico con la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático “**COP 25**”⁷ en Madrid en diciembre de 2019. En España, un estudio de OCU⁸ de 2019 desveló que el 73% de los consumidores ya estaban tomando decisiones de consumo por motivos éticos y ecológicos. Y con la COVID-19 la preocupación por la pobreza, la injusticia social y la subsistencia de las pequeñas empresas se ha intensificado. El gran reto es traducir los valores de los ciudadanos en cambios en sus comportamientos.

También es importante destacar el auge de la **economía colaborativa entre particulares** en los últimos diez años y la proliferación de iniciativas para el intercambio de ropa, libros, tiempo y compra venta de segunda mano. Los “**repair cafés**”, centros de reparadores, están empezando a implantarse tímidamente en España para la reparación de productos de todo tipo, desde bicicletas a cafeteras, a menudo de la mano de municipios y organizaciones de reparadores de la economía social y solidaria.

⁷ <https://unfccc.int/es/cop25>

⁸ <https://www.ocu.org/consumo-familia/consumo-colaborativo/informe/otro-consumo-futuro-mejor>

Participación de las organizaciones de consumidores

Históricamente, las organizaciones de consumidores han participado de manera secundaria en el desarrollo de las políticas medioambientales y casi siempre centradas en aspectos de **información al consumidor**, como la Ecolabel y el etiquetado energético o de automóviles, las políticas de diseño de productos o la protección de los derechos del consumidor.

Sin embargo, en los últimos años el movimiento de consumidores se ha vuelto más receptivo a la necesidad de proteger el planeta y existe una creciente comprensión de que los intereses de las generaciones futuras deben tenerse en cuenta.

La mayor concienciación ciudadana, así como de los responsables políticos sobre la emergencia climática, destaca la necesidad de colaboración entre los defensores de los consumidores y los responsables políticos. Es clave que los ciudadanos estén realmente comprometidos con la implementación de políticas para que tengan éxito. Ya sea en la forma en que comemos, nos movemos, viajamos, vivimos en nuestros hogares o usamos productos y servicios, se necesita una masa crítica de cambios en las **actitudes y comportamientos** de los consumidores. Es fundamental que las políticas que se implementen en los meses y años venideros les pongan en el centro de todos los puntos de acción relevantes.



Los europeos tienen un gran poder de compra y para el planeta es relevante si optan por productos y servicios sostenibles o insostenibles. La mayoría de las decisiones de compra se toman antes de ir a las tiendas y, por lo tanto, el desafío es llegar a los consumidores de antemano. Las organizaciones de consumidores juegan un papel importante en este proceso y actúan como intermediarios fiables, informando a millones de personas todos los días a través de revistas, información telefónica, artículos web y videos. Sin embargo, también es necesario que estén disponibles productos y servicios más sostenibles sobre los que puedan asesorar a la ciudadanía.

En los próximos años, el papel de los profesionales de los consumidores será necesario para, por ejemplo:

- Brindar asesoramiento independiente sobre productos y servicios sostenible.
- Verificar el impacto ambiental, económico y social de productos y servicios.
- Organizar compras colectivas para bajar los precios de productos sostenibles como, por ejemplo, paneles solares⁹.
- Involucrar a los consumidores en debates para la transición ecológica a través de iniciativas como la gestión de comunidades web en las que puedan compartir experiencias en temas como energías renovables¹⁰, organización de festivales en los que informar a las personas sobre cómo podemos vivir en el futuro¹¹, o acciones

⁹ Ver capítulo 3 sobre Vivienda

¹⁰ <https://www.ocu.org/comunidad/energias-renovables>

¹¹ <https://www.altroconsumo.it/festival-2019#>

reivindicativas como la recopilación de imágenes de envases innecesarios y su envío a empresas y responsables políticos¹².

- Trabajar junto a los trabajadores sociales para ayudar a quienes tienen problemas para pagar sus facturas de energía y proporcionar educación sobre el uso eficiente de la energía en sus hogares.
- Colaborar con escuelas y formación de profesores en consumo sostenible¹³.
- Organizar talleres educativos para explicar a las personas cómo utilizar nuevos productos y servicios, por ejemplo, vehículos eléctricos¹⁴.
- Llevar a cabo investigaciones sobre las necesidades y preferencias en temas de sostenibilidad, como por ejemplo el deseo de los consumidores de tener productos más duraderos y reparables^{15, 16}.
- Desarrollar programas de capacitación con el objetivo de fortalecer a los actores en contacto con los consumidores, para que estén mejor preparados para protegerles, también en temas de sostenibilidad.
- Desarrollar Apps para ayudar a evitar productos químicos nocivos en los productos y elegir alimentos más saludables¹⁷.
- Promover ecoetiquetas creíbles y fiables como la Ecoalabel de la UE, o el sello Fairtrade de comercio justo.

¹² <https://es-es.facebook.com/desnudalafruta/>

¹³ Proyecto MundoOn de Portugal para educar a profesores: <https://decojovem.pt/iniciativa/mundon/>

¹⁴ Workshop 2019 sobre asesoramiento ciudadano del vehículo eléctrico
<https://www.youtube.com/watch?v=i3KkP0Aohl8&feature=youtu.be>

¹⁵ Ver Capítulo 7.3 sobre el proyecto PROMPT.

¹⁶ La organización alemana Verbraucherzentrale Bundesverband desveló en una [encuesta de opinión](#) que el **89% pensaba** que la UE debería obligar a los productores de electrodomésticos a hacer sus modelos más reparables.

¹⁷ [QuelCosmetic](#) es la app de la organización francesa “Qué choisir” para ayudar a los consumidores a elegir cosméticos que no contengan ciertos químicos peligrosos y [OCU Market](#) es una App con información nutricional de los alimentos.

Sostenibilidad tras el COVID-19

En el momento de redactar este informe, se desconocen los impactos a corto, medio y largo plazo de la pandemia de COVID-19, pero lo que está claro es que la crisis afectará drásticamente a nuestra vida y a nuestra cohesión social.

Además de abordar la respuesta sanitaria inmediata, los responsables políticos están debatiendo medidas que pueden aliviar los impactos económicos y sociales negativos. Estas medidas no solo se refieren a ayudas de emergencia necesarias de manera urgente, sino también a decisiones sobre inversiones a más largo plazo para revitalizar la economía cuando termine la crisis sanitaria.



Las reformas del **Pacto Verde Europeo** deben seguir su curso, ya que el objetivo no puede ser simplemente volver a la "vieja normalidad" que ha impulsado la crisis climática. Todo el dinero público para rescatar a las empresas debe estar condicionado a realizar un cambio hacia una mayor sostenibilidad. Será primordial no repetir los errores del pasado; por ejemplo, la crisis financiera y económica de 2009, donde a pesar de que se percibió de manera generalizada que no podíamos salir de la crisis como entramos, en la práctica, pocas cosas cambiaron. Las organizaciones de consumidores están comprometidas en desempeñar un papel activo en el proceso de transición sostenible.

Si bien la Comisión Europea sigue asegurando a las organizaciones de la sociedad civil que seguirán por el buen camino con las reformas del Pacto Verde Europeo, la crisis del COVID-19 inevitablemente tendrá graves impactos y será decisiva para la cuestión de si podemos resolver la crisis climática a tiempo.

Existen riesgos y oportunidades desde la perspectiva del consumidor. Es importante reflexionar sobre el contexto nacional y tener en cuenta estos factores al formular estrategias de respuesta relevantes de consumo.

Entre los riesgos, vemos los siguientes:

- Se dispondrá de menos dinero público para inversiones en cambios estructurales. Esto puede, por ejemplo, afectar a los presupuestos que se gastan en investigación e innovación, proyectos piloto para nuevas infraestructuras (como estaciones de carga de vehículos eléctricos), edificios públicos ecológicos (por ejemplo, edificios de oficinas pasivos con conceptos innovadores de luz, ventilación, etc.), recogida de agua de lluvia, utilizando energías renovables, etc.
- Resistencia de los políticos nacionales hacia el Pacto Verde Europeo.
- Menos atención por parte de los ciudadanos porque están ocupados con otros problemas, lo que hace que la sensibilización sea un desafío.
- Menor capacidad económica de los consumidores para vivir de manera más sostenible en caso de que esto sea más costoso.

- Más posibilidades de que las empresas traicionen a sus clientes, pidiendo un precio más alto para los productos "sostenibles", incluso para aquellos que no cumplen sus promesas.

Entre las oportunidades, vemos los siguientes factores:

- Más conciencia entre la ciudadanía de que el cambio es necesario, posible y factible.
- Nuevas habilidades, conocimientos e intereses desarrollados durante el confinamiento, como cocinar y coser, apoyar a las pequeñas empresas locales o hacer videoconferencias en vez de viajes profesionales.
- Una valoración nueva y reforzada de un medio ambiente intacto, como menos ruido, aire limpio, pájaros cantando en las ciudades, etc.
- Nuevos hábitos de estilos de vida, como intercambiar ropa, juguetes y libros, usar productos por más tiempo y repararlos, cocinar más a menudo en casa en lugar de ir a un restaurante, pasar tiempo de calidad con la familia más localmente en vez de hacer viajes turísticos de largo recorrido.
- Más solidaridad y el sentimiento de que podemos superar una gran crisis si todos trabajamos juntos y actuamos más en el interés común. Esto puede dar a las personas la sensación de que no están indefensas y que sus acciones son importantes.



2. HOGAR SOSTENIBLE

Por qué es importante para los consumidores

Los consumidores ven aumentar sus facturas de energía y muchos tienen dificultades para mantenerlas bajo control, ya que viven en casas ineficientes o no pueden acceder a soluciones más sostenibles.



Los edificios representan hoy en día la mayor parte del consumo de energía en la UE. En particular, el sector residencial representa el 45% del consumo total de energía para calefacción y refrigeración en la UE. **La vivienda europea debe volverse sostenible para lograr las ambiciones climáticas de la UE.** Dado que la mayor parte del parque de viviendas de 2050 ya existe en la actualidad, la atención debe centrarse en descarbonizar los edificios, cambiar a calefacción y refrigeración renovables, usar productos y electrodomésticos más eficientes, sistemas inteligentes de gestión de edificios/electrodomésticos y mejorar los materiales para aislamiento.

Si bien las casas energéticamente eficientes son buenas para el ahorro doméstico, el clima y la salud pública (menos contaminación del aire), los ciudadanos a menudo no llegan a ver los beneficios de invertir en su renovación y carecen de herramientas para hacerlo ya que hay poco apoyo financiero y es poco conocido. Según las organizaciones miembros de BEUC, los principales problemas que impiden la acción de los consumidores en la renovación de sus viviendas son:

- Falta de conocimiento sobre los beneficios de la renovación.
- Falta de financiación disponible / adecuada para renovaciones.
- Falta de seguridad jurídica.
- Escasez de asesoramiento imparcial de confianza disponible.

Involucrar a los consumidores en la transición energética es clave. Aunque están interesados en contribuir activamente a la transición energética, su realidad cotidiana implica que también deben estar convencidos de que pueden ahorrar dinero, mejorar sus niveles de confort y contar con seguridad de suministro en la transición energética.

Necesitan información sobre el impacto de sus elecciones y su huella de carbono. Necesitan poder identificar fácilmente las mejores soluciones para ellos, por ejemplo, al tomar decisiones sobre su propio uso de energía o el coste total al invertir en equipos de calefacción o refrigeración. Información y fácil acceso a los programas de apoyo disponibles. Y también el asesoramiento adecuado de profesionales capacitados y de confianza que reacondicionen sus hogares, así como asistencia para su reubicación mientras se lleva a cabo la renovación. Si bien la información es importante, debe entenderse como parte de la solución, junto con políticas bien diseñadas y estables que brinden confianza y certeza a sus inversiones.

La agenda política de la UE

Para mejorar la eficiencia energética de su parque de edificios, la UE estableció un marco legislativo que incluye la **Directiva de eficiencia energética de los edificios 2010/31/UE (EPBD: Energy Performance of Buildings Directive)** y la Directiva de eficiencia energética 2012/27 / UE. Ambas directivas se modificaron, como parte del **Paquete Energía limpia para todos los europeos**, en 2018 y 2019.

En primer lugar, la **Directiva modificada sobre rendimiento energético de los edificios (2018/844 /UE)**¹⁸ envía una clara señal política sobre el compromiso de la UE de modernizar el sector de los edificios a la luz de las mejoras tecnológicas y el aumento de las renovaciones de edificios. La **Directiva de eficiencia energética de los edificios** obliga a los Estados miembros a desarrollar estrategias nacionales de renovación a largo plazo para que el parque de edificios de la UE sea altamente eficiente para 2050, lo que significa una reducción de las emisiones en un 80-95% en comparación con 1990. Este objetivo general se alcanzará mediante una variedad de disposiciones, que van desde un "indicador de inteligencia" para edificios hasta certificados de eficiencia energética. La primera es una herramienta que mide la capacidad de los edificios para adoptar nuevas tecnologías e interactuar con la red para lograr niveles de eficiencia más altos. Este último consiste en un esquema de certificación para mejorar la comparabilidad del rendimiento energético de los edificios antes y después de las renovaciones. La Directiva establece también el despliegue de puntos de recarga de vehículos eléctricos para nuevos edificios residenciales y requiere que los Estados miembros consideren medidas para aliviar la pobreza energética al diseñar estrategias nacionales de renovación.

En segundo lugar, se acordó la **Directiva modificada sobre eficiencia energética (2018/2002)**¹⁹ para actualizar el marco político hasta 2030. El elemento clave de la directiva modificada es un objetivo principal de eficiencia energética para 2030 de al menos el 32,5%. El objetivo, que se alcanzará colectivamente en toda la UE, se establece en relación con las proyecciones de modelos de 2007 para 2030. Uno de los principales objetivos de la Directiva revisada de eficiencia energética es reducir el consumo de energía y, por tanto, las facturas de energía para los consumidores. También tiene como objetivo hacer que Europa dependa menos de las importaciones de energía, incentivar a los productores a innovar y atraer más inversiones en el sector de la construcción.

Por último, el Reglamento sobre la gobernanza de la Unión de la Energía y de la Acción por el Clima (Reglamento 2018/1999)²⁰ puede definirse como la piedra angular del paquete Energía limpia para todos los europeos, que marca la dirección para alcanzar los objetivos a largo plazo de la Unión de la Energía de conformidad con el Acuerdo de París sobre el clima. Al exigir a los Estados miembros que desarrollen estrategias a largo plazo y planes nacionales

¹⁸ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018L0844&from=EN>

¹⁹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018L2002&from=EN>

²⁰ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018R1999&from=EN>

integrados de energía y clima, el Reglamento define reglas claras sobre cómo alcanzar el objetivo de eficiencia energética de la UE para 2030, entre otros.

La actual Comisión Europea estableció el Pacto Verde Europeo como una de las prioridades clave e introdujo la **“Gran Ola de la Renovación” (“renovation wave”)** de edificios públicos y privados como parte de su **Pacto Verde Europeo**. Su objetivo es tomar nuevas medidas y crear las condiciones necesarias para ampliar las renovaciones y aprovechar el importante potencial de ahorro del sector de la construcción. Según la Comunicación del Acuerdo Verde de la Comisión Europea²¹ de diciembre de 2019:

“La Comisión hará cumplir rigurosamente la legislación relacionada con el rendimiento energético de los edificios. Esto comenzará con una evaluación en 2020 de las estrategias nacionales de renovación a largo plazo de los Estados miembros. La Comisión también pondrá en marcha un trabajo sobre la posibilidad de incluir las emisiones de los edificios en el comercio de derechos de emisión europeo, como parte de esfuerzos más amplios para garantizar que los precios relativos de las diferentes fuentes de energía proporcionen las señales adecuadas para la eficiencia energética. Además, la Comisión revisará el Reglamento sobre productos de construcción. Debe garantizar que el diseño de edificios nuevos y renovados en todas las etapas esté en consonancia con las necesidades de la economía circular y conducir a una mayor digitalización y protección climática del parque de edificios”.

En paralelo, la Comisión propone trabajar con los grupos de interés, lo que se espera que incluya una plataforma abierta que reúna a los grupos de interés pertinentes. Por último, pero no menos importante, se pondrá a disposición un gran apoyo financiero para las renovaciones de edificios, lo que también puede brindar una oportunidad única para que las organizaciones miembros de BEUC y otros profesionales de los consumidores establezcan programas nacionales de asesoramiento y ayuden a los consumidores a acceder a estos fondos para la renovación de edificios. Según el programa de trabajo de la Comisión, esta iniciativa está prevista para el tercer trimestre de 2020.

