



Balance anual

## Consumo refuerza en 2022 la protección de las personas consumidoras vulnerables e impulsa la sostenibilidad como eje transversal de sus políticas

- Los tiempos de espera para ser atendido telefónicamente en servicios generales de información, reclamación y postventa serán de tres minutos como máximo
- La lucha contra la obesidad infantil y la publicidad de alimentos y bebidas no saludables dirigida a menores, pilares de las políticas que el ministerio seguirá impulsando en 2023

28 de diciembre de 2022.- El Ministerio de Consumo cierra 2022 con una acción legislativa basada, principalmente, en el refuerzo de la protección de las personas consumidoras y, en especial, de las más vulnerables.

En mayo, el Consejo de Ministros aprobó en segunda vuelta el Anteproyecto de Ley de Servicios de Atención a la Clientela que amplía los derechos de las personas consumidoras y mejora los plazos de consulta y resolución de incidencias en sus relaciones de consumo.

Entre otras novedades, esta normativa de Consumo limitará a tres minutos el tiempo de espera para ser atendido telefónicamente en servicios generales de información, reclamación y postventa. Además, las empresas de servicios básicos de continuidad (luz, agua, gas...) tendrán la obligación de informar a la clientela sobre el motivo de sus incidencias y ofrecer tiempos estimados de restauración del suministro en un plazo máximo de dos horas.

La norma, cuya aprobación definitiva está prevista para el primer trimestre de 2023, reducirá de 30 a 15 días hábiles el tiempo máximo para resolver las reclamaciones generales. Asimismo, posibilitará que la clientela pueda pedir,



# Nota de prensa

en cualquier momento de la llamada o comunicación telemática, ser atendida por una persona con formación especializada, independientemente de que la comunicación se inicie a través de medios robotizados.

El Ministerio de Consumo también ha creado en 2022 un paraguas jurídico que garantiza que las relaciones de consumo se realicen en entornos más igualitarios, accesibles, transparentes y de mayor seguridad. Así, gracias a la Ley de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica, las personas con discapacidad visual tendrán garantizado un etiquetado inclusivo.

Las personas de mayor edad también se beneficiarán de esta ley, ya que permite la adopción de medidas encaminadas a garantizar la atención personalizada en los servicios de pago, sin discriminación alguna por razones como la brecha digital.

Ambos ejemplos representan grupos sociales particularmente expuestos a abusos, fraudes, estafas y engaños en procesos de comercialización o de información. Por ello, Consumo ha desarrollado medidas especiales de apoyo o asistencia para garantizar que toman las decisiones de consumo con conocimiento y según sus propios intereses.

Cabe destacar también que, con el objetivo de evitar que se vuelvan a producir fraudes masivos en España, el 28 de mayo entró en vigor la capacidad sancionadora que permite al Gobierno regular comportamientos empresariales perjudiciales para los derechos de las personas consumidoras.

Por último, en el capítulo normativo, Consumo ha aprobado un real decreto para flexibilizar los requerimientos de higiene del comercio minorista sin menoscabo de la seguridad, y una normativa para velar por el bienestar animal en los mataderos mediante la instalación de cámaras de videovigilancia.

## **Nueva normativa y mayor sensibilización ante los juegos de azar**

En materia de Juego, Consumo ha empezado a trabajar en 2022 en la futura ley que regulará las *loot boxes* o cajas botín de los videojuegos y que convertirá a España en el



primer país de la Unión Europea en hacerlo.

Las *loot boxes* son dispositivos que tienen un valor económico en un mercado real o ficticio y cuyo premio aleatorio se puede revender o intercambiar, incluidos los famosos NFT o las criptomonedas. El objetivo de la futura norma es proteger al conjunto de personas que juegan a videojuegos y, en particular, a los menores.

Según el Plan Nacional sobre Drogas, 3 de cada 10 estudiantes gastaron dinero en 2021 dentro de los videojuegos para mejorar la posición, personaje, accesorios, imagen... al margen de la compra inicial y son los chicos más jóvenes —más que las chicas— los que más utilizan estos mecanismos de compra.

