

# **Memoria General de actividades realizadas por la Asociación de Usuarios de la Comunicación en 2025**

## Índice

|                                                                                                |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Consultas, reclamaciones y actuaciones en 2025 .....                                           | 3   |
| Artículos y publicaciones en 2025 .....                                                        | 29  |
| Órganos de consulta y representación del CCU, reuniones<br>celebradas y asuntos tratados ..... | 40  |
| Acciones en representación de los intereses generales de los<br>consumidores y usuarios .....  | 172 |
| Participación en cursos, jornadas y mesas<br>redondas.....                                     | 209 |

## Consultas, reclamaciones y actuaciones en el año 2025

Se incluye información diferenciada de volumen de consultas y el de reclamaciones interpuestas ante la autoridad competente en el ejercicio 2025

### CONSULTAS

Al igual que en años anteriores, consideramos consultas todos los casos analizados por AUC para identificación de posibles ilícitos en el campo de la comunicación comercial, que podemos conocer a través de las creatividades que seleccionan y recogen de las bases de datos de comunicaciones comerciales cuyo acceso nos proporcionan las empresas encargadas de prestar ese servicio; los casos que ponen en nuestro conocimiento las personas consumidoras y usuarias en general, las vinculadas a AUC o, la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol) en el marco de nuestra participación en la Sección Séptima de su jurado, o a través de las informaciones difundidas por los medios de comunicación.

Todo ello nos permite funcionar como un observatorio de la labor comunicativa de los anunciantes a través de medios de comunicación, plataformas y redes sociales, monitorizando, un importante volumen de casos.

En 2025 hemos ajustado el criterio de cómputo a aquellos casos que podrían llevar a pensar en algún tipo de incumplimiento

### RECLAMACIONES

Se recogen

- Requerimientos a los anunciantes solucionados por mediación.
- Reclamaciones presentadas ante la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación comercial.
- Denuncias presentadas ante los diferentes órganos competentes de la Administración
- Demandas en tribunales

| CONSULTAS 2025  |              |
|-----------------|--------------|
| SECTORES        | CASOS        |
| Salud           | 93           |
| Financiero      | 75           |
| Medios          | 50           |
| Alcohol         | 30           |
| Alimentación    | 53           |
| Bebidas         | 33           |
| Belleza         | 92           |
| E- Commerce     | 91           |
| Entretenimiento | 23           |
| Juguetes        | 176          |
| Sexista         | 1.020        |
| Sostenibilidad  | 1.000        |
| Alarmas         | 410          |
| Cinematografía  | 150          |
| Medicamentos    | 4.782        |
| Juego           | 20           |
| Otros           | 18           |
| <b>TOTAL</b>    | <b>8.116</b> |

| RECLAMACIONES 2025 |               |
|--------------------|---------------|
| SECTORES           | RECLAMACIONES |
| Salud              | 31            |
| Financiero         | 4             |
| Medios             | 2             |
| Alcohol            | 24            |
| Alimentación       | 23            |
| Bebidas            | 13            |
| Belleza            | 22            |
| E- Commerce        | 26            |
| Entretenimiento    | 19            |
| Juguetes           | 10            |
| Sexista            | 2             |
| Sostenibilidad     | -             |
| Alarmas            | -             |
| Cinematografía     | 23            |
| Medicamentos       | 9             |
| Juego              | 3             |
| Otros              | 9             |
| <b>TOTAL</b>       | <b>220</b>    |

## Reclamaciones ante órganos de autorregulación

### Reclamaciones ante órganos de autorregulación

| Empresa/Marca                          | Motivo actuación                                                                                                                                                                                                             | Resultado                                                             |
|----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| ACTIMEL y X                            | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, RD 1907, Reglamento información alimentaria, Reglamento declaraciones nutricionales, Ley de seguridad alimentaria y Código de Confianza On Line                               | Promesa de cese                                                       |
| DIGEST CONFORT ACIDEZ                  | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, RD 1907, RD Complementos alimenticios, Reglamento información alimentaria, Reglamento declaraciones nutricionales, Ley de seguridad alimentaria y Código de Confianza On Line | R. Favorable                                                          |
| RORO y PANDORA                         | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, Reglamento 444/24, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                                  | INFLUENCER: R. Favorable<br>ANUNCIANTE: Dictamen favorable            |
| PUERTO DE INDIAS y EDURNE              | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, Reglamento 444/24, LSSI, Código de Influencers, Código FEBE y Código de Confianza On Line                                                                                     | INFLUENCER: Dictamen parcial favorable<br>ANUNCIANTE: Promesa de cese |
| PERIODISTAS EN ESPAÑOL y VIDENTE PILAR | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGCA, LSSI y Código de Confianza On Line                                                                                                                                                    | AMBOS: Promesa de cese                                                |
| NATCHER                                | LGP, Ley de Competencia Desleal, LSSI, Ley de Medicamentos, RD Publicidad de medicamentos, Código ANEFP, Guía para la publ de medicamentos de M de Sanidad, Código de Influencers y Código de Confianza On Line              | Promesa de cese                                                       |
| GAZIELLO                               | LGP, Ley de Competencia Desleal, LSSI, Ley de Medicamentos, RD Publicidad de medicamentos, Código ANEFP, Guía para la publ de medicamentos de M de Sanidad, Código de Influencers y Código de Confianza On Line              | Dictamen favorable                                                    |

|                                   |                                                                                                                                                                                                                        |                                                                        |
|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| ISMAEL LEMAIS                     | LGP, Ley de Competencia Desleal, LSSI, Ley de Medicamentos, RD Publicidad de medicamentos, Código ANEFP, Guía para la publ de medicamentos de M de Sanidad, Código de Influencers y Código de Confianza On Line        | Promesa de cese                                                        |
| ESPERANSA GRASIA                  | LGP, Ley de Competencia Desleal, LSSI, Ley de Medicamentos, RD Publicidad de medicamentos, Código ANEFP, Guía para la publ de medicamentos de M de Sanidad, Código de Influencers y Código de Confianza On Line        | Promesa de cese                                                        |
| ROSA RULLAN y ACTIVIA             | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, Reglamento 444/24, LSSI, Código de Influencers, y Código de Confianza On Line                                                                                           | INFLUENCER: Dictamen favorable<br>ANUNCIANTE: Promesa de rectificación |
| ISA RAMOS y PANTENE               | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, Reglamento 444/24, LSSI, Código de Influencers, y Código de Confianza On Line                                                                                           | AMBOS: promesa de rectificación                                        |
| NOEMI NAVARRO y FRESHLY COSMETICS | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, Reglamento 444/24, LSSI, Código de Influencers, y Código de Confianza On Line                                                                                           | AMBOS: Promesa de rectificación                                        |
| GABRIELA URIARTE y ACTIVIA        | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, RD 1907, Reglamento información alimentaria, Reglamento declaraciones nutricionales, Ley de seguridad alimentaria y Código de Confianza On Line                         | AMBOS: Promesa de cese                                                 |
| DETOXIFY ACTIV FIT                | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, RD 1907, Reglamento información alimentaria, Reglamento declaraciones nutricionales, Ley de seguridad alimentaria, RD Complementos alimenticios y Código de Confianza On Line | Promesa de cese                                                        |
| MARIO RUIZ y B100                 | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, Reglamento 444/24, LSSI, Código de Influencers, y Código de Confianza On Line                                                                                           | AMBOS: Promesa de rectificación                                        |
| JAVIER DE MIGUEL y BRUGAL         | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, Reglamento 444/24, LSSI, Código de Influencers, FEBE y Código de Confianza On Line                                                                                      | INFLUENCER: Dictamen favorable<br>ANUNCIANTE: Promesa de rectificación |
| LOLA BERNABE y LARIOS             | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, Reglamento 444/24, LSSI, Código de Influencers, FEBE y Código de Confianza On Line                                                                                      | AMBOS: Promesa de rectificación                                        |

|                                          |                                                                                                                                |                                                                        |
|------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| ALEJO SAADE y DYC                        | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers, FEBE y Código de Confianza On Line                 | INFLUENCER: R. parcial favorable<br>ANUNCIANTE: R. Favorable           |
| TERESA BACA y BRUGAL                     | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers, FEBE y Código de Confianza On Line                 | INFLUENCER: Dictamen favorable<br>ANUNCIANTE: Promesa de rectificación |
| ALVARO CASARES y NAVIDUL                 | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                       | AMBOS: Promesa de rectificación                                        |
| KIRA MIRO y CAMPOFRIO                    | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                       | AMBOS: Promesa de rectificación                                        |
| CABRONAZI y QÉ                           | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                       | AMBOS: Promesa de rectificación                                        |
| KIRA MIRO y DIADERMINE                   | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                       | AMBOS: Promesa de rectificación                                        |
| PATRY MONTERO y ACTIVIA                  | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                       | AMBOS: Promesa de rectificación                                        |
| LAJEDET y TEQUILA DON JULIO              | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, FEBE, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                 | AMBOS: Promesa de cese                                                 |
| SANDRA GARAL y TEQUILA DON JULIO         | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, FEBE Código de Influencers y Código de Confianza On Line                  | INFLUENCER: Dictamen y R de A favorable<br>ANUNCIANTE: Promesa de cese |
| SPORTIUM                                 | Código del Juego                                                                                                               | R. Desfavorable                                                        |
| BETWAY                                   | Código del Juego                                                                                                               | R. Desfavorable                                                        |
| ERNESTO SEVILLA-PABLO CHIAPELLA y AMSTEL | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Cerveceros de España, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | AMBOS: R. Desfavorable                                                 |
| ESTRELLA SIN MICHELIN y JOHNNIE WALKER   | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, FEBE, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                 | INFLUENCER: R. Favorable<br>ANUNCIANTE: Promesa de cese                |
| MARIA MORALES y PRESIDENT                | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                       | AMBOS: Promesa de rectificación                                        |

|                                      |                                                                                                                                          |                                                                        |
|--------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| SARA FERRER y BEZOYA                 | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                 | INFLUENCER: Promesa de rectificación<br>ANUNCIANTE: R.<br>Desfavorable |
| MARIA DE LAS HERAS y BEZOYA          | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                 | INFLUENCER: Promesa de rectificación<br>ANUNCIANTE: R.<br>Desfavorable |
| CAROL BOTIN y DALKY                  | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                 | AMBOS: Promesa de rectificación                                        |
| TALLER ANDALUZ DE COCINA y CARBONELL | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                 | AMBOS: Promesa de rectificación                                        |
| ZAPATATENOR y COOSUR                 | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                 | INFLUENCER: Promesa de rectificación<br>ANUNCIANTE: Dictamen favorable |
| EMERGENTES y MAHOU                   | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de cerveceros de España, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | INFLUENCER: Promesa de cese<br>ANUNCIANTE: R.<br>Desfavorable          |
| GARAZI SANCHEZ y SAN MIGUEL          | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Cerveceros de España, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | INFLUENCER: Dictamen favorable<br>ANUNCIANTE: R.<br>Desfavorable       |
| PAULA ORDOVAS y ACTIVIA              | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                 | AMBOS: Promesa de rectificación                                        |
| CRYS DYAZ y DECATHLON                | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                 | INFLUENCER: Promesa de rectificación<br>ANUNCIANTE: Dictamen favorable |
| DANI ROVIRA y NUTELLA                | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                 | AMBOS: Promesa de rectificación                                        |
| GUANTES ELECTRONICOS                 | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, RD 1907 y Código de Confianza On Line                                                           | Promesa de cese                                                        |
| MAR MONTORO y GUANTES NANOTECH       | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, RD 1907, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                        | AMBOS: Promesa de cese                                                 |

|                                           |                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                  |
|-------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| LADANOL                                   | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, RD 1907, RD Cosméticos y Código de Confianza On Line                                                                                                                                            | Promesa de rectificación                                         |
| KIKILLO y RECICLOS                        | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                                                                 | AMBOS: Promesa de cese                                           |
| NOEMI SALAZAR y PIXPAY                    | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                                                                 | AMBOS: Promesa de rectificación                                  |
| MALDINI y BETFAIR                         | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                                                                 | INFLUENCER: Promesa de rectificación<br>ANUNCIANTE: R. Favorable |
| ULCEBIOLAB                                | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, RD 1907, RD Cosméticos y Código de Confianza On Line                                                                                                                                            | Dictamen favorable                                               |
| SOUVENAID                                 | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, RD 1907, Reglamento 609/2013, Reglamento 2016/128, Reglamento de información alimentaria, Ley de seguridad alimentaria, Reglamento de declaraciones nutricionales y Código de Confianza On Line | Promesa de rectificación                                         |
| SAMYSPAIN y LICO COSMETICS                | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                                                                 | AMBOS: Dictamen favorable                                        |
| IRENE JUNQUERA y ORANGE                   | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                                                                 | AMBOS: Promesa de rectificación                                  |
| RUBENTONCES y BURGER KING                 | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                                                                 | INFLUENCER: Promesa de rectificación<br>ANUNCIANTE: R. Favorable |
| ENJOY ZARAGOZA y AMBAR                    | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Cerveceros de España, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                                 | INFLUENCER: Dictamen favorable<br>ANUNCIANTE: Promesa de cese    |
| ENFERMERA SATURADA y CERVECEROS DE ESPAÑA | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, Reglamento declaraciones nutricionales, Ley de Seguridad Alimentaria, LGCA, LSSI, Código de Influencers, Cerveceros de España y Código de Confianza On Line                                     | AMBOS: Promesa de cese                                           |
| CATALINA HOFFMANN y LONGEVITAS LABS       | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, RD 1907, RD complementos alimenticios, Reglamento declaraciones nutricionales, Ley de Seguridad Alimentaria, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                    | INFLUENCER: R. Favorable<br>ANUNCIANTE: Dictamen Favorable       |

|                                         |                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                        |
|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| KOSMETIKARMINA y<br>INMUNOMIX           | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, RD 1907, RD complementos alimenticios, Reglamento declaraciones nutricionales, Ley de Seguridad Alimentaria, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                      | INFLUENCER: Promesa de cese<br>ANUNCIANTE: R. parcial favorable        |
| CHIQUITRAINER y ARAFARMA                | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, RD 1907, RD complementos alimenticios, Reglamento declaraciones nutricionales, Ley de Seguridad Alimentaria, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                      | AMBOS: Dictamen parcial favorable                                      |
| PATI CONDE y FELICIDAD<br>CARRERA       | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, RD 1907, Ley Gral. De Sanidad, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                                    | INFLUENCER: Dictamen desfavorable<br>ANUNCIANTE: R. Desfavorable       |
| CESC ESCOLA y ESTEVE                    | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, RD 1907, RD complementos alimenticios, Reglamento declaraciones nutricionales, Ley de Seguridad Alimentaria, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                      | AMBOS: Promesa de cese                                                 |
| TONY SPINA y MCDONALD'S                 | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                                                                   | AMBOS: Promesa de rectificación                                        |
| SOFIA HAMELA y MCDONALD'S               | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                                                                   | AMBOS: Promesa de rectificación                                        |
| AZOGUE ELEA y CHEETOS                   | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                                                                   | AMBOS: Promesa de rectificación                                        |
| ANABEL PANTOJA y PRIMARK                | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                                                                   | INFLUENCER: Promesa de rectificación<br>ANUNCIANTE: Dictamen favorable |
| EDURNYX y CLINICA EGOS-<br>BLOOMEBYEGOS | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, RD 1907, Ley Gral. De Sanidad, RD 1277/2003 CENTROS SANITARIOS, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                   | INFLUENCER: R. Parcial favorable<br>ANUNCIANTE: Promesa de cese        |
| CRISTINA BATRES y<br>INMUNOFERON        | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, RD 1907, RD complementos alimenticios, Reglamento declaraciones nutricionales, Ley de Seguridad Alimentaria, LGCA, LSSI, Código de Influencers, Acuerdo MISACO-FIAB y Código de Confianza On Line | AMBOS: Dictamen favorable                                              |

|                                 |                                                                                                          |                                                                            |
|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| INTIMAS CONEXIONES y GARNIER    | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | INFLUENCER: Promesa de cese<br>ANUNCIANTE: R.<br>Desfavorable              |
| PULSA EL PRIMERO-BIZAK          | Código de Juguetes                                                                                       | Se aceptan alegaciones del anunciante                                      |
| NERF LOADOUT                    | Código de Juguetes                                                                                       | Se aceptan alegaciones del anunciante                                      |
| CLAUDIA MARTINEZ y HBO y ORANGE | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | INFLUENCER: Dictamen desfavorable<br>ANUNCIANTES: Promesa de rectificación |
| KIRA MIRO y NETFLIX             | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | INFLUENCER: Promesa de rectificación<br>ANUNCIANTE: R.<br>Desfavorable     |
| ALVARO BARRAS y COCA COLA       | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | INFLUENCER: R. Favorable<br>ANUNCIANTE: Promesa de rectificación           |
| CADIZ CF y PEPSI                | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | INFLUENCER: Dictamen favorable<br>ANUNCIANTE: Promesa de rectificación     |
| STEFAN NAVARRO y 7UP            | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | AMBOS: Promesa de cese                                                     |
| SARA CISCARES y NOCILLA         | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | AMBOS: Promesa de rectificación                                            |
| CANAL TOYS                      | LGP, Ley de Competencia Desleal, LSSI, LGCA, Código de Juguetes y Código de Confianza On Line            | Dictamen favorable                                                         |
| LA MER                          | TRLGDCU, LGP, LCD, RD 1907, Documento técnico reivindicaciones cosméticos y Código de Confianza On Line  | Dictamen favorable                                                         |
| LECTURAS y NIVEA                | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI y Código de Confianza On Line                        | Rechazo de competencia                                                     |
| ANA GARCIA y MINILAND           | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | AMBOS: Promesa de cese                                                     |
| FAMOSA                          | Código de Juguetes                                                                                       | Promesa de rectificación                                                   |

|                                      |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                        |
|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| JOVI                                 | Código de Juguetes                                                                                                                                                                                                    | Se aceptan alegaciones del anunciante                                  |
| LEGO                                 | Código de Juguetes                                                                                                                                                                                                    | Promesa de rectificación                                               |
| MOLTO                                | Código de Juguetes                                                                                                                                                                                                    | Promesa de rectificación                                               |
| BIZAK                                | Código de Juguetes                                                                                                                                                                                                    | Promesa de rectificación                                               |
| PLAY DOH                             | Código de Juguetes                                                                                                                                                                                                    | Se aceptan alegaciones del anunciante                                  |
| CHIQUITRAINER y ARAFARMA 2           | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, RD 1907, RD complementos alimenticios, Reglamento declaraciones nutricionales, Ley de Seguridad Alimentaria, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | AMBOS: Dictamen favorable                                              |
| ARETHA FUSTE y ISDIN                 | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                                              | AMBOS: Promesa de cese                                                 |
| NURIA BLANCO y HEINEKEN              | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Cerveceros de España, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                              | INFLUENCER: Dictamen favorable<br>ANUNCIANTE: R. parcial favorable     |
| ALBA DIAZ y 7UP                      | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                                              | AMBOS: Promesa de rectificación                                        |
| ANDREA NELISSE y ZALANDO             | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                                              | INFLUENCER: Promesa de rectificación<br>ANUNCIANTE: Dictamen favorable |
| ARIANN MUSIC y SHEIN                 | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                                              | INFLUENCER: R. Favorable<br>ANUNCIANTE: Dictamen favorable             |
| SAMANTHA CONSTANTINI y NYX COSMETICS | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                                              | INFLUENCER: Dictamen favorable<br>ANUNCIANTE: R. desfavorable          |
| DANIEL PEREA y LA ROCHE-POSAY        | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                                              | INFLUENCER: Promesa de rectificación<br>ANUNCIANTE: R. Desfavorable    |
| ANITA MATAMOROS y GHD                | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                                              | INFLUENCER: Promesa de rectificación<br>ANUNCIANTE: Dictamen favorable |

|                             |                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                        |
|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| JOE BURGER y KFC            | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                                                                                        | INFLUENCER: Promesa de rectificación<br>ANUNCIANTE: Dictamen favorable |
| VICTORIA ARNAU y NUNA       | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                                                                                        | INFLUENCER: Promesa de rectificación<br>ANUNCIANTE: Dictamen favorable |
| ISA RAMOS y SUPERLATIVA     | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, RD 1907, RD complementos alimenticios, Reglamento declaraciones nutricionales, Ley de Seguridad Alimentaria, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                           | AMBOS: Promesa de cese                                                 |
| GEMA HERRERIAS              | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, Reglamento reivindicaciones cosméticos, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                                                | Promesa de cese                                                        |
| GEMA HERRERIAS PEELING 8PHA | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                                                                                        | R. Desfavorable                                                        |
| SUSANA MOLINA y TEMPLASTAYS | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                                                                                        | INFLUENCER: R. Favorable<br>ANUNCIANTE: Promesa de rectificación       |
| VIOLETA y SOL DE JANEIRO    | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                                                                                        | INFLUENCER: Promesa de rectificación<br>ANUNCIANTE: Dictamen favorable |
| BLANCA ROMERO y AIRBNB      | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                                                                                        | AMBOS: Promesa de rectificación                                        |
| MARCOS MARTINEZ y YOPRO     | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, RD 1907, Reglamento declaraciones nutricionales, Ley de Seguridad Alimentaria, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                         | AMBOS: Promesa de cese                                                 |
| MONICA AG y MUSA            | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, RD 1907, RD complementos alimenticios, Reglamento declaraciones nutricionales, Principios de flexibilidad declaraciones, Ley de Seguridad Alimentaria, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | AMBOS: Promesa de cese                                                 |

|                             |                                                                                                          |                                                                        |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| JESSICA BUENO y OUIGO       | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | INFLUENCER: Promesa de rectificación<br>ANUNCIANTE: Dictamen favorable |
| ONA CARBONELL y ISDIN       | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | AMBOS: Promesa de rectificación                                        |
| RAQUEL AZUAGA y SHEIN       | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | INFLUENCER: Promesa de rectificación<br>ANUNCIANTE: Dictamen favorable |
| CARLOTA MENDO y L'OREAL     | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | AMBOS: Promesa de rectificación                                        |
| MARTA RIUMBAU y AMAZON      | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | AMBOS: Promesa de rectificación                                        |
| SOFIA SUESCUN y UNCOVERCITY | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | AMBOS: Promesa de rectificación                                        |
| NOEMIMISMA y ABOCA          | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | Promesa de rectificación                                               |
| ANGELA GIMENO y ZALANDO     | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | AMBOS: Dictamen favorable                                              |
| YARA PUEBLA y TEMU          | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | INFLUENCER: Dictamen favorable<br>ANUNCIANTE: R. Favorable             |
| FABIO MUFAÑAS y ABOCA       | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | Promesa de rectificación                                               |
| ISABELLE JUNOT y BULGARI    | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | AMBOS: Promesa de rectificación                                        |
| ANNA CASTILLO y ZALANDO     | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | INFLUENCER: No localizada<br>ANUNCIANTE: Promesa de rectificación      |
| ANDREA NELISSE y ZALANDO 2  | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | AMBOS: Promesa de rectificación                                        |

|                                   |                                                                                                                                                                                         |                                                                        |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| FABIO MUFAÑAS y SHEIN             | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                | INFLUENCER: Promesa de rectificación<br>ANUNCIANTE: Dictamen favorable |
| GEMMA GALLARDO y SHEIN            | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                | INFLUENCER: Promesa de rectificación<br>ANUNCIANTE: Dictamen favorable |
| MARIBEL GUERRERO y COLIGAS FAST   | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, RD 1907, Reglamento declaraciones nutricionales, Ley de Seguridad Alimentaria, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | Promesa de cese                                                        |
| CRISTINA DE LA CRUZ y INMUNOFERON | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line                                                                                | Promesa de rectificación                                               |
| CRISTINA BATRES y IRALTONE HAIR   | LGP, Ley de Competencia Desleal, LGDCYU, RD 1907, Reglamento declaraciones nutricionales, Ley de Seguridad Alimentaria, LGCA, LSSI, Código de Influencers y Código de Confianza On Line | Promesa de rectificación                                               |
| BOXHERO                           | LGP, Ley de Competencia Desleal, LO 3/2007, LGCA, LSSI y Código de confianza online                                                                                                     | Dictamen favorable                                                     |

## Denuncias administrativas

### ○ Instituto de las Ciencias y las Artes Audiovisuales (ICAA)

Ante el ICAA se han presentado, a lo largo del 2025, 22 denuncias por la publicidad de estrenos de obras cinematográficas que incumpliría el Real Decreto que desarrolla la Ley 55/2007, del Cine.

La relación de películas es la siguiente:

- A pesar de ti
- Abuela tremenda
- Ahora me ves - Neox
- Ahora me ves 3- Tele 5
- Avatar. Fuego y ceniza
- Coartadas-A3Series
- Coartadas-Neox
- La red fantasma
- La tregua
- La vida fuera
- Los 4 fantásticos. Primeros pasos
- Oh, Canadá
- Predators. Badlands-Marquesina
- Predators. Badlands- Tele 5
- Reversion
- Siempre es invierno
- The running man
- Tron. Ares
- Wicked Parte II- FDF
- Wicked Parte II-Tele5
- Zootropolis 2- Cuatro

- Zootropolis 2- Tele 5

No se nos ha comunicado la incoación de expediente sancionador contra ninguno de los anunciantes denunciados.

## ○ Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)

- Denuncia contra el UER Jorge Cremades (**@jorgescremades**) y la red social Instagram por hacer publicidad de Mahou sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra la red social **X** por hacer publicidad engañosa de Actimel

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra el UER Nacho Gil (**@nachter**) y las redes sociales Instagram y Facebook por hacer publicidad de medicamentos dispensados sin prescripción médica

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra la plataforma **FILMIN** por no calificar correctamente la película *"Holocausto Porno"*.