Agenda política nacional

En noviembre 2020, el Ministerio para la Transición ecológica y el reto demográfico (MITECO), ha presentado la **Estrategia para la descarbonización a largo plazo (ELP 2050)**²² en el que define las líneas estratégicas claves para la descarbonización, incluidas las siguientes relativas a eficiencia energética en el hogar:

- El sistema energético estará basado fundamentalmente en **energías renovables**, representando un 97% en el consumo final.

²¹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52019DC0640&from=EN>

²² <https://www.miteco.gob.es/es/prensa/ultimas-noticias/el-gobierno-aprueba-la-estrategia-de-descarbonizaci%C3%B3n-a-largo-plazo-que-marca-la-senda-para-alcanzar-la-neutralidad-clim%C3%A1tica-a-2050/tcm:30-516141>

- El **consumo de energía primaria** se reducirá en un 40% gracias a las políticas de eficiencia energética, a los cambios de hábitos y a la economía circular.
- La **electrificación de la demanda** es una de las palancas de la descarbonización, siendo especialmente intensa en el sector residencial (un 81%).
- Las acciones de **rehabilitación energética** para transformar el parque de vivienda en línea con la “oleada de renovación” serán claves en esta transición. Los mayores cambios para lograr esta transición se producirán en los **sistemas de climatización**: el 96% de ellos serán renovables a mediados de siglo.

El **Plan Nacional Integrado de Energía y Clima (PNIEC)**²³ presentado en enero del 2020, establece los siguientes objetivos en materia de rehabilitación energética de edificios:

1. Mejora de la eficiencia energética (envolvente térmica) a lo largo de la década de un total de 1.200.000 viviendas.
2. Mejora de la eficiencia energética (renovación de instalaciones térmicas de calefacción y ACS) de 300.000 viviendas/año de media.

En junio 2020, el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana (MITMA) ha actualizado la **Estrategia a largo plazo para la rehabilitación energética en el sector de la edificación en España (ERESEE 2020)**²⁴ transponiendo el Artículo 2 bis de la Directiva 2010/31/UE: “Cada estado miembro establecerá una estrategia a largo plazo para apoyar la renovación de sus parques nacionales de edificios residenciales y no residenciales, tanto públicos como privados, transformándolos en parques inmobiliarios con alta eficiencia energética y descarbonizados antes de 2050, facilitando la transformación económicamente rentable de los edificios existentes en edificios de consumo de energía casi nulo”. La justificación de esta estrategia recae en el hecho de que “casi el 50 % del consumo de energía final de la Unión se destina a calefacción y refrigeración, de la cual el 80 % se consume en edificios”.

Esta estrategia supone, como novedad, respecto de las estrategias anteriores, introducir, entre otras, las siguientes cuestiones: políticas y acciones destinadas a todos los edificios públicos, el establecimiento de una hoja de ruta con medidas e indicadores de progreso mesurables establecidos nacionalmente, abordar el problema de la pobreza energética y finalmente, realizar un proceso de participación pública.

- Establece que el 96,4% de los ahorros previstos en los hogares se concentran en la calefacción y en la generación de agua caliente sanitaria (ACS) y busca reducir su consumo para que pasen de representar el 60,9% del consumo doméstico en 2020 a sólo el 42,8% en 2050.
- El segundo pilar de eficiencia es la desaparición de las energías fósiles, que en 2020 suponen un 42% del consumo en los hogares y su remplazo por electricidad.

²³ <https://www.miteco.gob.es/es/prensa/pniec.aspx>

²⁴ https://ec.europa.eu/energy/sites/ener/files/documents/es_ltrs_2020.pdf

Por su lado, el **Plan estatal de vivienda**²⁵, es la herramienta básica para el fomento de la regeneración y renovación urbana y rural y se ejecuta en colaboración con las Comunidades Autónomas. Uno de sus objetivos es: “Mejorar la calidad de la edificación y, en particular, de su conservación, de su eficiencia energética, de su accesibilidad universal y de su sostenibilidad ambiental.”

En 2019, el Gobierno aprobó la **Estrategia Nacional contra la pobreza energética 2019-2024**²⁶. Para analizar y realizar un seguimiento adecuado de las diversas tipologías de pobreza energética, el texto adopta los cuatro indicadores primarios oficiales del Observatorio Europeo contra la pobreza energética²⁷ y establece objetivos de reducción de entre 25-50%:

1. Gasto desproporcionado (2M): porcentaje de hogares cuyo gasto energético en relación con sus ingresos es más del doble de la mediana nacional.
2. Pobreza energética escondida (HEP, en su acrónimo inglés): porcentaje de los hogares cuyo gasto energético absoluto es inferior a la mitad de la mediana nacional.
3. Incapacidad para mantener la vivienda a una temperatura adecuada: porcentaje de la población que no puede mantener su vivienda a una temperatura adecuada.
4. Retraso en el pago de las facturas: porcentaje de población que tiene retrasos en el pago de facturas de los suministros de la vivienda.

Participación de las organizaciones de consumidores

Algunas áreas clave de trabajo para las organizaciones de consumidores son las siguientes:

- Asesoramiento sobre cómo reducir el consumo de energía: el acceso a información clara y transparente no siempre está disponible. Necesitan identificar de manera sencilla las mejores soluciones al elegir sus proveedores y fuentes de energía, o al invertir en tecnologías limpias (como bombas de calor). Algunas organizaciones de consumidores ofrecen asesoramiento sobre eficiencia energética y comparación de productos (por ejemplo, para aparatos de calefacción).
- Ayuda para renovar sus hogares: p.ej. informándoles sobre cómo reducir las brechas de eficiencia energética, así como sobre certificados de eficiencia energética por expertos independientes. Las organizaciones de consumidores podrían centrarse más en proporcionar asesoramiento personalizado para las renovaciones energéticas, así como en guiarles a través de los pasos necesarios, organizar acciones colectivas de renovación de edificios y ofrecerles nuevos servicios.

²⁵ <https://www.boe.es/buscar/pdf/2018/BOE-A-2018-3358-consolidado.pdf>

²⁶ <https://www.miteco.gob.es/es/prensa/ultimas-noticias/el-gobierno-aprueba-la-estrategia-nacional-contra-la-pobreza-energetica-2019-2024/tcm:30-496260>

²⁷ <https://www.energy poverty.eu/>

- Influir en la legislación para asegurarse de que los consumidores puedan acceder fácilmente a todas las herramientas necesarias: deben contar con el apoyo de incentivos financieros y políticas estables y bien diseñadas que proporcionen certidumbre en la inversión. Los programas de renovación, los préstamos ecológicos o los incentivos para los propietarios son áreas clave en las que los consumidores pueden estar mejor capacitados en la transición energética. Se debe prestar especial atención a las personas en situación vulnerable, así como a los inquilinos y edificios de varios pisos.
- Supervisar de cerca el mercado y defender los derechos de los consumidores: es necesario hacer más para aumentar la eficiencia energética y cambiar a fuentes renovables en el sector de la calefacción y la refrigeración. Garantizar una competencia sana entre las empresas, así como garantizar que existan derechos y protección de los consumidores, son parte de este trabajo.
- Analizar e influir en las normas técnicas relevantes para los productos y la renovación de edificios (por ejemplo, prueba de materiales: ventanas, aislamiento).



Ejemplos y herramientas para la educación del consumidor

- **Compra colectiva de instalaciones de energía renovable**

El proyecto CLEAR apoyó a muchas organizaciones con campañas de compra colectivas.

Paneles solares: En Bélgica y la República Checa. En Bélgica, donde los hogares son responsables en promedio de la emisión de 8 toneladas de CO₂ al año, Test-Achats logró ayudar a reducir 60.000 toneladas de emisiones de CO₂ al año mediante la compra colectiva de paneles solares²⁸.



En la República Checa, la campaña "Quiero energía solar"²⁹ registró a 14.556 personas interesadas en la compra de un grupo de energía fotovoltaica.

Las bombas de calor y las estufas de pellets también formaron parte de planes de compras colectivas en España, Bélgica, República Checa, Eslovenia, Portugal e Italia.³⁰

²⁸ Test-Achats revista nº 623 octubre 2017.

²⁹ www.chcisluneceenergie.cz

³⁰ https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-008_clear.0_factsheet_0.pdf

España y Portugal - Proyecto HARP (Heating Appliances Retrofit Planning - Planificación para la recualificación de sistemas de calefacción) cuyo objetivo es ayudar a los consumidores en la renovación de los sistemas de climatización y agua caliente. Para ello se está desarrollando una herramienta que estará disponible en noviembre 2020 en la que primero se califica la eficiencia del sistema de calefacción actual, y luego se proponen soluciones, con las ventajas e inconvenientes de cada una, costes y ahorros, incluyendo incluso financiación y ayudas disponibles³¹.

Lituania - Proyecto SOL “Energía solar para edificios multifamiliares” - Desde 2017, ALCO (La Alianza de Organizaciones de Consumidores Lituanos) ha estado abogando por más tecnologías solares fotovoltaicas en el sector de edificios de apartamentos multifamiliares, donde hay una gran brecha en comparación con aquellas de viviendas unifamiliares. A través de la creación de asociaciones internacionales, la realización [de investigaciones](#) sobre mejores prácticas internacionales y la propuesta de posibles soluciones, ALCO desarrolló una sólida postura de promoción de políticas nacionales. Fue reconocido como un actor importante por el Ministro de Energía y fue invitado a ser uno de los cinco signatarios iniciales de la Alianza de Prosumidores bajo los auspicios del Ministerio. El esquema de prosumidores introducido en octubre de 2019 se considera actualmente como uno de los más 'favorables a los prosumidores' en la UE, lo que abre posibilidades reales para que las familias, que viven en pisos, se conviertan en prosumidores y superen los numerosos obstáculos considerados insuperables hace solo unos años.

Citizens Advice Bureau, UK - Ayuda a los consumidores a que sus hogares sean más eficientes energéticamente³².

Reino Unido: evaluación y aprobación de profesionales: la organización de consumidores “Which?” desarrolló el logotipo “Which? Trusted Trader”³³ logo para ayudar a los consumidores a reconocer a los buenos profesionales cuando realizan una renovación importante en el hogar o buscan ayuda profesional para mejorar la eficiencia energética en el hogar. La etiqueta es un signo de reputación y confianza.

³¹ <https://www.ocu.org/harp>

³² <https://www.citizensadvice.org.uk/consumer/energy/energy-supply/get-help-paying-your-bills/make-sure-your-home-is-energy-efficient/>

³³ <https://trustedtraders.which.co.uk/>

Proyecto STEP: BEUC coordinó el proyecto “Soluciones para abordar la pobreza energética” Solutions to Tackle Energy Poverty (STEP)³⁴ que involucra a 9 miembros de BEUC. El gran objetivo del proyecto es asesorar a las personas vulnerables con consejos y medidas simples, concretas y rentables para que puedan ahorrar en su factura de energía. Lo que hace que el proyecto STEP sea



único es que las organizaciones nacionales de consumidores se están asociando con grupos de trabajadores sociales, que ya brindan a los ciudadanos vulnerables asesoramiento sobre diferentes temas, como consejos sobre el presupuesto familiar o consejos de salud, para llegar a las personas en situación de pobreza energética o en riesgo de padecerla. El proyecto ha recibido financiación del programa de financiación Horizon2020. Para obtener más información, consulte: el sitio web del proyecto STEP y los informes de STEP³⁵.

Proyectos CLEAR y CLEAR 2.0: CLEAR (Consumers to Learn about, Engage with and Adopt Renewables) pretende permitir que los consumidores aprendan sobre energías renovables, se comprometan con ellas y las adopten.



CLEAR 2.0 es un proyecto de varias organizaciones de consumidores europeas para asesorar y apoyar a los consumidores que desean producir electricidad y calor a partir de fuentes de energía renovables en sus hogares. El proyecto fue financiado por el programa de investigación e

innovación Horizonte 2020 de la Unión Europea y se desarrolló desde septiembre de 2017 hasta febrero de 2020.

CLEAR nos ha permitido:

- Obtener una mejor comprensión de las motivaciones de los consumidores y los principales factores desencadenantes para cambiar su comportamiento, mediante la realización de entrevistas online.
- Testar qué hace que los consumidores usen la energía de manera más eficiente monitoreando un grupo de hogares, brindándoles información y equipos.
- Ayudar a los consumidores a tomar decisiones mejor informadas evaluando el rendimiento de los sistemas renovables y haciendo que esta información sea accesible para más hogares a través de nuevas herramientas online.
- Acompañar a los consumidores a través de compras colectivas más económicas e inteligentes.
- Contribuir a políticas energéticas nacionales y de la UE más ambiciosas, en las que abogamos por procesos administrativos sencillos y rápidos, así como por ventanillas únicas que brinden a los consumidores información y asesoramiento personalizado.

³⁴ <https://www.stepenergy.eu/>

³⁵ <https://www.stepenergy.eu/results/>

Para obtener más información, consulte el sitio web de CLEAR 2.0³⁶, su factsheet³⁷ y los resultados y recomendaciones de CLEAR 2.0³⁸.

Más recursos:

- **BEUC toma de postura sobre el futuro de los consumidores de energía (EN)**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-055_the_future_of_energy_consumers.pdf
- **BEUC toma de postura: Menor consumo de energía, menor importe en la factura (EN)** https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2017-029_lower_energy_consumption_lower_energy_bills.pdf
- **BEUC toma de postura “Renovation wave” (EN):**
<https://www.beuc.eu/publications/consumers-benefit-greener-healthier-and-more-affordable-housing-plus-drive-tackle/html>

³⁶ <https://www.clear2-project.eu/home/the-project/reports>

³⁷ https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-008_clear.0_factsheet_0.pdf

³⁸ https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-009_clear.0_results_and_recommendations_0.pdf



3. FINANZAS SOSTENIBLES

Por qué son importantes para los consumidores

Cuando se trata de ayudar a los consumidores a contribuir a la lucha contra el cambio climático y a vivir de manera sostenible, abordar las finanzas y los sistemas financieros es un tema crucial. Actualmente, los consumidores no son lo suficientemente conscientes de que pueden marcar una diferencia con sus elecciones financieras e impulsar los mercados en una dirección ética y ecológica.

Para la mayoría de los consumidores, los bancos son una ventanilla única cuando se trata de administrar todas sus finanzas. Reciben su salario y todos los demás pagos e ingresos en sus cuentas corrientes, además de ahorrar dinero e invertir para la jubilación, sacar préstamos, comprar seguros, etc., a través de su banco. Esto significa que billones de euros pasan por los bancos cada año³⁹, dinero que podría gastarse en iniciativas que tengan un impacto positivo en el medio ambiente y la sociedad y contribuyan a mitigar el cambio climático.



Dada la urgencia de la situación y a pesar de los esfuerzos actuales para impulsar los recursos hacia la economía sostenible, la gran mayoría de los bancos continúan utilizando estos billones para invertir y financiar actividades intensivas en emisiones, incluida la industria de los combustibles fósiles.

Por ejemplo, en Suecia, los siete bancos más grandes invierten casi el doble del dinero de los ahorradores en energía fósil, en comparación con la energía sostenible. En total, los bancos invirtieron 44.200 millones de Coronas suecas (SEK) en energía fósil y solo 9.800 millones de SEK en energía sostenible⁴⁰.



A muchos ciudadanos les gustaría que su dinero contribuyera a construir sociedades más verdes, más justas e inclusivas, por ejemplo, financiando actividades que tengan un impacto positivo en el medio ambiente. Sin embargo, actualmente, las instituciones financieras no informan suficientemente sobre sus estrategias éticas y ambientales, incluido dónde se invierte el dinero. En este contexto, las instituciones financieras continúan brindando asesoría financiera insuficiente cuando los consumidores contratan un fondo de inversión o una póliza de seguro de vida, sin tener en cuenta las preferencias de sostenibilidad de los consumidores. Como resultado, las personas pueden estar contribuyendo sin saberlo a abusos ambientales, climáticos y de derechos humanos, y carecen de capacidad para hacer algo al respecto.

³⁹ In 2015, los hogares europeos tenían más de 10 billones de euros en cuentas de ahorro
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2015-101_savings_accounts_in_eu-a_dormant_market-study.pdf

⁴⁰ <https://fairfinanceguide.se/media/494515/lagg-om-vaxeln.pdf>

En su Programa de Trabajo de 2020, la Comisión Europea anunció su intención de publicar una **Estrategia de Finanzas Sostenibles** renovada en el tercer trimestre de 2020.