Precisamente para alertar sobre los riesgos de los juegos de azar entre la juventud, Consumo puso en marcha en noviembre una campaña de sensibilización y concienciación llamada [#PERO](#). Con ella, se pretende poner de manifiesto las excusas habituales con las que los jugadores suelen justificarse y obviar que su consumo puede llegar a convertirse en un problema. El número de nuevos jugadores *online* menores de 25 años en España ha crecido en los últimos años de forma exponencial, pasando de un 28% en 2016 a un 48% en 2021.

### **Visibilizar la sostenibilidad y la huella del consumo**

Uno de los ejes transversales de las políticas de Consumo durante 2022 ha sido la sostenibilidad. De hecho, gracias al informe [Sostenibilidad del Consumo en España](#), elaborado por el Centro Común de Investigación (JRC, Joint Research Centre) de la Comisión Europea (CE) y el Ministerio de Consumo, España se ha convertido en el primer país de la UE en analizar su huella de consumo y evaluar los impactos medioambientales que provoca.

Según el informe, el sector de la alimentación genera el 52,1% del impacto ambiental de la huella de consumo del país, seguido de la movilidad (17,1%) y la vivienda (16,2%). En total, estas tres áreas acaparan más de cuatro quintas partes (85,3%) de toda la huella de consumo en España.

Estos datos y otros muchos se han expuesto públicamente con la iniciativa [Diálogos por un Consumo Sostenible](#). En los encuentros realizados durante 2022, el ministro de



Consumo, Alberto Garzón, ha compartido información científica y rigurosa con expertos en medio ambiente, alimentación o consumo con el objetivo de abordar los retos y desafíos que la sociedad tiene para preservar la vida en el planeta.

Con ese propósito, el Comité Científico de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) presentó en septiembre el [Informe sobre recomendaciones dietéticas sostenibles y de actividad física para la población española](#) con el que actualizó las pautas de una dieta saludable e incluyó, por primera vez, el impacto sobre el medio ambiente. Estas nuevas recomendaciones proponen, entre otras medidas, aumentar la ingesta semanal de legumbres y rebajar la de carne con un modelo de dieta que, además de cuidar la salud de las personas, minimiza el impacto medioambiental.

### **Por una infancia sana y libre de estereotipos**

Otro de los compromisos del ministerio desde su creación ha sido el de la protección de la infancia en sus relaciones de consumo. Por ello, el departamento liderado por Alberto Garzón ha participado en el Plan Estratégico Nacional para la reducción de la Obesidad Infantil con 50 medidas prioritarias entre las que se incluyen la subida del IVA de las bebidas azucaradas, la revisión de los etiquetados nutricionales y de las composiciones de alimentos y bebidas o la regulación de la publicidad dirigida al público infantil.

Otro de los hitos de 2022 ha sido la entrada en vigor, el pasado 1 de diciembre, del Código de Autorregulación de la Publicidad Infantil de Juguetes firmado, por el Ministerio de Consumo, la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ) y Autocontrol para evitar, entre otras cuestiones, el sexismo en los anuncios de juguetes.

El objetivo es que los *spots* de juguetes sean más igualitarios, veraces y constructivos, aspectos fundamentales para la protección y desarrollo de la infancia. Entre las novedades de este código, destacan las medidas destinadas a promover y fomentar una imagen plural, igualitaria y libre de estereotipos de los menores. Así, por ejemplo, las normas de autorregulación prohíben la caracterización de las niñas con connotaciones sexuales y evitan la asociación exclusiva de juguetes que reproduzcan roles, por ejemplo, de cuidado, trabajo doméstico o belleza con ellas, y de acción, actividad física o tecnología con los niños.



# Nota de prensa

En relación a esta materia, Consumo lanzó hace dos semanas la campaña [#SéMásJuguete](#) con el objetivo de difundir las diferentes habilidades y competencias que pueden desarrollar los menores durante el juego. Como material de apoyo al *spot* de campaña, el ministerio creó el portal [semasjuguete.com](#).

En él, las familias pueden encontrar información acerca de cómo cada categoría de juguetes fomenta unas u otras habilidades en los menores. Por ejemplo, el juego con muñecas desarrolla capacidades comunicativas y de resolución de conflictos mientras que los juegos electrónicos o de robótica desarrollan la estrategia y las capacidades digitales. Ambas son de crucial importancia para un desarrollo pleno de niños y niñas.