La CNMC emitió resolución requiriendo a FILMIN la adecuación de la calificación de la película a la categoría de "Contenido X" y su inclusión en la plataforma en un catálogo separado y con los mecanismos de control parental adecuados.

- Denuncia contra la plataforma **FILMIN** por no calificar correctamente la película *"PETS"*

La CNMC emitió una primera resolución archivando la denuncia y, posteriormente, un acuerdo complementario donde reconocía la buena fe de FILMIN al haber eliminado la película de su catálogo general y, la necesidad de complementar y actualizar la referencia a la definición de contenidos X en el nuevo acuerdo de correulación de criterios de calificación de contenidos que está por aprobarse.

- Denuncia contra la plataforma **FILMIN** por no calificar correctamente la película *"Calígula 3: La historia jamás contada"*.

La CNMC emitió resolución requiriendo a FILMIN la adecuación de la calificación de la película a la categoría de "Contenido X" y su inclusión en la plataforma en un catálogo separado y con los mecanismos de control parental adecuados.

- Denuncia contra el UER Albert Laro (**@albertlaro\_**) y la red social Instagram por hacer publicidad de Disney Pluses sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra el UER Antonio Banderas (**@antoniobanderas**) y la red social Instagram por hacer publicidad de LARIOS sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra la UER Rocío Osorno (**@rocioosorno**) y la red social Instagram por hacer publicidad de los productos Disney de PANDORA sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra el UER Valentí Sanjuan (**@valentisanjuan**) y la red social Instagram por hacer publicidad de YOPRO sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra el UER David Bustamante (**@davidbusta**) y la red social Instagram por hacer publicidad de DORITOS sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra la UER Alexia Putellas (**@alexiaputellas**) y la red social Instagram por hacer publicidad de PEPSI sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra el UER Cocina con Coqui (**@cocinaconcoqui**) y la red social TIKTOK por hacer publicidad del banco digital N26 sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra el UER CECIARMY (**@ceciarmy**) y la red social Instagram por hacer publicidad de diferentes empresas sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra la UER Celia Rubio (**@celiarubio**) y la red social Instagram por hacer publicidad de Tax Down sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra la UER Lola Lolita (**@lolalolita**) y la red social Instagram por hacer publicidad de Loreal sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra el UER Iker Unzu (**@iker.unzu**) y la red social Instagram por hacer publicidad de Coca Cola sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra la UER Mar Lucas (**@marlucas**) y la red social Instagram por hacer publicidad de Coca Cola sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra la UER Anabel Pantoja (**@anabelpantoja00**) y la red social Instagram por hacer publicidad de Primor sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra el UER Andrés López Ruitorta (**@ampeter**) y la red social Instagram por hacer publicidad de Play Station sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra el UER Jordi Roca (**@jordirocasan**) y la red social Instagram por hacer publicidad de Play Station sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra el UER Miguel Angel Rogel Ruíz (**@mangelrogel**) y la red social Instagram por hacer publicidad de Play Station sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra el UER Antón Lofer (**@antonlofer**) y la red social Instagram por hacer publicidad de Play Station sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra el UER Juanma Barranco (**@escardi**) y la red social Instagram por hacer publicidad de Play Station sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra la UER Lucía Borro Aguado (**@lucii\_lba**) y la red social Instagram por hacer publicidad de Play Station sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra el UER Pol Turrens (**@polispol**) y la red social Instagram por hacer publicidad de Play Station sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra el UER David Galván (**@bydadivir\_oficial**) y la red social Instagram por hacer publicidad de Play Station y Motorola sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Requerimiento a la CNMC sobre el posible incumplimiento de la LGCA por parte del programa *La casa de los gemelos*.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra al UER Lola Lolita (**@lolalolita**) y la red social Instagram por hacer publicidad de Amazon sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra la UER Alicia Martínez (**@aly\_deco\_home**) y la red social Instagram por hacer publicidad de Shein sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra la UER María Pedraza (**@mariapedraza\_**) y la red social Instagram por hacer publicidad de Zalando sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra la UER Najwa Ninri (**@najwaninri**) y la red social Instagram por hacer publicidad de Zalando sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra la UER Sofía Suescun (**@sofiasuescun**) y la red social Instagram por hacer publicidad de Shein sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra la UER Natalia Osona (**@nataliaosona**) y la red social Instagram por hacer publicidad de Amazon sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra la UER Susana Molina (**@susanabicho**) y la red social Instagram por hacer publicidad de Zalando sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra la UER Noemí Salazar (**@noemisalazar**) y la red social Instagram por hacer publicidad de Shein sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

- Denuncia contra la UER Oriana González Marzoli (**@orianagonzalezmarzoli**) y la red social Instagram por hacer publicidad de Shein sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

La CNMC no ha emitido resolución hasta el momento.

## ○ Ministerio de Consumo

- Denuncia contra la red social X y la empresa distribuidora del bebible ACTIMEL por hacer publicidad de dicho producto con supuestas propiedades saludables y terapéuticas, sobre las que la literatura referenciada no es suficiente para determinar la evidencia científica, y que en todo caso no han sido avaladas por las autoridades sanitarias.

El Ministerio de Consumo respondió informando del traslado de la denuncia al Ministerio de Sanidad al tratarse de una denuncia de un producto, cuyas competencias se atribuyen, según el Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria.

El Ministerio de Sanidad no nos ha comunicado resolución hasta el momento.

- Denuncia contra el medio PERIODISTAS EN ESPAÑOL y la empresa distribuidora del servicio VIDENTE PILAR por considerar que su contenido incurre en dos supuestos de publicidad engañosa, tanto en lo referido a la identificabilidad de su naturaleza como a la falta de evidencia sobre la utilidad efectiva del servicio ofrecido.

El Ministerio de Consumo no nos ha comunicado resolución hasta el momento.

- Denuncia contra la *Influencer* LAURA MADRUEÑO (@***laura\_madrueno***) y la empresa distribuidora de DONUTS por hacer publicidad de dicho producto en Instagram sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

El Ministerio de Consumo no nos ha comunicado resolución hasta el momento.

- Denuncia contra el *Influencer* PEDRO DELGADO (@***pedrodelgadoweb***) y la empresa distribuidora de CAMPOFRIO por hacer publicidad de dicho producto en Instagram sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

El Ministerio de Consumo no nos ha comunicado resolución hasta el momento.

- Denuncia contra la *Influencer* SARA GUTIERREZ CHIQUERO (@***saraguchi***) y la empresa DISNEY DESTINOS por hacer publicidad de dicha empresa en Instagram sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

El Ministerio de Consumo no nos ha comunicado resolución hasta el momento.

- Denuncia contra los *Influencers* Hugo Pérez Cabaleiro (@***hugoperezcabaleiro***), María Suárez (@***mariasuarxz***), Natalia Palacios (@***nataliaxpr***) y Sara Ciscare (@***saraciscare***) y la empresa SANTA LUCIA por hacer publicidad de dicha empresa en Instagram sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

El Ministerio de Consumo no nos ha comunicado resolución hasta el momento.

- Denuncia contra los *Influencers* Tais Daroca (@**itaroca**), Granada Pérez (@**granadaperezz**), Claudia Martínez (@**claudia.martinez**), Emma Geikie (@**emmageikie**) y Raquel Martínez (@**bonbonreich**) y la empresa MAYBELLINE por hacer publicidad de dicha empresa en Instagram sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

El Ministerio de Consumo no nos ha comunicado resolución hasta el momento.

- Denuncia contra los *Influencers* Lucía Correa (@**luciacorreaaa**), Necko Vidal (@**neckovidal**) y Ona Gonfaus (@**onagonfaus**) y la empresa COCA COLA por hacer publicidad de dicha empresa en Instagram sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

El Ministerio de Consumo no nos ha comunicado resolución hasta el momento.

- Denuncia contra los *Influencers* Patricia Pérez (@**patrizienta**), Cristina Díaz (@**crysdiaz**), Lidia Torrent (@**lidiatorrentanca**), Cisco Garve (@**ciscogarve**), Manuel Lóez (@**manelori**), Silvia de Benito (@**silviadebenito**), Sara Guchi (@**saraguchi\_**), María Partida (@**meriloves**) y Ambar Muñoz (@**ambartxu**) y la empresa DISNEY por hacer publicidad de dicha empresa en Instagram sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

El Ministerio de Consumo no nos ha comunicado resolución hasta el momento.

- Denuncia contra los *Influencers* Javier Díaz (@**javibridgee**), David Suárez (@**davizsuarez**), Esperanza Borrás (@**espe**), Alfonso José Carrasco (@**bersgameryt**) y la empresa PLAY STATION por hacer publicidad de dicha empresa en Instagram sin informar de forma clara y precisa sobre su naturaleza publicitaria.

El Ministerio de Consumo no nos ha comunicado resolución hasta el momento.

## Ministerio de Sanidad

- Denuncia contra el *Influencer* Pablo Ojeda (**@pablojedaj**) y la empresa CERVECEROS DE ESPAÑA por promocionar la ingesta de una bebida alcohólica fermentada, la cerveza, resaltando sus valores nutricionales y saludables o, al menos, afirmando que dicha ingesta no es incompatible con los buenos hábitos alimentarios y de salud.

El Ministerio de Sanidad no nos ha comunicado resolución hasta el momento.

- Denuncia contra la *Influencer* Ana Fernández (**@anita\_farma**) y la empresa CANTABRIA LABS por promocionar el complemento alimenticio IRALTONE como un remedio específico contra la alopecia, cuya composición de ingredientes se detalla y a los cuales se les atribuye evidencia científica. Avalado, además, por la percepción de la creadora de contenido como profesional de la salud. A ello debe añadirse que en ningún momento se identifica el posteo como comunicación comercial.

El Ministerio de Sanidad no nos ha comunicado resolución hasta el momento.

- Denuncia contra los *Influencers* Sara Marín (**@uncafecontudoctora**), Cristina Polanco (**@cristina\_polanco\_92**), Alberto Ortégón (**@ortegonalberto**), Dr. Carmona (**@sdesiensa**) y Sergio y Rafa (**@hablandoderaciones**) y la empresa CERVECEROS DE ESPAÑA por promocionar, a través de personas reconocibles como expertas en salud, el consumo de una bebida alcohólica (cerveza) asociándola con la dieta mediterránea y con valores relacionados con el estilo de vida saludable, el equilibrio, la flexibilidad, lo emocional y la amistad, mostrando de forma negativa la abstinencia de su ingesta asociándola a la obsesión, la rigidez o la falta de calidad de vida.

El Ministerio de Sanidad no nos ha comunicado resolución hasta el momento.

## Demandas judiciales

### Iniciadas o activas 2025

#### **RECURSO CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVO PO 1143/2023, PROMOVIDO POR GRUPO APPLE** (Procedimiento administrativo S/0031/21 CNMC)

2024/12/23 Personación AUC.

2025/03/05 Desistimiento de la personación por parte de AUC

2025/03/18 Nos tienen por desistidos

#### **RECURSO CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVO PO 1148/2023, PROMOVIDO POR GRUPO AMAZON** (Procedimiento administrativo S/0031/21 CNMC)

2024/12/23 Personación AUC

2025/03/05 Desistimiento de la personación por parte de AUC

#### **RECURSO CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVO PO 119/2025, PROMOVIDO POR RIAN AYR, D.A.C** (Orden de 21 de diciembre de 2024 del Ministro de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030)

2025/03/10 Personación AUC

2025/04/03 Auto de incompetencia declarando competencia del TSJ

2025/05/06 Personación AUC

2025/12/31 En trámite de contestación

#### **DEMANDA CONTRA GOOGLE IRELAND LTD Y GOOGLE SPAIN, S.L. (Defensa de la intimidad personal)** Para que entregue los datos necesarios para iniciar la primera gran demanda colectiva de privacidad en España.

2025/10/20 Admisión de diligencias preliminares 1776/2025 Juzgado de 1ª Instancia N.º 61 de Madrid.

2025/10/24 Admisión de diligencias preliminares 1793/2025 Juzgado de 1ª Instancia N.º 96 de Madrid

## Artículos y Publicaciones

### Enero

#### Informes

- Anteproyecto de Ley Orgánica Reguladora del derecho de Rectificación.  
Observaciones de la Asociación de Usuarios de la Comunicación  
<https://www.auc.es/download/anteproyecto-de-ley-organica-reguladora-del-derecho-de-rectificacion-observaciones-de-la-asociacion-de-usuarios-de-la-comunicacion/>
- Observaciones de AUC al Proyecto de Real Decreto Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrestre y se regulan determinadas Medidas de Impulso de la Evolución Tecnológica de la Televisión Digital Terrestre  
<https://www.auc.es/download/observaciones-de-auc-al-proyecto-de-real-decreto-plan-tecnico-nacional-de-la-television-digital-terrestre-y-se-regulan-determinadas-medidas-de-impulso-de-la-evolucion-tecnologica-de-la-television-digi/>

#### Notas de Actualidad

Publicidad en Facebook: ni verificación ni notas de comunidad

- <https://www.auc.es/download/publicidad-en-facebook-ni-verificacion-ni-notas-de-comunidad/?wpdmdl=15237&refresh=69d8b816f14431775810582>

### Febrero

#### Notas de Actualidad

El TJUE pendiente de pronunciarse sobre las supuestas prácticas anticompetitivas de Google.

- <https://www.auc.es/download/el-tjue-pendiente-de-pronunciarse-sobre-las-supuestas-practicas-anticompetitivas-de-google/?wpdmdl=15239&refresh=69d8b816b9fd41775810582>

La creencia en la ciencia por parte de la población española.

- <https://www.auc.es/download/la-creencia-en-la-ciencia-por-parte-de-la-poblacion-espanola/?wpdmdl=15249&refresh=69d8b86251c0b1775810658>

La difusión de contenidos en las cadenas de televisión europeas

- <https://www.auc.es/download/la-difusion-de-contenidos-en-las-cadenas-de-television-europeas/?wpdmdl=15252&refresh=69d8b86226c621775810658>

La importancia de los News Influencers

- <https://www.auc.es/download/la-importancia-de-los-news-influencers/?wpdmdl=15253&refresh=69d8b861f285c1775810657>

Actuaciones de la CNMC para la protección de los menores ante los contenidos pornográficos on line

- <https://www.auc.es/download/actuaciones-de-la-cnmc-para-la-proteccion-de-los-menores-ante-los-contenidos-pornograficos-on-line/?wpdmdl=15254&refresh=69d8b861ca6ac1775810657>

### Comunicados de prensa

Entornos digitales seguros para la infancia

- <https://www.auc.es/download/entornos-digitales-seguros-para-la-infancia/?wpdmdl=15408&refresh=69d8bb6c382431775811436>

## Marzo

### Notas de Actualidad

Propuesta de modificación de la Ley de Regulación del Juego

- <https://www.auc.es/download/propuesta-de-modificacion-de-la-ley-de-regulacion-del-juego/?wpdmdl=15291&refresh=69d8b861a27b81775810657>

Cierre de canales televisivos en Francia

- <https://www.auc.es/download/cierre-de-canales-televisivos-en-francia/?wpdmdl=15293&refresh=69d8b8617a9ed1775810657>

Los sesgos algorítmicos a la luz de los Reglamentos de Inteligencia Artificial y de Protección de Datos

- <https://www.auc.es/download/los-sesgos-algoritmicos-a-la-luz-de-los-reglamentos-de-inteligencia-artificial-y-de-proteccion-de-datos/?wpdmdl=15327&refresh=69d8b861506c41775810657>

Conclusiones preliminares de la Comisión Europea contra Alphabet (Google) y Apple por incumplimiento del Reglamento de Mercados Digitales

- <https://www.auc.es/download/conclusiones-preliminares-de-la-comision-europea-contr-a-alphabet-google-y-apple-por-incumplimiento-del-reglamento-de-mercados-digitales/?wpdmdl=15337&refresh=69d8b8612463c1775810657>

¿Son adictivos los alimentos ultraprocesados?

- <https://www.auc.es/download/son-adictivos-los-alimentos-ultraprocesados/?wpdmdl=15338&refresh=69d8b860edd9b1775810656>

Los riesgos de la IA generativa para la protección de los menores

- <https://www.auc.es/download/los-riesgos-de-la-ia-generativa-para-la-proteccion-de-los-menores/?wpdmdl=15386&refresh=69d8b860c4cad1775810656>

Novedades en materia de resolución extrajudicial de litigios

- <https://www.auc.es/download/novedades-en-materia-de-resolucion-extrajudicial-de-litigios/?wpdmdl=15394&refresh=69d8b91ca74981775810844>

La alfabetización mediática e informacional para el empoderamiento de los usuarios

- <https://www.auc.es/download/la-alfabetizacion-mediatica-e-informacional-para-el-empoderamiento-de-los-usuarios/?wpdmdl=15395&refresh=69d8b91c7f0a61775810844>

## Comunicados de prensa

Día Internacional de los Derechos de las Personas Consumidoras. La ONCE lanza un año más su cupón conmemorativo, fruto del acuerdo de colaboración con el Consejo de Consumidores y Usuarios

- <https://www.auc.es/download/dia-internacional-de-los-derechos-de-las-personas-consumidoras-la-once-lanza-un-ano-mas-su-cupon-conmemorativo-fruto-del-acuerdo-de-colaboracion-con-el-consejo-de-consumidores-y-usuarios/?wpdmdl=15292&refresh=69d8bb6d6d6aa1775811437>

AUC alerta sobre el "efecto colateral" del rechazo en el Congreso de la creación de la Agencia Estatal de Salud Pública: ha supuesto también la paralización de la modificación de la Ley de Regulación del Juego, dejando desprotegidos nuevamente a los menores ante las apuestas online.

- <https://www.auc.es/download/auc-alerta-sobre-el-efecto-colateral-del-rechazo-en-el-congreso-de-la-creacion-de-la-agencia-estatal-de-salud-publica-ha-supuesto-tambien-la-paralizacion-de-la-modificacion-de-la-le/?wpdmdl=15382&refresh=69d8bb6d1d5951775811437>

El Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU) alerta sobre el retraso en la aprobación de diferentes normas fundamentales para la protección de la ciudadanía

- <https://www.auc.es/download/el-consejo-de-consumidores-y-usuarios-ccu-alerta-sobre-el-retraso-en-la-aprobacion-de-diferentes-normas-fundamentales-para-la-proteccion-de-la-ciudadania/?wpdmdl=15335&refresh=69d8bb6d459be1775811437>

Día Mundial de los Derechos de las Personas Consumidoras

- <https://www.auc.es/download/dia-mundial-de-los-derechos-de-las-personas-consumidoras/?wpdmdl=15383&refresh=69d8bb6ce59d71775811436>

INFORME 2024 SOBRE LA PUBLICIDAD DE JUGUETES

- <https://www.auc.es/download/informe-2024-sobre-la-publicidad-de-juguetes/?wpdmdl=15422&refresh=69d8bb6c0e77e1775811436>

## Abril

### Notas de Actualidad

Por unas comunicaciones comerciales ecosostenibles

- <https://www.auc.es/download/por-unas-comunicaciones-comerciales-ecosostenibles/?wpdmdl=15398&refresh=69d8b91c56f8f1775810844>

Aclaración para Influencers: la regulación de los usuarios de especial relevancia (UER) en la Ley General de la Comunicación Audiovisual y la obligación de inscripción en el Registro Estatal de Prestadores

- <https://www.auc.es/download/aclaracion-para-influencers-la-regulacion-de-los-usuarios-de-especial-relevancia-uer-en-la-ley-general-de-la-comunicacion->

[audiovisual-y-la-obligacion-de-inscripcion-en-el-registro-estatal-de-presta/?wpdmdl=15400&refresh=69d8b91c2ef281775810844](https://www.auc.es/download/audiovisual-y-la-obligacion-de-inscripcion-en-el-registro-estatal-de-presta/?wpdmdl=15400&refresh=69d8b91c2ef281775810844)

Colombia: sentencia histórica a favor de la transparencia algorítmica.

- <https://www.auc.es/download/colombia-sentencia-historica-a-favor-de-la-transparencia-algoritmica/?wpdmdl=15410&refresh=69d8b91c054a91775810844>

Consumo regula la calidad de los menús en los centros escolares

- <https://www.auc.es/download/consumo-regula-la-calidad-de-los-menus-en-los-centros-escolares/?wpdmdl=15416&refresh=69d8b91bcf2121775810843>

Balance de la estrategia de la Comisión Europea sobre una Internet mejor para la infancia

- <https://www.auc.es/download/balance-de-la-estrategia-de-la-comision-europea-sobre-una-internet-mejor-para-la-infancia/?wpdmdl=15439&refresh=69d8b91ba5e661775810843>

## Comunicados de prensa

Televisiones, expertos y usuarios valoran positivamente el nuevo Plan Técnico Nacional de la TDT

- <https://www.auc.es/download/televisiones-expertos-y-usuarios-valoran-positivamente-el-nuevo-plan-tecnico-nacional-de-la-tdt/?wpdmdl=15397&refresh=69d8bb6cbb381775811436>

La Asociación de Usuarios de la Comunicación advierte contra el engaño en las aplicaciones del DNI digital

- <https://www.auc.es/download/la-asociacion-de-usuarios-de-la-comunicacion-advierte-contra-el-engano-en-las-aplicaciones-del-dni-digital/?wpdmdl=15399&refresh=69d8bb6c8c03b1775811436>

Llegan las fiestas: todo lo que hay que saber para volar seguro

- <https://www.auc.es/download/llegan-las-fiestas-todo-lo-que-hay-que-saber-para-volar-seguro/?wpdmdl=15407&refresh=69d8bb6c61e761775811436>

## Mayo

### Notas de Actualidad

Propuesta europea de normativa para identificar los vinos sin o con bajo contenido de alcohol

- <https://www.auc.es/download/propuesta-europea-de-normativa-para-identificar-los-vinos-sin-o-con-bajo-contenido-de-alcohol/?wpdmdl=15441&refresh=69d8b91b7d40a1775810843>

Multas a Apple y Meta por incumplimiento del Reglamento de Mercados Digitales

- <https://www.auc.es/download/multas-a-apple-y-meta-por-incumplimiento-del-reglamento-de-mercados-digitales/?wpdmdl=15442&refresh=69d8b91b516e71775810843>

La Audiencia Nacional confirma una multa a Telefónica por retribuir llamadas al 902

- <https://www.auc.es/download/la-audiencia-nacional-confirma-una-multa-a-telefonica-por-retribuir-llamadas-al-902/?wpdmdl=15444&refresh=69d8b91b281cb1775810843>

Proyecto europeo de encuestas escolares sobre alcohol y otras drogas (ESPAD).

- <https://www.auc.es/download/proyecto-europeo-de-encuestas-escolares-sobre-alcohol-y-otras-drogas-espada/?wpdmdl=15453&refresh=69d8b9d6858441775811030>

Libertad religiosa y protección del menor

- <https://www.auc.es/download/libertad-religiosa-y-proteccion-del-menor/?wpdmdl=15454&refresh=69d8b9d65cf021775811030>

## Junio

### Notas de Actualidad

La regulación de los Influencers en Europa

- <https://www.auc.es/download/la-regulacion-de-los-influencers-en-europa/?wpdmdl=15456&refresh=69d8b9d6322461775811030>

## Informes

Observaciones de AUC al PLO para la protección de las personas menores de edad en los entornos digitales

- <https://www.auc.es/download/observaciones-de-auc-al-plo-para-la-proteccion-de-las-personas-menores-de-edad-en-los-entornos-digitales/>

Observaciones de AUC al Anteproyecto de Ley de Mejora de la Gobernanza de Servicios Digitales y Medios de Comunicación

- <https://www.auc.es/download/observaciones-de-auc-al-anteproyecto-de-ley-de-mejora-de-la-gobernanza-de-servicios-digitales-y-medios-de-comunicacion/>

## Julio

## Informes

El desarrollo de la radio digital terrestre en España (DAB+)

- <https://www.auc.es/download/el-desarrollo-de-la-radio-digital-terrestre-en-espana-dab/>

## Notas de Actualidad

Retirada la propuesta de Directiva sobre Alegaciones Medioambientales

- <https://www.auc.es/download/retirada-la-propuesta-de-directiva-sobre-alegaciones-medioambientales/?wpdmdl=15475&refresh=69d8b9d6055d81775811030>

Resoluciones recientes de la CNMC en materia audiovisual.