En abril de 2020, la Comisión Europea lanzó una consulta pública sobre su estrategia de finanzas sostenibles, a la que BEUC respondió⁴¹ expresando las preocupaciones de los consumidores en el debate más amplio sobre finanzas sostenibles. La consulta se dividió en dos secciones principales: 1) La primera dirigida a todas las partes interesadas sobre cómo el sector financiero y la economía pueden volverse más sostenibles; 2) La segunda estaba dirigida a expertos, planteando preguntas más técnicas y estratégicas sobre el futuro de las finanzas sostenibles. La respuesta de BEUC a la consulta hizo una serie de recomendaciones concretas a la Comisión Europea para garantizar que los consumidores puedan estar mejor informados sobre las características de sostenibilidad de los productos y servicios financieros de los que dependen en su vida diaria, que incluyen:

- Requisitos para que todos los productos financieros (cuentas de ahorro, fondos de inversión, seguros de vida, pensiones, etc.) revelen cómo son de sostenibles. Por ejemplo, con un sistema de clasificación de colores similar a la etiqueta energética, donde una A verde oscuro es la más sostenible y una G roja la menos sostenible.
- Mayores esfuerzos de las instituciones europeas para combatir el lavado de imagen verde (greenwashing) por parte de los proveedores de servicios financieros, un riesgo clave para los consumidores.
- El desarrollo de la denominada “taxonomía marrón” (brown taxonomy) de actividades que impactan negativamente el clima y el medio ambiente.
- Un requisito para que las Autoridades de Supervisión Europeas evalúen el coste y desempeño de los productos con criterios ASG (Ambientales, Sociales y de Gobernanza) en comparación con sus contrapartes tradicionales, como parte de sus estudios anuales.
- Mejor supervisión y regulación de las calificaciones ASG y las agencias de calificación ASG.
- Normas ambiciosas para la creación de una Ecolabel de la UE para productos financieros minoristas.
- Un requisito para que los asesores financieros evalúen las preferencias de sostenibilidad de los clientes cuando busquen asesoramiento de inversión, y un requisito para que los asesores financieros estén adecuadamente capacitados sobre productos ASG cuando brinden asesoramiento de inversión.
- Apoyo a iniciativas que orienten y ayuden a los consumidores a comparar las prácticas de sostenibilidad e inversión de las instituciones de crédito y otras firmas financieras, como la [Fair Finance Guide](#) (Guía de Finanzas Justas).

⁴¹https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-069_consultation_on_the_renewed_sustainable_financial_strategy.pdf

Otra legislación de la UE y líneas de trabajo relevantes en el área de las finanzas sostenibles incluyen:

- **Ecolabel de la UE para productos de inversión:** un grupo de expertos establecido por la Comisión Europea está desarrollando actualmente una Ecolabel⁴² de la UE para productos financieros basada en la taxonomía, un sistema de clasificación de la UE para actividades sostenibles para ayudar a los inversores, empresas, emisores y promotores de proyectos a realizar la transición a una economía con bajas emisiones de carbono, resiliente y eficiente en el uso de recursos. La sociedad civil, incluido el coordinador de la Ecolabel de BEUC, está involucrada para garantizar una etiqueta de confianza basada en condiciones estrictas que eviten el greenwashing (lavado verde) y la información engañosa para los consumidores.
- En marzo de 2020, el Centro Común de Investigación de la Comisión Europea presentó una propuesta sobre los requisitos de la Ecolabel de la UE para productos de servicios financieros minoristas. En abril de 2020, BEUC publicó sus comentarios⁴³ (en cooperación con otras organizaciones de la sociedad civil) a dicha propuesta destacando algunas preocupaciones. BEUC y otras organizaciones de la sociedad civil declararon que la propuesta del CCI debería mejorarse para garantizar que la Ecolabel de la UE sea adecuada para su propósito y garantizar que los productos incluidos en ella apunten a inversiones en actividades económicas verdes. Más precisamente, se propuso, entre otras cosas, que la etiqueta final coincida con las expectativas de los inversores minoristas, es, con al menos un 51% de inversiones ecológicas en los fondos y criterios de exclusión estrictos para sectores significativamente dañinos. BEUC y las organizaciones de la sociedad civil abogan por una futura Ecolabel de la UE que proteja a los inversores minoristas y a los consumidores en general del greenwashing y cumpla sus expectativas con una etiqueta de excelencia ambiental.
- **Proyectos de actos delegados “MiFID II” (Directiva de mercados de instrumentos financieros) y “IDD” (Directiva de distribución de seguros):** la CE publicó el proyecto de actos delegados el 8 de junio de 2020 y lanzó una consulta de 4 semanas hasta el 6 de julio de 2020. Si se adopta, los proyectos de actos delegados estarán sujetos al control del Parlamento Europeo y del Consejo. Las normas modificadas se aplicarán a los 12 meses de su publicación en el Diario Oficial de la UE. De acuerdo con los proyectos de actos delegados, los asesores financieros deberán integrar factores de sostenibilidad en el asesoramiento de inversión proporcionado a los consumidores. Las organizaciones de consumidores trabajan para asegurar en la fase de redacción que esos textos protegen adecuadamente a los consumidores, al exigir a los asesores financieros que evalúen adecuadamente las preferencias ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) de los clientes que buscan asesoramiento financiero (por ejemplo, cuando buscan asesoramiento sobre un producto de pensión), una póliza de seguro de vida o un fondo de inversión).
- **Taxonomía marrón:** el reglamento de taxonomía de la UE actualmente solo establece una "taxonomía verde". No incluye una "taxonomía marrón" con criterios para

⁴² Ver capítulo 7.2 sobre la Ecolabel

⁴³ http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-026_ecolabel_financial_products_ngo_joint_briefing.pdf

actividades económicas que tienen un impacto ambiental negativo. Promover una taxonomía marrón significaría que los inversores minoristas entienden cuándo sus inversiones están alimentando actividades insostenibles.

Agenda política nacional

La Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) organismo español que se encarga de vigilar y supervisar las finanzas en España tiene un **portal de Finanzas sostenibles**⁴⁴ donde aborda el tema y recopila toda la normativa existente.

En 2014 se aprobó la **Directiva contable de información no financiera (NFRD; 2014/95/UE)**⁴⁵ que obliga a las grandes empresas a informar sobre su impacto en el medio ambiente, sus trabajadores o el respeto a los derechos humanos, que se incluye en el **Estado de información no financiera (EINF)**. Esta Directiva se ha sometido a consulta pública en 2020 desde la Comisión Europea con la intención de publicar una modificación durante el primer trimestre del 2021 para lograr una mayor comparabilidad.

El **Código de Buen Gobierno de las sociedades cotizadas** fue aprobado en 2015 y se ha revisado en junio 2020⁴⁶.

En 2017 se aprobó la **Directiva relativa al fomento de la aplicación a largo plazo de los accionistas en las sociedades cotizadas**, cuyo objetivo es que los accionistas tengan una participación más activa en la vida societaria de las que son accionistas, para que las sociedades tracen estrategias diseñadas para el largo plazo, en la que tengan en cuenta objetivos financieros y no financieros como el bienestar de los trabajadores y el medioambiente, para que la empresa sea más sostenible en el largo plazo.

Recientemente se ha aprobado la transposición de tres reglamentos de la UE que pronto entrarán en vigor: Reglamento de la sostenibilidad del sector financiero, Modificación del Reglamento sobre los índices de referencia y Reglamento de taxonomía que fija el grado de sostenibilidad medioambiental de las inversiones y se espera sea pronto completado con un reglamento de taxonomía social.

La **Modificación de los Actos delegados de MiFID II**⁴⁷ en relación a la integración de los factores y riesgos de sostenibilidad todavía no se ha publicado, son solo proyectos y en forma de principios generales. Las áreas que se van a ver modificadas son los requisitos organizativos, que deberán tener en cuenta los riesgos de sostenibilidad; los conflictos de interés que se derivan de las preferencias de sostenibilidad de los clientes para no caer en el greenwashing hacia los inversores; la evaluación de idoneidad cuando se informe a los clientes de forma previa sobre su tipo de asesoramiento o gestión de cartera, preguntándoles sobre sus preferencias en sostenibilidad; y el área de gobierno de productos, que incluye la integración de las preferencias de sostenibilidad en la identificación del mercado objetivo de sus productos.

⁴⁴ <https://www.cnmv.es/portal/Finanzas-Sostenibles/Indice.aspx>

⁴⁵ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=celex:32014L0095>

⁴⁶ https://www.cnmv.es/DocPortal/Publicaciones/CodigoGov/CBG_2020.pdf

⁴⁷ https://www.cnmv.es/Portal/MiFIDII_MiFIR/MapaMiFID.aspx

También están pendientes de publicación tras el periodo de consulta de la Comisión europea la Modificación de la Directiva de Fondos Alternativos UCITS (Undertakings for the Collective Investment of Transferable Securities) que permite a las instituciones de inversión colectiva operar de forma transfronteriza. Y la de Gestores de fondos alternativos AIFMD (Alternative Investment Managers Directive).

Participación de las organizaciones de consumidores

El mundo de las finanzas sostenibles es un campo en crecimiento y hay muchas funciones clave que pueden desempeñar las organizaciones de consumidores:

- **Ayuda personalizada para rastrear sus fondos verdes o “sucios”,** investigando y proporcionándoles información sobre el destino de sus fondos. Por ejemplo, la guía Fair Finance⁴⁸ es un ejemplo del trabajo que pueden realizar las organizaciones de consumidores para ayudar a la gente a tener información más transparente sobre dónde canalizan el dinero sus bancos. Esta guía ha desvelado las prácticas social y ambientalmente destructivas de los bancos europeos, desde financiar la expansión del aceite de palma en Indonesia hasta invertir masivamente en la industria de los combustibles fósiles en vez de en energías renovables.
- **Presión por que exista una mayor gama de productos financieros sostenibles:** actualmente hay una gama limitada de productos disponibles para ahorros, inversiones y fondos de pensiones basados en objetivos y **criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ASG)**. Los consumidores tienen una opción muy limitada sobre los servicios que utilizan para administrar sus finanzas privadas y las organizaciones de consumidores pueden participar y generar presión en los consumidores para obtener más productos básicos de ASG. Las organizaciones de consumidores podrían crear conciencia sobre el hecho de que los consumidores pueden impulsar los mercados y ejercer presión con sus demandas y elecciones.
- **Educar a los consumidores sobre el "greenwashing" de los objetivos y criterios ASG:** si bien puede ser positivo que los bancos sean percibidos como sostenibles y socialmente conscientes, es necesario ejercer una mayor presión sobre los bancos para garantizar que los objetivos de ASG sean inherentes e integrales en la banca. Las prácticas de "greenwashing", es decir, productos que parecen verdes, pero que de hecho no lo son, deben contrarrestarse eficazmente.
- **Ofrecer comparativas de préstamos ecológicos:** esta actividad puede ayudar a los consumidores a encontrar ofertas de préstamos ecológicos a buen precio para invertir en energías renovables (como bombas de calor o paneles solares), bienes ecológicos como coches eléctricos, así como hipotecas o préstamos para renovaciones energéticamente eficientes de edificios residenciales.

⁴⁸ Estudios de caso de financiación e inversiones de bancos europeos, de la guía Fair Finance: <https://fairfinanceguide.org/ffg-international/case-studies/>

- Por último, los consumidores no pueden mitigar ni siquiera ser conscientes de los riesgos de sus inversiones en industrias basadas en el carbono a través de **activos varados**⁴⁹; las inversiones, las pensiones y los ahorros deben protegerse contra los riesgos del cambio climático y las finanzas insostenibles. Las organizaciones de consumidores pueden abogar por una mayor transparencia a este respecto.

Ejemplos y herramientas para la educación del consumidor

- **La guía Fair Finance – Noruega y Suecia**



La organización noruega de consumidores Forbrukerrådet y la sueca Sveriges Konsumenter forman parte de la red “Fair Finance Guide”, un proyecto para clasificar y comparar a los bancos líderes de su país en base a criterios ASG.

La Guía Noruega de Finanzas Justas califica a 13 bancos en sus políticas y prácticas <https://etiskbankguide.no/>

Y la Guía de Finanzas Justas de Suecia cubre los 7 bancos más grandes y 2 alternativos en Suecia- <https://fairfinanceguide.se/>

- **Lituania - Grupo Conjunto de Monitoreo de Finanzas Sostenibles (proyecto S.U.R.F.).**

La Alianza de Organizaciones de Consumidores de Lituania (ALCO) está realizando un sistema de calificación bancaria para los consumidores lituanos. El proyecto se enfoca en el impacto de tres maneras: Produciendo campañas de información específicas para ayudar a los consumidores a buscar e invertir activamente en productos financieros minoristas orientados a la sostenibilidad; Comprometerse con los actores del sector financiero local para fomentar la creación y comercialización de productos; Presión a las autoridades para crear un marco legal que reoriente el sector financiero de las inversiones tradicionales hacia inversiones sostenibles. El objetivo es construir un sistema financiero, donde la presión de los consumidores conscientes en temas de sostenibilidad permitan una transición profunda del sistema financiero.

- **Bélgica - Réseau Financité (la Red de Finanzas Alternativas)** es una red belga cuyo objetivo principal es promover las finanzas éticas y socialmente responsables. Réseau Financité realiza investigaciones, desarrolla conocimientos y apoya a las personas en su búsqueda de productos financieros éticos y responsables. La red publica periódicamente [informes](#) que evalúan productos financieros que promueven preocupaciones sociales, éticas, de gobernanza y medioambientales, para ayudar a los

⁴⁹ Los “activos varados” son activos que sufren una pérdida de valor prematura e inesperada. Investigadores de la London School of Economics han señalado que el cambio climático tiene un riesgo doble de conducir a activos inmovilizados. Primero, los eventos climáticos extremos pueden destruir directamente activos cruciales como la infraestructura y el uso de la tierra o reducir su valor de producción. En segundo lugar, puede reducir la producción de estos activos y, por lo tanto, conducir a menores rendimientos de la inversión. Por lo tanto, una acción más dura sobre el cambio climático que evitaría tales resultados también tiene sentido para proteger a los inversores. Para más información, ver: <https://www.beuc.eu/press-media/news-events/tougher-action-climate-change-makes-sense-investors>

inversores minoristas que deseen invertir su dinero de forma responsable. La red también ofrece un [comparador online](#) (que incluye cuentas de ahorro, fondos de inversión y productos de pensiones, etc.) que permite a los usuarios comparar fácilmente las características ASG de los productos de servicios financieros según un conjunto de criterios y [metodología](#) desarrollados por la red.

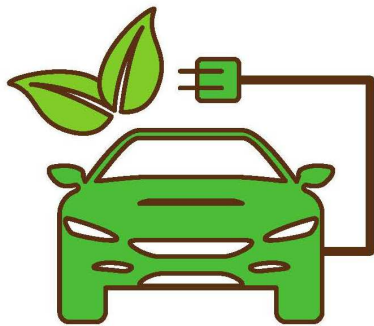
Más recursos:

- **Comisión Europea: Estrategia de finanzas sostenibles renovada (EN):** https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/banking-and-finance/sustainable-finance_en
- **BEUC respuesta al Pacto Verde Europeo sobre “finanzas”. Pag 10 (EN):** http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-012_beuc_position_on_european_green_deal.pdf
- **The Fair Finance Guide:** un proyecto implementado en varios países de la UE que promueve la concienciación de los consumidores al clasificar a las instituciones financieras según criterios de sostenibilidad: <https://fairfinanceguide.org/>
- **Finance Watch:** ONG europea fundada después de la crisis financiera de 2008 para contrarrestar el lobby financiero: <https://www.finance-watch.org/>
- **BEUC y ONG recomendaciones a la UE para la ecolabel de productos financieros (EN) :** http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-026_ecolabel_financial_products_ngo_joint_briefing.pdf
- Entrada de blog de Finance Watch “No hay justicia climática sin finanzas sostenibles (EN): <https://www.finance-watch.org/no-climate-justice-without-sustainable-finance/>
- Entrada de blog de Finance Watch: "Nueve reformas financieras que los huelguistas climáticos deberían exigir"(EN): <https://www.finance-watch.org/uf/9-financial-reforms-that-climate-strikers-should-demand/>
- **Comisión Europea, Plan de acción sobre la financiación del crecimiento sostenible 8 Marzo 2018 (EN):** https://ec.europa.eu/info/publications/180308-action-plan-sustainable-growth_en
- **BEUC respuesta a la consulta de la comisión Europea sobre su estrategia de finanzas sostenibles renovada (EN):** https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-069_consultation_on_the_renewed_sustainable_financial_strategy.pdf
- **Naciones Unidas, Iniciativa de financiamiento del programa ambiental (EN):** <https://www.unepfi.org/>
- **BEUC toma de postura: How to make sustainable finance real for consumers? (EN)** https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-102_how_to_make_sustainable_finance_real_for_consumers.pdf

4. MOVILIDAD SOSTENIBLE

Por qué es importante para los consumidores

Muchas personas no tienen otra opción que utilizar su coche privado para satisfacer sus necesidades de movilidad. Este es el resultado de décadas de políticas urbanas basadas en el supuesto de que el coche privado, a gasolina, era la forma ideal de moverse. La consecuencia es un sistema de movilidad en el que trasladarse es caro, ineficiente y malo para el clima, el medio ambiente y la salud pública. Los ciudadanos podrían ahorrar mucho dinero y tiempo si nuestro sistema de transporte fuera más sostenible. Paralelamente, el sector de la aviación es una de las fuentes de emisiones de CO₂ de más rápido crecimiento y podría convertirse en uno de los mayores emisores de la UE en 2050.



