



Bruselas, 14.3.2013
COM(2013) 138 final

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

Sobre la aplicación de la Directiva relativa a las prácticas comerciales desleales

**Lograr un alto nivel de protección de los consumidores
Crear confianza en el mercado único**

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

Sobre la aplicación de la Directiva relativa a las prácticas comerciales desleales

Lograr un alto nivel de protección de los consumidores Crear confianza en el mercado único

1. INTRODUCCIÓN

La Directiva 2005/29/CE relativa a las prácticas comerciales desleales¹ («la Directiva») fue adoptada el 11 de mayo de 2005 para contribuir a que los consumidores pudieran beneficiarse del mercado interior mediante la eliminación de los obstáculos normativos que se derivan de las normas nacionales divergentes que obstaculizaban las ventas de las empresas y minaban la confianza de los consumidores a la hora de comprar en otros países de la UE.

La Directiva constituye el principal *corpus* legislativo de la UE que regula la publicidad engañosa y las prácticas desleales en las transacciones entre empresas y consumidores. Tiene un amplio ámbito de aplicación que abarca a todas las transacciones entre empresas y consumidores («B2C») y todos los sectores. No sólo se aplica a las etapas de publicidad o comercialización de una transacción, sino también «...durante y después de una transacción comercial en relación con un producto»².

La Directiva establece un alto nivel de protección de los consumidores en todos los sectores. Funciona como una red de seguridad que colma las lagunas que no están reguladas por otras normas sectoriales de la UE. Garantiza que los consumidores no son inducidos a error o expuestos a una comercialización agresiva y que toda información dada por los operadores de la UE es clara, precisa y motivada, de manera que los consumidores puedan elegir con más información y sentido.

Junto con otra legislación relativa al mercado interior³ y el «Reglamento CPC» sobre la cooperación entre las autoridades nacionales encargadas de la aplicación de la legislación en materia de protección de los consumidores⁴, la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales contribuye a la consecución de la transparencia del mercado y a la represión de la competencia desleal en toda la UE. Todos los Estados miembros han aplicado sus disposiciones en su legislación nacional.

¹ Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, que modifica la Directiva 84/450/CEE del Consejo, las Directivas 97/7/CE, 98/27/CE y 2002/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y el Reglamento (CE) n° 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo.

² Véase el artículo 3, apartado 1, de la Directiva.

³ En particular, la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior («Directiva sobre el comercio electrónico»); y la Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre los derechos de los consumidores.

⁴ Reglamento n° 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de octubre de 2004, sobre la cooperación entre las autoridades nacionales encargadas de la aplicación de la legislación de protección de los consumidores («Reglamento sobre la cooperación en materia de protección de los consumidores»).

La presente Comunicación expone las principales conclusiones que pueden extraerse sobre la base del periodo de experiencia inicial de aplicación de la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales tal como se prevé en su artículo 18, y establece las medidas necesarias para maximizar los beneficios de la Directiva para la integración del mercado único y la protección de los consumidores.

Junto con la presente Comunicación, se publicará un informe⁵ sobre la aplicación de la Directiva en los Estados miembros. Todo ello forma parte de la Agenda del Consumidor Europeo⁶, que tiene por objeto maximizar la participación de los consumidores y la confianza en el mercado y, de ese modo, impulsar la confianza y el crecimiento.

El gasto de los consumidores representa el 56 % del PIB de la UE y es fundamental para cumplir el objetivo de un crecimiento inteligente, integrador y sostenible. Como se indica en la Agenda del Consumidor Europeo, estimular esta demanda puede desempeñar un importante papel a la hora de sacar a la UE de la crisis.

Para ello, debe hacerse realidad el potencial del mercado único.

Los datos muestran que los consumidores que compran en línea en la UE disponen de una variedad de productos entre los que elegir hasta 16 veces superior, pero el 60 % de los consumidores todavía no hace uso de esta posibilidad. Como consecuencia de su reticencia, no se benefician plenamente de la variedad de productos y de la diferencia de precios que ofrece el mercado único.

Las acciones políticas destinadas a mejorar la confianza de los consumidores en las compras transfronterizas en línea pueden suponer un fuerte impulso al crecimiento económico en Europa.