- <https://www.auc.es/download/resoluciones-recientes-de-la-cnmc-en-materia-audiovisual/?wpdmdl=15476&refresh=69d8b9d5cfabb1775811029>

Dictamen del Comité Económico y Social Europeo para reforzar los requisitos de información de los consumidores en la UE

- <https://www.auc.es/download/dictamen-del-comite-economico-y-social-europeo-para-reforzar-los-requisitos-de-informacion-de-los-consumidores-en-la-ue/?wpdmdl=15478&refresh=69d8b9d5a65951775811029>

Dinamarca contra las imágenes falsas y el robo de identidad digital

- <https://www.auc.es/download/dinamarca-contra-las-imagenes-falsas-y-el-robo-de-identidad-digital/?wpdmdl=15490&refresh=69d8b9d57c21b1775811029>

Se aprueba el Anteproyecto de Ley de Consumo Sostenible

- <https://www.auc.es/download/se-aprueba-el-anteproyecto-de-ley-de-consumo-sostenible/?wpdmdl=15491&refresh=69d8b9d553a6d1775811029>

Entra en vigor la normativa sobre accesibilidad de bienes y servicios

- <https://www.auc.es/download/entra-en-vigor-la-normativa-sobre-accesibilidad-de-bienes-y-servicios/?wpdmdl=15492&refresh=69d8b9d52b14b1775811029>

Aprobado el anteproyecto de Ley Orgánica reguladora del derecho al secreto de los profesionales de la información y de los prestadores de servicios de medios de comunicación

- <https://www.auc.es/download/aprobado-el-anteproyecto-de-ley-organica-reguladora-del-derecho-al-secreto-de-los-profesionales-de-la-informacion-y-de-los-prestadores-de-servicios-de-medios-de-comunicacion/?wpdmdl=15569&refresh=69d8b9d5035071775811029>

## Comunicados de prensa

Organizaciones sociales y en defensa de la infancia y la juventud piden la plena aplicación de la Ley General de comunicación audiovisual (LGCA) para garantizar la protección de los menores

- <https://www.auc.es/download/organizaciones-sociales-y-en-defensa-de-la-infancia-y-la-juventud-piden-la-plena-aplicacion-de-la-ley-general-de-comunicacion-audiovisual-lgca-para-garantizar-la-proteccion-de-los-menores/?wpdmdl=15675&refresh=69d8bb62267591775811426>

## Agosto

### Informes

Anteproyecto de Ley de Consumo Sostenible. Observaciones a la consulta e información pública

- <https://www.auc.es/download/anteproyecto-de-ley-de-consumo-sostenible-observaciones-a-la-consulta-e-informacion-publica/>

## Septiembre

### Informes

Anteproyecto de Ley por la que se modifica la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo ya la publicidad de los productos del tabaco

- <https://www.auc.es/download/anteproyecto-de-ley-por-la-que-se-modifica-la-ley-28-2005-de-26-de-diciembre-de-medidas-sanitarias-frente-al-tabaquismo-y-reguladora-de-la-venta-el-suministro-el-consumo-ya-la-publicidad-de-los-pr/>

### Notas de Actualidad

Las estrategias de la publicidad de cerveza

- <https://www.auc.es/download/las-estrategias-de-la-publicidad-de-cerveza/?wpdmdl=15571&refresh=69d8ba93e00801775811219>

Normativa europea sobre equidad digital

- <https://www.auc.es/download/normativa-europea-sobre-equidad-digital/?wpdmdl=15573&refresh=69d8ba93b7cc81775811219>

¿Decodificar el pensamiento? Al menos, el monólogo interior

- <https://www.auc.es/download/decodificar-el-pensamiento-al-menos-el-monologo-interior/?wpdmdl=15574&refresh=69d8ba938ea5e1775811219>

## Octubre

### Informes

Iniciativa europea sobre equidad digital - Observaciones de AUC en el período de consulta pública

- <https://www.auc.es/download/iniciativa-europea-sobre-equidad-digital-observaciones-de-auc-en-el-periodo-de-consulta-publica/>

### Notas de Actualidad

La lacra del acoso comercial telefónico (spam) se resiste a desaparecer

- <https://www.auc.es/download/la-lacra-del-acoso-comercial-telefonico-spam-se-resiste-a-desaparecer/?wpdmdl=15580&refresh=69d8ba93664d51775811219>

Cambios en la normativa sobre publicidad institucional

- <https://www.auc.es/download/cambios-en-la-normativa-sobre-publicidad-institucional/?wpdmdl=15581&refresh=69d8ba9335f211775811219>

¿Conocen y usan padres y madres las herramientas de control parental?

- <https://www.auc.es/download/conocen-y-usan-padres-y-madres-las-herramientas-de-control-parental/?wpdmdl=15582&refresh=69d8ba930649c1775811219>

## Comunicados de prensa

La Asociación de Usuarios de la Comunicación denuncia que los menores siguen accediendo libremente a la pornografía en internet in ningún tipo de restricción

- <https://www.auc.es/download/la-asociacion-de-usuarios-de-la-comunicacion-denuncia-que-los-menores-siguen-accediendo-libremente-a-la-pornografia-en-internet-in-ningun-tipo-de-restriccion/?wpdmdl=15575&refresh=69d8bb63410271775811427>

El Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU) lamenta el expediente de infracción incoado a España como consecuencia de las sanciones impuestas a algunas compañías de bajo coste por el cobro del equipaje de mano.

- <https://www.auc.es/download/el-consejo-de-consumidores-y-usuarios-ccu-lamenta-el-expediente-de-infraccion-incoado-a-espana-como-consecuencia-de-las-sanciones-impuestas-a-algunas-companias-de-bajo-coste-por-el-cobro-del-equipaj/?wpdmdl=15577&refresh=69d8bb6303c791775811427>

## Noviembre

### Informes

Hábitos de consumo y reproducción de estereotipos sexistas en la infancia y la adolescencia a través de la publicidad

- <https://www.auc.es/download/habitos-de-consumo-y-reproduccion-de-estereotipos-sexistas-en-la-infancia-y-la-adolescencia-a-traves-de-la-publicidad/>

### Notas de Actualidad

La protección de los menores en el Reglamento de Servicios Digitales

- <https://www.auc.es/download/la-proteccion-de-los-menores-en-el-reglamento-de-servicios-digitales/?wpdmdl=15591&refresh=69d8ba92d07c31775811218>

Representaciones sociales en la publicidad de bebidas alcohólicas

- <https://www.auc.es/download/representaciones-sociales-en-la-publicidad-de-bebidas-alcoholicas/?wpdmdl=15600&refresh=69d8ba92a80511775811218>

Sobre el secreto profesional de los profesionales de la información y los prestadores de servicios de medios de comunicación

- <https://www.auc.es/download/2-sobre-el-secreto-profesional-de-los-profesionales-de-la-informacion-y-los-prestadores-de-servicios-de-medios-de-comunicacion/?wpdmdl=15601&refresh=69d8ba927fc871775811218>

## Comunicados de prensa

Organizaciones sociales reclaman al Parlamento que desbloquee la aplicación en España del Reglamento de Servicios Digitales para defender a los usuarios y proteger a los menores

- <https://www.auc.es/download/organizaciones-sociales-reclaman-al-parlamento-que-desbloquee-la-aplicacion-en-espana-del-reglamento-de-servicios-digitales-para-defender-a-los-usuarios-y-proteger-a-los-menores/?wpdmdl=15628&refresh=69d8bb62d06751775811426>

## Nuevos Banners

Contra el sexismo en las comunicaciones comerciales

- <https://www.auc.es/comunicaciones-comerciales-sexistas-como-detectarlas-como-actuar-contras-ellas/>

Por un consumo sostenible

- <https://www.auc.es/los-objetivos-de-desarrollo-sostenible-ods/>

La resolución alternativa de litigios (RAL)

- <https://www.auc.es/que-es-la-resolucion-alternativa-de-litigios/>

## Diciembre

### Informes

Observaciones al Anteproyecto de Ley de Consumo Sostenible

- <https://www.auc.es/download/observaciones-al-anteproyecto-de-lei-de-consumo-sostenible/>

Observaciones al Proyecto de Orden Ministerial por la que se modifica la Orden Eco/697/2004, de 11 de marzo, sobre la Central de Información de Riesgos, y la Orden EHA/1718/2010, de 11 de junio, de Regulación y Control de la Publicidad de los Servicios y Productos Bancarios

- <https://www.auc.es/download/observaciones-al-proyecto-de-orden-ministerial-por-la-que-se-modifica-la-orden-eco-697-2004-de-11-de-marzo-sobre-la-central-de-informacion-de-riesgos-y-la-orden-eha-1718-2010-de-11-de-junio-de-re/>

## Comunicados de prensa

La Asociación de Usuarios de la Comunicación solicita el pronunciamiento de la CNMC sobre el reality online La Casa de los Gemelos 2

- <https://www.auc.es/download/la-asociacion-de-usuarios-de-la-comunicacion-solicita-el-pronunciamiento-de-la-cnmc-sobre-el-reality-online-la-casa-de-los-gemelos-2/?wpdmdl=15660&refresh=69d8bb62a7d541775811426>

La Asociación de Usuarios de la Comunicación, sobre la regulación legal de la actividad de los creadores de contenido

- <https://www.auc.es/download/la-asociacion-de-usuarios-de-la-comunicacion-sobre-la-regulacion-legal-de-la-actividad-de-los-creadores-de-contenido/?wpdmdl=15667&refresh=69d8bb627e9f21775811426>

La Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) lleva a los tribunales a Google por recopilar datos personales sin el consentimiento de sus usuarios

- <https://www.auc.es/download/la-asociacion-de-usuarios-de-la-comunicacion-auc-lleva-a-los-tribunales-a-google-por-recopilar-datos-personales-sin-el-consentimiento-de-sus-usuarios/?wpdmdl=15668&refresh=69d8bb625500c1775811426>

## Órganos de consulta y representación del CCU, reuniones celebradas y asuntos tratados

### COMITÉ ECONOMICO Y SOCIAL EUROPEO (CESE)

El Comité Económico y Social Europeo (en adelante CESE) es un órgano que forma parte del marco institucional de la Unión Europea que tiene carácter consultivo, pues elabora dictámenes, en unos casos dentro del procedimiento de elaboración de las normas, vinculantes y con eficacia hacia terceros como las, Decisiones, Reglamentos y Directivas que son textos jurídicos vinculantes, o bien de carácter no imperativo, como son las Comunicaciones, a veces mediante Directrices interpretativas y otros documentos consultivos como los Libro Verdes y los Libros Blanco elaborados por la Comisión Europea.

A tal efecto, el CESE puede ser consultado por el Parlamento Europeo, el Consejo y la Comisión, en la denominada "consulta obligatoria" en todos aquellos casos, en que preceptivamente así se establezca en el Tratado y la denominada "potestativa" en los supuestos en que las otras instituciones de la Unión, lo consideren oportuno, y además, en otros supuestos, también, podrá tomar la iniciativa de emitir un dictamen, sobre aspectos que considere de interés o de actualidad en la Unión Europea, cuando lo juzgue oportuno y así lo acuerde su Mesa Directiva

La regulación del CESE, como órgano auxiliar de las instituciones de la Unión pertenece al denominado Derecho Primario de la Unión Europea, y concretamente, está contemplada en los artículos 300 a 304 del Tratado sobre el Funcionamiento de la Unión Europea.

El CESE tiene 329 miembros, por el Consejo de Ministros de la Unión Europea. Tiene plena capacidad organizativa interno y puede establecer su Reglamento Interno.

Su composición se adopta por unanimidad del Consejo mediante decisión, siendo nombrados sus miembros por un período de cinco años, pudiendo ser renovable.

El CESE emite entre 160 y 190 dictámenes y documentos informativos al año. El 70 % son consultas del Consejo, la Comisión Europea y el Parlamento Europeo. El 20 % son dictámenes de iniciativa y documentos informativos, y el 10% son dictámenes exploratorios solicitados en general por el país que ejerce la Presidencia de la UE.

Organiza también diversos actos e iniciativas anuales, haciendo especial hincapié en la participación de los ciudadanos y de la sociedad civil, como el Premio de la Sociedad Civil, los Días de la Sociedad Civil, el Pleno de la Juventud «Tu Europa, tu voz» y el Día de la Iniciativa Ciudadana Europea (ICE).

Está compuesto por representantes de las organizaciones de empresarios, de trabajadores y de otros sectores representativos de la sociedad civil, en particular en los ámbitos socioeconómicos, cívico, profesional y cultural, entre los que se encuentran representantes de consumidores, que están constituidos como "categoría" interna del CESE.

### **CATEGORIA CONSUMIDORES Y MEDIO AMBIENTE**

Hasta el final del mandato 2020-2025 este septiembre, el secretario general de AUC Bernardo Hernández Bataller fue el coportavoz de la categoría de consumidores y medio ambiente, coordinando a todos los representantes de asociaciones de consumidores y de asociaciones de defensa del medio ambiente y organizando reuniones varias veces al año.

El nuevo miembro del Comité a propuesta del CCU para el mandato 2025-2030, José Ángel Hernández Colomer, secretario de relaciones internacionales y asuntos europeos de AUC, se ha candidatado e incorporado a la categoría.

### **DIA EUROPEO DEL CONSUMIDOR 2025**

Se celebró el día 1 de diciembre en el edificio del CESE con un debate monográfico titulado "¿Europa en venta? Como las plataformas globales están cambiando nuestras sociedades – y qué debe hacerse en estos momentos-". En base al dictamen de iniciativa propia del CESE «Llamado a una competencia leal con respecto a las plataformas de terceros países», la edición de este año se centró en presentar el tema intersectorial del comercio electrónico realizado por plataformas en línea de terceros países que no cumplen las normas desde una perspectiva más amplia, debatiendo el posible impacto de gran alcance de su expansión en la economía y la sociedad de la UE en su conjunto, teniendo en cuenta la situación de los consumidores europeos, y proponer soluciones que puedan implementarse en el menor tiempo posible para atenuar los efectos negativos de su crecimiento exponencial.

En la inauguración, se contó con ponentes como el presidente del CESE, Seamus Boland; el comisario Michael McGrath y el eurodiputado Salvatore De Meo, ponente del PE sobre «Seguridad de los productos y cumplimiento normativo en el comercio electrónico y las importaciones extracomunitarias».

En la conferencia magistral, se presentó un estudio reciente sobre este tema, realizado por la Federación de Comercio Finlandesa.

Los siguientes paneles se organizaron como debates (y no como presentaciones individuales), seguidos de sesiones de preguntas y respuestas con el público. El primer panel se centró en la aplicación de la normativa y el segundo en los posibles impactos más amplios en los consumidores y la sociedad.

Por último, clausuró el acto EMILE PROUZET, presidenta de la Sección INT, que expuso las conclusiones a las que los diversos expertos nacionales e internacionales participantes habían llegado.

#### FINALIDAD DEL CESE:

Con carácter general el CESE cumple tres misiones clave:

- ayudar a garantizar que las políticas y la legislación europeas se relacionen mejor con las circunstancias económicas, sociales y cívicas sobre el terreno, ayudando al Parlamento Europeo, al Consejo y a la Comisión Europea, haciendo uso de la experiencia y la representatividad de los miembros del CESE, el diálogo y los esfuerzos para garantizar el consenso al servicio del interés general;
- promover el desarrollo de una Unión Europea más participativa, más en contacto con la opinión popular, actuando como un foro institucional que representa, informa, expresa las opiniones y asegura el diálogo con la sociedad civil organizada;
- promover los valores en los que se basa la integración europea y hacer avanzar, en Europa y en todo el mundo, la causa de la democracia y la democracia participativa, así como el papel de las organizaciones de la sociedad civil.

En el CESE se ha producido el relevo de candidatos, de Bernado Hernández Bataller, secretario general de AUC, por el secretario de relaciones Internacionales y asuntos europeos, José Ángel Hernández Colomer, como uno de los dos representantes que tiene en el Consejo de Consumidores y Usuarios.

En ese órgano consultivo de la UE se han abordado, por propia iniciativa una serie de dictámenes que han resultado importantes, como son los siguientes:

Desde el **punto de vista externo**, básicamente, la actividad principal ha consistido en la elaboración de dictámenes, José Ángel Hernández Colomer forma parte de dos Secciones Especializadas, la Sección INT (Mercado Único, Producción y Consumo) y la Sección TEN (Transportes, Energía, Infraestructuras y Sociedad de la Información).

Cada una de estas secciones especializadas, abarcan los ámbitos materiales siguientes:

#### Sección Especializada de Mercado Único, Producción y Consumo (INT)

- Políticas productivas industriales y sectoriales
- Políticas de mercado
- Política de competencia
- Servicios (incluidos el comercio, la banca, los seguros y el turismo)

- Economía social
- Artesanía
- Profesiones liberales
- PYME
- Derecho de sociedades
- Investigación y desarrollo
- Consumo y protección del consumidor
- Propiedad intelectual.
- Observatorio de Mercado Único.

#### Sección Especializada de Transportes, Energía, Infraestructuras y Sociedad de la Información (TEN)

- Transportes (terrestre (carretera y ferroviario) marítimo y aéreo)
- Redes de infraestructuras
- Energía (incluidos los problemas relativos al desarrollo del sector, al abastecimiento energético y al consumo racional)
- Energía nuclear (en el marco del Tratado CEEA)
- Producción y distribución de servicios (públicos y privados) en el ámbito de las telecomunicaciones, del agua y de la energía
- Sociedad de la información y medios de comunicación
- Servicios de interés general
- Cuestiones relacionadas con el antiguo Tratado CECA
- Política espacial en materia de telecomunicaciones

#### La Sección de Mercado Único, Producción y Consumo (INT)

Se ocupa de una amplia gama de ámbitos políticos relacionados con el mercado interior, la industria, la competencia, las pequeñas y medianas empresas (pymes) y las empresas de la economía social, así como la economía y la sociedad digitales.

También debate y aprueba dictámenes sobre investigación e innovación, protección de los consumidores, nuevas tendencias económicas como la economía circular (la Sección está firmemente comprometida con la ECESP y, en general, sobre las políticas que afectan al mercado único).

La Sección organiza audiencias públicas para consultar a la más amplia gama posible de organizaciones de la sociedad civil sobre cuestiones de especial importancia para el mercado único. Todos los años, desde 1999, organiza también el acto emblemático del Comité conocido como Día Europeo del Consumidor.

Los dictámenes más importantes que se han debatido y aprobado durante el año 2025 han sido:

***Cómo apoyar a las entidades de la economía social de conformidad con las normas sobre ayudas estatales: algunas reflexiones a raíz de las propuestas del informe de Enrico Letta***

**Referencia** Dictamen de iniciativa EESC-2024-03043-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- subraya la importancia de conciliar la necesidad de un fuerte apoyo público a las entidades de la economía social —que a menudo desempeñan funciones que antes ejercían los Estados nacionales— con las normas europeas en materia de ayudas estatales;
- recuerda la trascendencia de las entidades de la economía social como garantes de respuestas concretas a las necesidades sociales de la ciudadanía europea;
- señala que, en una serie de circunstancias y ante determinados supuestos, las actividades de las entidades de la economía social se fundamentan en la solidaridad y quedan por ello fuera del ámbito de las actividades económicas. Al mismo tiempo, en muchos casos el carácter transfronterizo de las actividades de estas entidades en el sector sociosanitario debe considerarse residual y de una escala tan reducida que no afectan sustancialmente a la competencia entre los Estados miembros;
- considera que deben reforzarse y simplificarse las normas para la concesión de ayudas a la contratación de trabajadores desfavorecidos o con discapacidad establecidas en el Reglamento general de exención por categorías;
- acoge favorablemente la nueva propuesta del informe Letta sobre la necesidad de adaptar el marco jurídico vigente sobre ayudas estatales para facilitar a las empresas de la economía social un mejor acceso al crédito y a la financiación;

- observa que las autoridades públicas no aprovechan suficientemente el marco jurídico de las ayudas a los servicios de interés económico general;
- acoge muy favorablemente las Orientaciones políticas para la próxima Comisión Europea, en concreto la mención de que se revisarán «las normas sobre ayudas estatales para permitir medidas de apoyo a la vivienda, especialmente para viviendas asequibles y eficientes desde el punto de vista energético y para viviendas sociales»;
- insta a la Comisión Europea a que prosiga sus esfuerzos por aplicar el plan de acción para la economía social, en consonancia con la Hoja de Ruta de Lieja para la Economía Social, y a que delegue en uno de los comisarios del nuevo Colegio la responsabilidad específica de coordinar su ejecución.

### **Una política de competencia en la base de la competitividad de la UE**

**Referencia** Dictamen de iniciativa EESC-2024-01027-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- subraya que las **ayudas estatales** pueden apoyar de forma fiable a las empresas de la UE en sus esfuerzos de transición, al facilitar las enormes inversiones necesarias para alcanzar este objetivo colectivo. Para evitar los efectos negativos que la dispersión de las ayudas estatales entre los Estados miembros puede tener sobre la competitividad de la UE, es esencial garantizar que el **apoyo público se utilice de la manera más eficiente posible, aumentando los efectos inducidos y reforzando las cadenas de valor europeas**;
- hace hincapié en que **podría modificarse la evaluación del control de las concentraciones para tener más en cuenta la naturaleza específica de mercados** en los que las inversiones en infraestructuras y su innovación y sostenibilidad desempeñan un papel fundamental. Además, debe ponerse en marcha una solución que permita el control de las concentraciones impulsadas por la innovación que actualmente no entran en el ámbito de aplicación de los umbrales del Reglamento comunitario de concentraciones. Las concentraciones nunca deben utilizarse para defender intereses nacionales y en su análisis deben tenerse en cuenta las opiniones de todas las partes interesadas;
- recomienda que la revisión de las normas relativas a los proyectos importantes de interés común europeo (**PIICE**) cree una herramienta con un **verdadero enfoque europeo** que garantice que esos instrumentos constituyan auténticos elementos de

cambio, y que el Fondo Europeo de Competitividad se diseñe y aplique con una perspectiva europea;

- señala que las empresas necesitan visibilidad y seguridad jurídica. Aunque se desarrollen nuevos enfoques en materia de competencia, deben dedicarse esfuerzos adicionales a **racionalizar los procedimientos de defensa de la competencia, de concentración y de ayudas estatales y a crear directrices claras**. Debe darse prioridad a un enfoque basado en herramientas ya existentes para profundizar el mercado único.

### **La protección de los consumidores y el impacto de las transiciones digital y ecológica en los consumidores**

**Referencia** Dictamen exploratorio solicitado por la Presidencia polaca del Consejo de la UE EESC-2024-03566-00-00-AC

#### **Puntos clave:** El CESE:

- considera necesario armonizar, a escala europea, los requisitos de información obligatoria y voluntaria de los productos, evitar la infoxicación y garantizar la veracidad de las etiquetas para que los consumidores puedan adoptar patrones de consumo más sostenibles;
- precisa que es crucial etiquetar los productos de manera que facilite la compra informada, proporcionando las informaciones sobre los costes del ciclo de vida, la eficiencia energética, la durabilidad y la reparabilidad de los productos;
- pide a la Comisión y a las autoridades nacionales que desarrollen un marco adecuado que garantice el acceso a productos sostenibles mediante incentivos fiscales y, en algunos casos, subvenciones directas para reducir el diferencial de precio;
- pide que implementen políticas eficaces para asegurar el acceso al mercado digital, especialmente en zonas rurales y menos pobladas, y para integrar a los consumidores con menos capacidades digitales;
- reitera la importancia de educar a los consumidores para que tomen decisiones informadas;

- hace hincapié en el papel importante que desempeñan las organizaciones de consumidores en las transiciones digital y ecológica y subraya la necesidad de garantizar su financiación;
- pide velar por que también los consumidores vulnerables puedan acceder a productos asequibles y sostenibles, teniendo en cuenta que la vulnerabilidad puede deberse a distintas razones y cambiar con el tiempo;
- considera que la UE debe abordar los efectos negativos de las plataformas de terceros países que ofrecen productos a precios bajos y establecer una regulación más estricta incluyendo derechos aduaneros eficaces.

**Evaluación de los informes Letta y Draghi sobre el funcionamiento y la competitividad del mercado único de la UE**

**Referencia** Dictamen de iniciativa EESC-2024-03441-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- hace hincapié en la urgente necesidad de **impulsar la competitividad europea a fin de garantizar la sostenibilidad y la cohesión social**. La UE se enfrenta a una competencia mundial cada vez mayor y debe adoptar medidas decisivas para reforzar su posición económica. Sin embargo, esto no debe ir en detrimento de la sostenibilidad medioambiental, los derechos de los trabajadores o el equilibrio regional. Aboga por un enfoque que integre el crecimiento económico con los principios de cohesión social y territorial;
- pide que se **aumenten las inversiones en ámbitos clave como las infraestructuras sociales, la transformación digital y la transición energética**. Reconoce que la competitividad se basa en fundamentos sólidos, por lo que subraya la necesidad de realizar inversiones sustanciales en infraestructuras modernas, en particular en ámbitos como la educación, la investigación, la digitalización y las energías renovables. Estas inversiones son esenciales para mantener la fortaleza económica de Europa, al mismo tiempo que se abordan los cambios demográficos, los avances tecnológicos y los retos climáticos;
- subraya que la UE debe influir activamente en la transformación económica mundial en lugar de limitarse a preservar los logros del pasado. Subraya que Europa se encuentra en una encrucijada: puede desempeñar un papel proactivo en la transformación económica mundial o correr el riesgo de quedarse se atrás. Por consiguiente, es preciso **adaptar el mercado único a las nuevas realidades**

**geopolíticas**, reducir la dependencia estratégica de las cadenas de suministro de terceros países y reforzar el papel de Europa en las industrias estratégicas.

**La competitividad de las pequeñas y medianas empresas de la UE a la luz de las nuevas cargas y obligaciones administrativas**

**Referencia** Dictamen exploratorio solicitado por la Presidencia polaca del Consejo de la UE EESC-2024-03549-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- considera que, pese a la puesta en marcha de diferentes iniciativas recientes de la Unión, todavía es necesario introducir nuevas mejoras respecto de la reducción de la carga normativa, pues las pymes se enfrentan a dos o tres veces más requisitos legislativos como consecuencia de la oleada adicional de normativa y de los requisitos existentes, también en relación con el Pacto Verde;
- no obstante lo anterior, considera que la reducción de las cargas normativas no debe poner en peligro el cumplimiento de los derechos y las normas sociales, medioambientales y de protección de los consumidores establecidas a escala internacional o de la UE, ni tampoco la observancia del principio de transparencia y el Estado de Derecho en la Unión;
- recomienda reforzar significativamente el Comité de Control Reglamentario, en particular su independencia, atribuyéndole la competencia de llevar a cabo un «control de coherencia y subsidiariedad» al principio de cada procedimiento legislativo y dotándolo de los derechos de revisión y asesoramiento adecuados;
- recomienda fusionar en un único procedimiento la prueba de las pymes y el control de la competitividad;
- recomienda hacer uso de la inteligencia artificial y las herramientas de aprendizaje automático para crear una «herramienta única de información» fácil de utilizar que pueda informar a las pymes, las empresas de mediana capitalización y otras empresas de todas las obligaciones de información, plazos y sanciones vigentes en la UE;
- señala la necesidad de que el Parlamento Europeo y el Consejo de la UE creen un procedimiento acelerado para las evaluaciones de impacto y de riesgos que llevan a cabo sus propios departamentos de políticas en el caso de enmiendas que modifiquen sustancialmente las propuestas adoptadas por la Comisión Europea;

- considera que el Consejo de la UE y las autoridades nacionales deben asimismo aprovechar mejor las oportunidades de revisar las responsabilidades (subsidiariedad), en particular en lo que se refiere a las repercusiones para las pymes, los consumidores, la Administración y la Justicia.