Se han logrado avances significativos en los últimos años para reducir las emisiones de CO₂ y el consumo de combustible de los turismos. Han entrado en vigor **nuevos ensayos** para el consumo de combustible, emisiones de CO₂ y otros contaminantes (WLTP y RDE), la UE ha reforzado significativamente su **marco de homologación y vigilancia del mercado**, y ha acordado ambiciosos **objetivos de reducción de CO₂ para 2025 y 2030**. Se espera que este nuevo marco regulador acelere significativamente la transición hacia automóviles con menos carbono. En la próxima década, por lo tanto, esperamos un cambio

profundo en la industria del automóvil con reducciones en las emisiones de CO₂ fuertemente impulsadas por un cambio en las tecnologías del sistema de propulsión y un cambio hacia los vehículos eléctricos.

La agenda política de la UE

Próximos pasos relevantes de la UE a tener en cuenta:

- Publicación a finales de 2020 de una nueva estrategia de la UE para la “movilidad inteligente y sostenible” que establece objetivos políticos en términos de adopción de vehículos limpios, alternativas de transporte limpias (ferrocarril) y establecimiento de incentivos adecuados para los consumidores.
- Revisión (prevista para junio de 2021) de la directiva de la UE sobre el despliegue de la infraestructura de combustibles alternativos que establece requisitos para el despliegue de puntos de recarga para coches eléctricos.
- Revisión (prevista en el transcurso de 2021) de la directiva de etiquetado de automóviles de la UE que proporciona a los compradores de automóviles información sobre la eficiencia de los automóviles en el punto de venta.
- Revisión (prevista para junio de 2021) de los objetivos de reducción de CO₂ de los coches para 2025 y 2030.

En noviembre 2020, el Ministerio para la Transición ecológica y el reto demográfico (MITECO), ha presentado la **Estrategia para la descarbonización a largo plazo (ELP 2050)**⁵⁰ en el que define las líneas estratégicas claves para la descarbonización, incluida la siguiente relativa a movilidad: “La movilidad y el transporte reducirán sus emisiones cerca del 98% respecto a valores actuales”.

En abril 2020, el Consejo de Ministros aprobó la **Estrategia Española de Movilidad Sostenible (EEMS)**⁵¹ para promover una movilidad sostenible y baja en carbono a través de 48 medidas estructuradas en cinco áreas: 1) territorio, planificación del transporte y sus infraestructuras; 2) cambio climático y reducción de la dependencia energética; 3) calidad del aire y ruido; 4) seguridad y salud; y 5) gestión de la demanda.

La última área “gestión de la demanda”, tiene como objetivo racionalizar la demanda en la utilización de los diferentes modos de transporte aportando los adecuados incentivos a los diferentes agentes, de manera que tanto los operadores de transporte como los usuarios finales ajusten sus decisiones y preferencias individuales en sintonía con el interés general, a través de la internalización progresiva de los costes internos y externos asociados a la movilidad, teniendo en cuenta criterios de equidad social y de refuerzo de la competitividad de los sectores económicos.

En julio 2020 se aprobaron nuevas ayudas al sector del automóvil. Entre las medidas adoptadas para impulsar el sector destacan los 250 millones de euros destinados a la renovación del parque de vehículos por modelos más limpios y seguros, a través de un nuevo “**Plan Renove**”⁵² para particulares, autónomos y empresas. Y también el “**Plan Moves 2020**”⁵³, para fomentar la compra de coches eléctricos y la instalación de puntos de recarga eléctrica con ayudas que puede llegar hasta los 5.500€ por vehículo. Sin embargo, la OCU advertía en septiembre 2020 que estas ayudas todavía no se habían implementado en todas las CCAA⁵⁴.

En paralelo, algunas CCAA como Valencia o Madrid, han empezado a dar ayudas también para la compra de **bicis y patinetes eléctricos**⁵⁵, una medida interesante pero que llama la atención al no ofrecer ayudas para bicis y patinetes no-eléctricos, a pesar de ser un medio de transporte más sostenible que sus versiones eléctricas.

⁵⁰<https://www.miteco.gob.es/es/prensa/ultimas-noticias/el-gobierno-aprueba-la-estrategia-de-descarbonizaci%C3%B3n-a-largo-plazo-que-marca-la-senda-para-alcanzar-la-neutralidad-clim%C3%A1tica-a-2050/tcm:30-516141>

⁵¹https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/participacion-publica/estrategia_esp_movilidad.aspx

⁵²<https://industria.gob.es/RENOVE/Paginas/Index.aspx>

⁵³<https://www.idae.es/ayudas-y-financiacion/para-movilidad-y-vehiculos/plan-moves-ii>

⁵⁴<https://www.ocu.org/coches/coches/noticias/ayudas-compras-coche>

⁵⁵<https://www.ocu.org/coches/bicicletas/noticias/ayudas-patinetes-bicis-electricas>

Participación de las organizaciones de consumidores

Durante la transición a los vehículos eléctricos prevista para la próxima década, es importante que las organizaciones de consumidores asesoren y ayuden a los ciudadanos sobre las opciones de movilidad adecuadas para ellos. Con respecto a los automóviles, la información en el punto de venta puede ayudar a los compradores a optar por automóviles más eficientes en combustible. Una etiqueta unificada de emisiones de automóviles en todos los países de la UE ayudaría e influiría en el suministro de opciones más sostenibles, como los automóviles eléctricos.

Las asociaciones de consumidores pueden complementar este trabajo proporcionando a las personas información sobre el consumo real de combustible / nivel de emisiones de sus coches y aconsejándoles que seleccionen los mejores vehículos del mercado. Muchas ya hacen esto en proyectos como Green NCAP⁵⁶ o MILE21⁵⁷.

Hay otros desarrollos en el sector del automóvil que pueden crear nuevos desafíos. Innovaciones como el aumento de la automatización y las funciones de conexión a Internet, plantean un nuevo conjunto de preguntas sobre responsabilidad, seguridad, protección de datos, competencia leal y más.

Paralelamente, los consumidores deberían tener un mejor acceso a alternativas a los automóviles individuales, como el transporte público, la movilidad activa (a pie y en bicicleta) o la movilidad compartida. Todos nuestros sistemas de movilidad deben repensarse para ofrecer alternativas más eficientes y sostenibles.

Ejemplos y herramientas para la educación del consumidor

Análisis de coches verdes (eléctricos y “eco”)

- **OCU, España:** comparación de coches incluyendo modelos eléctricos⁵⁸ para realizar una compra ecológica y consejos para una conducción ecológica⁵⁹
- **MILE21** – Proyecto desarrollado en varios países europeos, incluida España a través de OCU, con el lema “más información, menos emisiones” para proporcionar a los consumidores datos reales sobre el consumo de combustible, ayudándoles a tomar decisiones de compra informadas de vehículos más eficientes⁶⁰
- **Green NCAP** – comparativa de coches desde el punto de vista ecológico⁶¹

⁵⁶ <https://www.greenncap.com/>

⁵⁷ <https://www.mile21.eu/choose-your-country>

⁵⁸ <https://www.ocu.org/coches/coches/test/comparar-coches>

⁵⁹ <https://www.ocu.org/mile21/conduccion-ecologica>

⁶⁰ <https://www.mile21.eu/choose-your-country>

⁶¹ <https://www.greenncap.com/>

Proyecto TCO (Total cost of ownership) - proyecto de BEUC para calcular el coste total de posesión de un coche dependiendo de la tecnología de su motor. Se hizo una primera fase en 2018⁶² y ahora se va a comenzar la segunda.

Promoción del transporte público

- **Forbrugerrådet Tænks, Dinamarca** – El proyecto “Passenger Pulse”⁶³ ayuda a los consumidores en su uso del transporte público.
- **vzbv, Germany**- Estudios sobre reclamaciones en el transporte público y conexión con nuevos modos de transporte como viajes compartidos⁶⁴. Campaña sobre los derechos de los pasajeros⁶⁵.

Reclamaciones judiciales

- **Caso Volkswagen** - Cuando Volkswagen fue descubierto usando un software para fingir que sus emisiones eran menores que en la realidad y vender coches que parecían cumplir con la legislación, las organizaciones de consumidores a nivel nacional y BEUC a nivel europeo trabajaron juntos para ayudar a los consumidores ser compensados y hacer que sus vehículos se ajusten a los requisitos legales. Grupos de consumidores de España, Alemania, Lituania, Eslovenia, Eslovaquia, Suiza, Bélgica, Italia y Portugal han lanzado acciones colectivas contra VW.



Investigación y educación al consumidor

- **Citizens Advice UK** – Han organizado una serie talleres educativos sobre cómo cargar de manera eficiente un vehículo eléctrico (por ejemplo, cómo los consumidores podrían aprovechar las “tarifas inteligentes” para optimizar sus consumos de electricidad y ahorrar dinero). Ver el video: <https://www.youtube.com/watch?v=i3KkP0AohI8&feature=youtu.be>

Más recursos:

- **BEUC toma de postura sobre cómo la política del consumidor puede ayudar a tener un transporte más limpio en Europa (EN):**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-065_fossil_fuelled_mobility.pdf
- **BEUC Factsheet sobre movilidad Sostenible (EN):**
<http://www.beuc.eu/sustainability/sustainable-mobility>

⁶² <https://www.ocu.org/coches/gasolina-y-carburantes/noticias/informe-beuc-coste-automovil>

⁶³ <https://passagerpulsen.taenk.dk/>

⁶⁴ <https://www.vzbv.de/dokument/mobil-bleiben-auch-ohne-auto>

⁶⁵ <https://www.vzbv.de/pressemitteilung/klimapolitik-paradox-eu-staaten-machen-bahn-unattraktiver>

- **BEUC Factsheet sobre accesibilidad a los coches eléctricos (EN):**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-036_making-electric-cars-convenient-across-europe.pdf
- **BEUC Factsheet sobre asequibilidad de los coches eléctricos:**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2018-113_when_will_electric_cars_be_an_affordable_option_for_european_consumers_-_a5_format.pdf
- **BEUC recomendaciones para que los coches eléctricos sean más convenientes (EN):** https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-032_making_electric_cars_convenient.pdf



5. ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE

Por qué es importante para los consumidores

Los europeos quieren comer alimentos que sean buenos para su salud y para el planeta. Esta es la tendencia alentadora que surgió de una encuesta sobre las actitudes de los consumidores hacia los alimentos sostenibles publicada por BEUC en junio de 2020⁶⁶. La encuesta, que abarca 11 países, descubrió que dos tercios de los europeos están abiertos a cambiar sus hábitos alimentarios por razones ambientales. Sin embargo, también mostró que enfrentan obstáculos para convertir sus palabras en hechos. El precio, la falta de conocimiento, la información poco clara y la elección limitada de opciones sostenibles son lo que la mayoría de los consumidores dice que les impide comer de manera más sostenible.

La sostenibilidad alimentaria se reduce a satisfacer las necesidades alimentarias de la población con el menor impacto en el medio ambiente, al tiempo que ofrece opciones de alimentación saludables. Este tema incluye

- 1- Cómo evitar el desperdicio de alimentos y
- 2- Cómo hacer que la elección sostenible sea fácil y asequible para los consumidores.

Desperdicio alimentario

Según las estimaciones de la Comisión Europea⁶⁷, en la UE se desperdician anualmente alrededor de 88 millones de toneladas de alimentos. Según los datos disponibles, la mitad de estos residuos (53%) se producen en los hogares⁶⁸.

Sin embargo, el desperdicio de alimentos es una responsabilidad compartida en toda la cadena alimentaria. Es necesario actuar en todos los niveles: abordar la sobreproducción en las explotaciones agrarias, reducir los envases dañados en las fábricas, prevenir las rupturas de la cadena de frío durante el transporte, evitar la deficiente gestión de existencias en los puntos de venta, abordar el embalaje inadecuado para el consumidor, cambiar los malos hábitos de compra, educar para evitar el almacenamiento incorrecto de alimentos en los hogares, etc.

Además de su impacto ambiental negativo, el desperdicio de alimentos es inaceptable desde una perspectiva ética, pero también tiene consecuencias económicas para los consumidores. Cada año, de media, una familia española tira alimentos perfectamente comestibles por valor de unos 150 euros⁶⁹.

⁶⁶ BEUC (2020). *One bite at a time: consumers and the transition to sustainable food*.

⁶⁷ http://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/index_en.htm

⁶⁸ FUSIONS, 2015.

⁶⁹ <https://www.ocu.org/organizacion/prensa/notas-de-prensa/2016/web-desperdicio>

Las investigaciones muestran que los alimentos que más desperdician los hogares de la UE son las frutas y verduras (lechuga fresca en particular), productos de panadería, carne y pescado, productos lácteos, alimentos secos (pasta, arroz) y condimentos^{70, 71}. El desperdicio de alimentos en el hogar está relacionado en gran medida con los hábitos, incluidos los hábitos de compra (p.ej. comprar porciones de alimentos de gran tamaño) y con el uso (o no) de las sobras. Según una encuesta en la UE, el 58% de los encuestados indicó que la disponibilidad de porciones más pequeñas en las tiendas les ayudaría a reducir el desperdicio de alimentos. Un estudio reciente llevado a cabo por la Comisión Europea también estima que hasta un 10% del desperdicio de alimentos de los consumidores está relacionado con el marcado de la fecha de caducidad y consumo preferente, debido a una mala interpretación por parte de los consumidores, pero también a un uso inapropiado por parte de los fabricantes y los comercializadores.



Facilitar que la comida saludable y más sostenible sea la opción más fácil y asequible

Asegurarse de que la elección de alimentos saludables y más sostenibles sea la opción más fácil para los consumidores significa:

- Mayor disponibilidad y variedad de alimentos sostenibles.
- Restringir el marketing y la publicidad de alimentos no saludables para los niños.
- Proporcionar a los consumidores información sencilla sobre el valor nutricional de los alimentos a través de una etiqueta obligatoria en el frente del envase (Nutri-Score).
- Asegurar que los alimentos con alto contenido de grasas, azúcar y/o sal ya no puedan presumir de beneficios para la salud.
- Mejorar la información al consumidor sobre el origen de los alimentos, sobre cómo se producen y acerca del impacto ambiental y social de su producción, para que puedan hacer elecciones informadas.
- Luchar contra las afirmaciones de alimentos sostenibles falsos (es decir, el greenwashing) asegurando que las etiquetas de sostenibilidad de los alimentos sean claras, inequívocas, fiables, verificables, no engañosas y probadas por el usuario. Los consumidores necesitan información que sea fácilmente comparable en formatos gráficos sencillos de entender.

⁷⁰ WRAP report (2008). The Food We Waste.

⁷¹ Crem, bureau voor duurzame ontwikkeling, report (2013).

La agenda política de la UE

Con respecto al **desperdicio de alimentos**, en septiembre de 2015, como parte de los Objetivos de Desarrollo Sostenible para 2030, la Asamblea General de las Naciones Unidas adoptó el objetivo de reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per cápita a nivel minorista y de consumo y reducir las pérdidas de alimentos a lo largo de las cadenas de producción y suministro. El Plan de acción de la UE para la economía circular⁷² de la Comisión Europea adoptado en diciembre de 2015 describe acciones para apoyar el logro de este objetivo:

- Se creó la **Plataforma de la UE sobre pérdidas y desperdicio de alimentos**⁷³, que reúne a instituciones de la UE, expertos de países de la UE y partes interesadas relevantes, para ayudar a todos los actores a definir las medidas necesarias para prevenir el desperdicio de alimentos, compartir las mejores prácticas y evaluar el progreso en el tiempo.
- Se elaboró una metodología común de la UE para medir el desperdicio de alimentos de manera coherente en toda la cadena de suministro de alimentos⁷⁴.
- Se inició un trabajo⁷⁵ a nivel de la UE para mejorar el uso de la fecha de caducidad y consumo preferente por parte de los actores de la cadena alimentaria y su comprensión por parte de los consumidores, en particular el etiquetado de "consumir antes".