2. EVALUACIÓN DE LOS BENEFICIOS DE LA DIRECTIVA

2.1. Alcanzar un alto nivel de protección de los consumidores y lograr una igualdad de condiciones para los operadores comerciales

La primera experiencia de la aplicación de la Directiva muestra que se ha mejorado considerablemente la protección de los consumidores en todos los Estados miembros al mismo tiempo que las empresas que respetan las normas están mejor protegidas frente a aquellos de sus competidores que las incumplen.

Los beneficios de la Directiva se derivan, sobre todo, de dos de sus características específicas, a saber, su carácter de «red de seguridad» horizontal y su combinación de normas basadas en principios con una «lista negra» de prohibiciones específicas para determinadas prácticas desleales.

Las normas basadas en principios previstas en la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales han permitido que las autoridades nacionales se adapten a unos productos, servicios y métodos de venta en rápida evolución. Dichas normas sirven como «disposiciones de carácter general» facilitando criterios que pueden utilizarse, con cierta flexibilidad, para evitar comportamientos desleales que no estén cubiertos por prohibiciones específicas.

⁵ Véase el informe adjunto a la presente Comunicación: *Primer informe sobre la aplicación de la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior – (Directiva sobre las prácticas comerciales desleales)*.

⁶ Véase «Una Agenda del Consumidor Europeo para impulsar la confianza y el crecimiento», COM (2012) 225 final de 22.5.2012 - http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/index_en.htm.

A su vez, la «lista negra» de las prácticas prohibidas sin excepciones ha supuesto para las autoridades nacionales una herramienta eficaz para luchar contra las prácticas desleales, como la publicidad «señuelo», las ofertas gratuitas falsas, la publicidad encubierta y la publicidad directamente dirigida a los niños.

A continuación se dan algunos ejemplos de prácticas prohibidas en virtud de la Directiva.

Atraer a los consumidores a los locales o al sitio web del operador ofreciendo productos o servicios que no puede suministrar («publicidad señuelo»)

Sabine, originaria de Alemania, descubrió un anuncio en una revista que ofrecía un oferta especial: «¡Vuele a Barcelona por tan solo 1 EUR!» Sin embargo, cuando trató de reservar el billete por internet los precios eran mucho más altos. Cuando contactó con el servicio de atención al cliente de la empresa se enteró de que sólo un pequeño número de asientos se ofrecían a un precio reducido. La mayoría de los clientes no podían beneficiarse de esta promoción.

La Directiva sobre las prácticas comerciales desleales prohíbe la práctica de ofrecer un producto a un precio determinado sin revelar claramente que su disponibilidad puede limitarse en función del alcance de la publicidad y del precio propuesto.

Ofertas gratuitas falsas

Marit, de Estonia, recibió el siguiente mensaje electrónico de un minorista de productos de belleza en línea: «Llama ahora y consigue tu regalo gratuito: ¡un par de gafas de sol de diseño!». Cuando llamó, se le informó de que esta oferta se aplicaba solo cuando se hacían pedidos por valor de 2 000 EUR o más.

La Directiva sobre las prácticas comerciales desleales impide a un operador comercial describir de manera engañosa un producto como gratuito cuando, de hecho, el consumidor ha de incurrir en un coste al margen del coste de responder a la práctica comercial o del pago por la entrega del producto.

Obstáculos para un cambio en el prestatario de servicios

Filip decide modificar el seguro de su casa y de obtener un contrato más ventajoso con una empresa recientemente creada. Cuando llama a su compañía de seguros, se le informa de que debe cumplimentar diferentes formularios para poner fin a su contrato actual. Desgraciadamente, tardan más de dos semanas en poder (o querer) proporcionarle los formularios necesarios y la mujer que le atiende al teléfono le dice que son necesarios además tres meses para tramitar la solicitud. Filip abandona, frustrado a pesar de sus buenas intenciones.

En virtud de la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales, los comerciantes no pueden imponer obstáculos no contractuales onerosos o desproporcionados cuando un consumidor desee ejercitar derechos previstos en el contrato, incluidos el derecho de poner fin al contrato o el de cambiar de producto o de comerciante.

Anuncios directamente dirigidos a los niños

Alain se sorprendió mucho cuando su hija empezó repentinamente a insistirle para que comprara una colección de películas con el personaje principal de su libro favorito. Alain comprendió mejor lo que estaba pasando cuando vio un anuncio de televisión promocionando las películas en el que se decía: «Tu libro favorito ya está en DVD. ¡Dile a tu padre que te lo compre!»