### **El sector de los servicios en la Unión Europea**

**Referencia** Dictamen exploratorio solicitado por la Presidencia polaca del Consejo de la UE EESC-2024-03619-00-00-AC

#### **Puntos clave:** El CESE:

- destaca la necesidad de armonizar la Directiva de servicios y la Directiva relativa al reconocimiento de cualificaciones profesionales para abordar la fragmentación en el sector de los servicios de la UE;
- considera que debería introducirse un «paquete de 100 profesiones» para abordar los obstáculos reglamentarios más importantes en los Estados miembros;
- opina que la digitalización debe desempeñar un papel central en la modernización de los procedimientos administrativos. La creación de un portal único de declaración digital y la digitalización de los formularios A1 no solo reducirían las cargas administrativas para las pymes, sino que también racionalizarían los servicios transfronterizos, garantizando así unos servicios más rápidos y accesibles tanto para las empresas como para los consumidores;
- estima que se necesitan reformas sectoriales específicas para abordar las barreras en sectores como la construcción, el comercio minorista y los servicios financieros;
- subraya que la protección de los trabajadores, la negociación colectiva y los convenios colectivos no deben considerarse cargas innecesarias;
- hace hincapié en la necesidad de recopilar datos sobre el sector de los servicios, en particular en relación con las pymes, para respaldar la elaboración de políticas y eliminar los obstáculos al mercado único;
- considera que cuando se actualice la Estrategia para el Mercado Único deberá incluirse un plan de acción de gran calado específico para cada sector al objeto de lograr la integración del mercado de servicios.

**El futuro de la industria de la UE ante los elevados precios de la energía y los costes de la transición**

**Referencia** Dictamen exploratorio solicitado por la Presidencia polaca del Consejo de la UE EESC-2024-03583-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- pide medidas urgentes para establecer una **estrategia industrial integral de la UE** que garantice **industrias competitivas y empleos de calidad** y que se adecue a los objetivos del Pacto Verde mediante un **estrecho** seguimiento y ajustes específicos;
- insta a que se mejore el **entorno económico y normativo** para abordar los **retos estructurales de competitividad de Europa**, incluidos los elevados costes de la energía y las materias primas, la inversión inicial y las cargas de cumplimiento relacionadas con la transición ecológica, las infraestructuras inadecuadas, el persistente déficit de capacidades, las limitaciones de la financiación y la demanda interna y un mercado único incompleto;
- aboga por **una política de competitividad** que priorice **la inversión y la innovación** y, al mismo tiempo, promueva la **inclusión social y territorial** y garantice que **el diálogo social y la negociación colectiva** guíen los cambios estructurales de manera justa y equitativa;
- pide una **estrategia industrial que incluya a todos los sectores** y que mejore la **coherencia política, optimice la asignación de recursos, cree un fondo de inversión europeo específico** para prioridades estratégicas y tenga en cuenta la **dimensión transnacional** de ámbitos clave como **la energía, la I+i y las capacidades**;
- **hace hincapié en la necesidad de una política comercial resiliente de la UE** que mitigue los riesgos de **descarbonización asimétrica, exceso de capacidad mundial e intensificación de las tensiones comerciales**, al mismo tiempo que **refuerza la autonomía respecto de las materias primas fundamentales** para salvaguardar el futuro industrial de Europa.

**El turismo en la UE: la sostenibilidad como motor de la competitividad a largo plazo**

**Referencia** Dictamen de iniciativa EESC-2024-00656-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- hace hincapié en que se debe acelerar la **transición hacia un turismo sostenible y deben implementarse estrategias de turismo regenerativo** para asegurar que las regiones que presentan una elevada especialización turística puedan contribuir plenamente al impulso de la competitividad de la UE a través del turismo. El turismo regenerativo va más allá que el turismo sostenible: adopta prácticas diseñadas para restaurar y fortalecer el capital natural, social y económico, generando un impacto positivo y duradero en los destinos y sus comunidades;
- señala que **el nuevo ciclo legislativo europeo debe promover políticas turísticas que incorporen objetivos de regeneración activa** y respondan a la interconexión de todos los componentes que integran un destino turístico: ecosistemas, comunidades, economía local y visitantes;
- propone el desarrollo de **directrices claras y acciones concretas para acelerar la transición** hacia un modelo de turismo centrado en la regeneración activa y el valor social, en el marco de la Estrategia para un Turismo Sostenible. Esta estrategia debe acompañarse de **programas de financiación e investigación** adecuados, así como de **políticas sociales y de formación** que garanticen su implementación efectiva;
- destaca que **la formación y capacitación de los empleados en materia de sostenibilidad y economía circular** es clave de cara a aumentar la calidad del empleo y atraer y retener el talento necesario para que la transición hacia un turismo regenerativo sea posible y viable. Para la consecución de estos objetivos deberá velarse por reforzar y afianzar la complicitad de los consumidores. La combinación de incentivos económicos, modelos accesibles y estrategias de **desestacionalización** es clave para lograr una implicación más amplia y efectiva.

**Plazos de aplicación y presentación de información de las Directivas sobre información corporativa en materia de sostenibilidad y sobre diligencia debida de las empresas en materia de sostenibilidad**

**Referencia** Dictamen de categoría C, COM (2025) 80 final, EESC-2025-0963-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

El CESE considera que el contenido de la propuesta es plenamente satisfactorio y no es objeto de ninguna observación por su parte.

**Flexibilidad 2025 – Objetivos de emisiones de CO2 de los turismos nuevos y de los vehículos comerciales ligeros nuevos**

**Referencia** Dictamen de categoría C, COM (2025) 136 final,  
EESC-2025-01430-00-00-AC-TRA

**Puntos clave:**

El CESE decidió emitir un dictamen favorable sobre la propuesta.

**Cómo las disfunciones del mercado único contribuyen al aumento del coste de la vida**

**Referencia** Dictamen de iniciativa EESC-2025-00004-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- lamenta que el coste de la vida en Europa se vea también incrementado por las disfunciones que aún persisten en el mercado interior europeo y considera que la Comisión Europea debe actuar de manera más decidida para protegerlo;
- pide a la Unión Europea que aborde con carácter de urgencia los obstáculos persistentes que reducen la competencia y afectan al coste de la vida, como por ejemplo las restricciones territoriales de suministro;
- anima a los Estados miembros a establecer salvaguardias contra la sobrerregulación innecesaria. Aunque la simplificación reglamentaria puede aumentar la eficiencia, no debe dar lugar a un debilitamiento de las protecciones sociales y laborales fundamentales;
- insta a la Comisión a que vele por que los Estados miembros respeten sus obligaciones de notificación (por ejemplo, en el marco del Sistema de Información de Reglamentaciones Técnicas, TRIS por sus siglas en inglés), acelere los procedimientos contra las normas nacionales que vulneren la legislación de la UE y estudie la posibilidad de adoptar medidas cautelares contra infracciones manifiestas de las normas de la UE para prevenir perjuicios mientras la Comisión evalúa la compatibilidad de las normas nacionales con el Derecho de la Unión;
- insta a las instituciones de la UE a que actúen de manera decisiva para completar la unión de los mercados de capitales como primer paso para responder a las necesidades de inversión de la UE y movilizar la inversión privada y pública;

- pide que se actúe para fomentar la movilidad laboral y mejorar la coordinación de la seguridad social, recurriendo entre otras cosas a la digitalización;
- aboga por una mayor integración y mejores infraestructuras en toda la UE, para aprovechar plenamente el potencial de unos mercados de la energía y las telecomunicaciones unificados;
- pide al comisario de Vivienda que evalúe si la falta de armonización de las normas relativas a los servicios de construcción o a las licencias de obra, o de otras normas nacionales sobre vivienda (por ejemplo, el acceso a la vivienda social), ha contribuido a elevar los precios de la vivienda;
- insta a la Comisión Europea a que elimine los obstáculos en los mercados sanitarios (por ejemplo, para salvaguardar la libre circulación de productos farmacéuticos) a fin de garantizar el acceso a medicamentos asequibles.

### **Sistema de Información del Mercado Interior para la declaración de desplazamiento de trabajadores**

**Referencia** COM (2024) 531 final, EESC-2025-00165-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- reconoce la importancia de la digitalización para simplificar y mejorar la eficacia de las declaraciones de desplazamiento, y subraya la relevancia de luchar contra el incumplimiento y el fraude, ya que estos dan lugar a una competencia desleal para las empresas y socavan la protección de los trabajadores;
- subraya que conviene que la adopción del Reglamento vaya precedida de una evaluación de impacto adecuada, habida cuenta de los objetivos de simplificación que pretende alcanzar este;
- solicita que el Reglamento especifique con mayor detalle el tipo de información que puede requerirse en el formulario estándar y que los interlocutores sociales participen en su elaboración;
- pide que se incorpore la posibilidad de comprobar la introducción de datos y la verificación de la información mediante una mejora de la trazabilidad;

- reclama que los interlocutores sociales intersectoriales y sectoriales participen en el desarrollo de las herramientas concebidas para aplicar las disposiciones relativas al desplazamiento de trabajadores;
- pide a la Comisión Europea que realice evaluaciones periódicas que permitan a los Estados miembros y a los interlocutores sociales replantearse la conveniencia de adherirse a este nuevo sistema común o desvincularse del mismo.

### **La dimensión económica del Estado de Derecho**

**Referencia** Dictamen de iniciativa EESC-2025-00003-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- subraya que **el respeto y la aplicación de los derechos fundamentales y el Estado de Derecho** son elementos esenciales para la confianza entre los Estados miembros. La inversión y el comercio en el mercado interior solo funcionan si todos los actores económicos se atienen a las leyes y pueden confiar en las estructuras del Estado de Derecho y en que el comportamiento de las autoridades se rija por los postulados de aquel. Así pues, **el respeto del Estado de Derecho es también un requisito previo esencial para la actividad económica** y, por tanto, un factor que influye en el atractivo de un lugar desde el punto de vista económico. Las medidas proteccionistas que dispensan a las empresas nacionales un mejor trato que a las de los Estados miembros de la UE contravienen el principio de igualdad de trato;
- se muestra favorable a **incluir un quinto pilar en el informe sobre el Estado de Derecho de la Comisión Europea**, ya que la dimensión económica del Estado de Derecho no se refleja en grado suficiente en dicho informe;
- señala que los instrumentos disponibles de la Comisión Europea en caso de infracciones del mercado interior deberían ser más rápidos, y debería reforzarse el uso de los procedimientos EU Pilot. Solo un poder judicial fuerte e independiente, junto con unos servicios y organismos públicos dotados con los recursos adecuados para supervisar y denunciar todas las vulneraciones de la ley, pueden garantizar una tutela judicial efectiva y, por ello, son fundamentales para el Estado de Derecho.

### **Políticas de diligencia debida en materia de pilas o baterías**

**Referencia** Dictamen de categoría C, COM (2025) 258 final, EESC-2025-02082-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

El CESE considera que el contenido de la propuesta es plenamente satisfactorio y no es objeto de ninguna observación por su parte.

**Primer paquete omnibus sobre sostenibilidad**

**Referencias** COM (2025) 81 final, EESC-2025-00896-00-00-AC COM (2023) 168 final

**Puntos clave:** El CESE:

- pide a los legisladores que **asignen unos plazos oportunos para consultar de manera inclusiva a las partes interesadas y a los interlocutores sociales**;
- reconoce que **las pymes en particular tienen dificultades para implantar procesos en materia de sostenibilidad y transparencia**, y requieren —también los auditores— más asistencia para poder cumplir la normativa, algo esencial a la vista de la vital importancia de proteger los valores y modelos sociales europeos;
- subraya que el ejercicio de la diligencia debida de las empresas es fundamental para garantizar **una conducta empresarial responsable y fomentar cadenas de valor sostenibles**, y pide **normas y sanciones claras y proporcionadas**, cruciales para que las empresas puedan cumplir eficazmente sus obligaciones;
- reconoce, en este sentido, la intención de la Comisión de volver a centrar determinadas obligaciones de diligencia debida en las operaciones propias de las empresas, sus filiales y sus socios comerciales directos, si bien pide que **se considere aplicar una excepción a las empresas con un número inferior a quinientos empleados que operen en sectores de alto riesgo**, sin dejar de señalar que **todas las empresas tienen la obligación de respetar los derechos humanos**;
- insta a los legisladores a que aclaren que las empresas deben adoptar las **medidas adecuadas para llevar a cabo evaluaciones en profundidad, utilizando un enfoque basado en el riesgo** y guiadas por sus propias actividades de inventariado. Pide asimismo a los legisladores que reconsideren su elección del concepto de «**información verosímil**» para garantizar una mayor seguridad jurídica;

- observa con consternación la supresión de la **posibilidad de que las víctimas de efectos adversos estén representadas por ONG** o sindicatos en sus demandas y expresa su preocupación por que esta circunstancia pueda limitar el acceso a la justicia de las personas afectadas. Anima a seguir reflexionando sobre la manera de garantizar un apoyo jurídico eficaz a las víctimas, en particular a las que se enfrentan a obstáculos estructurales para acceder a vías de recurso.

### **Un acto legislativo sobre el Espacio Europeo de Investigación para afianzar la quinta libertad**

**Referencia** Dictamen de iniciativa, EESC-2025-00527-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- acoge con satisfacción el deseo de la Comisión Europea de establecer una «quinta libertad», consistente en la libre circulación de la investigación, la innovación y el conocimiento. La quinta libertad debe incluir mecanismos que permitan contrarrestar la desinformación y la pseudociencia, crear confianza en las instituciones científicas y promover la «alfabetización en materia de conocimiento». El CESE hace hincapié en la necesidad de adoptar un enfoque equilibrado para abordar las disyuntivas inherentes a la quinta libertad, como cohesión frente a excelencia o apertura frente a autonomía;
- pide a la Comisión que aplique medidas e incentivos estructurales, especialmente en ámbitos en los que la reticencia de los Estados miembros obstaculiza el progreso y la homogeneización, como los impuestos, las pensiones, el género, los lugares de trabajo, los salarios y los retos relacionados con la expansión de las empresas y la movilidad transfronteriza de las personas y los fondos;
- hace hincapié en la importancia de fijar un objetivo de gasto nacional del 3 % del PIB para I+i (investigación e innovación) y pide un 1 % adicional para la preparación y la investigación de doble uso. Con el objetivo de desencadenar un avance decisivo, el CESE pide que las inversiones nacionales en I+i se disocien de las normas de déficit hasta que se alcance el objetivo de gasto del 3 %. Además, deben utilizarse cada vez más otros fondos (por ejemplo, los fondos de cohesión) y armonizarse con las actividades de I+i;

- pone de relieve la importancia de las capacidades y la educación y pide un reconocimiento paneuropeo más eficaz de los estándares aplicados para las cualificaciones (por ejemplo, las titulaciones de la UE);
- reconoce el papel estratégico de la prospectiva y pide que se integre en la gobernanza de la quinta libertad.

### **Simplificación normativa: el uso de herramientas digitales para la mejora de la legislación**

**Referencia** Dictamen exploratorio solicitado por la  
Presidencia danesa del Consejo de la UE EESC-  
2025-01017-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- destaca la necesidad de una simplificación normativa y el poder de las herramientas digitales, como la inteligencia artificial (IA) y las plataformas de administración electrónica, para mejorar la transparencia, la eficiencia y la rendición de cuentas del proceso legislativo de la UE;
- recomienda hacer más accesible la normativa a escala de la UE, nacional, regional y local adjuntando un resumen claro de las obligaciones a cada nuevo acto jurídico, así como a la legislación ya adoptada;
- subraya la necesidad de una plataforma digital interoperable y unificada de la UE para la elaboración de legislación, que, al centralizar los textos y los metadatos, permita realizar comprobaciones de coherencia en tiempo real, señalar las interdependencias jurídicas y proponer un lenguaje armonizado;
- propone, en el propio Dictamen, un modelo de integración de herramientas digitales y resúmenes de obligaciones en el procedimiento legislativo para las instituciones de la UE;
- anima a las instituciones de la UE a que utilicen la IA para analizar datos como las tendencias económicas y las aportaciones de las partes interesadas, lo que permitiría localizar de forma proactiva los ámbitos que necesitan regulación y establecer prioridades legislativas basadas en datos contrastados;
- considera que la IA debe desempeñar un papel en la aplicación de las normas, tanto para garantizar el cumplimiento y comparar los enfoques de los Estados miembros

a la hora de aplicar el Derecho de la Unión, como para detectar buenas prácticas e incoherencias.

### **Cómo tener en cuenta las cadenas de valor en la elaboración de políticas**

**Referencia** Dictamen exploratorio solicitado por la Presidencia danesa del Consejo de la UE, EESC-2025-00994-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- considera que es sumamente importante **reforzar la participación de las empresas europeas en las cadenas de suministro**, también las que ocupan posiciones de liderazgo, con el fin de fomentar un modelo de producción competitivo y sostenible a lo largo de toda la cadena que repercuta de manera positiva en las regiones, las empresas y los trabajadores;
- recomienda elaborar medidas urgentes para reforzar el mercado interior europeo, de tal manera que se garanticen la autonomía estratégica y la capacidad de producción. En particular, esto supone **promover políticas europeas en materia de industria y competencia** basadas en la competitividad y la innovación sostenibles;
- destaca la necesidad de **cartografiar las cadenas de suministro**, evaluándolas de forma individualizada, y analizar los distintos sectores y niveles de participación de las empresas, con el fin de diseñar **políticas específicas que aborden los retos** y oportunidades de desarrollo **propios de cada sector**, también a **escala regional**;
- recomienda fomentar el establecimiento de **ecosistemas industriales integrados para ofrecer apoyo a las comunidades y las empresas** en el seno de las cadenas de valor mundiales. Esto engloba también el fomento de la creación de empresas, la participación y el liderazgo dentro de estas cadenas a fin de impulsar un **modelo de producción centrado en los valores y la capacidad europeos**;
- propone hacer un mayor uso de los fondos de cohesión a fin de garantizar que los Estados miembros dispongan de las infraestructuras necesarias para evitar la interrupción de las cadenas de valor en los ámbitos del transporte, la resiliencia, la información a la ciudadanía, las carreteras, la infraestructura informática, la protección alimentaria, la ciberseguridad, los sistemas de suministro de energía, el
- acceso a información fiable y la protección de datos.

**Paquete omnibus relativo a las pequeñas empresas de mediana capitalización**

**Referencias**      COM(2025) 501 final 2025  
COM(2025) 502 final 2025  
COM(2025) 503 final 2025  
COM(2025) 504 final 2025  
EESC-2025-01910-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- acoge con satisfacción los esfuerzos de la Comisión Europea por simplificar la legislación y reducir cargas administrativas específicas; no obstante, expresa su preocupación por el proceso de consulta, el escaso debate sobre los cambios propuestos y la falta de evaluaciones de impacto;
- pide a la Comisión que realice un inventario exhaustivo del panorama empresarial de la UE por tamaño de las empresas y según las características específicas de los Estados miembros, con el fin de garantizar umbrales y un alcance más adecuado para las pequeñas empresas de mediana capitalización;
- anima a la Comisión a que presente nuevas medidas específicas de simplificación del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), ya que muchas empresas siguen estando sometidas a requisitos de cumplimiento desproporcionados, como la llevanza de registros exhaustivos;
- expresa su preocupación por que la modificación propuesta del Reglamento sobre los gases fluorados pueda crear una laguna en el marco legislativo que aborda las sustancias altamente perjudiciales para el clima;
- destaca que las especificaciones comunes deben basarse en un enfoque armonizado y ser percibidas como una alternativa sujeta a criterios estrictos, con el fin de garantizar la claridad y la transparencia de su proceso de desarrollo y adopción y evitar el establecimiento de un sistema paralelo.

**Un reto para el mercado único: una política común de defensa de la Unión debidamente equilibrada y acorde a las necesidades de la ciudadanía**

**Referencia**              Dictamen de iniciativa, EESC-2025-00634-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- reitera la necesidad de reforzar las capacidades de defensa de la Unión Europea respetando sus valores fundamentales, centrándose en el bienestar de la ciudadanía;
- considera que la Unión debe dotarse de una política común de defensa, como parte de la política exterior y de seguridad común, y establecer un sólido pilar europeo de defensa que supere los modelos nacionales;
- pide que se adopte un enfoque integrado de la seguridad europea que abarque también las dimensiones social, industrial, medioambiental y sanitaria, y se base en unos sistemas públicos sólidos y en la confianza de la ciudadanía;
- subraya la urgente necesidad de fomentar una política industrial europea común que refuerce la competitividad de la industria y respete los principios de transparencia, eficiencia y sostenibilidad. Además, pide que se adopten instrumentos específicos de financiación común.
- recomienda que las inversiones en defensa refuercen la base industrial y tecnológica de la defensa europea, con la participación activa de los interlocutores sociales y las pequeñas y medianas empresas. Es fundamental promover el empleo cualificado y evitar las prácticas de dumping y deslocalización nociva;
- considera esencial velar por una coordinación adecuada entre los instrumentos de financiación europeos y el marco fiscal de la UE, permitiendo que las inversiones estratégicas, también las realizadas en el sector de la defensa, se excluyan de los cálculos del déficit;
- pide a la Comisión y a los Estados miembros que garanticen la plena transparencia sobre el origen, el destino y la gobernanza de los fondos de defensa;
- anima a crear un observatorio interinstitucional de seguridad integrada —en el que participen el CESE, el Comité de las Regiones (CDR), la Comisión Europea y el Parlamento Europeo— para hacer un seguimiento del impacto de las políticas europeas de defensa a escala territorial y la percepción del grado de confianza de la ciudadanía.

**Llamamiento a favor de una competencia leal en lo que respecta a las plataformas de terceros países**

**Referencia** Dictamen de iniciativa, EESC-2025-00882-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- observa con preocupación la expansión de plataformas de comercio electrónico de terceros países, como Temu y Shein, lo que plantea importantes retos en relación con la competencia leal, la protección de los consumidores y el cumplimiento de la normativa;
- pide poner en aplicación con celeridad el conjunto de instrumentos de la UE para un comercio electrónico seguro y sostenible de la Comisión, para proteger nuestro mercado único; adoptar un enfoque coordinado, y aplicar con mayor rigor las normas vigentes a escala de la UE, nacional y regional;
- aboga por poner en aplicación con la mayor celeridad posible la reforma aduanera de la UE, en particular las disposiciones relativas al comercio electrónico, e insta a los Estados miembros de la UE a que otorguen inmediatamente a la Comisión el mandato de desarrollar el Centro Aduanero de Datos;
- insiste en que todas las plataformas de terceros países deben designar a un operador económico responsable con sede en la UE y plena responsabilidad jurídica y gozar de reconocimiento como agentes centrales en los procedimientos de devolución de la cadena de suministro;
- pide un control más estricto del cumplimiento de la normativa en materia de protección de los consumidores y de la Directiva relativa a la indicación de precios en respuesta a las infracciones reiteradas cometidas por plataformas que incumplen tanto esa normativa como las normas de la UE en materia de residuos y envases, ya que trasladan los costes de eliminación a terceros;
- propone una serie de medidas concretas a corto, medio y largo plazo que propicien una competencia leal y permitan así cumplir los requisitos para una economía social de mercado establecidos en el artículo 3, apartado 3, del TUE.

### **Paquete omnibus de defensa**

#### **Referencias**

COM (2025) 821 final  
COM (2025) 822 final  
COM (2025) 823 final  
EESC-2025-02672-00-00-AC

#### **Puntos clave:** El CESE:

- subraya la necesidad de prever mecanismos de verificación en relación con la aplicación a escala nacional de los ajustes propuestos al marco regulador;
- recomienda que se refuerce el Reglamento relativo a la aceleración de la concesión de autorizaciones;
- recomienda el uso sistemático y prioritario de las licencias de transferencia generales en todos los proyectos financiados o coordinados a escala de la UE, así como su uso generalizado y armonizado en los sistemas nacionales;
- recomienda que se revise la eficacia de las medidas de simplificación;
- recomienda que la posibilidad de que los Estados miembros autoricen excepciones nacionales «por razones de defensa» respecto de sustancias químicas esté sujeta a procedimientos adecuados de control y compatibilidad ambientales;
- recomienda que el funcionamiento del Fondo Europeo de Defensa sea más flexible y transparente;
- recomienda que se elaboren orientaciones para interpretar instrumentos como InvestEU y el marco de finanzas sostenibles, se simplifiquen los trámites y se salvaguarde la confidencialidad de los datos sensibles;
- recomienda a la Comisión que coordine y supervise la creación de centros de formación, capacitación y excelencia, así como programas de movilidad y Erasmus+ dirigidos a la industria de la defensa.

### **Creación de la Empresa Común Europea de Informática de Alto Rendimiento**

**Referencia** Dictamen de categoría C, COM(2025) 414 final, EESC-2025-02965-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

El CESE considera que el contenido de la propuesta es plenamente satisfactorio y no es objeto de ninguna observación por su parte.