La **estrategia de la UE "De la granja a la mesa"**⁷⁶ para un sistema alimentario justo, saludable y respetuoso con el medio ambiente se publicó el 20 de mayo de 2020. Un componente importante del Pacto Verde, que se suma a un plan de acción con 27 medidas que allanan el camino para una producción de alimentos más ecológica, con menor desperdicio de alimentos y dietas más saludables y sostenibles. Estas medidas, muchas de las cuales aún están sujetas a más estudios, consultas y otras evaluaciones de impacto, incluyen en particular:

- Una propuesta para el etiquetado nutricional obligatorio armonizado en la parte delantera del envase para permitir a los consumidores elegir alimentos saludables (para el cuarto trimestre de 2022).
- Una propuesta para exigir la indicación de origen para ciertos productos (para el cuarto trimestre de 2022).
- Una propuesta para un marco de etiquetado de alimentos sostenible para empoderar a los consumidores a elegir alimentos sostenibles (para 2024).
- Perfiles de nutrientes para restringir el uso de declaraciones nutricionales y de propiedades saludables de alimentos con alto contenido de sal, azúcar y/o grasas (para el cuarto trimestre de 2022).

⁷² http://ec.europa.eu/priorities/jobs-growth-investment/circular-economy/docs/communication-action-planfor-circular-economy_en.pdf

⁷³ https://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/eu_actions/eu-platform_en

⁷⁴ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=OJ:L:2019:248:TOC>

⁷⁵ https://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/eu_actions/date_marking_en

⁷⁶ https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/safety/docs/f2f_action-plan_2020_strategy-info_en.pdf

- Una propuesta de objetivos de la UE para la reducción del desperdicio de alimentos (2023).
- Una propuesta para una revisión de las normas de la UE sobre el marcado de la fecha (fechas de "caducidad" y "consumir antes de") (cuarto trimestre de 2022).
- Iniciativas para estimular la reformulación de alimentos procesados, incluido el establecimiento de niveles máximos para ciertos nutrientes (cuarto trimestre de 2021).

Agenda política nacional

España ocupa el primer lugar en superficie de **agricultura ecológica** de la UE y está entre los cinco primeros del mundo. La producción ecológica se encuentra regulada en España desde 1989. En 1993 entró en aplicación el primer Reglamento comunitario que fue sustituido por el actual Reglamento 834/2007⁷⁷ del Consejo sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos. Como distintivo para que el consumidor pueda diferenciar los productos ecológicos, todas las unidades envasadas, deben llevar impreso el logotipo de la UE.



La estrategia "**Más alimento, menos desperdicio**"⁷⁸ es el programa para la reducción de las pérdidas y el desperdicio alimentario y la valorización de los alimentos desechados del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de España (MAPA) presentada en el año 2013 para limitar las pérdidas y el desperdicio de alimentos y su impacto sobre el medio ambiente. España se posiciona en séptimo lugar en la UE en cuanto a volumen de desperdicio alimentario (7,7 millones de toneladas) y en decimotercera posición por habitante (175,9 kg/pc).

El MAPA reconoce el impacto de la ganadería sobre el medioambiente y ha desarrollado una **calculadora de emisiones**⁷⁹ para ayudar a los **ganaderos** a cumplir las exigencias medioambientales a través del cálculo de los balances de nitrógeno y de fósforo que sirven como base para el cálculo de las emisiones de los gases de efecto invernadero y de los gases que afectan a la calidad del aire. En el Código de bienestar animal⁸⁰, se recoge la normativa existente en este tema.

El Ministerio publica un **Plan de acción anual**⁸¹ de la **flota pesquera** con el enfoque en el equilibrio sostenible entre la capacidad pesquera y las posibilidades de pesca.

⁷⁷ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=celex%3A32007R0834>

⁷⁸ <https://menosdesperdicio.es/>

⁷⁹ <https://www.mapa.gob.es/es/ganaderia/temas/ganaderia-y-medio-ambiente/calculo-emisiones/default.aspx>

⁸⁰ https://www.mapa.gob.es/es/ganaderia/legislacion/Legislacion_Default_de_bienestar_animal.aspx

⁸¹ <https://www.mapa.gob.es/es/pesca/planes-y-estrategias/>

Participación de las organizaciones de consumidores

Dependiendo de su capacidad y recursos, existe una amplia gama de actividades en las que las organizaciones de consumidores pueden participar para evitar el desperdicio de alimentos y facilitar la elección de alimentos saludables y sostenibles:

- **Sensibilización:** a través de los artículos que publican en sus revistas y páginas web y a través de las campañas que realizan, las organizaciones de consumidores contribuyen a sensibilizar a las personas sobre cuestiones como el desperdicio de alimentos⁸² o el impacto medioambiental de nuestros hábitos alimentarios⁸³.
- **Apoyar los cambios de comportamiento:** las organizaciones de consumidores pueden proporcionar consejos sencillos para ayudar a cambiar de comportamiento. Por ejemplo, esto incluye proporcionar recomendaciones para el almacenamiento de alimentos e ideas de recetas para reutilizar las sobras⁸⁴, ayudar a comprender mejor la diferencia entre las fechas de 'caducidad' y 'consumir preferentemente antes de'⁸⁵, aconsejar a los padres sobre los almuerzos escolares más saludables para sus hijos⁸⁶, o ayudarles a descubrir qué pescado es más sostenible⁸⁷.
- **Abogar por regulaciones que faciliten la elección más saludable y sostenible:** las organizaciones de consumidores tienen un papel clave que desempeñar para garantizar que las leyes nacionales y de la UE que dan forma a nuestros sistemas alimentarios fomentan la producción agrícola y alimentaria sostenible y crean un entorno donde la elección más sana y sostenible sea la más fácil.
- **Uso de nuevos medios y tecnologías:** las organizaciones de consumidores utilizan cada vez más los nuevos medios y tecnologías (Apps⁸⁸, publicaciones y videos⁸⁹ en Facebook, Twitter, foros de discusión, etc.) para llegar a los consumidores, especialmente a los más jóvenes y apoyarles en sus esfuerzos por adoptar hábitos alimentarios más saludables y sostenibles.

Ejemplos y herramientas para la educación del consumidor

Portugal “Green Chef”⁹⁰ - Invita a las escuelas miembro de DECO Jovem a producir videos con recetas culinarias elaboradas con sobras de comidas y/o con un mejor uso de los alimentos, con el objetivo de sensibilizar a los consumidores jóvenes sobre la importancia de luchar contra el desperdicio y la adopción de comportamientos de consumo sostenibles.

⁸² OCU (2017). [¡No tires la comida!](#)

⁸³ CLCV (2020). [Manger durable](#).

⁸⁴ Fédération Romande des Consommateurs (2012). [Bien accommoder ses restes : les recettes de la FRC](#).

⁸⁵ OCU (2018). [10 alimentos que se pueden comer “caducados”](#).

⁸⁶ Test-Achats/Test-Aankoop (2019). [Comment choisir une collation saine ? Pour les enfants](#).

⁸⁷ UFC – Que Choisir (2018). [Pêche durable. Manger des poissons en bonne conscience](#).

⁸⁸ See for instance [the app developed by Forbrugerrådet Tænk](#) (in partnership with a group of organisations) to help consumers cut food waste at home.

⁸⁹ See for instance [Forbrugerrådet Facebook campaign](#) on food waste.

⁹⁰ <https://decojovem.pt/educacao-do-consumidor/sem-desperdicio-green-chef-4/>

España “¿Cuánta comida tiras?”⁹¹ – Esta herramienta de OCU ayuda a los consumidores a comprender de manera personalizada cuál es su desperdicio alimentario, a contrastarlo con los datos estadísticos de los hogares españoles y a recibir consejos personalizados para minimizarlo.

Francia - “Zéro Gâchis Académie”⁹²: durante tres meses, la organización de consumidores CLCV (familias, pero también personas solteras, jubilados, etc.) “entrenó” a 100 hogares. Durante los primeros quince días, se invitó a los hogares a medir la cantidad de alimentos que normalmente desperdiciaban. Luego se les proporcionaron recomendaciones y consejos sobre cómo reducir el desperdicio de alimentos en el hogar. En general, los participantes en el proyecto redujeron el desperdicio de alimentos en más de la mitad (59%).

Bélgica - Concurso de cambio de nombre "Doggy Bag"⁹³: Test-Achats / Test-Aankoop se



asoció con tres ciudades belgas para promover el uso de bolsas para perros entre los consumidores belgas. Por razones culturales, la práctica no era común en Bélgica y muchos consumidores se sentían incómodos al pedir llevar sus sobras a casa cuando salían a comer. Se organizó un concurso en las redes sociales para cambiar el nombre de la palabra inglesa "doggy-bag" a flamenco y francés, para ayudar a popularizar la práctica entre los consumidores belgas.

Portugal “Chef fish”⁹⁴ - Invita a las escuelas a producir videos con recetas culinarias de pescado, revelando opciones saludables y sostenibles en el consumo de productos del mar, y que muestren respeto por el Océano y sus recursos.

Más recursos:

- **BEUC carta abierta sobre la estrategia “De la granja a la mesa”**
[https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-092_csos_open_letter_on_the_farm_to_fork_strategy_to_achieve_sustainable_food_systems .pdf](https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-092_csos_open_letter_on_the_farm_to_fork_strategy_to_achieve_sustainable_food_systems.pdf)
- **BEUC informe de la encuesta a consumidores europeos sobre alimentación sostenible, junio 2020:** http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-042_consumers_and_the_transition_to_sustainable_food.pdf
- **BEUC toma de postura sobre alimentación sostenible** – document elaborado por BEUC en 2016 para iniciar el debate sobre la alimentación sostenible:

⁹¹ <https://www.ocu.org/alimentacion/alimentos/calculadora/test-tirar-comida>

⁹² <https://www.clcv.org/alimentation-durable/operation-zero-gachis-academie-mission-reussie>

⁹³ <https://www.test-achats.be/sante/alimentation-et-nutrition/durabilite-et-impact-environnemental/news/ne-dites-plus-doggy-bag-mais-rest-o-pack>

⁹⁴ <https://decojovem.pt/concurso-chef-fish/>

<https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-029-ipa-cpe-beuc-position-on-food-sustainability.pdf>

- **BEUC toma de postura sobre el etiquetado nutricional en el envase:**
<https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-033-front-of-pack-nutritional-labelling.pdf>
- **BEUC comentarios a la consulta pública de la Comisión Europea sobre la hoja de ruta de la estrategia “De la granja a la mesa”** <https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12183-Farm-to-Fork-Strategy-/F507869>
- **BEUC valoración de la estrategia europea “De la Granja a la mesa”**
<https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-057-beucs-take-on-farm-to-fork-strategy.pdf>



6. SOSTENIBILIDAD DE LOS PRODUCTOS: ENFOQUE DE LA UE PARA HACER PRODUCTOS CON MENOS RECURSOS

Introducción

La Unión Europea tiene una larga tradición en el desarrollo de normas específicas para productos de consumo, ya sea por motivos de seguridad o medioambientales. Las acciones de la UE comprenden el desarrollo de nueva legislación, normas técnicas e información al consumidor. El papel de la UE en este proceso no puede subestimarse porque en un mercado interior, esas reglas se aplican a todos los fabricantes que comercializan productos en el mercado de la UE.

En los primeros años de la política de productos, la UE se centró en la información al consumidor para fortalecer la demanda de productos energéticamente eficientes. Esto se hizo, por ejemplo, a través de la etiqueta energética de la UE, introducida a mediados de los años 80, comenzando por los electrodomésticos. Desde principios de la década de los 90, la esto se ha complementado con la Ecolabel de la UE, que además tiene como objetivo informar a los consumidores e indicarles cuáles son los productos más ecológicos del mercado.

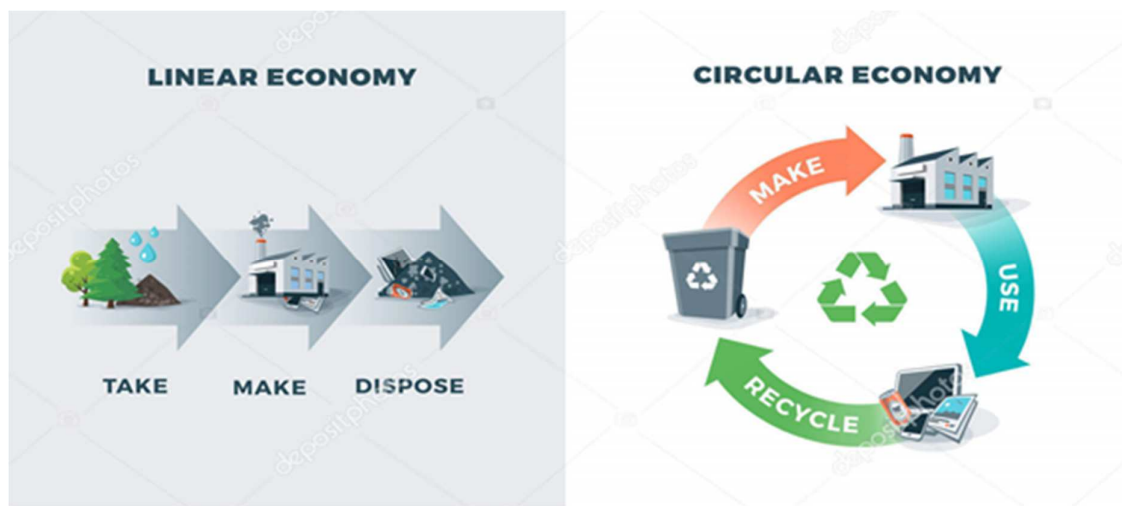
Sin embargo, centrarse solo en “informar a los consumidores” produce cambios limitados y no aborda ciertos fallos del mercado, como una oferta limitada de productos sostenibles. Por lo tanto, en los años posteriores a 2005, la UE comenzó a abordar el diseño de productos estableciendo requisitos vinculantes para los fabricantes a través de los llamados requisitos de ecodiseño. Esto responde al hecho de que el 80% del impacto ambiental de un producto se determina a través de las elecciones de diseño de los fabricantes, sobre los cuales el consumidor tiene poca o ninguna influencia.

En sus primeros años, el proceso de Ecodiseño se centró en la eficiencia energética y otros impactos ambientales centrales, como la emisión de ruido y el consumo de agua. Es un instrumento que se encuentra actualmente en transformación para abordar nuevos desafíos de manera más sistemática, como el uso de materiales reciclados, la prolongación de la vida útil del producto, la facilidad de reparación, su desmantelamiento, o una reutilización y reciclaje más sencillos.

Las medidas de la UE sobre políticas de productos sostenibles también abordan el uso de productos químicos, como el enfoque de la UE para el registro, evaluación y autorización y restricción de productos químicos (REACH), la clasificación, envasado y etiquetado de productos químicos (CLP), la restricción de productos químicos peligrosos (RoHS) y la legislación relacionada con la reducción, recogida, embalaje y reciclaje de residuos.

Desde 2015, la UE está trabajando en un enfoque amplio hacia productos más sostenibles mediante el desarrollo y la implementación de la llamada economía circular. Desde entonces, se han presentado dos planes de acción con medidas concretas, uno en 2015 y otro en 2020. Una economía circular es un sistema que tiene como objetivo eliminar el desperdicio y asegurar el uso continuo de los recursos. Los sistemas circulares emplean la reutilización, el intercambio, la reparación, la renovación, la re-manufactura y el reciclaje para crear un sistema de circuito cerrado, minimizando el uso de insumos de recursos y la creación de desechos, contaminación y emisiones de carbono. La economía circular tiene como objetivo

mantener los productos, los equipos y la infraestructura en uso durante más tiempo, mejorando así la productividad de estos recursos. Todos los "desechos" deben convertirse en "inputs" para otro proceso: un subproducto o un recurso recuperado para otro proceso industrial o como recursos regenerativos para la naturaleza (por ejemplo, compost). Este enfoque regenerativo contrasta con la economía lineal tradicional, que tiene un modelo de producción de "tomar, fabricar, tirar".