En virtud de la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales constituye una práctica desleal que los vendedores exhorten a los niños a pedir a un adulto que compre los productos

sobre los que se hacen campañas publicitarias. Esta prohibición es válida para todos los medios de comunicación y tanto para la publicidad en televisión como en internet.

Gracias a la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales, los organismos nacionales de protección de los consumidores han podido frenar y sancionar una amplia gama de prácticas comerciales desleales, incluidas *afirmaciones engañosas relacionadas con el medio ambiente y prácticas agresivas*⁷. Sin embargo:

- Las partes interesadas sugieren que, a pesar del marco jurídico actual, se siguen empleando afirmaciones (por ejemplo, «respetuoso con el medio ambiente», «biodegradable», «sostenible» y «natural») de manera irresponsable que son, a menudo, muy generales, vagas y no claramente definidas. Las asociaciones de consumidores advierten que es, además, difícil comprobar la veracidad de los reclamos, especialmente en los sectores de la energía, los cosméticos, los automóviles y los detergentes.
- Algunos Estados miembros advierten sobre prácticas agresivas destinadas a los menores en el sector de los juegos de azar en línea, así como a las personas mayores. Se necesitan más esfuerzos para reforzar la aplicación de la Directiva en lo que respecta a estas categorías de consumidores vulnerables que se encuentran en una situación de debilidad. En particular, debe garantizarse que, teniendo también en cuenta el envejecimiento progresivo de la población, los consumidores vulnerables estén protegidos frente a los riesgos derivados de los efectos de la crisis económica y la complejidad de los mercados digitales.

2.2. Reforzar la confianza en el mercado único

Al sustituir las normativas divergentes de los distintos Estados miembros en materia de prácticas comerciales desleales por un conjunto único de normas, la Directiva ha simplificado el entorno reglamentario y ha contribuido a eliminar algunos obstáculos al comercio transfronterizo.

La Directiva también ha sido ampliamente utilizada para abordar los asuntos transfronterizos. Cerca del 50 % de las solicitudes de asistencia mutua tratadas por la Red CPC⁸ durante los últimos cinco años (solicitudes de información y alertas y solicitudes de medidas de ejecución) se referían a infracciones de la Directiva. Además, varias acciones de seguimiento conjuntas («sweeps») han sido llevadas a cabo por la Red CPC en virtud de las disposiciones de la Directiva (productos y servicios digitales, webs de venta de billetes de avión, servicios de telefonía móvil en línea, webs de venta de productos electrónicos de consumo)⁹.

Una parte considerable de la Directiva pretende garantizar que la información relativa a las características más importantes de un producto o de un servicio, así como su precio y las principales condiciones sean facilitadas a tiempo, de forma veraz y completa. Con ello se facilitará el conocimiento y la comparación de las ofertas por parte de los consumidores y se influirá directamente sobre los métodos de comercialización y publicitarios elaborados por los comerciantes.

⁷ Véase el apartado 4 relativo a la aplicación del informe adjunto sobre la aplicación de la Directiva.

⁸ El Reglamento n° 2006/2004 sobre la cooperación entre las autoridades nacionales establece un marco que permite a las autoridades encargadas de la aplicación de las normas colaborar estrechamente para poner fin a las prácticas comerciales transfronterizas que infrinjan la legislación en materia de protección de los consumidores. Desde 2007, la Red CPC se hace cargo de los asuntos transfronterizos que impliquen una infracción de la Directiva sobre prácticas comerciales desleales.

⁹ http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/index_en.htm

La publicidad desempeña un papel fundamental en el buen funcionamiento del mercado único y representa, para las empresas, la herramienta principal de venta de sus productos y servicios en el extranjero. La publicidad les permite diferenciarse de otras empresas y fomentar la competencia, además de contribuir a la reducción de los precios y favorecer una mejor calidad.

La reciente Comunicación relativa al comercio electrónico indica que una información veraz y transparente en materia de ofertas nacionales y transfronterizas constituye uno de los factores clave para reforzar la confianza de los consumidores y animar a los comerciantes a vender en internet¹⁰.