### **Las empresas emergentes y en expansión**

**Referencia** Dictamen exploratorio solicitado por la Presidencia danesa del Consejo de la UE, EESC-2025-01043-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- hace hincapié en que el éxito de las empresas emergentes y en expansión depende del acceso competitivo a los recursos y a los mercados de productos, así como de un entorno normativo y fiscal favorable para la innovación, la inversión y el comercio;
- subraya la necesidad de realizar esfuerzos adicionales para promover el espíritu y el desarrollo empresariales de manera más amplia, incluida la incorporación de una perspectiva de expansión en todas las iniciativas políticas y normativas relacionadas con las empresas;
- subraya la importancia del principio de mejora de la legislación, guiado por evaluaciones de impacto exhaustivas que abarquen cadenas de valor completas y todas las fases del proceso legislativo, y pide una aplicación y un seguimiento adecuados de una evaluación de la resistencia a la innovación y un control de la competitividad;
- subraya que las necesidades financieras de las empresas en expansión requieren la adopción de soluciones inmediatas a lo largo de toda la cadena de inversión, sin esperar al próximo marco financiero plurianual (MFP);
- pide que se evalúe cómo pueden mejorarse las condiciones fiscales para las empresas emergentes y en expansión, especialmente mediante un estudio de las buenas prácticas en los Estados miembros y un análisis comparativo del tratamiento del capital de las empresas emergentes en Estados Unidos y en otras economías competidoras;
- considera fundamental que las empresas emergentes tengan acceso a infraestructuras de investigación y tecnología de alto nivel, en particular infraestructuras como superordenadores y factorías de inteligencia artificial (IA), y que se les preste un apoyo personalizado para ayudarlas a comercializar sus productos y servicios;
- pide que se desarrollen progresivamente indicadores clave de rendimiento, a fin de permitir un seguimiento más exhaustivo y orientado a los resultados de las actividades de las empresas emergentes y en expansión y una fijación de objetivos más específica.

**Interdependencias entre las aplicaciones de inteligencia artificial (IA) y los servicios de profesiones liberales: responder a las necesidades sociales urgentes**

**Referencia** Dictamen de iniciativa, EESC-2025-00849-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- subraya que la IA debe seguir siendo una **herramienta complementaria** y no sustitutiva, y que la toma de decisiones final en ámbitos sensibles como la salud, la legislación o la fiscalidad debe permanecer bajo **control humano** para salvaguardar la autonomía profesional y la rendición de cuentas;
- subraya que la tecnología puede aliviar las **cargas administrativas** y las tareas rutinarias, de manera que los profesionales puedan centrarse en servicios de mayor valor y centrados en el ser humano, mejorando con ello la eficiencia y la calidad de los servicios prestados a la ciudadanía y las empresas;
- insiste en que deben aplicarse al uso de la IA **normas éticas y profesionales**, que garanticen la transparencia en las decisiones impulsadas por la IA, eviten sesgos y discriminaciones y respeten la privacidad, la protección de datos y los derechos de propiedad intelectual;
- destaca la necesidad de una **formación continua** y de **normas profesionales** para garantizar que las profesiones liberales puedan beneficiarse de la IA. Los comités éticos y las estructuras de gobernanza inclusivas deben estar estrechamente vinculados a la práctica, mientras que el **diálogo social** y la **participación de los trabajadores** son fundamentales para determinar qué tareas corresponden a las máquinas y cuáles siguen correspondiendo a los humanos;
- considera que la **confianza pública** requiere un ciclo de desarrollo responsable de la IA que garantice la equidad, la rendición de cuentas y la fiabilidad, con una regulación que aclare las responsabilidades al mismo tiempo que fomenta la innovación y salvaguarda el interés público.

**Refuerzo del control del cumplimiento de las normas del mercado único: revisión de los instrumentos y el marco actuales**

**Referencia** Dictamen de iniciativa, EESC-2025-01127-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- destaca el papel esencial que desempeña la política de control del cumplimiento a la hora de reducir la fragmentación del mercado único y pide a la Comisión que aplique un enfoque claro y coordinado entre las herramientas de prevención, de colaboración y de corrección. También hace hincapié en la obligación fundamental que tienen los Estados miembros de aplicar el Derecho de la UE a su debido tiempo y de manera correcta;
- considera que la aplicación adecuada del Derecho de la UE debe integrarse en todas las fases del proceso legislativo, y la legislación debe incluir cláusulas relativas al cumplimiento. Asimismo, debe evitarse la sobrerregulación limitando las posibilidades de complementar la legislación de la UE con requisitos adicionales a escala nacional, Aboga por la participación activa de los colegisladores a este respecto, así como de los Estados miembros;
- pide a la Comisión que actualice la Comunicación sobre el cumplimiento del Derecho de la UE a fin de reforzar y simplificar los instrumentos de control del cumplimiento y acelerar la tramitación de los procedimientos de infracción, aumentando al mismo tiempo su transparencia;
- señala la importancia de utilizar de manera eficiente los procedimientos de infracción, que constituyen el instrumento más sólido para garantizar que los Estados miembros apliquen correctamente el Derecho de la UE, y recomienda reducir la duración de los procedimientos a fin de evitar la inseguridad jurídica, así como aumentar la transparencia;
- considera que SOLVIT debe mejorarse y vincularse a los demás instrumentos de control del cumplimiento; reforzar el SMET también es una medida necesaria. Además, sería útil explorar nuevas posibilidades para garantizar la aplicación correcta del Derecho de la UE. En este contexto, pide a los Estados miembros que faciliten los recursos necesarios a los futuros sherpas del mercado único;
- insta a la Comisión, como guardiana de los Tratados, a que aplique rápidamente medidas concretas para mejorar su política de control del cumplimiento, y a los Estados miembros a que reduzcan los obstáculos existentes y se abstengan de crear otros nuevos.

### **Los determinantes comerciales de la salud**

**Referencia** Dictamen de iniciativa, EESC-2025-00420-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- destaca la urgencia de un **enfoque global, preventivo y basado en los derechos humanos para abordar los determinantes comerciales de la salud**, que se definen como estrategias de agentes privados que socavan la salud pública y los equilibrios democráticos;
- pide a la Unión y a sus Estados miembros que adopten políticas ambiciosas y una financiación estratégica, en particular a través del próximo marco financiero plurianual 2028-2034, para convertir **la salud en un pilar central de la resiliencia europea, especialmente con vistas a la prevención**;
- aboga por el establecimiento de un **marco normativo equilibrado que permita a las empresas efectuar una transición hacia modelos que respeten la salud pública**, integrando el principio de precaución, la transparencia y cláusulas de diligencia debida en las políticas públicas;
- apoya la creación de un **observatorio europeo de los determinantes comerciales de la salud** bajo los auspicios del Centro Europeo para la Prevención y el Control de las Enfermedades (ECDC), así como de una **certificación europea de «empresa responsable para la salud»** que se conceda según criterios rigurosos y se inspire en la economía social y solidaria;
- aboga por la **participación activa de la sociedad civil y las organizaciones de pacientes** en todas las fases de elaboración y evaluación de las políticas sanitarias, garantizando al mismo tiempo la transparencia de la financiación y la independencia respecto de las industrias influyentes.

### **Marco de medidas de ayuda estatal para apoyar el Pacto Industrial Limpio**

**Referencia** C(2025) 7600 final, EESC-2025-01657-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- acoge con satisfacción el Marco de Ayudas Estatales del Pacto Industrial Limpio (CISAF) como instrumento clave para apoyar la descarbonización de la industria europea y preservar las inversiones estratégicas dentro de la UE, destacando la necesidad de una integración fluida con las herramientas

existentes para garantizar la coherencia, evitar solapamientos y ofrecer una orientación clara a las partes interesadas;

- advierte contra la fragmentación del mercado único debido a las disparidades en las capacidades nacionales de ayuda estatal y fomenta mecanismos que recompensen la coordinación transfronteriza y los proyectos con efectos indirectos positivos, haciendo eco de las recomendaciones de los informes Letta y Draghi;
- pide la rápida implementación de los instrumentos de financiación del Pacto Industrial Limpio, incluyendo un Fondo de Competitividad sólido y un marco financiero plurianual (MFP) reforzado, al tiempo que subraya que el apoyo público no debe desviar la atención de las reformas estructurales a largo plazo de los mercados eléctricos y la infraestructura de la red eléctrica; • apoya el objetivo de la CISAF de equilibrar la neutralidad tecnológica con los objetivos de descarbonización, pero insta a la Comisión a mantener el diálogo con las partes interesadas para garantizar que los umbrales y las métricas de las ayudas sean realistas y reflejen las especificidades sectoriales y regionales;
- acoge con satisfacción la introducción de cláusulas sociales y de preferencia europea en el marco de la CISAF, siempre que sean proporcionadas, estén en consonancia con los objetivos de transición justa y no impongan cargas administrativas excesivas que puedan desincentivar la participación o acentuar las desigualdades entre los Estados miembros.

### **Estrategia para el Mercado Único**

**Referencia** COM(2025) 500 final, EESC-2025-01859-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- apoya totalmente las prioridades definidas por la Comisión, que responden a los retos puestos de relieve por las partes interesadas;
- reitera que la simplificación normativa debe llevarse a cabo respetando plenamente los derechos sociales y laborales. Por lo tanto, es esencial que el Parlamento Europeo y los parlamentos nacionales, por un lado, y los interlocutores sociales, por el otro, gocen de una participación estructural desde las fases iniciales del proceso legislativo;

- tiene la intención de contribuir más activamente a la gobernanza del mercado único, en particular asumiendo un papel reforzado en el proceso del Grupo de Trabajo para el Cumplimiento de la Legislación sobre el Mercado Único;
- pide a la Comisión que presente propuestas legislativas para abordar las restricciones territoriales de suministro y armonizar el etiquetado de los productos;
- acoge favorablemente la propuesta anunciada por la Comisión de un «28.º régimen» opcional para las empresas, pero subraya la necesidad de salvaguardias eficaces contra posibles abusos;
- reconoce el papel clave de la normalización como motor de la integración y la innovación, pero destaca los principios de transparencia, inclusividad y participación estructurada;
- se muestra a favor de que se simplifique el reconocimiento de las cualificaciones profesionales, también para los nacionales de terceros países, si bien es preciso definir claramente las cualificaciones, poder verificarlas y probar su calidad;
- apoya el refuerzo de la Autoridad Laboral Europea (ALE);
- pide que se amplíe el alcance del mercado único a sectores estratégicos, como el de la energía o las finanzas; subraya la necesidad de una gobernanza inclusiva, y pide la revisión de la legislación en materia de contratación pública. Por otro lado, es necesario hallar vías adecuadas para tener en cuenta los objetivos sociales, medioambientales y de innovación.

### **Informe sobre la política de competencia 2024**

**Referencia** COM(2025) 181 final, EESC-2025-02299-00-00-AC

#### **Puntos clave:** El CESE:

- acoge con satisfacción el **enfoque relativo al cumplimiento adoptado por la Comisión durante 2024**, que integra la política de competencia con los objetivos de crear una UE más digital, ecológica y resiliente, manteniendo al mismo tiempo un mercado interior que funcione correctamente y sea competitivo;
- valora positivamente el intento de la Comisión por mejorar la **eficacia y previsibilidad de las normas de competencia**, en particular la elaboración de nuevas directrices sobre la explotación abusiva de posición dominante mediante prácticas excluyentes, la actualización de la Comunicación relativa a la definición del

mercado de referencia y la mejora de las herramientas de evaluación del impacto en el bienestar de los consumidores;

- destaca la importancia de hacer frente a los retos en materia de competencia en los **mercados digitales** y anima a la Comisión a que siga reforzando la aplicación tanto de las normas de competencia tradicionales como del Reglamento de Mercados Digitales, habida cuenta de la posición dominante estructural y los obstáculos a la entrada en los modelos de negocio basados en plataformas;
- pide un **mayor control de las concentraciones** y un marco que permita examinar las adquisiciones por debajo del umbral que puedan perjudicar a la competencia (por ejemplo, las denominadas «adquisiciones asesinas»), e insta a que **se tengan más en cuenta las repercusiones en el mercado laboral y la dinámica de innovación** en las evaluaciones de las concentraciones;
- insiste en la necesidad de establecer **normas sobre ayudas estatales**, en particular el nuevo régimen del marco de ayudas estatales del Pacto por una Industria Limpia y los procesos de los PIICE, para **promover la participación transfronteriza, reducir la fragmentación y apoyar las inversiones estratégicas** esenciales para el Pacto por una Industria Limpia, garantizando al mismo tiempo la cohesión y unas condiciones de competencia equitativas en todos los Estados miembros.

### **Fondo de Competitividad**

**Referencia** COM(2025) 555 final, EESC-2025-02576-00-00-AC

#### **Puntos clave:** El CESE:

- apoya la creación del Fondo Europeo de Competitividad (FEC) como piedra angular del próximo presupuesto de la Unión y motor de la innovación, la resiliencia y la seguridad, y subraya que **la financiación debe seguir ateniéndose firmemente a la sostenibilidad y la economía social de mercado de la UE;**
- **pide una selección de proyectos a escala de la Unión basada en méritos** que se apoye en criterios claros como la excelencia, la orientación futura y el potencial económico. Para **evitar la intervención de las autoridades nacionales**, insta a que se apliquen procedimientos transparentes, se garantice la igualdad de acceso para los solicitantes en todos los Estados miembros y se implique activamente a los interlocutores sociales y a la sociedad civil en la gobernanza;
- **recomienda la introducción de una «consulta de mercado»** que exija a los proyectos que soliciten una financiación adicional sustanciosa de la UE, como los

proyectos importantes de interés común europeo u otras inversiones a gran escala, movilizar en primer lugar una parte del capital privado. Este mecanismo de análisis de la situación del mercado contribuiría a validar la calidad de los proyectos, reducir las decisiones de financiación politizadas y reforzar el vínculo entre el apoyo público y la competitividad real;

- **subraya la necesidad de contar con herramientas sólidas de evaluación y prevención de riesgos** que garanticen que los recursos del FEC se destinen únicamente a proyectos que realmente mejoren la competitividad de Europa y eviten repetir errores del pasado en los programas de financiación de la Unión;
- destaca la importancia de **apoyar a las pymes, los ecosistemas regionales y transfronterizos de innovación y la inversión en competencias y trabajo digno** y de simplificar los procedimientos y garantizar una gobernanza transparente, previsible e inclusiva.

### **Revisión del marco jurídico europeo en materia de contratación pública**

**Referencia** Dictamen exploratorio solicitado por la Comisión Europea, EESC-2025-01402-00-00-AC

#### **Puntos clave:** El CESE:

- está de acuerdo en que es necesaria una revisión de la legislación vigente de la UE para lograr una mayor simplificación, reducir los costes administrativos y apoyar una mayor armonización en el mercado único;
- considera que una política de contratación pública sostenible de la UE puede ir más allá de un estrecho paradigma centrado en los fallos de mercado, permitiendo una contratación estratégica orientada al bienestar público, de consagrar los criterios sociales, medioambientales y de innovación como objetivos de igual rango, y de garantizar un acceso equitativo a la contratación pública por parte de los operadores privados;
- considera que los contratos públicos deben adjudicarse atendiendo al criterio de la oferta económicamente más ventajosa, haciendo hincapié al mismo tiempo en la importancia de criterios distintos del precio, como la calidad, la innovación, el medio ambiente, la sostenibilidad y las consideraciones sociales, especialmente los derechos de los trabajadores y los convenios colectivos;
- pide adoptar un enfoque integral para las políticas en materia de servicios de interés general (SIG);

- el CESE considera que los contratos públicos no deberían adjudicarse a empresas que vulneren sistemáticamente los derechos de los trabajadores o los convenios colectivos a los que están vinculadas;
- considera que, con sujeción a criterios jurídicos adecuados y garantizando al mismo tiempo un falseamiento mínimo de la competencia, la posibilidad de recurrir a la contratación interna en el caso de personas jurídicas controladas mayoritariamente y a la adjudicación directa debe mantenerse cuando se lleve a cabo la revisión de las Directivas de la UE sobre contratación pública;
- recomienda introducir la obligación legal de evaluar los efectos de los umbrales en vigor aplicables a los contratos públicos de servicios;
- piensa que la contratación pública puede apoyar una Europa socialmente justa, ecológicamente sostenible y económicamente resiliente, en beneficio del bien común;
- pide que se introduzcan cláusulas de revisión obligatoria de los precios para tener en cuenta los cambios en materia salarial derivados de los convenios colectivos, la legislación laboral, los ajustes por la inflación y otros factores pertinentes que afecten a la ejecución de los contratos como, por ejemplo, los costes de la energía.

**La Comisión Consultiva sobre el Cambio Industrial** (conocida por sus siglas en francés CCMI, *Commission consultative des mutations industrielles*) examina los cambios en la industria en una amplia gama de sectores, manteniéndolos al día y abordándolos de acuerdo con los valores del modelo económico y social europeo.

La CCMI sucedió al comité consultivo de la CECA (Comunidad Europea del Carbón y del Acero) cuando esta última expiró el 23 de julio de 2002. Está establecida como un organismo diferenciado dentro del CESE y tiene un mandato que se extiende a todos los sectores de la industria, tanto de la industria como de los servicios.

La CCMI está formada por miembros del CESE y delegados externos.

Estos últimos son nombrados por el CESE entre las asociaciones sectoriales que representan a la sociedad civil organizada a nivel europeo.

El presidente de la CCMI es miembro del CESE y el copresidente un delegado.

El mandato de la CCMI es:

- seguir cubriendo las áreas de las industrias del carbón y del acero y sus cadenas de producción y consumo en las que opera la UE;

- cubrir el impacto del cambio industrial en otros sectores industriales y de servicios y, de manera más general, por ejemplo, en el empleo, la política social y estructural, el desarrollo sostenible, la transición energética, etc.;
- más recientemente, para cubrir el cambio industrial digital y su impacto sectorial y social, por ejemplo, en lo que respecta a los sectores financiero y de servicios, el sector automotriz, el sector de la salud y el impacto del cambio industrial digital en la formación para el empleo, la educación, las asociaciones público-privadas, diálogos sociales y civiles, y la transición general de la *Industria 4.0* a la *Sociedad 4.0*.

La CCMI puede expresar sus puntos de vista a través de dictámenes obligatorios en los términos del Tratado, dictámenes opcionales y exploratorios a solicitud del Parlamento Europeo, el Consejo y la Comisión, así como dictámenes de propia iniciativa, informes informativos y la celebración de conferencias y audiencias.

Mantiene una estrecha relación de trabajo con las demás instituciones y agencias de la UE y con organizaciones de toda la gama. Tiene a representantes de las asociaciones de consumidores y ha trabajado en tema de mucho interés para los consumidores, como es el tema de la obsolescencia programada, o la estrategia sobre el consumo sostenible sobre los que el CESE se ha pronunciado favorablemente e insistido al Parlamento Europeo y a la Comisión sobre la necesidad de tratar dichos temas a nivel de la Unión.

### **Planificación de infraestructuras energéticas transfronterizas**

**Referencias** Dictamen exploratorio solicitado por la Presidencia belga del Consejo de la UE

#### **Puntos clave:** El CESE:

- destaca que las infraestructuras energéticas, como las infraestructuras de transporte y distribución de energía, no pueden tratarse como cualquier otro producto, sino que deben clasificarse como un servicio de interés general para la economía y la población;
- pide que se haga especial hincapié en definir el desarrollo de las redes y las interconexiones transfronterizas, tanto terrestres como marítimas, como infraestructuras críticas de interés público primordial, incluir la protección del clima como objetivo de la normativa y, de manera más general, sincronizar con mayor eficacia la planificación de las energías renovables y la red eléctrica;
- subraya que, reconociendo el aumento de la demanda, es especialmente importante realizar inversiones sustanciales en las redes eléctricas con el fin de

estimular la economía europea y crear puestos de trabajo (ecológicos) de alta calidad;

- pide medidas más vinculantes para los gestores de redes de transporte (GRT) y los gestores de redes de distribución (GRD), pero también incluir a los productores de energía en las medidas de estabilización de la red, a fin de coordinar mejor sus acciones y propiciar que la red se beneficie de la digitalización;
- señala que las infraestructuras energéticas, como las instalaciones a gran escala, requieren una atención especial en lo que se refiere a medidas de seguridad. En particular, la cuestión de la (ciber)seguridad debe convertirse en una prioridad aún mayor.

### **Comunicación sobre la disponibilidad de medicamentos**

**Referencias**                    COM(2023) 672 final

#### **Puntos clave:** El CESE:

- reitera con firmeza su posición de que ningún ciudadano europeo debería verse privado del acceso a los medicamentos;
- aboga por un cambio estratégico hacia la autosuficiencia en la producción de ingredientes farmacéuticos activos y medicamentos acabados, con el objeto de reducir la dependencia de fuentes externas y reforzar la independencia farmacéutica de la UE. Apoya la publicación de la primera lista de medicamentos críticos de la Unión para hacer frente a la escasez;
- recomienda la creación de un entorno jurídico y económico estable, complementado por una mano de obra cualificada y una financiación adecuada, para garantizar una ventaja competitiva a la industria farmacéutica europea en el mercado mundial;
- propone introducir enfoques innovadores para acceder a los medicamentos. También recomienda el desarrollo de directrices y protocolos exhaustivos a escala de la UE y, de manera más general, el intercambio de datos entre las principales partes interesadas;
- hace un llamamiento a favor de un diálogo reforzado entre las instituciones de la UE, la industria farmacéutica, los interlocutores sociales y las organizaciones de la

sociedad civil sobre las capacidades de producción y la manera de capear las perturbaciones del mercado;

- anima a las empresas farmacéuticas a que notifiquen de forma proactiva a las autoridades las posibles situaciones de escasez para responder a los desafíos de la cadena de suministro de manera eficaz;
- destaca la importancia de implicar a las organizaciones de pacientes, las asociaciones de profesionales sanitarios y las organizaciones que representan a las personas con discapacidad en la elaboración de políticas, especialmente en la elaboración de estrategias que mejoren la disponibilidad de medicamentos y aborden las cuestiones de los residuos farmacéuticos y la prescripción excesiva;
- aboga por reforzar las asociaciones internacionales y diversificar las cadenas de suministro de productos farmacéuticos en respuesta a la evolución del panorama sanitario mundial.

### **Hacia una Europa más resiliente, competitiva y sostenible**

**Referencia** COM(2023) 558 final

#### **Puntos clave:** El CESE:

- desea con el presente Dictamen **expresar su posición respecto de la Comunicación COM(2023) 558 final adoptada por la Comisión Europea de cara a la celebración de la cumbre de Granada**, con el fin de que se tenga en cuenta en la **preparación del próximo mandato legislativo europeo**;
- expresa su profunda preocupación por el **retraso acumulado con respecto a Estados Unidos y China en sectores estratégicos**, lo que sigue debilitando la independencia y la soberanía de la UE y nuestro modelo de sociedad;
- considera que asegurar la transición energética de Europa significa reforzar el dominio de Europa en las **cadena de valor de todas las tecnologías de descarbonización**, velar por una descarbonización real **mediante la electrificación, garantizar la coherencia entre los planes nacionales de energía y clima y los objetivos europeos y desarrollar empleos de valor para los trabajadores europeos**;
- sostiene que la **independencia digital de Europa** se basará en varios elementos, a saber, su **capacidad para desarrollar superordenadores, almacenar datos en su**

**territorio, fomentar el desarrollo de auténticos agentes industriales y desarrollar capacidades digitales;**

- considera que **la sostenibilidad y la soberanía** de la **industria espacial europea** deberán **afrentar numerosos desafíos; la fragmentación, la duplicación y el escaso volumen de los principales mercados institucionales europeos debilitan la Unión**; al mismo tiempo, aumenta el déficit de financiación respecto de Estados Unidos y China, y la UE se enfrenta a operadores gigantes del sector privado que están optimizando sus cadenas de suministro internas; y
- estima que, en los próximos años, la **industria europea de la defensa** tendrá que dotar a los Estados miembros y a sus fuerzas armadas de **equipos y capacidades de defensa de alta calidad y adaptados al nuevo entorno estratégico**, pero también **prestar asistencia militar continua a Ucrania y a otros socios**.

**Enfoques y buenas prácticas industriales y tecnológicas para lograr una sociedad resiliente en materia de agua**

**Referencias** Dictamen exploratorio a petición de la Comisión Europea

**Puntos clave:** El CESE:

- pide una **estrategia independiente** —un Pacto Azul Europeo— y un plan de acción **sobre el agua para garantizar la resiliencia, la seguridad y la sostenibilidad hídricas, como complemento al Pacto Verde Europeo**;
- insta a la Unión a **integrar el agua en un marco estratégico industrial revisado** y en los itinerarios de transición con un enfoque sectorial;
- señala que esta revisión debe explorar la idea de establecer un **nuevo pacto industrial para ofrecer a la industria europea una estrategia consolidada** que responda a los múltiples retos a los que se enfrenta (en materia de agua, energía, materias primas fundamentales, digitalización y autonomía estratégica) en un plazo de cuatro años;
- destaca que los enfoques industriales y tecnológicos para lograr una sociedad inteligente en su gestión del agua deben estructurarse firmemente en torno a **una política global de gestión sostenible del agua para una industria** que se base en la reducción del uso del agua, su reutilización y su reciclado, disminuya la contaminación e introduzca progresivamente tecnologías eficientes en el uso del

agua, garantizando al mismo tiempo una transición justa que **salvaguarde la competitividad industrial**;

- subraya la necesidad de desarrollar un **ecosistema europeo de gestión de datos sobre el agua**, así como de medir el consumo de agua en todos los procesos de producción y minimizar el uso de agua potable para fines industriales;
- destaca que es menester **garantizar el acceso al agua de las industrias más críticas en situaciones de crisis**;
- aboga por un **itinerario de transición para desarrollar un sector tecnológico limpio y eficiente en el uso del agua**, que incluya una hoja de ruta para la dimensión humana al objeto de garantizar la disponibilidad de las capacidades necesarias, empleos de calidad y condiciones de trabajo dignas;
- propone medidas de apoyo a la **aplicación del fondo de transición del Pacto Azul Europeo** en el ámbito industrial;
- **apoya la creación de la comunidad de conocimiento e innovación (CCI) en materia de agua** por parte del Instituto Europeo de Innovación y Tecnología (EIT).