En este capítulo sobre productos, le proporcionamos información sobre los siguientes temas y por qué son importantes para los consumidores:

- Diseño ecológico
- Etiquetado energético
- La Ecolabel de la UE
- Productos más duraderos y mejor reparables
- El papel de los derechos del consumidor para una vida útil duradera de los productos
- Aplicación de las políticas de productos a nivel nacional
- Próximas iniciativas políticas en el marco del segundo plan de acción de economía circular que la UE tiene previsto desarrollar e implementar en los próximos años

No incluimos información completa sobre productos químicos porque este tema requeriría una formación en solitario debido a su naturaleza compleja. Sin embargo, para aquellos expertos que estén interesados en esta área, BEUC podrá brindar su experiencia en:

- El marco regulador de la UE en torno a productos químicos
- Sustancias químicas en productos de consumo como cosméticos, juguetes, textiles, materiales en contacto con alimentos, etc.

- Deficiencias en la aplicación nacional de los requerimientos químicos para los productos de consumo y los peligros relacionados para los consumidores.
- Consecuencias negativas para la salud relacionadas con productos que impactan negativamente en el sistema hormonal (los llamados disruptores endocrinos) y cómo reducir la exposición en nuestra vida diaria.

6.1. Ecodiseño y etiquetado

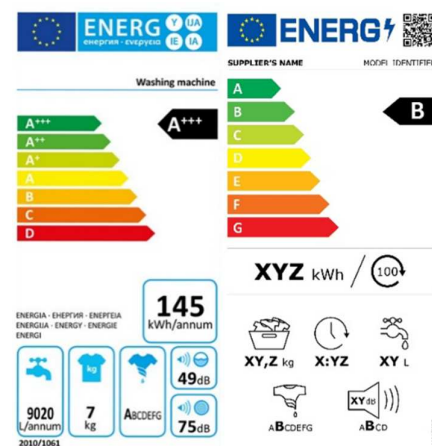
Cada mes, los hogares gastan una cantidad considerable de su presupuesto en consumo de energía. Hoy en día, las personas no solo poseen más productos que consumen energía, como computadoras, teléfonos móviles y televisores, sino que los usan durante más horas al día. Este desarrollo ha aumentado las facturas de electricidad.

Al mismo tiempo, los consumidores a menudo se enfrentan a productos que no pueden repararse poco después de que expire la garantía, que se estropean demasiado rápido o que no disponen de piezas de repuesto. Deben lidiar con este fallo temprano de los productos, también llamado "obsolescencia prematura", que ejerce una presión adicional sobre su economía doméstica y sobre el medio ambiente.

Por qué es importante para los consumidores

La directiva europea sobre diseño ecológico no solo protege el medio ambiente, sino que también ayuda a los consumidores a ahorrar dinero. Según una encuesta encargada por BEUC en 2016⁹⁵, un hogar medio de la UE puede ahorrar hasta 330€ al año gracias al Ecodiseño y también a que los productos son cada vez más eficientes energéticamente.

El diseño ecológico también promueve productos eficientes en consumo de recursos a lo largo de toda su vida útil, incluyendo, por ejemplo, requisitos de reparabilidad. También considera la calidad y comodidad de los productos y brinda a los consumidores más información sobre el uso sostenible de los productos. El Reglamento sobre etiquetado energético obliga a la Comisión Europea a adoptar medidas de etiquetado obligatorio para grupos de productos específicos relacionados con la energía, como lavadoras y televisores. Esto asegura que los consumidores tomen una decisión informada con respecto al consumo de energía de los productos en su fase de uso.



Left: the old label; right: the new one set to appear on appliances as of 2021.

Sources: European Commission

⁹⁵http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-109benefits_of_ecodesign_for_eu_households_executive_summary.pdf

Aunque la etiqueta energética existe desde hace décadas, una revisión en 2010 comprometió los principios de transparencia y comprensibilidad cuando introdujo las clases adicionales de A +, A ++ y A +++ en la parte superior del esquema. Como estos cambios llevaron a que se perdieran mensajes simples para el consumidor, como “compre A”, la confusión entre los consumidores socavó la capacidad del esquema de transformar los mercados hacia electrodomésticos más eficientes. En 2017 se adoptó un nuevo marco de etiquetado energético para recuperar la etiqueta lo más rápido posible con la conocida escala de etiquetado A-G cerrada.

La agenda política de la UE

Entre los instrumentos políticos más cruciales para los consumidores en la agenda política de la UE se encuentran la **Directiva sobre diseño ecológico 2009/125/CE** y la **Directiva sobre etiquetado energético de la UE 2010/30/UE**. Estas dos herramientas cubren productos relacionados con la energía que van desde lavadoras hasta aspiradoras y calderas.

En marzo de 2020, la UE lanzó su **plan de acción de economía circular**, destacando que la política de productos sostenibles también debe considerar la durabilidad, la capacidad de actualización, la capacidad de reparación y la reutilización del producto; y que la directiva de diseño ecológico debe cubrir más productos, especialmente los productos TIC y textiles.

El proceso de la UE para mejorar la **eficiencia energética** de los productos de consumo se lanzó en 2005, lo que llevó a la adopción de la Directiva sobre diseño ecológico 2009/125/EC⁹⁶ que establece un marco para mejorar el desempeño ambiental de productos como los electrodomésticos que van desde aspiradoras o iluminación hasta las calderas.



Según la actual Directiva de diseño ecológico de la UE⁹⁷, la Comisión Europea tiene el mandato de regular no solo la eficiencia energética, sino también la eficiencia de los recursos (durabilidad, reparabilidad, reciclabilidad, capacidad de actualización, etc.) de los productos y adoptar medidas de implementación para el diseño ecológico⁹⁸. Al optimizar la sostenibilidad de los productos, manteniendo al mismo tiempo sus cualidades funcionales, la Directiva sobre diseño ecológico pretende ofrecer nuevas oportunidades para los fabricantes, los consumidores y la sociedad en su conjunto⁹⁹.

⁹⁶ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32009L0125>

⁹⁷ Directiva 2005/32/CE del Parlamento Europeo y del Consejo que establece un marco para el establecimiento de requisitos de diseño ecológico para productos que utilizan energía y que modifica la Directiva 92/42 / CEE del Consejo y las Directivas 96/57 / CE y 2000/55 / CE del Parlamento Europeo y del Consejo.

⁹⁸ Para una lista de los grupos de productos incluidos, ver: <https://ec.europa.eu/growth/single-market/european-standards/harmonised-standards/ecodesign/>

⁹⁹ Véase el Plan de trabajo sobre diseño ecológico 2012-2014, documento de trabajo de los servicios de la Comisión, Establecimiento del plan de trabajo 2012-2014 en virtud de la Directiva sobre diseño ecológico, p.1

Tanto el Parlamento Europeo como el Consejo destacan la importancia del diseño ecológico y el etiquetado energético y han pedido a la Comisión que adopte un nuevo plan de trabajo de diseño ecológico (2020-2024), para incluir también nuevos grupos de productos más allá de los productos relacionados con la energía, en particular los productos TIC.

El Consejo Europeo y el Parlamento Europeo también han subrayado¹⁰⁰ que debería elaborarse una nueva propuesta legislativa para un marco de política de productos coherente, que permita un uso más prolongado de los productos y mantenga los materiales en el ciclo económico durante el mayor tiempo posible.

Agenda política nacional

España consta con un **Ministerio para la Transición ecológica y el reto demográfico (MITECO)**¹⁰¹, encargado de diseñar las líneas estratégicas en sostenibilidad y asegurar la coordinación e integración con otros Ministerios.

El Real Decreto 187/2011 de **Requisitos de Diseño ecológico**¹⁰², incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 2009/125/CE sobre Diseño ecológico al tiempo que refunde, en un solo texto, el Real Decreto 1369/2007 relativo a los requisitos de diseño ecológico aplicables a los productos que utilizan energía.

Desde el 1 de agosto de 2017 está en vigor el **Reglamento europeo para el etiquetado energético (PUEs)**¹⁰³ que afectará a la clasificación del etiquetado energético de los aparatos consumidores de energía. Este reglamento mantiene la escala de la A (los más eficientes) a la G (los menos eficientes), pero prescinde de la distinción del +, ++, o +++. El reglamento establece como fecha límite para re-escalar la etiqueta energética el 2 de agosto de 2030.

La **Estrategia Española de Economía Circular (EEEC)**¹⁰⁴ establece unas orientaciones estratégicas a modo de decálogo y se marca una serie de objetivos cuantitativos a alcanzar para el año 2030, en seis sectores prioritarios: construcción, agroalimentario, pesquero y forestal, industrial, bienes de consumo, turismo y textil y confección:

- Reducir en un 30% el consumo nacional de materiales en relación con el PIB, tomando como año de referencia el 2010.
- Reducir la generación de residuos un 15% respecto de lo generado en 2010.
- Reducir la generación residuos de alimentos en toda cadena alimentaria: 50% de reducción per cápita a nivel de hogar y consumo minorista y un 20% en las cadenas de producción y suministro a partir del año 2020.
- Incrementar la reutilización y preparación para la reutilización hasta llegar al 10% de los residuos municipales generados.
- Mejorar un 10% la eficiencia en el uso del agua.

¹⁰⁰ See Resolution of 15 January 2020 in response to the European Commission communication on a European Green Deal

¹⁰¹ <https://www.miteco.gob.es/es/>

¹⁰² <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2011-4038>

¹⁰³ <https://www.idae.es/ahorra-energia/reglamento-para-el-etiquetado-energetico>

¹⁰⁴ <https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/economia-circular/estrategia/>

- Reducir la emisión de gases de efecto invernadero por debajo de los 10 millones de toneladas de CO2 equivalente.

Participación de las organizaciones de consumidores

Contribuir a los criterios y la regulación del diseño ecológico: la legislación sobre diseño ecológico exige que la Comisión Europea consulte con las partes interesadas, incluidas las organizaciones de consumidores, en el proceso de establecer y revisar los criterios de los productos para el diseño y etiquetado ecológico. Con la construcción del nuevo plan de trabajo 2020-2024, las organizaciones de consumidores tienen la oportunidad de contribuir al establecimiento de nuevos criterios para grupos de productos aún no cubiertos por el Ecodiseño, como los productos TIC o textiles, así como revisar las medidas existentes y garantizar regulaciones obligatorias.

Comunicar los nuevos esquemas y etiquetas: Debido a los cambios en el etiquetado coexistirán diferentes etiquetas, siendo primordial informar y educar a los consumidores para que se familiaricen con ellos.

Influir en los responsables políticos que deberán tener muy en cuenta los intereses de los consumidores al desarrollar medidas de etiquetado energético. Esto se puede lograr contribuyendo al trabajo técnico preparatorio y participando en las reuniones de partes interesadas cuando se cambian las etiquetas, asesorando a la Comisión Europea sobre cómo comunicar mejor los beneficios de la etiqueta energética para los consumidores y participando en proyectos de promoción de la etiqueta energética.

Más recursos:

- **BELT – Boost Energy Label Take up**¹⁰⁵

BELT es un proyecto financiado por el programa Horizonte 2020 de la UE que tiene como objetivo promover el cambio a productos energéticamente más eficientes. Su objetivo es facilitar el período de transición de la antigua etiqueta energética a la nueva. Gracias a BELT, el proceso de transición a la nueva etiqueta re-escalada se realizará más fácilmente proporcionando formación y orientación técnica a los fabricantes, distribuidores y comercializadores. La confusión y los errores entre los consumidores y el personal de contratación pública y empresarial se evitarán mediante campañas de comunicación claras y específicas.

- **“Ahorros económicos en los hogares gracias al Ecodiseño”,** investigación encargada por BEUC¹⁰⁶

¹⁰⁵ <https://www.belt-project.eu/>

¹⁰⁶ <https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-109-benefits-of-ecodesign-for-eu-households-executive-summary.pdf>

Resultados clave: Los consumidores ahorran cada año hasta 330€ gracias al Ecodiseño. Esto se debe a que las leyes de la UE han permitido a los fabricantes producir productos que consumen menos energía. Los ahorros de los consumidores pueden aumentar a más de 450€ al año si eligen un producto que se encuentra en la clase superior de la etiqueta energética. El diseño ecológico también puede ayudar a mejorar los productos de consumo, como hacer que las aspiradoras sean más silenciosas.

- **Hoja informativa de BEUC sobre la nueva etiqueta energética de la UE¹⁰⁷** - En marzo de 2017, las instituciones de la Unión Europea actualizaron la etiqueta energética. En el futuro, los consumidores se beneficiarán de una escala A-G más simple que reemplazará las confusas clases A+, A++ y A+++. Esta hoja informativa destaca los principales cambios, aspectos positivos y desafíos que vendrán con el cambio de escala.

6.2. Ecoetiquetas

La “Ecolabel” se creó en 1992 como una etiqueta voluntaria a nivel europeo, diseñada para facilitar a los consumidores las opciones más ecológicas y saludables.

Más de 77.000 productos y servicios en 24 categorías diferentes exhiben ahora la Ecolabel, una cifra que casi se ha duplicado desde 2016. Desde ropa para bebés y productos de limpieza hasta televisores, pinturas, champús, suelos de madera, papel de fotocopiado o alojamiento. Los productos y servicios deben cumplir con una lista de criterios ambientales y relacionados con la salud para poder lucir el logotipo de la flor, que van desde la durabilidad del producto hasta la exposición a sustancias químicas tóxicas.

En la UE existen otras etiquetas ecológicas reconocidas oficialmente a nivel nacional o regional que son equivalentes a la Ecolabel de la UE, como el Nordic Swan en los países nórdicos o el Blue Angel en Alemania¹⁰⁸.



Por qué son importantes para los consumidores

La Ecolabel ayuda a los consumidores a identificar fácilmente aquellos productos y servicios que están dentro del 10-20% de los más respetuosos con el medio ambiente. Ocho de cada diez consumidores que conocen la Ecolabel de la UE ya confían en ella¹⁰⁹.

¹⁰⁷ https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2017-120_new_energy_label-back_to_the_a-g_scale.pdf

¹⁰⁸ Para obtener un inventario de otras etiquetas nacionales reconocidas oficialmente en la UE, se puede consultar este [estudio de la Comisión](#).

¹⁰⁹ [Eurobarómetro especial 468: Actitudes de los ciudadanos europeos hacia el medio ambiente](#), noviembre 2017.

La Ecolabel impulsa a los fabricantes a hacer un esfuerzo adicional. De hecho, solo aquellos productos que son mejores para el medio ambiente y la salud de lo que exige la ley pueden lucir la etiqueta. Las empresas deben abordar los impactos del producto o servicio considerando todo su ciclo de vida, desde la producción hasta el reciclaje o la eliminación, y asegurarse de que ofrezcan una alta calidad.

La Ecolabel es un referente para las empresas que quieren mejorar sus productos. Desempeña un papel importante dentro del marco de la política de productos de la UE como un instrumento para impulsar el mercado, lo que significa que todos los consumidores obtienen productos y servicios mejores y más ecológicos.

Es fiable: los fabricantes pueden usar la Ecolabel solo después de que una autoridad nacional haya verificado que el producto o servicio es realmente "verde". Para ello se aseguran de que el producto cumpla con los requisitos, que se actualizan periódicamente.

La agenda política de la UE

El nuevo **Plan de Acción de Economía Circular** ha propuesto importantes iniciativas (regulatorias y no regulatorias) que pueden basarse en los requisitos establecidos por el Reglamento de la etiqueta ecológica de la UE Nº 66/2010. En particular, el **Marco de políticas de productos sostenibles** ampliará la Directiva sobre diseño ecológico más allá de los productos relacionados con la energía. Podría integrar los criterios existentes de la Ecolabel que aborden la durabilidad o la sustitución de productos químicos peligrosos en productos como textiles o muebles.

Se propondrán nuevas medidas para ayudar a los consumidores con información fiable y fidedigna sobre las credenciales de sostenibilidad de los productos, lo que podría ser una buena oportunidad para reforzar la Ecolabel de la UE. En particular, se pedirá a las empresas que respalden sus afirmaciones ecológicas y se establecerán requisitos mínimos para las etiquetas de sostenibilidad. También se prevé una iniciativa legal separada para proteger mejor a los consumidores del greenwashing.

La Comisión está ampliando actualmente el alcance de la Ecolabel de la UE para cubrir productos financieros minoristas sostenibles (por ejemplo, cuentas de ahorro o fondos de inversión) y todos los cosméticos. El plan de trabajo 2020-2022 también podría considerar la inclusión de servicios adicionales, como energía renovable de nuevas instalaciones o paneles fotovoltaicos. Sin embargo, más allá de ampliar la cartera de productos y servicios con Ecolabel, la Comisión quiere centrarse en aumentar el uso por parte de la industria de los criterios existentes. Llevará a cabo más actividades de marketing y comunicación hacia los consumidores y los contratantes públicos. También mejorará su aceptación a través de incentivos financieros, como la contratación pública ecológica o, potencialmente, la responsabilidad ampliada del productor. En este proceso, la Comisión busca el apoyo de los Estados miembros y otras partes interesadas, como las organizaciones de consumidores.