La información reciente refleja que, en comparación con el año 2006, antes, por tanto, de la transposición de la Directiva en los Estados miembros¹¹, se ha incrementado el número de consumidores interesados por las compras transfronterizas (52 %, + 19 puntos porcentuales y el número de quienes están dispuestos a gastar más en el extranjero (18 %, + 5 puntos porcentuales). La Directiva destaca, en el conjunto de los principales instrumentos legislativos de la Unión Europea destinados a reforzar la confianza de los consumidores europeos y estimular los intercambios transfronterizos, por haber contribuido precisamente a esta actitud más abierta. No obstante, parece que el crecimiento del comercio transfronterizo en línea acusa un retraso considerable en relación a su crecimiento a nivel nacional, lo que pone de manifiesto que aún son necesarios más esfuerzos.

Habida cuenta de su complejidad y de los riesgos graves que entrañan, los *servicios financieros y los bienes inmobiliarios* son sectores fundamentales. En estos sectores se han señalado una serie de prácticas desleales, tales como la ausencia de informaciones esenciales en la fase de publicidad y descripciones engañosas de productos. La mayoría de los Estados miembros han adoptado una legislación nacional que proporciona garantías a los consumidores, lo que se añade a las disposiciones de la Directiva y la complementa. Los resultados de la investigación ponen de manifiesto que no sería apropiado, por el momento, suprimir la posibilidad otorgada a los Estados miembros por la Directiva de ir más allá del nivel de armonización establecido por ésta en esos sectores específicos¹².

2.3. Aplicación correcta y eficaz de la Directiva

En su conjunto, el marco jurídico de la Directiva está bien adaptado para evaluar el carácter leal de las nuevas prácticas en línea que se desarrollan paralelamente a la evolución de las técnicas publicitarias de comercialización, tales como la comparación de precios y sitios de reserva colectiva o, por ejemplo, la presencia creciente de la publicidad en las redes sociales.

¹⁰ Véase el documento de trabajo de los servicios de la Comisión, *Bringing e-commerce benefits to consumers*, adjunto a la Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: *Un marco coherente para reforzar la confianza en el mercado único digital del comercio electrónico y los servicios en línea*, COM (2011) 942 final de 11.1.2012 - http://ec.europa.eu/internal_market/e-commerce/communication_2012_es.htm.

¹¹ Véase Eurobarómetro 332, *Consumer attitudes towards cross-border sales and consumer protection*, de mayo de 2012, p. 8 (http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_332_en.pdf). Una parte creciente de los consumidores (50 %) está dispuesta a adquirir bienes y a contratar servicios utilizando otra lengua de la Unión Europea (+ 17 puntos porcentuales con relación a 2006). El porcentaje de los que afirman no estar en ningún caso dispuestos a hacer compras en una lengua extranjera disminuyó del 42 % en 2008 al 30 % en 2011. El porcentaje de europeos que declara saber dónde obtener información y asesoramiento sobre el comercio transfronterizo también ha aumentado significativamente, pasando del 24 % en 2006 al 39 % en 2011.

¹² Véase el artículo 3, apartado 9, de la Directiva sobre prácticas comerciales desleales y el estudio *Study on the application of the Unfair Commercial Practices Directive to financial services and immovable property* realizado por Civic Consulting por encargo de la Comisión Europea, DG Justicia, 2012, disponible en la dirección siguiente: <http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/document>.

Los Estados miembros y los interesados parecen considerar que, en general, la aplicación de la Directiva a nivel nacional es adecuada y eficaz, pero apuntan que la complejidad o la lentitud de los procedimientos nacionales y la falta de recursos y de sanciones disuasorias puede obstaculizar su correcta aplicación.

En los casos de prácticas comerciales desleales transfronterizas, constituye un verdadero reto para las autoridades encargadas de la aplicación de las normas dar una respuesta rápida y eficaz. Esta situación influye en la aplicación de la legislación a nivel transfronterizo, lo que, como muestran los resultados de la consulta, es perfectamente visible en el ámbito de la cooperación administrativa prevista por el Reglamento CPC.

La aplicación de la Directiva confirma, en primer lugar, que uno de los principales problemas relacionados con las herramientas de evaluación por los consumidores, especialmente las *páginas de internet de comparación de precios*, es que no revelan claramente la identidad del comerciante que gestiona la página web y/o si los comerciantes pagan para mostrar sus productos o servicios (es decir, si el sitio web está patrocinado o no).

Las observaciones de las partes interesadas indican que la obligación de proporcionar información clara y exhaustiva sobre los precios suele ser ignorada en las ofertas comerciales, especialmente en el *sector de los viajes y los transportes*.