### **Un futuro construido con la naturaleza: impulso a la biotecnología y la biofabricación en la UE**

**Referencias** COM(2024) 137 final

**Puntos clave:** El CESE:

- lamenta que la UE no disponga aún de una **estrategia de bioeconomía** ni de una **normativa sobre biotecnología** y considera urgente promulgar una legislación de este tipo dada la situación mundial;
- propone que la **estrategia de bioeconomía de la UE se base en un enfoque sectorial integrado** con objetivos específicos y prevea una agenda de investigación para los próximos diez años, una lista de capacidades y un papel claro para la sociedad civil;
- cree que es preciso considerar y promover a escala mundial un **código ético para las empresas y los productos de la UE que se comercializan en la Unión**;

- defiende que se necesitan **medidas específicas** para **desarrollar competencias** y **consolidar las sinergias** entre los requisitos relativos a las cualificaciones biotecnológicas y las necesidades de la biofabricación;
- propone que el desarrollo de la biotecnología y la biofabricación en la UE incluya **indicadores sectoriales, asociaciones público-privadas, un sistema de investigación intersectorial, una base de datos en la que figuren posibles inversores, procesos de autorización más rápidos y menos burocráticos, una sinergia perfecta con los ODS y el Pacto Azul propuesto, normas europeas y mundiales** específicas y armonizadas, medidas para aumentar **el apoyo público, la confianza y la educación**, y una **distinción más clara entre las competencias nacionales y las compartidas**;
- propone que **la biotecnología y la biofabricación en la UE se financien** teniendo debidamente en cuenta un **enfoque basado en sinergias para el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia (MRR), la Plataforma de Tecnologías Estratégicas para Europa (STEP), el Banco Europeo de Inversiones (BEI) y la política de cohesión**; considera que parte de la recaudación de los **impuestos medioambientales** debe **reorientarse a la financiación de productos de biotecnología ecológica** y que debe **utilizarse una variedad y una combinación de fuentes y fondos financieros** tales como préstamos, capital riesgo y fondos públicos.

**Combustibles hipocarbónicos y renovables: desarrollar la capacidad de la industria europea para descarbonizar los sectores aéreo y marítimo en interés de la autonomía europea**

**Referencia** Dictamen de iniciativa

**Puntos clave:** El CESE:

- señala la **ausencia de incentivos** para desarrollar proyectos de producción de combustibles sostenibles e hipocarbónicos; añade que los **elevados costes de producción y la incertidumbre sobre la disponibilidad de combustibles sostenibles** son obstáculos importantes para su adopción generalizada;
- considera que una **producción escasa de combustibles sostenibles en la UE afectaría negativamente a su autonomía estratégica**;

- hace hincapié en la necesidad de **preservar y mejorar la competitividad de la industria de la UE** frente a la intensa competencia mundial;
- defiende una **hoja de ruta exhaustiva para aumentar el uso de combustibles de aviación sostenibles**;
- considera que, **para la industria marítima, crear la infraestructura de repostaje para que los puertos de todo el mundo puedan abastecer de combustibles alternativos a los buques de forma segura** supone un reto;
- destaca el riesgo de una **posible escasez de materias primas disponibles y los volúmenes de energía descarbonizada** para la transición hacia una fabricación de combustibles sostenible;
- insta a **establecer unas condiciones reglamentarias coherentes que desbloqueen las inversiones, con incentivos para estimular la producción inmediata y favorecer un mercado para combustibles con una huella de carbono reducida**;
- propone **armonizar la fiscalidad con el impacto climático de cada tipo de combustible**;
- lamenta que las **subvenciones y subsidios de la UE no den prioridad suficiente las infraestructuras para la producción de combustibles hipocarbónicos y renovables destinados a los sectores aéreo y marítimo**;
- indica que la **I+D es esencial para reducir los costes** de las tecnologías hipocarbónicas avanzadas;
- aboga por una **estrategia integral que permita llevar a cabo una transición limpia de cadenas de valor industriales completas, incorpore el hidrógeno, aumente los biocombustibles, amplíe los combustibles sintéticos y dé continuidad a las actuales asociaciones sectoriales en el marco del sucesor de Horizonte Europa**;
- afirma que son necesarios **programas de desarrollo de capacidades**, en particular de formación profesional y apoyo a las transiciones profesionales; reitera la **prioridad de garantizar unas normas estrictas de salud y seguridad**.

### **Material es avanzados para el liderazgo industrial**

**Referencias** COM(2024) 98 final

**Puntos clave:** El CESE:

- considera que la Comunicación de la Comisión Europea sobre materiales avanzados no puede considerarse una estrategia en sí misma, ya que carece de objetivos cuantificables, plazos e indicadores clave de rendimiento específicos para apoyar su aplicación;
- está convencido de que la UE necesita aplicar un enfoque integral para reducir el consumo de materiales, promover la circularidad y facilitar la transición hacia modelos de negocio y comportamientos de consumo sostenibles;
- observa que un complejo ecosistema de materiales avanzados requiere una estrategia global, una financiación e incentivos significativos, la disponibilidad de las capacidades adecuadas y un respaldo político de alto nivel;
- acoge con satisfacción el diálogo reforzado entre la UE y Japón sobre materiales avanzados y considera que estas iniciativas deben ampliarse a otros países líderes;
- considera fundamental fomentar la competitividad en I+D+i impulsando la participación de los agentes industriales, las administraciones públicas, los interlocutores sociales y el mundo académico y creando una red de infraestructuras de investigación transfronterizas;
- propone incluir la asistencia sanitaria como un ámbito estratégico inicial adicional, ya que representa una de las mayores industrias de Europa y utiliza materiales avanzados en la asistencia sanitaria a menudo interrelacionados con sectores como la electrónica y la energía;
- destaca la importancia de integrar las tecnologías e innovaciones digitales en los procesos de desarrollo de materiales;
- apoya la introducción de pasaportes digitales de productos que incluyan normas de información y datos desde la producción hasta el reciclado, pero advierte contra la posibilidad de introducir cargas burocráticas o costes adicionales para las empresas o los consumidores;
- considera necesario reforzar la producción europea, apoyar la comercialización, racionalizar el acceso al mercado y mejorar la vigilancia del mercado en este ámbito.

### **Iniciativas sectoriales y competitividad general de la UE**

**Referencia** Dictamen exploratorio solicitado por la Presidencia húngara del Consejo de la UE

**Puntos clave:** El CESE:

- señala que el **alcance de la competitividad** ha cambiado rápidamente, y que la productividad y la eficiencia se complementan con la sostenibilidad, la inteligencia y la resiliencia. Para crear soluciones para el futuro se necesita una base industrial fuerte;
- observa que **las políticas sectoriales o verticales** están ganando importancia, al proporcionar orientación y apoyo a los ecosistemas clave a través de herramientas legislativas, financieras e institucionales;
- hace hincapié en que **la competitividad de la UE está sometida a presión**, especialmente en las industrias de gran consumo de energía y las tecnologías de la información, debido a las políticas mercantilistas de terceros países;
- está convencido de que **la política industrial europea debe continuar reforzando los motores que impulsan la competitividad**: fomentar las inversiones, garantizar el acceso a una energía hipocarbónica segura y asequible, aprovechar el potencial de la transformación digital, empoderar al capital humano, impulsar la innovación, la investigación y el desarrollo, regular y consolidar en mayor medida el mercado único y garantizar un acceso justo a los recursos clave mediante cadenas de suministro seguras, todo lo cual debe hacerse con vistas a **mantener, restaurar y seguir desarrollando las capacidades industriales de la UE, y a la vez conservar y crear puestos de trabajo que sean de calidad**;
- destaca que el **apoyo de la política financiera** debe incluir una financiación más integrada y ayudas estatales, al mismo tiempo que se fomentan los ecosistemas público-privados, se aplica la supervisión pública y se garantiza una asignación eficiente de los recursos;
- recalca que es necesario **completar el mercado único, hacer cumplir sus normas y eliminar los obstáculos que lo perturban**. Los mercados de las finanzas, de las comunicaciones y de la energía deben integrarse y complementarse con los sectores sanitario y digital, así como con la «quinta libertad», que concierne a la I+D+i;

- considera que **el gasto en I+D debe equipararse al de los competidores de la UE en la esfera internacional** y orientarse hacia aquellas áreas de sus ecosistemas industriales y aquellos motores de la innovación donde pueda generarse más valor añadido;
- pide a la próxima Comisión que desarrolle y aplique, **junto con el nuevo pacto para la competitividad, un pacto industrial** basado en los logros del modelo social europeo.

### **Balance de los diálogos sobre la transición hacia una energía limpia**

**Referencias**                      COM(2024) 163 final

#### **Puntos clave:** El CESE:

- se muestra convencido de que se necesita un nuevo enfoque mucho más audaz y ambicioso, junto con un marco de aplicación claro, para garantizar que el Pacto Verde Europeo se convierta en un éxito desde una perspectiva climática y socioeconómica. Necesitamos un nuevo pacto para la competitividad que impulse y proteja la industria y el empleo en la UE;
- considera que dicho pacto para la competitividad debería incluir:
  - plazos de concesión de permisos mucho más breves (también límites al examen de las objeciones medioambientales en los juzgados);
  - un enfoque más preciso para medir los avances hacia los objetivos climáticos de la UE, que tenga en cuenta la huella de carbono de los bienes importados en vez de contabilizar únicamente la producción de emisiones en Europa;
  - una mayor protección frente a la fuga de carbono para preservar la igualdad de condiciones para las empresas europeas;
  - una política energética tecnológicamente neutra que genere una mayor estabilidad a largo plazo, ofrezca precios competitivos a escala mundial y reconozca la necesidad de invertir en fuentes hipocarbónicas estables durante la transición;
  - inversiones urgentes e importantes en las redes de distribución y transporte, así como en los puertos, para facilitar el desarrollo de las energías renovables marinas;

- un instrumento de financiación específico para apoyar la producción de materias primas fundamentales y las tecnologías de cero emisiones netas;
- un marco de transición justa que ofrezca a los trabajadores y trabajadoras reciclaje y perfeccionamiento profesional a gran escala;
- considera que determinados aspectos de las políticas han tenido repercusiones negativas para el empleo y la competitividad de la UE y han aumentado las emisiones globales debido a la fuga de carbono, si bien apoya plenamente los objetivos del Pacto Verde Europeo.

### **De plantas de residuos a plantas de recursos**

**Referencias**     Dictamen de iniciativa

**Puntos clave:** El CESE:

- considera imprescindible **priorizar los debates a escala de la UE sobre la gestión de los residuos y aplicar una estrategia revisada** que incluya proyectos pioneros destinados a potenciar el reciclado y la recuperación de recursos, al tiempo que se reduce la prevalencia de los vertederos;
- pide una **supervisión a escala de la UE para hacer frente a las infracciones** y racionalizar la cadena de productos con futuras inversiones;
- insta a que se adopten **políticas adicionales, en la esfera tanto nacional como de la UE, para mejorar los sistemas de recogida de residuos, invertir en tecnologías avanzadas de clasificación, hacer cumplir de manera eficaz la normativa vigente y establecer multas armonizadas en todos los Estados miembros** para combatir las actividades ilegales relacionadas con los residuos;
- apoya la **armonización generalizada de las normas relativas a los materiales recuperados** a fin de garantizar la igualdad de condiciones para los materiales vírgenes y secundarios en toda la Unión y evitar su regulación fragmentada a nivel nacional;
- considera necesario **apoyar las tecnologías de recuperación innovadoras y los mercados funcionales para los materiales recuperados**, así como un entorno normativo que propicie el **paso de la eliminación de materiales insostenibles a la generación de materiales secundarios de alta calidad**;

- pide que **se aumenten los incentivos y el apoyo financieros** para desarrollar y adoptar estas **tecnologías y prácticas innovadoras** en materia de gestión de residuos, respetando al mismo tiempo el principio de la jerarquía de residuos;
- respalda firmemente que **se maximice la recuperación de nutrientes de las aguas residuales y los lodos de depuradora, entre otras fuentes**, a través de las mejores prácticas de tratamiento y reciclado y de métodos de recuperación de recursos destinados a capturar minerales valiosos;
- reconoce la **necesidad de crear programas específicos de mejora de las capacidades y reciclaje profesional del personal del sector de los residuos**, y
- considera que deben promoverse y financiarse **campañas de información** dirigidas a la ciudadanía de la UE sobre la prevención de residuos, la responsabilidad de los productores y la protección del medio ambiente.

### **Industria 5.0: cómo hacerla realidad**

**Referencias**     Dictamen de iniciativa

**Puntos clave:** El CESE:

- considera que la industria 5.0 es un enfoque válido para abordar el impacto de las tecnologías digitales en la fabricación y, de manera más general, para adaptarse mejor a los retos sociales y ecológicos actuales. Si bien acoge con satisfacción la inclusión de nociones como la posición central del ser humano, la resiliencia económica y sostenibilidad, opina que se debe seguir profundizando en el concepto de industria 5.0 con el fin de definir mejor sus consecuencias económicas, sociales, políticas, jurídicas y tecnológicas;
- apoya a las autoridades y a los interlocutores sociales en el desarrollo de un marco conceptual, económico y reglamentario más claro y de planes de acción para la adopción generalizada de los principios de la industria 5.0, teniendo en cuenta al hacerlo los posibles costes sociales. Para garantizar una transición tecnológica ordenada, se requiere una mayor participación de los trabajadores y un diálogo social consolidado que implique a todas las partes interesadas pertinentes y a la sociedad civil organizada;
- pide a las instituciones de la UE que fomenten la creación de un ecosistema industrial europeo propicio, que tiene que estar preparado para el futuro y centrado en el ser

humano y basarse en valores democráticos, la equidad social, la competencia leal y la competitividad inclusiva; subraya la necesidad de fundamentar la visión de la industria 5.0 en las políticas europeas existentes, actualizándolas al mismo tiempo con el fin de integrar los principios de la Industria 5.0;

- considera que el despliegue de la industria 5.0 también debe contar con el apoyo de plataformas descentralizadas de partes interesadas y asociaciones público-privadas, que tendrán que desarrollar herramientas de aprendizaje, establecer programas o actividades empresariales, promover la asimilación e intercambiar o difundir buenas prácticas;
- subraya la necesidad de invertir en programas de I+D e innovación, tanto públicos como privados, para desarrollar nuevos modelos económicos, sistemas de producción y mercados sostenibles, resilientes y centrados en el ser humano; del mismo modo, destaca la importancia de prestar un apoyo continuo y suficiente a las costosas inversiones de 360° necesarias para actualizar las empresas a fin de adecuarlas a la industria 5.0.

### **Políticas industriales sectoriales en apoyo de una mayor autonomía estratégica**

**Referencia** Dictamen de iniciativa

**Puntos clave:** El CESE:

- estima que un **nuevo declive de la industria metalúrgica resulta inaceptable**, ya que conllevaría el riesgo de **socavar gravemente nuestra autonomía estratégica**, todos nuestros sectores industriales (ferroviario, nuclear, marítimo, espacial, automovilístico, de defensa, etc.) y, por tanto, nuestro futuro industrial. Ahora más que nunca, **Europa necesita un pacto industrial** que permita potenciar su Pacto Verde y su Plan de Acción para la Economía Circular, **reforzar las alianzas industriales en el sector metalúrgico** a través de grandes proyectos de interés común y **reindustrializar muchas regiones olvidadas para volver a generar empleos locales de calidad**;
- pide urgentemente a la Comisión Europea que **retome los análisis y las perspectivas sectoriales de la política industrial** por medio de **ejercicios prospectivos** orientados a **la recuperación de posiciones competitivas a escala mundial**;

- pide a la Comisión **que adopte cuanto antes medidas específicas** para **apoyar diversos sectores estratégicos, como los productos químicos y sus derivados, la metalurgia y la ciberseguridad**;
- considera que las empresas necesitan **acceso a instituciones bancarias que apoyen una política industrial arraigada en nuestros territorios, a trabajadores cada vez más cualificados y a centros universitarios que fomenten la innovación y la investigación** para crear los puestos de trabajo del futuro;
- subraya la **necesidad de ampliar las asociaciones para estimular la innovación y la inversión, de relocar la industria química e implantar los centros de toma de decisiones en suelo europeo, de armonizar las normas de calidad para los residuos plásticos clasificados o pretratados y de crear un mercado secundario único y abierto** destinado a garantizar un suministro continuo de residuos plásticos para el funcionamiento de las plantas de reciclado químico, y
- recomienda una **supervisión reforzada y continua**, y el **desarrollo de programas de asistencia técnica preventiva** a las que puedan acceder todas las empresas.

### **Transformaciones industriales en el sector sanitario ante la multiplicación de las crisis**

**Referencia** Dictamen de iniciativa

#### **Puntos clave:** El CESE:

- considera que los sistemas sanitarios de la UE deben ser resilientes y capaces de responder a las perturbaciones, proteger la vida y ser inclusivos y equitativos, centrarse en las personas y ser accesibles, basarse en la investigación y la innovación, y ser objeto de coordinación entre los Estados miembros;
- pide a la Comisión Europea que incluya entre las prioridades del mandato 2024-2029 la salud y el impulso de la integración de los sistemas sanitarios nacionales, y que las respalde prestando un apoyo institucional ambicioso y aumentando las inversiones;
- acoge con satisfacción la Ley de Medicamentos Esenciales anunciada en las orientaciones políticas para la nueva Comisión y pide que se refuerce la cooperación en este ámbito con los Estados miembros, las partes interesadas públicas y privadas, el mundo académico y la sociedad civil;

- aboga por un enfoque integrado, pluridimensional y centrado en el paciente que garantice el acceso a medicamentos, diagnósticos y tratamientos seguros, eficaces y de calidad;
- propone emprender una serie de medidas concretas destinadas a promover la competitividad y la resiliencia del sector, mejorar las condiciones de trabajo del mismo y, a su vez, reducir las dependencias de terceros países y evitar la escasez de medicamentos. En particular, recomienda actualizar la lista de actos que abordan la vía de transición en materia de salud (health transition pathway) para seguir reforzando el mercado único en el sector sanitario;
- reconoce la transformación digital del sector sanitario y pide un uso de la inteligencia artificial (IA) centrado en el ser humano, una mayor interoperabilidad de los datos, espacios digitales compartidos y seguros y una protección reforzada frente a los riesgos cibernéticos;
- apoya la innovación como motor de la competitividad y pide una infraestructura pública supranacional de investigación de medicamentos;
- destaca el potencial de la medicina preventiva y personalizada y la necesidad de aumentar las inversiones en el ámbito de las enfermedades raras;
- destaca la importancia de garantizar un acceso universal y equitativo a la asistencia sanitaria y a los medicamentos en toda la Unión, lo que comprende precios asequibles basados en el «modelo de fijación del precio justo».

### **Servicios profesionales en la transición ecológica**

**Referencia** Dictamen de iniciativa

**Puntos clave:** El CESE:

- contribuye con este Dictamen al esfuerzo conjunto por restablecer la competitividad de Europa y reforzar su posición industrial, mejorando al mismo tiempo el rendimiento de las empresas europeas en la transición ecológica;
- reconoce el papel fundamental que desempeñan los servicios profesionales en la transición ecológica;
- siente preocupación por la posibilidad de que el proceso de ecologización pueda estancarse debido a la escasez de mano de obra y de capacidades, a la inadecuación de las competencias y al aumento de las cargas normativas y administrativas y de los

costes, así como a los nuevos retos que plantean los rápidos cambios en las cadenas de suministro;

- espera que los cambios en las dinámicas de las cadenas de suministro manufactureras ayuden a reubicar las cadenas de valor y fomenten la relocalización, y que muchas empresas se planteen volver a traer la producción y los servicios que antes deslocalizaron a países no pertenecientes a la UE;
- cree que es preciso poner en práctica la nueva visión de la unión de las competencias. Es necesario llevar a cabo reformas coherentes en los sistemas educativos para adaptar los planes de estudio a los cambios en el mundo laboral, apoyar todos los programas educativos pertinentes (también en CTIM), aplicar una nueva estrategia de educación y formación profesional (EFP), y respaldar a los profesores y mejorar la coordinación a escala de la UE;
- también reconoce la necesidad de fomentar las iniciativas educativas, a nivel tanto de la UE como de los Estados miembros. Esto podría implicar incentivos financieros específicos para cursos de EFP destinados a la ecologización de los servicios profesionales, o el establecimiento de cursos académicos a escala de la UE para incorporar a nuevos profesionales o formar a los profesionales en activo en objetivos de sostenibilidad, y promover tanto la adaptación como las mejoras en las capacidades y los puestos de trabajo existentes (programas de mejora de las capacidades y de reciclaje profesional). Estas iniciativas también podrían crear nuevas capacidades para las transiciones ecológica y digital, que pueden considerarse una «doble transición» en el sentido de que van de la mano y pueden reforzarse mutuamente;
- propone orientar las políticas para apoyar la creación de redes de servicios profesionales con objeto de mejorar la escala operativa de las actividades conexas, teniendo debidamente en cuenta las características específicas de cada Estado miembro;
- considera que el déficit de cualificaciones podría subsanarse siguiendo las propuestas anteriores y formando a profesionales cualificados dentro de Europa, o atrayendo a profesionales de fuera de la UE a través de políticas e iniciativas;
- subraya el importante papel que desempeñan los interlocutores sociales, las organizaciones de servicios profesionales y otras organizaciones de la sociedad civil pertinentes para llevar a cabo con éxito los procesos de transición ecológica justa;

- también destaca otros retos en el contexto general de la prestación de servicios profesionales, como las barreras al reconocimiento de las cualificaciones, que deberán eliminarse para contribuir a potenciar la movilidad profesional y abordar las carencias de competencias. El CESE recomienda que se prosigan los continuos esfuerzos en este ámbito, también a través de dictámenes de seguimiento sobre estas cuestiones.

### **Sección Especializada de Transportes, Energía, Infraestructuras y Sociedad de la Información (TEN)**

Esta sección desempeña un papel clave en la elaboración de dictámenes y contribuciones técnicas en ámbitos estratégicos para la competitividad, la cohesión territorial y la transición ecológica y digital de la Unión, al ser competente en materias relacionadas con la política de transportes, la energía, infraestructuras y sociedad de la información y economía digital.

Los dictámenes de la Sección TEN, aunque no vinculantes, influyen en el proceso legislativo europeo al aportar una perspectiva socioeconómica y territorial. Además, la sección puede elaborar dictámenes de iniciativa propia sobre cuestiones emergentes, anticipando debates estratégicos en materia de movilidad sostenible, transición energética y transformación digital.

En síntesis, la Sección TEN constituye un foro especializado de diálogo estructurado entre instituciones europeas y sociedad civil en sectores esenciales para el desarrollo sostenible y la competitividad de la Unión Europea.

Los dictámenes más importantes que se han debatido y aprobado durante el año 2025 han sido:

#### **Futuro del suministro y de la tarificación de la electricidad en la UE**

**Referencia** Dictamen de iniciativa, EESC-2024-00983-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- tiene el convencimiento de que el mercado de la electricidad no solo debe reformarse de tal forma que se cumpla el objetivo de alcanzar la neutralidad climática a más tardar en 2050, sino que este aspecto debe combinarse con los objetivos de procurar la seguridad del suministro y unos precios estables y asequibles, además de consagrar el derecho a la energía en aras de la protección de los grupos vulnerables;
- aboga por un modelo de regulación pública en los casos necesarios y de iniciativa empresarial privada siempre que sea posible, bajo la forma de un «mecanismo para la electricidad» que podría adoptar la forma de una empresa creada por los poderes públicos que desempeñará el papel de creador de mercado;

- considera que debe fomentarse la generación de electricidad a pequeña escala para procurar que su precio siga siendo asequible para los consumidores y aumentar las opciones de flexibilidad de las redes;
- considera que los precios de la energía aumentarán, por lo que el coste de la electricidad de aquí a 2030 y en adelante obligará a los gobiernos a revisar su política de imposición del suministro de electricidad a los consumidores.

**Hacia una Estrategia Marítima de la UE: avanzar hacia el futuro a través de políticas de inversión coordinadas, iniciativas legislativas, el diálogo social y la participación de la sociedad civil**

**Referencia** Dictamen de iniciativa, EESC-2024-00720-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- pide una nueva estrategia marítima de la UE destinada a crear un espacio marítimo europeo para un transporte marítimo de la UE más competitivo y sostenible desde el punto de vista económico, medioambiental y social, con normas claras y transparentes, que incluya la dimensión del empleo;
- pide un plan de acción inmediato que reaccione a la persistencia de las actividades ilícitas, las amenazas nuevas y cambiantes, como la presencia de flotas clandestinas, y la creciente competencia geopolítica, y que responda a las necesidades actuales de las políticas de la UE en materia de defensa, relaciones internacionales y comercio;
- aboga por una verdadera igualdad de condiciones en que los buques que no cumplan la normativa no tengan autorización para operar en aguas europeas, compitiendo con buques inscritos en registros punteros y altamente eficientes;
- subraya la necesidad de crear un entorno propicio para el cambio de registro del tonelaje controlado por la UE a pabellones nacionales de la UE;
- destaca la importancia de un nuevo contrato social, que incluye la aplicación eficaz de la legislación existente en el sector y la voluntad política de emprender iniciativas legislativas jurídicamente vinculantes que ofrezcan a la gente de mar el mismo nivel de protección social que a las personas que trabajan en tierra.