Qué pueden hacer las instituciones europeas y los Estados miembros para impulsar el eco-etiquetado:

- Aumentar la sensibilización pública y atraer a comercializadores y empresas líderes mejorando su marketing.
- Incluir en su esquema más bienes y servicios relevantes para los consumidores y la contratación pública.
- Liderar con el ejemplo y adquirir productos ecológicos que estén certificados con la Ecolabel de la UE o etiquetas nacionales equivalentes, como el Nordic Swan o el Blue Angel.
- Preservar la excelencia ambiental del esquema, asegurando criterios ambiciosos en todas las áreas relevantes para el medio ambiente y la salud.
- Asignar suficientes recursos humanos y financieros para asegurar que el esquema funcione correctamente y aumentar la cooperación con ecoetiquetas nacionales oficialmente reconocidas para optimizar los recursos existentes.

Agenda política nacional

El Ministerio para la Transición ecológica y el reto demográfico (MITECO) recoge en sus objetivos la promoción de la Etiqueta Ecológica Europea (Ecolabel)¹¹⁰, a la que define como “un sistema fiable, transparente y no discriminatorio”.

Participación de las Organizaciones de Consumidores

Algunas de las funciones clave de las organizaciones de consumidores son:

- **Apremiar a las autoridades públicas para que realicen más actividades de promoción** de las etiquetas ecológicas, para aumentar la sensibilización de los consumidores.
- **Exigir que los comercializadores y los productores ofrezcan más productos con etiqueta ecológica a los consumidores** y respalden sus afirmaciones medioambientales mediante sistemas de certificación fiables, como la Ecolabel.
- **Participar en la definición de los criterios** para asegurarse de que solo los productos de excelencia ambiental muestren la flor de la UE. Como miembro de la Junta de etiquetado ecológico de la UE, BEUC tiene voz en el desarrollo de los criterios de la etiqueta ecológica y proporciona información de las organizaciones de consumidores en el proceso de toma de decisiones. La Junta de etiquetado ecológico de la UE también reúne a la Comisión Europea, los Estados miembros, ONG medioambientales, industria y comercializadores.
- **Ayudar a dar a conocer mejor¹¹¹ la Ecolabel**, educar a los consumidores sobre las etiquetas en las que pueden confiar, e identificar a las empresas que hacen un “greenwashing” de sus productos. Con la creciente demanda de productos más

¹¹⁰ <https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/etiqueta-ecologica-de-la-union-europea/>

¹¹¹ La Comisión ha desarrollado un conjunto de herramientas digitales con información y materiales de comunicación disponibles para las organizaciones interesadas en promover la etiqueta ecológica de la UE. BEUC propone periódicamente materiales de comunicación que pueden ser utilizados por las organizaciones de consumidores.

sostenibles, ha habido un aumento en las diferentes iniciativas para etiquetarlos, así como un mayor greenwashing que induce a error a los consumidores a comprar productos que no son tan ecológicos como afirman. En la actualidad, hay más de 500 etiquetas de este tipo en uso en todo el mundo¹¹², y en la Unión Europea 3 de cada 4 productos¹¹³ de algunos sectores muestran una declaración medioambiental. Como resultado, los consumidores a menudo se sienten perdidos cuando tienen que elegir entre varias opciones "verdes" y pueden elegir sin querer un producto que está lejos de ser "verde" o ético.

Más recursos:

- **BEUC Factsheet sobre la Ecolabel (EN)** - https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2017-056_ecolabel_factsheet.pdf
- **EU Ecolabel datos, cifras y gráficos (EN)** - <https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/facts-and-figures.html>
- **EU infografía sobre la Ecolabel** - https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/documents/label_you_can_trust.pdf

6.3. Obsolescencia prematura

Por qué es importante para los consumidores

Los patrones de consumo actuales están marcados por dos tendencias: los consumidores poseen más productos que en el pasado y, normalmente, se utilizan durante períodos más cortos. Los tiempos de uso más cortos y las tasas de reemplazo más rápidas conducen a una mayor presión sobre los recursos naturales. Los estudios que analizan el tiempo de uso de los productos desvelan que están disminuyendo en los últimos años.

Sin embargo, las motivaciones de los consumidores para reemplazar productos con más frecuencia que en el pasado aún no están del todo claras. Podría estar relacionado con las preferencias cambiantes del consumidor, productos que fallan pronto o la presión del marketing que impulsa el consumismo. Sorprendentemente, a pesar del hecho de que algunos productos se reemplazan después de un breve período de uso, varios estudios indican que los consumidores desearían que los productos duraran considerablemente más y que la información sobre la durabilidad de los productos les importa¹¹⁴. Además, muchos consumidores se sienten frustrados si los productos que compraron no están a la altura de

¹¹² Gruère, G (2013), "A Characterisation of Environmental Labelling and Information Schemes", OECD Environment Working Papers, No. 62, OECD Publishing, Paris.

¹¹³ Ibid

¹¹⁴ European Commission (2013): Flash Eurobarómetro 367 - "Nueve de cada diez encuestados estuvieron de acuerdo en que debería indicarse la vida útil de los productos disponibles en el mercado". http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_367_en.pdf

sus expectativas¹¹⁵. Con demasiada frecuencia, los productos básicos que se necesitan como lavadoras¹¹⁶, cepillos de dientes eléctricos¹¹⁷, televisores¹¹⁸, impresoras y smartphones¹¹⁹, se rompen poco después del final del período de garantía y no se pueden reparar, lo que aumenta la presión sobre los presupuestos de los consumidores y el medio ambiente.

La obsolescencia es un problema complejo que cubre fallos intencionales y no intencionales de productos debido a un diseño deficiente, incapacidad del producto para actualizarse con nuevo software, mantenerlo o repararlo. A veces, también hay insatisfacción del consumidor con el funcionamiento actual de un producto que conduce a su reemplazo mientras aún funciona.

La agenda política de la UE

La UE ha comenzado a abordar el problema de los productos que fallan temprano a través de sus planes de acción de economía circular (ver la introducción y el capítulo sobre Ecodiseño más arriba). Contiene un anexo con un cronograma y medidas muy concretas que se pondrán en marcha en los próximos años y que ofrecen muchas oportunidades para que las organizaciones de consumidores contribuyan con propuestas concretas que aporten mejoras¹²⁰.

Además, algunos países de la UE ya han actuado sobre aspectos que pueden abordar la obsolescencia prematura:

- Garantías más largas para algunas categorías de productos (Países Bajos, Finlandia, Suecia, Islandia, Noruega, Irlanda y Reino Unido).
- Prohibición legislativa de la obsolescencia programada en Francia y recientes medidas de ejecución adoptadas en Italia¹²¹ y en Francia¹²² por las autoridades nacionales sobre la base de la Directiva sobre prácticas comerciales desleales.
- Reducción del IVA para las actividades de reparación en Suecia.

Sin embargo, otros países están pidiendo que los problemas se aborden a nivel europeo (Bélgica y Alemania). Es por eso que el plan de acción de la economía circular mencionó

¹¹⁵ Aproximadamente un tercio de todas las lavadoras y refrigeradores, y una cuarta parte de todas las aspiradoras reemplazadas en el Reino Unido cada año, no cumplieron con las expectativas promedio de los clientes sobre la vida útil de los productos <http://www.wrap.org.uk/content/switched-value>.

¹¹⁶ http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/articles/1014_DECO_Portugal.pdf

¹¹⁷ http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/articles/1013_Test_Achats_Belgium.pdf

¹¹⁸ http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/articles/0913_Stiftung_Warentest_Germany.pdf

¹¹⁹ http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/conference/presentations/Gerjan_int_Veld.pdf

¹²⁰ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0098&from=EN>

¹²¹ En 2018, la Autoridad Italiana de Consumo y Competencia (AGCM) multó a Apple y Samsung respectivamente por 10 y 5 millones de euros por prácticas comerciales desleales (para obtener más información, [consulte aquí](#)). En mayo de 2020, el tribunal de Lazio en Italia confirmó la decisión contra Apple (ver la [sentencia aquí](#)).

¹²² En febrero de 2020, la autoridad francesa (DGCCRF) multó a Apple con 25 millones de euros por no informar a los consumidores sobre el hecho de que la actualización de su iPhone afectaría al rendimiento del dispositivo, lo que constituyó una práctica comercial desleal ([consulte aquí](#) para obtener más información).

específicamente la lucha contra la obsolescencia programada. El plan de acción de la economía circular de la UE también contiene planes para las próximas medidas como:

- **Más productos se volverán sostenibles.** Gracias al futuro "Marco de políticas de productos sostenibles", se espera que muchos más productos de consumo, como teléfonos inteligentes y computadoras, sean más duraderos, reutilizables, actualizables, reparables y reciclables.
- Se espera que los **sectores altamente contaminantes**, como los textiles y la construcción, utilicen las materias primas de manera más eficiente. El enfoque para desarrollar reglas para sectores específicos se inspira en la muy comentada prohibición de los plásticos de un solo uso que las instituciones de la UE impulsaron el año pasado en un tiempo récord.
- El "**derecho a reparar**" de los consumidores recibirá un impulso. Más productos de consumo tendrán que ser fáciles de arreglar y actualizar. Los teléfonos inteligentes, las máquinas de café y las impresoras deberían ser prioridades, ya que encabezan la lista de quejas de los consumidores en toda Europa.
- Los consumidores obtendrán **información más fiable sobre durabilidad y reparabilidad**. Por ejemplo, en el futuro, las empresas podrían tener que informar en el punto de venta de cuánto duran sus productos o cuánto tiempo estarán disponibles las piezas de repuesto.
- Los consumidores estarán mejor protegidos contra casos de **greenwashing y obsolescencia prematura**. Por ejemplo, la Unión Europea tiene como objetivo abordar mejor las declaraciones medioambientales sin fundamento y los casos de obsolescencia injusta.
- Se abordarán los productos **químicos peligrosos** para que no persistan en los productos reciclados.

La Comisión Europea está comprometida a crear una cultura de reparación y las últimas medidas de implementación de la directiva de diseño ecológico muestran que se pueden tomar medidas concretas para prolongar la vida útil del producto al permitir la "reparación". Para varias categorías de productos, la provisión de repuestos debe mantenerse a lo largo del tiempo y la información sobre reparación y mantenimiento debe estar accesible.

Sobre la base de las medidas existentes, el "derecho a la reparación" europeo, que se aplicará primero a los productos de TIC, puede cubrir:

- Accesibilidad a los repuestos, por lo menos mientras dure la vida útil esperada del producto. La extensión de repuestos a partes de software es posible y actualmente se aplica a servidores empresariales.
- Accesibilidad a los manuales de reparación y mantenimiento.
- Diseño para reparaciones, con fácil acceso a piezas que necesitan reparación.
- Información sobre la capacidad de reparación del producto en el punto de venta, que podría ser en forma de puntuación de reparación.

Agenda política nacional

En España, el Plan de Contratación Pública Ecológica de la Administración General del Estado 2018-2025¹²³ introduce criterios para la selección de empresas que dispongan de un sistema de gestión ambiental adherido al Sistema comunitario de ecogestión y ecoauditoria, conocido como EMAS, y valorar la vida útil larga de la compra a realizar, en detrimento de aquellos productos con obsolescencia programada.

En su borrador del anteproyecto de Ley de Residuos¹²⁴, el Ministerio propone como medida preventiva “fomentar el diseño, la fabricación y el uso de productos que sean eficientes en el uso de recursos, duraderos (también en términos de vida útil y ausencia de obsolescencia programada), reparables, reutilizables y actualizables.”

Participación de las organizaciones de consumidores

Teniendo en cuenta la complejidad de este tema, algunas organizaciones de consumidores, junto con académicos y reparadores profesionales, están involucradas en el proyecto de investigación PROMPT¹²⁵, sobre el desarrollo de un programa de pruebas para la obsolescencia prematura, con pilotos para teléfonos móviles, aspiradoras, televisores y lavadoras.

El proyecto PROMPT tiene como objetivo:

- Consolidar las quejas de los consumidores con respecto a productos de bajo rendimiento en términos de durabilidad y capacidad de reparación a través de plataformas online para recopilar comentarios sobre los productos que fallan antes y un rastreador web capaz de escanear las opiniones de los consumidores sobre los productos en las plataformas de venta online.
- Proporcionar un método de prueba que permita señalar los productos de bajo rendimiento para orientar la elección del consumidor.
- Informar a la industria sobre las mejores prácticas y diseñar estrategias para evitar la obsolescencia prematura.

Ejemplos y herramientas para la educación del consumidor

Obsolescencia prematura:

¹²³<https://www.miteco.gob.es/es/prensa/ultimas-noticias/el-gobierno-aprueba-el-plan-de-contrataci%C3%B3n-p%C3%BAblica-ecol%C3%B3gica-de-la-administraci%C3%B3n-general-del-estado-2018-2025/tcm:30-485186>

¹²⁴https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/participacion-publica/200602apresiduosysc_informacionpublica_tcm30-509526.pdf

¹²⁵ <https://prompt-project.eu/>

España: OCU ha puesto en marcha un Barómetro de obsolescencia prematura¹²⁶ invitando a los consumidores a compartir información sobre los productos que se han vuelto defectuosos prematuramente.



Bélgica: la organización de consumidores Test-Achats realizó una campaña de sensibilización llamada "trop vite usé"¹²⁷, que destaca la rotura prematura y la irreparabilidad de los productos y hace que los consumidores registren productos que compraron y se rompieron antes de tiempo.

Recomendaciones sobre productos y servicios:

- **Francia** – Consejos para reducir el consumo de energía¹²⁸ de los productos
- **España** – Estudio comparativo de plataformas de segunda mano¹²⁹

Más recursos:

- **BEUC Factsheet sobre obsolescencia prematura (EN):** https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2018-057_premature_obsolescence.pdf
- **EU nuevo Plan de acción de Economía circular (EN):** https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf
- **PROMPT factsheet (EN):** https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-063_prompt_testing_products_to_promote_longer_lifetime.pdf

¹²⁶ <https://www.ocu.org/barometro-de-obsolescencia-prematura>

¹²⁷ <https://www.test-achats.be/trop-vite-use>

¹²⁸ <https://www.quechoisir.org/conseils-smartphone-tablette-ordinateur-nos-conseils-pour-reduire-l-impact-environnemental-n54081/>

¹²⁹ <https://www.ocu.org/consumo-familia/consumo-colaborativo/informe/segunda-mano-online>

7. CUMPLIMIENTO NORMATIVO - SOSTENIBILIDAD DE PRODUCTOS

7.1. Reclamos sostenibles engañosos y cumplimiento

Por qué es importante para los consumidores

Un número cada vez mayor de empresas se está aprovechando del creciente interés de los consumidores en los asuntos ambientales utilizando declaraciones ecológicas para diferenciarse de sus competidores. Según el Cuadro de indicadores¹³⁰ de las condiciones del consumidor de la UE de noviembre de 2019, más de la mitad de los consumidores de la UE son receptivos a las declaraciones medioambientales al realizar compras.

Los consumidores se enfrentan a una multiplicación de reclamos ecológicos. Muchos de ellos son dudosos (porque no están o no pueden fundamentarse) y engañosos. Esta situación genera confusión y desconfianza entre los consumidores y compromete su compromiso en la transición hacia una economía verde.

La agenda política de la UE

En la UE, la **Directiva sobre prácticas comerciales desleales** (Directiva 2005/29 / EC, DPCD)¹³¹ es la legislación clave que se aplica a las declaraciones ecológicas. Es el punto de referencia utilizado para establecer si una declaración es engañosa en su contenido o en la forma en que se presenta a los consumidores. Aparte de la prohibición general de prácticas engañosas, varias prácticas relevantes para las declaraciones ecológicas están incluidas en la lista negra en su Anexo 1.

Como un intento de mejorar la efectividad de la DPCD frente a declaraciones ambientales engañosas, la UE también actualizó el **Documento de orientación de la DPCD**¹³² en 2016 basándose en el trabajo del grupo de partes interesadas y en los documentos de orientación publicados por varios organismos nacionales.

Además de la DPCD, otras legislaciones específicas de la UE también tienen implicaciones para las declaraciones ecológicas (por ejemplo, la Directiva 2012/27 sobre eficiencia energética, la Directiva 2010/31 / UE sobre el rendimiento energético de los edificios, etc.).