En ambos casos, los sectores interesados no reclaman medidas legislativas, sino medidas de aplicación más estrictas y coherentes.

3. PRINCIPALES PRIORIDADES PARA MEDIDAS FUTURAS

Como así se prevé en la Agenda del Consumidor Europeo y en la Comunicación de la Comisión «Mejorar la gobernanza del mercado único»¹³, garantizar una mejor aplicación de las normas existentes proporcionará beneficios inmediatos en términos de crecimiento y empleo.

En este contexto, la Directiva tiene un papel importante que jugar, y la Comisión ha identificado el comercio al por menor (incluido el electrónico), el sector de los viajes y los transportes, los servicios financieros, la economía digital, la energía y la sostenibilidad, como ámbitos prioritarios esenciales para materializar el potencial de crecimiento del mercado único¹⁴.

Para garantizar que la Directiva mantenga un nivel elevado de protección de los consumidores y beneficie al mercado interior, es necesario **intensificar su aplicación en el ámbito nacional y reforzar la cooperación en su aplicación transfronteriza**. Esto es especialmente cierto en los casos en que las prácticas desleales se producen simultáneamente en diversos Estados miembros. En estas circunstancias, una coordinación eficaz entre la Comisión, las autoridades nacionales, las organizaciones de consumidores y las empresas es primordial para combatir las prácticas que tienen un impacto en el conjunto de la Unión Europea¹⁵.

La necesidad de reforzar los mecanismos de aplicación a escala transfronteriza y nacional requiere que la Comisión desempeñe **un papel más destacado**, uniendo fuerzas con los Estados miembros y apoyándoles en la aplicación de la Directiva en toda la Unión Europea. A

¹³ Véase la Comunicación de la Comisión Europea, *Mejorar la gobernanza del mercado único*, COM (2012) 259/2 http://ec.europa.eu/internal_market/strategy/docs/governance/20120608-communication-2012-259-2_es.pdf.

¹⁴ Véase la Agenda del Consumidor Europeo.

¹⁵ Véase el informe adjunto sobre la aplicación de la Directiva, apartado 3.3.3, en lo que se refiere, en especial, a la Decisión de la autoridad italiana de competencia (AGCM) PS7256 - *Comet-Apple prodotti in garanzia*, *Provvedimento* n. 23193 de 27 de diciembre de 2011.

este respecto, la Comisión determinará cómo puede desempeñar, en el marco del respeto de los Tratados, un papel más activo para fomentar la aplicación coherente de la Directiva, en particular en relación con las prácticas desleales transfronterizas tales como las que se producen en internet y que plantean cuestiones comunes a las distintas autoridades encargadas de la aplicación de las normas. Es esencial promover prácticas convergentes en la aplicación de la Directiva con el fin de garantizar unas condiciones equitativas para todos los profesionales, en particular cuando su actividad se ejerza en un contexto transfronterizo, y con el fin de garantizar un elevado nivel de protección de los consumidores en toda Europa.

3.1. Garantizar la plena conformidad de las legislaciones nacionales con la Directiva

En su papel de guardianas de los Tratados, la Comisión seguirá supervisando atentamente la correcta transposición y aplicación de la Directiva en todos los Estados miembros. Se realizarán controles de conformidad y se llevarán a cabo revisiones exhaustivas para ver cómo se aplican las normas en la práctica y se definen medidas correctivas en caso necesario. El análisis refleja que aún persisten, en varios Estados miembros, discrepancias entre las legislaciones nacionales y la Directiva. Los servicios de la Comisión están en contacto con los Estados miembros concernidos. La Comisión tomará las medidas necesarias con arreglo al artículo 258 del TFUE, en caso de que un Estado miembro incumpla sus obligaciones de transposición y ejecución.

3.2. Garantizar una aplicación uniforme y adecuada de la Directiva en los Estados miembros

Para garantizar que la Directiva se aplica de manera adecuada y coherente, la Comisión se propone:

- seguir desarrollando el Documento de **Orientación** en respuesta a las contribuciones de las autoridades nacionales encargadas de la aplicación y a otras partes interesadas, la aparición de nuevas prácticas, incluido en internet, y el desarrollo y la jurisprudencia de la UE y nacional¹⁶.
- mejorar, ampliar y actualizar la **base de datos** de la Directiva sobre prácticas comerciales desleales¹⁷.