### **La realización física del mercado interior de la UE en la nueva situación geopolítica**

**Referencia** Dictamen de iniciativa, EESC-2024-03902-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- considera crucial centrar más esfuerzos en mejorar la resiliencia y la fiabilidad de los sistemas de transporte; subraya la necesidad de llevar a cabo un análisis adecuado de las repercusiones de la crisis para todos los modos de transporte, así como de las posibles nuevas deficiencias en la conectividad de las distintas zonas dentro de la UE;
- considera imprescindible que en el próximo marco financiero plurianual (MFP) se asigne un nivel adecuado de financiación a la inversión en el desarrollo y el mantenimiento de las infraestructuras de transporte de manera bien focalizada, empezando por el objetivo de completar la red básica de la RTE-T para 2030;
- pide que se haga más hincapié en el doble uso de las infraestructuras y en la movilidad militar, a la vez que se mantiene la colaboración con la OTAN;
- destaca que, desde el punto de vista de la seguridad global, es importante mejorar la vitalidad y las conexiones con el mercado único de las regiones fronterizas de la UE;
- reclama medidas para facilitar la movilidad laboral, mejorar las competencias y las capacidades y hacer que el sector del transporte sea más atractivo.

### **Revisión del Reglamento sobre el almacenamiento de gas**

**Referencia** Dictamen de categoría C, COM(2025) 99 final, EESC-2025-00873-00-00-AC

**Puntos clave:** El Comité está de acuerdo con la prórroga del marco existente hasta finales de 2027, por lo que ha decidido emitir un Dictamen favorable sobre el texto propuesto.

### **Programa de Investigación y Formación de la Comunidad Europea de la Energía Atómica 2026-2027**

**Referencias** Dictamen de categoría C, COM(2025) 60 final, EESC-2025-00986-00-00-AC

**Puntos clave:** El Comité está de acuerdo con la Propuesta de Reglamento del Consejo por el que se establece el Programa de Investigación y Formación de la Comunidad Europea de la Energía Atómica para el período 2026-2027, que complementa el Programa Marco de Investigación e Innovación «Horizonte Europa», y por el que se deroga el Reglamento (Euratom) 2021/765 del Consejo, por lo que ha decidido emitir un Dictamen favorable sobre el texto propuesto.

**Subida de los precios del transporte, la energía y la vivienda: el papel de unos servicios públicos de calidad para luchar contra el elevado coste de la vida**

**Referencia** Dictamen de iniciativa, EESC-2024-04532-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- subraya que los servicios de interés general (SIG) pueden garantizar el acceso a los servicios esenciales para una vida digna y mitigar los efectos de la inflación y las crisis, ya que se orientan hacia el interés público general;
- acoge con satisfacción los esfuerzos de la Comisión por flexibilizar el marco presupuestario de la UE. Al mismo tiempo, resulta necesario adoptar un enfoque más amplio respecto de las medidas de seguridad y de defensa, y de los SIG, para dar prioridad a una inversión pública orientada al crecimiento y evitar situaciones que presenten una disyuntiva entre gasto en defensa o gasto social, sobre todo en el caso de los países con un margen de maniobra presupuestario limitado;
- pone de relieve que la reducción de las subvenciones a los combustibles fósiles puede constituir una ayuda a corto plazo para los hogares vulnerables y aportar soluciones más duraderas en forma de sistemas de electricidad y calefacción descarbonizados, renovaciones y acceso a SIG asequibles;
- subraya la necesidad de revisar exhaustivamente las reglas especiales de los servicios de interés (económico) general en materia de ayudas estatales y contratación pública;
- insiste en que el transporte público desempeña un papel crucial a la hora de garantizar una movilidad de calidad, universal y asequible, por lo que las inversiones sociales y ecológicas en un transporte público multimodal e interconectado se antojan necesarias;
- subraya que, para abordar la pobreza energética y de transporte, es necesario establecer definiciones claras, fijar objetivos vinculantes e intercambiar buenas

prácticas, y que el Fondo Social para el Clima y los planes sociales para el clima constituyen herramientas importantes para luchar contra estas dos formas de pobreza;

- apoya que se acelere la ampliación de la red y el despliegue de las energías renovables mediante procedimientos de concesión de autorizaciones simplificados y más ágiles, y respalda los esfuerzos por animar a los grandes consumidores a generar su propia energía renovable y el desarrollo de redes transeuropeas como infraestructuras críticas.

### **Hacia un sistema energético europeo equilibrado**

**Referencia** Dictamen de iniciativa, EESC-2025-00328-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- considera que la asequibilidad de la energía, la neutralidad en carbono y la seguridad energética son los objetivos fundamentales de un sistema energético equilibrado;
- hace hincapié en la necesidad de mantener la generación de carga de base y una combinación de energías limpias diversa para equilibrar la oferta y la demanda, incluidas la generación intermitente y constante, las fuentes controlables y las no controlables y las diferencias energéticas regionales;
- apoya la petición de la Comisión de recomendar a los Estados miembros que reduzcan temporalmente los impuestos y gravámenes para reducir los elevados costes, tal como se indica en el Plan de Acción para una Energía Asequible;
- propone una hoja de ruta flexible pero firme para los Estados miembros que dependen de los combustibles fósiles, con la cooperación nacional y de la UE;
- destaca la necesidad de aumentar la flexibilidad y la eficiencia, hace hincapié en el papel de la gestión activa de la demanda y del consumo inteligente, y pide campañas de sensibilización, soluciones de mejora de la eficiencia y modelos empresariales que promuevan la puesta en común de recursos entre los consumidores y productores más pequeños;
- pide interconexiones transfronterizas más rápidas y la modernización de las infraestructuras para completar la Unión de la Energía y reforzar los flujos internos de energía, especialmente a raíz del reciente apagón en España y Portugal;

- pide que se examine cómo hacer un mejor uso de las fuentes infrautilizadas (por ejemplo, la energía geotérmica para la electricidad, el biogás para la producción local) y acelerar la innovación (eficiencia, digitalización, flexibilidad de la red, integración sectorial);
- recomienda hacer más accesible la producción descentralizada de energía renovable (prosumidores y comunidades de energía) eliminando lagunas normativas y abordando los conflictos de intereses;
- propone el desarrollo de un plan de acción europeo para la estabilidad transitoria que incluya normas obligatorias para la inercia sintética, pruebas de respuesta transitoria para nuevos activos y evaluaciones anuales de la resiliencia del sistema eléctrico frente a perturbaciones rápidas para evitar fallos generalizados de la red.

### **Planificar la movilidad urbana sostenible en la UE**

**Referencia** Dictamen de iniciativa, EESC-2025-00372-00-00-AC

#### **Puntos clave:** El CESE:

- recomienda desarrollar planes de movilidad urbana sostenible a fin de mejorar la movilidad urbana y reducir su impacto medioambiental. El CESE insta a los Estados miembros a que desarrollen programas nacionales para ayudar a los entes locales y regionales a elaborar y ejecutar planes de movilidad urbana sostenible mediante orientaciones, desarrollo de capacidades y financiación, y a la Comisión a que apoye la continuación y expansión de las redes CIVINET;
- destaca que los planes de movilidad urbana sostenible son fundamentales para un desarrollo regional equilibrado. Movilizar la creatividad y el capital social de las regiones es un paso esencial; las organizaciones de empresarios y de trabajadores y las de la sociedad civil tienen un papel clave que desempeñar y debe animárselas a que aporten su contribución a este diálogo. Es importante que todas las partes interesadas pertinentes a escala local, nacional y de la UE participen en la planificación, también en cuestiones de carácter transfronterizo;
- recuerda que, al planificar la movilidad «urbana», debemos tener en cuenta que la vida social y económica de las zonas urbanas se extiende también a las zonas suburbanas, periurbanas y rurales, por lo que deberán tenerse en cuenta sus puntos de vista y necesidades. La falta de eficiencia del sistema de movilidad crea y perpetúa la brecha entre zonas urbanas y rurales, así como sus consecuencias negativas en los ámbitos económico, social y político. La equidad del sistema de

movilidad implica que la movilidad sea asequible y no dé lugar a privilegios que favorezcan a quienes ya se encuentran en mejor posición.

**El papel de los servicios de interés general en la competitividad, la cohesión social y la democracia en la Unión Europea**

**Referencia** Dictamen de iniciativa, EESC-2025-00784-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- pide un enfoque integral de las políticas en materia de servicios de interés general (SIG), contrario al actual enfoque sectorial de las políticas de la UE, que reconozca el papel central que desempeñan unos SIG modernos en la promoción de una prosperidad y una competitividad sostenibles. En este sentido, pide a la Comisión que emprenda acciones concretas de seguimiento del informe Letta en forma de un plan de acción sobre los SIG;
- pide a los Estados miembros que garanticen un acceso universal e igualitario a servicios básicos asequibles y de calidad como una cuestión de justicia social, ya que los SIG se prestan a precios que no dependen del poder adquisitivo de los usuarios;
- afirma que los países con una política de inversión en infraestructuras y con una financiación adecuada de los costes de mantenimiento de servicios públicos de calidad permiten a sus ciudadanos y empresas gastar menos en costes de «vida» o de «funcionamiento», respectivamente. Por lo tanto, sostiene que es necesario financiar y mejorar adecuadamente los SIG y adaptarlos mejor a las necesidades de los ciudadanos para aumentar la satisfacción y la confianza en la democracia;
- subraya que debe garantizarse un equilibrio regional a la hora de desplegar inversiones en servicios públicos. En este sentido, la inversión pública, en particular la procedente del Fondo de Cohesión, merece ser objeto de un trato especial en lo que se refiere a la aplicación de las normas presupuestarias, para tener en cuenta su contribución a la convergencia y la resiliencia a largo plazo.

**Por un plan europeo de vivienda asequible: la contribución de la sociedad civil**

**Referencia** Dictamen exploratorio solicitado por la Presidencia danesa del Consejo de la UE, EESC-2025-00436-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- pide a la Comisión que elabore un plan de acción para el **cumplimiento del derecho fundamental a la vivienda** y hace hincapié en que este derecho debe estar formalmente consagrado en el Derecho primario de la UE;
- insta a **reformular las normas sobre ayudas estatales** para permitir un acceso más amplio a la vivienda social. La definición actual de servicio de interés económico general excluye grupos clave y limita la capacidad de los Estados miembros para responder al aumento de la demanda;
- destaca la **urgente necesidad de un enfoque coordinado de la UE** para abordar la escasez de viviendas asequibles y sostenibles, respetando al mismo tiempo la subsidiariedad, ya que la política de vivienda sigue siendo una competencia que incumbe principalmente a los Estados miembros;
- recomienda que se apruebe un plan de acción de la UE en materia de vivienda para establecer una política coherente que aborde la crisis de la vivienda y que todos los Estados miembros introduzcan **programas del tipo «La vivienda primero»** para abordar el problema de las personas sin hogar con el fin de reducir la desigualdad social y las privaciones.

**Paquete de energía para la ciudadanía: participación ciudadana, comunidades de energía y prosumerismo**

**Referencia** Dictamen exploratorio solicitado por la Comisión Europea, EESC-2025-01467-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- subraya que, hasta la fecha, la Comisión no ha situado a la ciudadanía en el centro del sistema energético. Así pues, acoge con satisfacción el paquete de energía para la ciudadanía como medio para involucrar activamente a los ciudadanos y las comunidades, pero subraya que el paquete debe garantizar la plena participación de los ciudadanos y ciudadanas en la **construcción de un sistema energético asequible, seguro y sostenible**. También pide medidas más enérgicas destinadas a atajar la pobreza energética en la UE, introduciendo una definición unificada y una identificación de los hogares afectados basada en datos;
- destaca que el paquete de energía para la ciudadanía debe **dar prioridad a la financiación** de las comunidades ciudadanas de energía, así como **aclarar**

**conceptos clave asociados a la energía comunitaria**, que los Estados miembros interpretan ahora de formas muy distintas. La financiación debe someterse al cumplimiento de unas normas mínimas en los ámbitos de la participación de la juventud, el fomento de la alfabetización energética y el desarrollo de capacidades ecológicas;

- a fin de empoderar a la ciudadanía y establecer las condiciones necesarias para mitigar la pobreza energética, recomienda que la UE 1) imponga con carácter inmediato una **prohibición a escala de la UE de las desconexiones** de los hogares; 2) **se aleje del sistema de orden de mérito**, que vincula los precios de la electricidad a los del gas; 3) **adapte el discurso político** en materia de energía haciendo mención a «ciudadanas y ciudadanos», en vez de a los «consumidores», e 4) instaure **un defensor del pueblo europeo para la energía**.

### **Revisión de las Directivas del paquete sobre la inspección técnica de vehículos**

**Referencias**                      COM(2025) 179 final  
                                            COM(2025) 180 final  
                                            EESC-2025-01216-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- considera que la seguridad vial es una prioridad absoluta, habida cuenta del objetivo general de «cero muertes en carretera para 2050». La protección de la vida, la reducción del número de heridos y la prevención de daños a las personas, los bienes y las infraestructuras son componentes esenciales de este esfuerzo. La seguridad vial no es solo una cuestión de normas técnicas, sino también de responsabilidad social y de buena gobernanza, y debe ocupar un lugar central en las estrategias de movilidad sostenible;
- subraya la necesidad de un enfoque sistémico que, además de la mejora técnica de los vehículos, refuerce la formación de los operadores del sector, mejore la calidad de las infraestructuras viarias y garantice una gobernanza integrada y participativa del sistema de seguridad;
- pide a la Comisión y a los Estados miembros que adopten medidas de apoyo para garantizar que la adaptación a las nuevas normas no exacerbe las

desigualdades sociales, prestando especial atención a los hogares de renta baja y a las microempresas;

- subraya la urgencia de normalizar el ensayo de vehículos eléctricos y de sistemas avanzados de asistencia al conductor, así como de garantizar la disponibilidad de técnicos cualificados y de equipos modernos en los centros de inspección técnica, y recomienda crear un marco europeo para la formación y certificación del personal que realiza las inspecciones.

### **Poner fin a las importaciones de energía rusa**

**Referencia** COM(2025) 828 final, EESC-2025-02179-00-00-AC

#### **Puntos clave:** El CESE:

- acoge favorablemente la propuesta, si bien observa que la UE debe dar prioridad en 2026 a la eliminación gradual del gas y el petróleo rusos, velando por una eliminación total y definitiva a finales de 2027 a más tardar, y reconoce la urgente necesidad de dejar de financiar las operaciones bélicas de Rusia y situar la seguridad de la UE por encima de los beneficios económicos a corto plazo percibidos por unos pocos Estados miembros; propone una nueva formulación del artículo 7 que equipare las importaciones de petróleo a las importaciones de gas;
- acoge con satisfacción los instrumentos más sólidos propuestos para el seguimiento de las dependencias energéticas; opina, no obstante, que estos mecanismos deberían estar sujetos a un mayor control parlamentario; recomienda asimismo que los interlocutores sociales y la sociedad civil organizada participen en la evaluación de las dependencias estratégicas;
- propone suprimir la posibilidad de excepción prevista en el artículo 15, ya que permitir una excepción socava los objetivos estratégicos de la propuesta al diluir su objetivo principal;
- insta a la UE a que actúe de manera proactiva y coordinada para seguir localizando y neutralizando las operaciones de la «flota clandestina»; apela a la urgencia de introducir medidas para el uranio, sus derivados y la tecnología y los conocimientos especializados conexos tan pronto como sea posible y de manera segura.

### **Prórroga de la Directiva del Eurodistintivo (1999/62/CE)**

**Referencia** COM(2025) 348 final, EESC-2025-02488-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- acoge con satisfacción la propuesta de Directiva de la Comisión Europea relativa a la prórroga del período durante el que los vehículos pesados de emisión cero pueden beneficiarse de una reducción significativa de las tasas por infraestructura o por utilización, o de una exención de la obligación de pagar dichas tasas; considera que se trata de una medida oportuna y necesaria para apoyar la descarbonización del transporte por carretera, y apoya la prórroga propuesta hasta el 30 de junio de 2031, ya que proporciona seguridad jurídica y a las inversiones, se ajusta a las normas de comportamiento en materia de emisiones de CO<sub>2</sub> y brinda incentivos concretos por el lado de la demanda para que los operadores adopten tecnologías más limpias;
- reitera sus posiciones anteriores en favor de un enfoque justo, inclusivo y equilibrado de la transición ecológica en el transporte comercial por carretera, la necesidad de no dejar atrás a los operadores de transporte pequeños y medianos y la urgente necesidad de acelerar la implantación de infraestructuras de recarga y repostaje a lo largo de las redes básicas y globales de la red transeuropea de transporte (RTE-T);
- recomienda destinar los ingresos procedentes de peajes vinculados a las tasas basadas en las emisiones de CO<sub>2</sub> a financiar la implantación de infraestructuras y regímenes de ayuda para los operadores que inviertan en vehículos de emisión cero o de baja emisión, e insta a los colegisladores a que mantengan un vínculo entre las políticas de tarificación vial y las normas de comportamiento en materia de emisiones de CO<sub>2</sub> que genere sinergias con el régimen de comercio de derechos de emisión de la UE (RCDE 2) y otros instrumentos en materia de clima.

### **Clase por emisiones de CO2 de los vehículos pesados con remolques**

**Referencias** Dictamen de categoría C, COM(2025) 589 final, EESC-2025-03779-00-AC

**Puntos clave:** Considerando que ya se pronunció sobre el contenido de la propuesta objeto de examen en su Dictamen TEN/815 «Clase por emisiones de CO<sub>2</sub> de los vehículos pesados con remolques» (C/2023/874), aprobado el 20 de septiembre de 2023, el Comité decidió no elaborar un nuevo Dictamen sobre el asunto y remitirse a la posición expresada en dicho documento.

### **Ley Espacial de la UE**

**Referencia** COM(2025) 335 final, EESC-2024-00225-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- recomienda que **la inversión pública europea en el ámbito espacial se refuerce** de manera estructural e inmediata y que la inversión espacial se incremente **hasta al menos el 0,2 % del PIB de aquí a 2030**;
- recomienda **que se aclare de qué modo el artículo 114 del Tratado puede servir de base jurídica para el mercado interior de productos, servicios y datos relacionados con el espacio**, y propone que se establezca que las disposiciones de la Ley Espacial deben interpretarse a la luz de las **obligaciones internacionales ya contraídas por los Estados miembros**;
- recomienda que se aclare **por qué el título I se refiere exclusivamente al criterio del Estado miembro de establecimiento del operador** —incluidos los que provienen de terceros países— sin hacer mención alguna de su país de nacionalidad, y preconiza **aclarar lo dispuesto en el artículo 6, apartado 3, para garantizar una mejor coordinación con las legislaciones nacionales en el ámbito del espacio** que determinan qué operadores deben obtener autorización para las actividades espaciales sobre la base de la nacionalidad o del territorio desde el que se lleva a cabo la actividad espacial;
- recomienda **aclarar, en el título II, el funcionamiento de las excepciones y los márgenes de flexibilidad en el proceso de autorización**, especificando los plazos de procedimiento, la aplicabilidad a las misiones no comerciales, las competencias de inspección de la Comisión y el papel operativo de la Agencia Espacial Europea (ESA) y la Agencia de la Unión Europea para el Programa Espacial (EUSPA);
- recomienda que se definan con precisión los **límites dentro de los cuales los Estados miembros pueden imponer requisitos más estrictos** en lo que respecta tanto a la libre circulación de datos como a los servicios espaciales en la Unión;
- destaca la necesidad de **reforzar el principio de reconocimiento mutuo y las normas comunes para evitar la fragmentación** y las trabas burocráticas;
- recomienda **vincular la estrategia espacial europea a la autonomía estratégica del continente** y fomentar **ecosistemas complementarios y el efecto**

**multiplicador de la economía espacial** como formas de apoyo a determinados sectores;

- recomienda el desarrollo de una **estrategia integrada para las capacidades y los empleos en el ámbito espacial** y la adopción de una **Agenda Europea de Capacidades Espaciales**;
- pide que se provean los recursos adecuados para el **refuerzo operativo de la EUSPA** en el próximo marco financiero plurianual 2028-2034.

### **Programa Indicativo Nuclear**

**Referencia** COM(2025) 315 final, EESC-2025-02173-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- considera que la energía nuclear desempeña y seguirá desempeñando un papel crucial en la descarbonización del continente europeo y en la consolidación de su autonomía estratégica en los ámbitos de la energía y la tecnología;
- recomienda que se apliquen las mismas condiciones a las inversiones en el sector de la energía nuclear que en el de las energías renovables;
- recomienda acelerar la inversión a través de medidas financieras y reglamentarias específicas, como un proceso simplificado de ayudas estatales, acceso a los fondos de cohesión de la UE, una financiación sostenible, procesos de concesión de licencias y una toma de decisiones más rápida a escala nacional y de la UE;
- considera que el diálogo con la sociedad civil es fundamental para generar confianza, apropiación y aceptación social;
- pide reforzar la cooperación reglamentaria entre los Estados miembros;
- recomienda que se tenga en cuenta el papel desempeñado por la energía nuclear en la estabilización de la red y pide que se añada al PINC un cálculo de los costes sistémicos evitados gracias a la energía nuclear.

### Comisión Consultiva sobre el Cambio Industrial (CCMI):

(conocida por sus siglas en francés CCMI, *Commission consultative des mutations industrielles*) examina los cambios en la industria en una amplia gama de sectores, manteniéndolos al día y abordándolos de acuerdo con los valores del modelo económico y social europeo.

La CCMI sucedió al comité consultivo de la CECA (Comunidad Europea del Carbón y del Acero) cuando esta última expiró el 23 de julio de 2002. Está establecida como un organismo diferenciado dentro del CESE y tiene un mandato que se extiende a todos los sectores de la industria, tanto de la industria como de los servicios.

La CCMI está formada por miembros del CESE y delegados externos. Estos últimos son nombrados por el CESE entre las asociaciones sectoriales que representan a la sociedad civil organizada a nivel europeo.

El presidente de la CCMI es miembro del CESE y el copresidente un delegado. El mandato de la CCMI es:

- seguir cubriendo las áreas de las industrias del carbón y del acero y sus cadenas de producción y consumo en las que opera la UE;
- cubrir el impacto del cambio industrial en otros sectores industriales y de servicios y, de manera más general, por ejemplo, en el empleo, la política social y estructural, el desarrollo sostenible, la transición energética, etc.;
- más recientemente, para cubrir el cambio industrial digital y su impacto sectorial y social, por ejemplo, en lo que respecta a los sectores financiero y de servicios, el sector automotriz, el sector de la salud y el impacto del cambio industrial digital en la formación para el empleo, la educación, las asociaciones público-privadas, diálogos sociales y civiles, y la transición general de la Industria 4.0 a la Sociedad 4.0.

La CCMI puede expresar sus puntos de vista a través de dictámenes obligatorios en los términos del Tratado, dictámenes opcionales y exploratorios a solicitud del Parlamento Europeo, el Consejo y la Comisión, así como dictámenes de propia iniciativa, informes informativos y la celebración de conferencias y audiencias.

Mantiene una estrecha relación de trabajo con las demás instituciones y agencias de la UE y con organizaciones de toda la gama. Tiene a representantes de las asociaciones de consumidores y ha trabajado en tema de mucho interés para los consumidores, como es el tema de la obsolescencia programada, o la estrategia sobre el consumo sostenible sobre los que el CESE se ha pronunciado favorablemente e insistido al Parlamento Europeo y a la Comisión sobre la necesidad de tratar dichos temas a nivel de la Unión.

A continuación, se exponen los dictámenes más relevantes aprobados por la CCMI en 2025:

#### **La contribución del metaverso de la robótica al sector médico**

**Referencia** Dictamen de iniciativa, EESC-2024-02859-00-00-AC-TRA

**Puntos clave:** El CESE:

- recomienda **desarrollar un marco normativo global** para la robótica y el metaverso en la atención sanitaria;
- hace hincapié en la importancia de **promover normas éticas y protocolos de consentimiento para los pacientes**;
- pide que **se invierta en infraestructuras digitales** para **garantizar la igualdad de acceso** y destaca la importancia que revisten ese tipo de inversiones, en especial en **zonas rurales y desatendidas**, con objeto de evitar una brecha digital. La UE debe priorizar el despliegue de redes 5G y 6G para apoyar el funcionamiento seguro y fiable de la robótica y las tecnologías del metaverso. El acceso equitativo a estos avances sanitarios en todos los Estados miembros constituye una prioridad clave;
- aboga por **aumentar el apoyo educativo y formativo a los profesionales sanitarios**. Considera que la UE debe financiar y promover programas de educación y formación que preparen a los profesionales médicos para la integración de la robótica y las tecnologías del metaverso;
- anima a que **se fomente la innovación mediante una estrategia de inversión específica de la UE**. Recomendando encarecidamente que la UE desarrolle dicha estrategia y la dirija en particular a apoyar a las pequeñas y medianas empresas (pymes) que trabajan en el ámbito de la robótica y las soluciones del metaverso para la atención sanitaria, e
- insiste en la necesidad de **reforzar la protección de la confidencialidad de los datos y la ciberseguridad**. Insta a la UE a que aplique normas estrictas en materia de protección de datos y ciberseguridad para salvaguardar los datos sanitarios sensibles y protegerlos frente a los ciberataques, lo que implica asegurar las conexiones entre la robótica, el metaverso y los dispositivos de interfaz humana. El CESE también señala que la soberanía de los datos y el cumplimiento de las normas deben abordarse en las distintas jurisdicciones a fin de proteger los derechos de los pacientes y velar por la confianza en los servicios sanitarios transfronterizos.