En septiembre de 2019, en su carta de misión al nuevo Comisionado de Justicia Reynders¹³³, la presidenta Van Der Leyen destacó la necesidad de "encontrar nuevas formas de empoderar a los consumidores para que tomen decisiones informadas y desempeñen un papel activo en la transición verde". En diciembre de 2019, la **Comunicación del Pacto Verde Europeo**¹³⁴ señaló que "la información fiable, comparable y verificable (...) juega un papel importante para permitir que los compradores tomen decisiones más sostenibles y reduce el

¹³⁰ https://ec.europa.eu/info/publications/consumer-conditions-scoreboard-consumers-home-single-market-2019-edition_en

¹³¹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32005L0029>

¹³² <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52016SC0163>

¹³³ https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/mission-letter-didier-reynders-2019_enpdf.pdf

¹³⁴ https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/european-green-deal-communication_en.pdf

riesgo de greenwashing". En esta ocasión, la Comisión anunció su objetivo de intensificar "sus esfuerzos regulatorios y no regulatorios para abordar las falsas afirmaciones ecológicas". En enero de 2020, la Cumbre del Consumidor de la UE dedicó un taller a la "lucha contra el greenwashing" y discutió las posibles soluciones que la política del consumidor de la UE puede ofrecer para abordar las afirmaciones ecológicas engañosas. En abril de 2020, la Comisión de la UE publicó un nuevo **Plan de Acción de Economía Circular**¹³⁵, que incluye nuevas medidas para abordar las afirmaciones medioambientales falsas. La Comisión también anunció un nuevo instrumento legislativo para "empoderar al consumidor en la transición verde".

Agenda política nacional

En España está vigente el Real Decreto Legislativo 1/2007, por el que se aprueba el texto refundido de la **Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios** y otras leyes complementarias, que incluyó la norma de transposición de la directiva comunitaria sobre garantías en la venta de bienes de consumo.

La **Ley 29/2009, de 30 de diciembre**¹³⁶ modifica el régimen legal de la **competencia desleal y de la publicidad** para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios incorporando los cambios propuestos en la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo sobre prácticas comerciales desleales y armonizando las dos leyes hasta entonces existentes en España, La Ley General de Publicidad (en adelante, LGP) y la Ley de Competencia Desleal (LCD) que provocaban problemas de interpretación sobre la publicidad ilícita. Esta Ley aclara que, en las relaciones de los empresarios con los consumidores, la deslealtad de una conducta vendrá determinada por la concurrencia de dos elementos: que el comportamiento del empresario resulte contrario a la diligencia profesional que le es exigible en sus relaciones con los consumidores, y que éste sea susceptible de distorsionar de manera significativa el comportamiento económico del consumidor medio al que se dirige la práctica.

El **Código de autorregulación sobre argumentos ambientales en comunicaciones comerciales** de 2009¹³⁷, establece una serie de reglas no vinculantes jurídicamente para las empresas españolas y el sector de la publicidad, con el objetivo de garantizar que los argumentos ambientales promuevan la compra de productos con un menor impacto ambiental y se evite la pérdida de confianza en los argumentos ambientales, a través de argumentos legales, veraces y responsables.

Participación de las organizaciones de consumidores

En sociedades donde la conciencia ambiental está creciendo, muchas empresas están tratando de aprovecharla para vender sus productos. Hacen afirmaciones que no pueden fundamentarse. Las organizaciones de consumidores tienen un papel clave que desempeñar en la protección contra tales prácticas desleales y, en particular, en:

¹³⁵ https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf

¹³⁶ <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2009-21162>

¹³⁷ https://www.miteco.gob.es/es/ceneam/recursos/mini-portales-tematicos/Codigo-argumentos-ambientales_tcm30-70733.pdf

- **Observar el mercado y detectar cualquier reclamo ecológico que pueda ser engañoso** y, por lo tanto, ilegal: los ciudadanos a menudo no pueden evaluar de forma independiente si los reclamos ecológicos son veraces o no y pueden caer fácilmente en la trampa de productos que parecen más respetuosos con el medioambiente de lo que son en realidad.
- **Análisis de productos y servicios:** las organizaciones tienen una experiencia única para poder evaluar si las declaraciones ecológicas específicas pueden fundamentarse y ayudar a elegir los mejores productos.
- **Impugnación de reclamaciones ecológicas injustas y casos de obsolescencia prematura ante los tribunales y / o las autoridades públicas:** las organizaciones de consumidores tienen un papel importante que desempeñar en la aplicación de las normas que se aplican a las reclamaciones ecológicas.
- **Educación a los consumidores sobre el greenwashing:** si bien la gente es cada vez más consciente del impacto de sus compras en el medio ambiente y quiere tener esto en cuenta al elegir un producto, a menudo no se da cuenta de que algunas de las afirmaciones o etiquetas presentes en el mercado no son fiables.
- **Influir en la legislación** para garantizar que los consumidores estén protegidos eficazmente de las declaraciones ecológicas engañosas: por el momento, no existen leyes específicas que regulen las declaraciones ecológicas a nivel de la UE. Solo se aplican las reglas generales de la directiva DPCD.

Más recursos:

- **BEUC toma de postura: Consumidores en el centro del impulso hacia la sostenibilidad.** Opinión de BEUC sobre el Pacto Verde Europeo (EN)
Deal: http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-012_beuc_position_on_european_green_deal.pdf
- **BEUC toma de postura: BEUC pide una prohibición efectiva de declaraciones ecológicas engañosas** (se actualizará en 2020) (EN):
<https://www.beuc.eu/publications/2011-09991-01-e.pdf>

7.2. Derechos del consumidor y productos más duraderos

Por qué son importantes para los consumidores

Los europeos prefieren productos de mayor duración. Según un estudio reciente¹³⁸, incluso están dispuestos a pagar más por productos que sean más duraderos y reparables.

¹³⁸ CE - Estudio de comportamiento sobre la participación de los consumidores en la economía circular, octubre de 2018, [informe final](#).

Además, son cada vez más conscientes de los problemas medioambientales a los que nos enfrentamos y de la emergencia del cambio climático. Les gustaría participar más en la economía circular¹³⁹ y la mejor manera de contribuir es comprando productos más duraderos.

La legislación de consumidor les ayuda a lograr tales objetivos. Dentro de los dos años posteriores a la compra de un producto, los consumidores están cubiertos por derechos de garantía legal que aseguran que, en caso de que su producto sea defectuoso, puedan repararlo, cambiarlo o incluso, en algunos casos, recuperar su dinero. Tales obligaciones crean un incentivo para que los vendedores (e indirectamente los productores) opten por productos con una vida útil más larga.

La agenda política de la UE

Las principales herramientas que utiliza el derecho del consumidor para promover productos más duraderos son los derechos de garantía legal.

Actualmente, todavía están regulados a nivel de la UE por la **Directiva de Garantías y Ventas al Consumidor 1999/44/EC**. Se trata de una directiva de armonización mínima que otorga al consumidor el derecho a determinados recursos en caso de que su bien sea defectuoso. Esta directiva establece una jerarquía de tales recursos. En caso de falta de conformidad, el consumidor puede solicitar en primer lugar una reparación o sustitución. Si eso no es posible dentro de un tiempo razonable o sin un inconveniente significativo, también puede solicitar una reducción de precio o la rescisión de su contrato (lo que conlleva el reembolso del precio de compra).

Sin embargo, pronto comenzará a aplicarse una nueva **Directiva (UE) 2019/771¹⁴⁰**. La nueva Directiva trajo algunos cambios que podrían contribuir a que los productos duren más:

- Prórroga del período durante el cual se presume que existe la falta de conformidad en el momento de la entrega (inversión de la carga de la prueba) a un año, con posibilidad de que los Estados miembros lo amplíen a dos años.
- La durabilidad se convierte en un nuevo requisito objetivo para la conformidad.
- Obligación de proporcionar actualizaciones para garantizar que los bienes con elementos digitales sigan siendo conformes.
- Se introduce una nueva garantía comercial voluntaria de durabilidad, según la cual el productor puede ser directamente responsable ante el consumidor.

Esta directiva se está transponiendo actualmente a las legislaciones nacionales de diferentes Estados miembros de la UE (la fecha límite de transposición es el 1 de julio de 2021) y será aplicable a partir del 1 de enero de 2022.

¹³⁹ Ibid

¹⁴⁰ Directiva 2019/771 sobre determinados aspectos relativos a los contratos de compraventa de bienes.

En diciembre de 2019, la Comisión Europea publicó la comunicación del **Pacto Verde Europeo**¹⁴¹, donde anunció su objetivo de convertir la UE en neutra en carbono para 2050. Para lograrlo, anunció una serie de iniciativas también en el campo del derecho del consumidor. Se especificaron con más detalle en el nuevo **Plan de acción de economía circular**¹⁴², publicado en marzo de 2020. El plan de acción anunció una revisión de la legislación del consumidor de la UE para garantizar que el consumidor reciba información fiable y relevante en el punto de venta, incluida su vida útil, y sobre la disponibilidad de servicios de reparación, repuestos y manuales de reparación. Se anunciaron varias propuestas legislativas para los próximos años, que incluyen:

- Propuesta legislativa sobre el empoderamiento de los consumidores en la transición verde (2020)
- Propuesta legislativa para fundamentar los reclamos ecológicos (2020)
- Medidas legislativas y no legislativas que establecen un nuevo "derecho a reparar" (2021)

Se anunció que el Pacto Verde Europeo era de máxima prioridad para la Comisión de Ursula von der Leyen, pero lamentablemente algunas de sus iniciativas podrían posponerse debido a la actual pandemia de COVID-19¹⁴³.

Agenda política nacional

La transposición de la Directiva europea 2019/771 relativa a determinados aspectos de los contratos de compraventa de bienes, deberá ser desarrollada en España antes del 1 de julio de 2021. No obstante, los cambios se aplicarán a partir de enero de 2022.

En relación con la reparabilidad de los productos, en España tanto el Real Decreto Legislativo 1/2007, como la Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista, establecen la obligación del fabricante “del mantenimiento de un adecuado servicio técnico y de piezas de repuesto de los productos de carácter duradero que fabrica o importa, durante un plazo mínimo de 5 años a contar desde la fecha en que el producto deje de fabricarse”, obligación que garantiza un periodo mínimo de “durabilidad”.

La Estrategia Española de Economía Circular, “**España Circular 2030**”¹⁴⁴ destaca que “la vida útil de los bienes de consumo se ha reducido como consecuencia del cambio de preferencias de los consumidores, especialmente en los dispositivos eléctricos y electrónicos, pudiendo deberse a la compra de otros nuevos por presentar una mayor funcionalidad o por estilismo (obsolescencia percibida), por incompatibilidades con nuevos software o tecnologías (obsolescencia técnica) y, en algunos casos, por prácticas de obsolescencia programada con una reducción significativa de su vida útil.” Esta estrategia, centra una de sus orientaciones estratégicas en el Consumo sostenible: “Promover modelos innovadores de consumo

¹⁴¹ https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/european-green-deal-communication_en.pdf

¹⁴² https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf

¹⁴³ Esto se refiere también a las dos iniciativas anteriores sobre empoderar a los consumidores y sobre reclamos ecológicos que se han pospuesto hasta 2021. Sin embargo, el trabajo preparatorio dentro de la Comisión está en curso y se han publicado varias consultas públicas a las que BEUC contribuirá. Las consultas están disponibles en este sitio web: https://ec.europa.eu/info/consultations_en

¹⁴⁴ <https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/economia-circular/estrategia/>

sostenible y responsable, que incluyan productos y servicios, así como el uso de infraestructuras y servicios digitales, basados en la transparencia de la información sobre las características de los bienes y servicios, su duración, reparabilidad y eficiencia energética, mediante el empleo de medidas como el uso de la ecoetiqueta.”

Participación de las organizaciones de consumidores

Las organizaciones de consumidores son importantes guardianes del mercado que ayudan a las personas en su búsqueda de productos más duraderos de diferentes maneras:

- **Analizando productos y servicios:** ayudan a los consumidores a elegir los productos más duraderos y de mejor rendimiento.
- **Haciendo recomendaciones:** sobre la base de los resultados de sus análisis, publican clasificaciones en diferentes categorías de productos y otorgan galardones a los mejores productos.
- **Informar y asesorar** a los consumidores sobre sus derechos en caso de que los productos que compraron sean defectuosos, no cumplan con sus expectativas o fallen prematuramente.
- **Educar a los consumidores sobre sus derechos**, especialmente sobre las reglas que establecen sus derechos de garantía legal a través de campañas de sensibilización, artículos en revistas, atención telefónica, etc.
- **Vigilar el mercado** y detectar cualquier patrón que pueda hacer que algunos productos específicos fallen prematuramente (ver más sobre el proyecto PROMPT en la sección 7.3 dedicada a la obsolescencia prematura).
- Hacer cumplir los derechos del consumidor ante los **tribunales y / o autoridades**.
- **Influir en la legislación:** especialmente asegurarse de que los consumidores puedan contar con sus garantías legales durante toda la vida útil esperada de sus productos.

Más recursos:

- **BEUC toma de postura** acerca de la propuesta de directiva sobre determinados aspectos de los contratos de venta a distancia (EN): https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-053_csc_beuc_position_paper_on_tangible_goods_proposal.pdf
- **BEUC toma de postura:** Bienes duraderos: productos más sostenibles, mejores derechos del consumidor (EN): http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2015-069_sma_upa_beuc_position_paper_durable_goods_and_better_legal_guarantees.pdf
- **BEUC pagina web sobre productos duraderos (EN)** : <https://www.beuc.eu/durable-goods>

- **EU nuevo Plan de Acción de economía circular**
(EN):https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf

7.3. Nuevo reglamento de vigilancia del mercado

La UE adoptó en la primavera de 2019 un nuevo Reglamento sobre vigilancia del mercado. Si bien esta legislación se centró durante el pasado principalmente en la seguridad de los productos, se ha ampliado para cubrir ciertos aspectos ambientales de los productos, incluidos los requisitos de diseño ecológico, etiqueta ecológica y etiquetado energético, así como algunos requisitos sobre productos químicos y residuos.

El objetivo del presente Reglamento es

“mejorar el funcionamiento del mercado interior reforzando la vigilancia del mercado de los productos cubiertos por la legislación de armonización de la Unión (...), con el fin de garantizar que solo los productos conformes que cumplan requisitos que proporcionen un alto nivel de protección de los intereses públicos, como la salud y la seguridad en general, la salud y la seguridad en el lugar de trabajo, la protección de los consumidores, la protección del medio ambiente y la seguridad pública y cualquier otro interés público protegido por dicha legislación, están disponibles en el mercado de la Unión Europea”

Este nuevo Reglamento puede ser utilizado por las organizaciones de consumidores de muchas formas para mejorar el cumplimiento de los requisitos medioambientales de los productos:

- Si las organizaciones de consumidores descubren el incumplimiento de los productos con los requisitos medioambientales a través de análisis de laboratorio, pueden utilizar este nuevo Reglamento como base legal para informar sobre los resultados de estos análisis a las autoridades nacionales de vigilancia del mercado y pedirles que tomen medidas contra el incumplimiento.
- Además, el nuevo Reglamento permite la celebración de acuerdos de cooperación más formalizados con terceros, incluidos grupos de consumidores: *«las autoridades de vigilancia del mercado pueden acordar con (...) organizaciones que representen a (...) usuarios finales la realización de actividades que tienen el objetivo de promover el cumplimiento, identificar el incumplimiento, sensibilizar y proporcionar orientación en relación con la legislación de armonización de la Unión con respecto a categorías específicas de productos, en particular categorías de productos que a menudo se considera que presentan un riesgo grave, incluyendo productos ofrecidos en la venta online.»*
- El nuevo Reglamento también requiere que la Comisión de la UE establezca redes de entre los Estados miembros para que colaboren mejor en el cumplimiento de los productos que en el pasado (la denominada Union Product Compliance Network). Por lo tanto, si los grupos de consumidores tienen conocimiento de productos no conformes que probablemente se vendan en muchos países de la UE, deberían pedir a sus autoridades nacionales que compartan esta información con otros Estados

miembros para su seguimiento en otros mercados nacionales de la UE y para garantizar la coherencia de las acciones de ejecución en todo el mercado interior de la UE.

- Los grupos de consumidores pueden informar a la ciudadanía en sus publicaciones sobre los productos que no cumplen y desaconsejar su compra.





This document has been produced under a service contract with the European Commission. The content of it represents the views of the author only and is his/her sole responsibility. The European Commission does not accept any responsibility for use that may be made of the information it contains.