3.3. Mejorar el cumplimiento y la cooperación administrativa entre los Estados miembros

Teniendo en cuenta la información recibida de los Estados miembros y las partes interesadas, así como los datos disponibles, la Comisión ha identificado los sectores clave en los que se ha constatado una pérdida de oportunidades para los consumidores, y donde el mercado único tiene un mayor potencial de crecimiento.

En estos ámbitos, la Comisión pondrá en marcha iniciativas específicas destinadas a reforzar la aplicación de la legislación, en consonancia con los objetivos establecidos en la Agenda del Consumidor Europeo.

¹⁶ Entre otros objetivos, la Comisión tiene la intención de seguir desarrollando sus orientaciones acerca de los reclamos ecológicos engañosos sobre la base de los resultados de un estudio que se llevará a cabo en el curso del año 2013 y los trabajos en curso sobre el Plan de Acción sobre Producción y Consumo Sostenibles.

¹⁷ Véase <https://webgate.ec.europa.eu/ucp/>. Esta base de datos se fundamenta en la Decisión nº 1926/2006/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de diciembre de 2006, por la que se establece un programa de acción comunitaria en el ámbito de la política de los consumidores (2007-2013).

La Comisión adoptará las medidas siguientes:

- *organizará talleres temáticos regulares entre los responsables nacionales así como cursos de formación para las autoridades encargadas de la aplicación y el poder judicial*
- *reforzará la eficiencia de la Red CPC y seguirá promoviendo acciones coordinadas de aplicación («sweeps»)*
- *ayudará a los Estados miembros a garantizar una aplicación efectiva de la Directiva desarrollando más el Documento de Orientación y compartiendo las mejores prácticas con los Estados miembros*
- *desarrollará indicadores específicos de aplicación en cooperación con los Estados miembros sobre la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales, que permitirán detectar deficiencias y fallos que requieran nuevas acciones correctoras o de investigación.*

Estas medidas se concentrarán en los siguientes sectores o ámbitos clave:

- *Viajes y transportes*
- *Mercados digitales/en línea*
- *Reclamos medioambientales*
- *Servicios financieros*
- *Bienes inmuebles*

En todos estos sectores se estudiarán específicamente las prácticas que afectan a los consumidores vulnerables y más concretamente a las personas de edad avanzada y los menores.

3.4. Supervisar la evolución del mercado y aumentar la concienciación

La Comisión seguirá de cerca la evolución del mercado para garantizar que el marco regulador siga ofreciendo un alto nivel de protección de los consumidores en sus compras nacionales y transfronterizas.

Se prestará una atención particular a la adecuación del marco jurídico para seguir el rápido desarrollo de las técnicas de comercialización y de venta, los productos y servicios en el marco de internet.

Además de una aplicación reforzada de las medidas, se deberá prestar la importancia debida a las iniciativas de sensibilización de los consumidores para que éstos hagan valer sus derechos. En 2013, como parte del Año Europeo de los Ciudadanos, se pondrá en marcha, en estrecha cooperación con todas las partes interesadas, incluidas las empresas y las asociaciones de consumidores, una *campana a escala de la UE* para aumentar el conocimiento de los derechos de los consumidores, en particular en el marco de la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales.

4. CONCLUSIONES

La Directiva sobre las prácticas comerciales desleales está resultando ser un instrumento valioso para aumentar el bienestar de los consumidores. Ha simplificado el marco normativo y ha contribuido a eliminar los obstáculos al comercio transfronterizo. La experiencia ha mostrado la utilidad y flexibilidad de esta legislación horizontal basada en principios. El

marco normativo simplificado facilita que las empresas emprendan actividades transfronterizas, al mismo tiempo que ofrece a los consumidores y a las empresas la posibilidad de beneficiarse cada vez más del potencial aun por desarrollar del mercado interior.

La Comisión considera que no sería apropiado modificar la Directiva en esta fase, especialmente porque hasta ahora la experiencia de aplicación de la legislación en los Estados miembros es aún demasiado limitada para una herramienta legislativa tan general. La Comisión centrará ahora su atención en la coherencia en la aplicación de la Directiva y la adopción de medidas concretas para lograr una mejor aplicación en los ámbitos fundamentales, todo ello en beneficio de la confianza de los consumidores y del crecimiento.