**Una estrategia europea de combustibles líquidos en pos de una transición hipocarbónica sostenible, asequible y resistente**

**Referencias**

Dictamen de iniciativa, EESC-2025-03709-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- pide una estrategia de la UE sobre combustibles líquidos que garantice la transición de los combustibles fósiles a alternativas descarbonizadas y renovables, abordando la sostenibilidad, la asequibilidad y la fiabilidad en todos los modos de transporte;
- observa que esta estrategia no solo apoyaría los objetivos climáticos, sino que principalmente contribuiría a diversificar las fuentes de energía mejorando al mismo tiempo la seguridad del suministro, así como a estimular las inversiones en energías renovables, promover la economía circular y normalizar la producción de biocombustibles y electrocombustibles para el comercio transfronterizo a la vez que la adapta a la sostenibilidad, y serviría como alternativa cuando la electrificación sea difícil;
- recomienda aumentar la eficiencia de las cadenas de suministro de combustibles líquidos descarbonizados y renovables mejorando el abastecimiento, la mezcla y el almacenamiento de materias primas y optimizando la logística a través de polos industriales;
- subraya la necesidad de utilizar combustibles líquidos descarbonizados y renovables utilizando las infraestructuras existentes, capaces de acoger combustibles líquidos sostenibles, con el fin de minimizar los elevados costes para la sociedad;
- insta a liberar todo el potencial de la biomasa sostenible y garantizar diálogos abiertos con las industrias clave;
- destaca la importancia de reducir los costes de producción de los combustibles descarbonizados y renovables velando por que el acceso a la electricidad y las materias primas limpias sea eficiente en términos de costes y aumentando la capacidad de las plantas de producción, al tiempo que se aprovechan las iniciativas de I+D de la UE — entre ellas el Fondo de Innovación del RCDE UE— para impulsar la innovación y las inversiones en tecnologías hipocarbónicas para la producción de combustibles líquidos sostenibles;
- pide establecer programas de formación e iniciativas educativas a través del diálogo social para mejorar las capacidades de los trabajadores, elevar la empleabilidad y crear «empleos dignos verdes» esenciales para la economía.

**Reindustrialización de Europa: oportunidades para las empresas, los trabajadores y los ciudadanos en el contexto de la crisis del coste de la vida**

**Referencia** Dictamen de iniciativa, EESC-2025-00169-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- acoge favorablemente **la iniciativa de la Comisión «Brújula para la Competitividad»**, centrada en **mejorar la competitividad de la economía de la UE para colmar la brecha con los Estados Unidos y Asia**. Su desarrollo debe incluir parámetros de rendimiento claros que permitan a las instituciones de la UE y a las partes interesadas supervisar la realización de todas las tareas incluidas en la Brújula;
- desea que **la Comisión garantice que el Plan de Acción para una Energía Asequible asegurará el suministro de electricidad y un precio estable, competitivo y predecible**;
- hace hincapié en que **la autonomía estratégica abierta debe ocupar un lugar central en el proceso de reindustrialización**, garantizando **el acceso a las materias primas, diversificando las fuentes y haciendo más resiliente la economía de la UE**. Para animar a las empresas a **acercar su producción a la UE**, el CESE recomienda que se adopte **una política industrial centrada en un enfoque basado en la cadena de valor**;
- subraya que los legisladores de la UE deben utilizar la futura **Ley de Aceleración de la Descarbonización Industrial para garantizar la sostenibilidad de los modelos de negocio alternativos y de la economía circular** mediante la oferta de **una concesión acelerada de permisos, apoyo financiero y respaldo político** a las empresas dedicadas a la transición. La propuesta de **Ley de Economía Circular** debe enviar un mensaje claro de **apoyo a las empresas circulares y tranquilizar a los inversores sobre el hecho de que la UE es el entorno ideal para desarrollar soluciones limpias**;
- **señala que la reindustrialización requiere un programa de innovación específico** con objetivos concretos que incluyan tanto las industrias existentes como las de nueva creación y que se basen en el diálogo social;
- propone que la **UE fomente programas de asociación público-privada que impulsen la inversión industrial, con un apartado dedicado a promover el emprendimiento juvenil en el sector manufacturero**;

- pide que la **futura propuesta de la Comisión sobre la Unión de las Competencias prevea el reconocimiento y la validación directos de las competencias de los trabajadores en toda la UE** una vez que estas hayan sido reconocidas por las autoridades públicas de un Estado miembro, lo que reducirá las cargas burocráticas. La Comisión debe poner en marcha **un programa a escala de la UE para promover la formación de aprendices industriales con una remuneración justa entre las generaciones más jóvenes y apoyar una mano de obra más resiliente.**

### **Ley de Medicamentos Esenciales – Enlaces relacionados**

**Referencia** COM(2025) 102 final, EESC-2025-01074-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- recomienda que la UE **aumente significativamente la financiación** a fin de respaldar los objetivos de la Ley de Medicamentos Esenciales. Debe **crearse un fondo europeo específico para los materiales de partida, los ingredientes farmacéuticos activos (IFA) y los medicamentos esenciales**, con contribuciones de los Estados miembros, el BEI y el sector privado. La financiación debe apoyar, por una parte, la producción dentro de la UE y la I+D para las tecnologías sostenibles y, por otra, compensar las desventajas en cuanto a costes con respecto a los productores de terceros países;
- pide la creación de **una base de datos plenamente interoperable a escala de la Unión**, que incorpore los sistemas nacionales y permita apreciar en tiempo real las vulnerabilidades de la cadena de suministro y garantizar la protección de la ciberseguridad. Deben asignarse fondos al **seguimiento en tiempo real, los mecanismos de alerta temprana y las tecnologías digitales** para predecir la escasez y responder mejor ante situaciones de crisis;
- destaca la necesidad de realizar —en paralelo con el trabajo legislativo y sin retrasar la adopción del Reglamento— **una evaluación de impacto exhaustiva y basada en datos contrastados** de la Ley de Medicamentos Esenciales, que abarque toda la cadena de suministro y aborde las repercusiones socioeconómicas;
- considera que la UE debe invertir en **iniciativas de reciclaje y perfeccionamiento profesional a gran escala** y crear centros de competencia, junto con un mayor apoyo financiero a la educación profesional, la formación de aprendices, los programas universitarios y la formación adaptada a las necesidades de la industria;

- recomienda que se lleve a cabo un análisis de la propuesta de **integración de la Ley de Medicamentos Esenciales en el marco más amplio de autonomía estratégica y seguridad de la UE**, en el que se reconozcan las cadenas de suministro de productos farmacéuticos como una cuestión de salud pública y seguridad europea;
- pide **medidas estrictas para garantizar la asequibilidad de los medicamentos esenciales, incluidos los que se utilizan para tratar enfermedades raras**, mediante la introducción de mecanismos para regular los precios de los medicamentos, lograr una mayor transparencia y evitar el aumento de los precios aplicados a los consumidores.

### **Plan de acción sobre la ciberseguridad de los hospitales**

**Referencia** COM(2025) 10 final, EESC-2025-00633-00-00-AC

#### **Puntos clave:** El CESE:

- acoge con satisfacción el nivel de ambición del Plan de Acción europeo sobre la ciberseguridad de los hospitales y los prestadores de asistencia sanitaria y la atención que está recibiendo este tema. La mejora de la ciberseguridad en el sector sanitario no solo refuerza la seguridad y la resiliencia de manera general, sino que contribuye a la preparación de la Unión ante las crisis;
- lamenta que en este momento no se esté abordando de manera suficiente la cuestión del apoyo financiero para la aplicación del Plan de Acción. Anima a la Comisión a que garantice una concentración temática para prestar apoyo financiero a través de los fondos de cohesión;
- toma nota del apoyo de 6 millones EUR a la ENISA, pero subraya que la financiación es inadecuada en vista de la importancia de lo que está en juego;
- recomienda sensibilizar sobre las prácticas básicas de ciberhigiene; invertir en gemelos digitales para hospitales, sistemas sanitarios o productos sanitarios a fin de facilitar garantías y pruebas; prestar asistencia técnica a unidades médicas que carezcan de servicios informáticos; invertir en capacidades técnicas estratégicas;
- desea llamar la atención sobre un conjunto de medidas cautelares y preventivas que deberían mejorar el nivel de protección en el sector sanitario y reducir el riesgo de ciberataques: realización de pruebas adecuadas; elaboración de planes de

continuidad de la actividad, actualizados y revisados periódicamente, tanto a nivel interno como externo, por auditores independientes; seguir las mejores prácticas en materia de seguimiento y reparación;

- recomienda planes de educación y formación continua desarrollados con los interlocutores sociales, así como mecanismos para la transferencia de conocimientos entre las diversas entidades y las partes interesadas profesionales a fin de abordar los retos en materia de ciberseguridad, ética, privacidad e IA.

### **Plan de acción para la industria del automóvil**

**Referencias** COM(2025) 95 final, EESC-2025-01374-00-00-AC

#### **Puntos clave:** El CESE:

- reconoce la importancia vital del sector del automóvil como pilar estratégico de la economía europea, tanto en términos de empleo como de valor añadido industrial, y subraya la necesidad de garantizarle un futuro competitivo y sostenible;
- aboga por una **estrategia europea integral para una transición justa y competitiva** en el sector del automóvil, que se base en la inversión en competencias, innovación, infraestructuras y economía circular y preste especial atención a las pymes;
- subraya la necesidad de apoyar **a las regiones más afectadas y los trabajadores más vulnerables**, en particular en las pymes y las redes de subcontratación en numerosos Estados miembros, a través de programas específicos de reciclaje profesional, inversiones públicas y privadas y la movilización de fondos de la UE;
- insta a la Comisión Europea a que garantice **un equilibrio adecuado entre la estabilidad y coherencia normativas y la flexibilidad precisa**, sobre todo en ámbitos como los objetivos en materia de CO<sub>2</sub> y los combustibles sostenibles;
- hace hincapié en la necesidad de **una estrategia industrial europea coordinada** para abordar los retos estructurales a los que se enfrenta el conjunto de la cadena de suministro de la automoción, en particular la dependencia de las materias primas fundamentales, la competencia desleal de China en lo que respecta no solo a los sistemas de importación directa de vehículos, sino también a los de producción, y las tensiones geopolíticas que afectan a las cadenas de suministro;

- recomienda **acelerar la instalación de infraestructuras de recarga** de vehículos eléctricos, a fin de garantizar una cobertura uniforme en todas las regiones de la UE y prevenir disparidades en el acceso a la movilidad sostenible;
- destaca la importancia de la **inversión en educación e investigación y desarrollo (I+D)**, en particular en tecnologías de baterías y *software* de automoción, con el fin de restablecer el liderazgo europeo en estos ámbitos clave;
- pide que se armonicen las normas y reglamentaciones relativas a los vehículos autónomos y conectados, a fin de **apoyar el ensayo y la implantación de estos vehículos en las vías públicas** y garantizar la seguridad y la confianza de los consumidores;
- recomienda **crear programas de apoyo específicos para las pymes** del sector del automóvil, con el objetivo de mejorar su acceso a la financiación, la innovación y los mercados internacionales y, como ya se ha indicado, para facilitar los programas de capacitación y reciclaje profesional.

**Instrumento de Acción por la Seguridad de Europa (SAFE) mediante el fortalecimiento del instrumento para el refuerzo de la industria europea de defensa**

**Referencias** COM(2025) 122 final, EESC-2025-00980-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- **destaca** que SAFE debe contribuir a aumentar la inversión en la base industrial y tecnológica de la defensa europea (BITDE) y a reducir las dependencias, con el fin de reforzar la libertad de acción y la seguridad del suministro de Europa en este ámbito;
- **recomienda** que los Estados miembros saquen con urgencia el máximo partido de SAFE, en consonancia con sus respectivas situaciones financieras y de manera coordinada, teniendo en cuenta su atractiva financiación y las facilidades que conlleva, así como el hecho de que las inversiones en el marco de este instrumento (por ejemplo, para la movilidad militar) también pueden contribuir a la competitividad y a los objetivos civiles;
- **subraya** la importancia de centrar la inversión en las necesidades clave en materia de capacidades detectadas por los Estados miembros, en el marco de la UE, y de dirigir esta inversión hacia la BITDE;

- **subraya** la necesidad de abordar las necesidades acuciantes de los Estados miembros, reforzando al mismo tiempo la preparación de la UE en materia de defensa y la competitividad de la BITDE, y salvaguardando la futura libertad de acción de los Estados miembros;
- **apoya firmemente** la aplicación estricta, a la hora de poner en práctica SAFE (por ejemplo, en caso de exceso de solicitudes), del principio de preferencia europea, que se refleja en la exigencia de un grado sustancial de contenido fabricado en la UE y, en el caso de los productos complejos (categoría dos), también en la capacidad de decidir, sin restricciones de terceros países, sobre la definición, la adaptación y la evolución del diseño de los productos (principio de «autoridad de diseño»); **propone**, además, que, en el caso de los productos menos complejos (categoría uno), cuando la cuestión de la autoridad de diseño sea pertinente, se ofrezcan incentivos para la adquisición de productos en los que esta autoridad se ubique en Europa;
- **lamenta** que no se incluyan como productos de categoría dos, cuya autoridad de diseño debe estar en Europa, los misiles, la protección de las infraestructuras críticas y el ámbito cibernético;
- **subraya** que la participación en SAFE de países no pertenecientes a la UE y sus respectivas industrias, más allá de Ucrania y de los países de la Asociación Europea de Libre Comercio que sean miembros del Espacio Económico Europeo, debe estar abierta únicamente a socios afines que hayan firmado una «asociación en materia de seguridad y defensa» con la UE, y que toda participación de industrias de terceros países no debe socavar el objetivo principal del instrumento, es decir, reforzar la BITDE y reducir la dependencia respecto de proveedores no europeos;
- **subraya** que SAFE debe servir como punto de partida para la movilización de recursos adicionales y pide a los Estados miembros que adopten medidas a este respecto urgentemente.

### **Estrategia de resiliencia hídrica**

**Referencia** COM(2025) 280 final, EESC-2024-00587-00-00-AC-TRA

#### **Puntos clave:** El CESE:

- subraya que **la Estrategia de resiliencia hídrica debe ocupar un lugar destacado en la agenda política de la UE**, ya que el agua es un bien público limitado, la

**pobreza hídrica** es inaceptable y el acceso a recursos hídricos viables y sostenibles es fundamental para que  **siga siendo asequible y esté disponible para todos los ciudadanos**, así como para restaurar y proteger los **ecosistemas**, preservar la **competitividad** de las actividades económicas de gran consumo de agua y mantener comunidades sostenibles en nuestras sociedades;

- reitera su petición de que se considere el agua una **prioridad estratégica en el próximo marco financiero plurianual (MFP)** de la UE y destaca la necesidad de una financiación **pública** y una financiación del **BEI** bien diseñadas, con el fin de movilizar nuevas inversiones necesarias fomentando la inversión **privada**;
- apoya el **objetivo de aumentar en un 10 % la eficiencia hídrica** y pide la introducción de planes e indicadores en las cuencas hidrográficas y su integración en los planes de acción sectoriales para que el objetivo sea operativo;
- propone fijar objetivos de **reducción de fugas** a corto y medio plazo y adelantar el **plazo, actualmente fijado en 2030**, para que los Estados miembros **presenten** planes nacionales (obligatorios);
- acoge con satisfacción la propuesta de la Comisión de organizar un **Foro de Resiliencia Hídrica** cada dos años, y **desea participar como coorganizador**, dado su papel de liderazgo para impulsar una política hídrica ambiciosa a escala de la UE;
- reitera la necesidad de crear una **plataforma consultiva de partes interesadas** de la UE —entre ellas el CESE y otras instituciones de la UE— basada en un modelo similar a la Plataforma Europea de Partes Interesadas de la Economía Circular. Esta plataforma supervisaría la aplicación de la Estrategia de resiliencia hídrica y compartiría las mejores prácticas, contribuyendo así a la preparación del Foro de Resiliencia Hídrica y garantizando un seguimiento continuo;
- acoge con satisfacción el anuncio de la **alianza industrial hidointeligente** para estimular la competitividad, y **pide formar parte de esta nueva alianza**;
- recomienda **aplicar de forma sistemática una «prueba del agua» a la legislación de la UE**, nueva o revisada, para garantizar que esté en consonancia con los objetivos de la Estrategia de resiliencia hídrica;
- subraya que los riesgos relacionados con el agua deben abordarse mediante un sistema integrado de gestión de la **preparación** basado en responsabilidades claras y una evaluación de riesgos proactiva.

### **Resiliencia hídrica y la doble transición**

**Referencia** Dictamen de iniciativa, EESC-2025-00996-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- reitera su petición de que **se revise la estrategia europea para la industria, a fin de incorporar en ella de manera expresa cuestiones relacionadas con el agua** y considerar el agua como un elemento esencial de la estrategia industrial de la UE;
- pide a las instituciones de la UE que **doten de una mayor coherencia a la política de aguas y tengan en cuenta el nexo agua-energía en la gestión de los recursos hídricos** para reflejar la demanda de agua de la industria;
- señala que la descarbonización puede trasladar las presiones medioambientales a los sistemas locales de suministro de agua, y recomienda **elaborar políticas específicas que atajen la escasez de agua en las zonas industrializadas y en las zonas de estrés hídrico**, promoviendo **métodos alternativos de tratamiento y reutilización del agua** para garantizar el cumplimiento de la Directiva marco sobre el agua;
- pide a la UE que haga del **agua una prioridad estratégica en el próximo marco financiero plurianual**;
- recomienda **prestar más apoyo político y financiero a las tecnologías de descarbonización eficientes en el uso del agua**, por ejemplo a través de los proyectos importantes de interés común europeo y Horizonte Europa, e introducir **incentivos financieros** o subvenciones para las industrias que adopten esa clase de tecnologías;
- pide a la industria que dé prioridad a modelos y algoritmos de aprendizaje **impulsados por inteligencia artificial menos intensivos en el consumo de energía**, que utilice energías renovables que consuman menos energía y agua — como la solar o la eólica— para alimentar los centros de datos, que **erija centros en regiones no expuestas al riesgo de sufrir escasez de agua** y que tenga en cuenta las necesidades de otros sectores de actividad;
- recomienda **mejorar la interoperabilidad y la fiabilidad de los datos sobre los recursos hídricos**, estableciendo **normas comunes de recopilación, almacenamiento e intercambio de datos** y animando a las empresas tecnológicas y digitales a aumentar la transparencia de esos datos, en particular en lo que

respecta a sus fuentes y volúmenes, las operaciones de valorización de residuos y las auditorías;

- pide que **se invierta en infraestructuras** para mejorar la **cadena de suministro del agua, interconectar** las **cuencas hidrográficas** europeas y reforzar las medidas de **ciberseguridad**;
- fomenta un **diálogo social en materia de acceso a los recursos hídricos y su gestión** a lo largo de toda la cadena hídrica y la **creación de programas de formación en materia de gestión y uso sostenible de los recursos hídricos**, control de inundaciones y gestión de sequías, sobre todo en los ámbitos de la educación superior y de la educación y formación profesionales.

#### **Plan de Acción de la UE para el Acero y los Metales**

**Referencia** COM(2025) 125 final, EESC-2025-01425-00-00-AC

**Puntos clave.** El CESE:

- expresa su profunda preocupación por la crisis a la que se enfrenta la industria siderúrgica de la UE y pide medidas urgentes para restablecer la competitividad, proteger el empleo y estimular la inversión en la transición de los sectores afectados;
- aboga por una nueva medida comercial integral que sustituya a la actual salvaguardia del acero antes de que esta expire el 1 de julio de 2026, la cual debería abarcar a todos los países y todos los productos siderúrgicos afectados y emplear contingentes arancelarios vinculados a la cuota de mercado y a la utilización de la capacidad;
- pide que se aplique de inmediato una norma de «fundido y vertido» para evitar la elusión y mejorar la trazabilidad del origen del acero, además de una suspensión de la regla del derecho inferior cuando sea necesario;
- solicita que se publique un proyecto legislativo para el Mecanismo de Ajuste en Frontera por Carbono (MAFC) que garantice la asignación gratuita de derechos de emisión para las exportaciones a terceros países que carezcan de políticas climáticas equiparables y amplíe el ámbito de aplicación de dicho mecanismo para abarcar sectores transformadores con utilización intensiva de acero;

- apoya que se adopte con rapidez la propuesta omnibus I para proteger a las pymes del exceso de cargas administrativas y de costes en el marco del MAFC sin socavar los objetivos medioambientales o sociales;
- pide a la Comisión Europea que reconozca la importancia estratégica de la chatarra como materia prima secundaria, proponga sistemas de seguimiento para las exportaciones de chatarra, incluya medidas como los derechos de exportación o los contingentes arancelarios, aplique de manera más estricta la normativa contra las exportaciones ilegales e incorpore el reciclado de chatarra a la legislación sobre residuos;
- recomienda una reforma estructural del mercado de la electricidad que incluya evaluaciones de impacto de los diseños alternativos del mercado al objeto de trasladar los beneficios del coste de la electricidad limpia tanto a los consumidores como a la industria;
- pide orientaciones específicas en el marco de las ayudas estatales del Pacto por una Industria Limpia en apoyo de los regímenes de reducción temporal de los precios de la energía para las industrias de gran consumo de energía afectadas por el comercio internacional;
- hace hincapié en que se dé prioridad al acceso de la industria al hidrógeno mediante la asignación de presupuestos sectoriales en el marco de las futuras subastas del Banco Europeo del Hidrógeno, así como a la revisión del acto delegado sobre el hidrógeno renovable en pro de la producción interna y a la adopción de un acto delegado sobre el hidrógeno hipocarbónico;
- insta a que se establezcan criterios que refuercen la resiliencia y sostenibilidad de los productos limpios fabricados en la UE, como parte de la Ley de Aceleración de la Descarbonización Industrial;
- recomienda evaluar las necesidades de inversión de las industrias siderúrgica y metalúrgica y aumentar el apoyo financiero específico, acompañado de condicionalidades sociales, posiblemente empleando los fondos del MAFC y los ingresos del régimen de comercio de derechos de emisión de la UE (RCDE UE) para financiar proyectos de descarbonización industrial, también a través del futuro Banco de Descarbonización Industrial;
- propone la creación de un Fondo de Transición Justa específico para las industrias de gran consumo de energía centrado en programas de reciclaje y

perfeccionamiento profesional, así como en el apoyo a la movilidad de los trabajadores.

**Elementos constitutivos para reforzar la base manufacturera europea en el ámbito de las tecnologías limpias**

**Referencia** Dictamen de iniciativa, EESC-2025-00595-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- subraya que, si bien la UE alberga diversos ecosistemas de tecnologías limpias y cuenta con sólidos conocimientos especializados en investigación y desarrollo (I+D), la transición de la innovación a la distribución comercial sigue siendo problemática, especialmente si se compara con competidores mundiales como China y los Estados Unidos;
- destaca que las políticas de los Estados Unidos y China ponen en cuestión la capacidad de Europa para aumentar las inversiones y reforzar su industria de tecnologías limpias, incluso en los sectores en los que se encuentra a la vanguardia. No obstante, si Europa adopta las políticas adecuadas, podría convertir los retos relacionados con la energía y el agua en oportunidades de creación de empleo, adquisición de nuevas capacidades y crecimiento empresarial;
- pide a la Comisión que reconozca el sector de las tecnologías limpias como sector industrial diferenciado y apoye su desarrollo mediante el diseño de hojas de ruta tecnológicas, la reducción del riesgo de las innovaciones a través de proyectos piloto y asociaciones, y la mejora de la financiación, especialmente con cargo a Horizonte Europa y el décimo programa marco. La hoja de ruta de cada tecnología debería complementarse con una hoja de ruta de la dimensión humana y social a fin de propiciar la transición de todos los trabajadores hacia las nuevas capacidades;
- pide una evaluación a escala de la UE de la escasez de mano de obra en el sector de las energías limpias y las tecnologías hídras, velando por una elevada calidad del empleo y el acceso inclusivo de las mujeres y otros grupos desfavorecidos. La Comisión debe establecer una línea específica dedicada a las tecnologías limpias en el seno del Observatorio Europeo de Inteligencia Estratégica sobre Competencias, a su vez integrado en el marco de la Unión de las Competencias, para garantizar que dichas capacidades estén disponibles rápidamente;

- insta a la UE a que desarrolle herramientas como un Pasaporte Europeo de Competencias, certificación armonizada y vínculos más sólidos entre el sistema educativo y la industria a fin de facilitar la transición hacia empleos de cero emisiones netas;
- hace hincapié en la necesidad de impulsar la base manufacturera de la UE en el ámbito de las tecnologías limpias a través de un Fondo Europeo de Competitividad, la reorientación del Fondo de Innovación y la anticipación de las inversiones del Banco Europeo de Inversiones (BEI), y a la vez asegure la cohesión y el acceso de las pymes;
- pide que se invierta en agrupaciones regionales de tecnologías limpias, redes eléctricas e integración del mercado de capitales, y acelere la concesión de permisos;
- propone que se integre la descarbonización y la eficiencia hídrica en los acuerdos comerciales y cree asociaciones estratégicas para reforzar las cadenas de suministro de tecnologías limpias.

### **Desarrollar el potencial de los materiales permanentes en la economía circular de la UE**

**Referencia** Dictamen de iniciativa, EESC-2025-02364-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- **reconoce el papel fundamental que desempeñan los materiales permanentes** a la hora de propiciar una auténtica economía circular, en particular en lo que respecta a su uso en los envases, y pide **su reconocimiento explícito en la legislación de la UE**;
- **apoya la ambición de la Unión de alcanzar una tasa del 90 % en la recogida separada de residuos de envases de aquí a 2030**, y resalta que unos sistemas de recogida, clasificación y reciclado de alta calidad avanzados y bien financiados resultan esenciales para maximizar la retención y permitir el reciclado en circuito cerrado de los materiales permanentes;
- **propone reforzar y armonizar los regímenes de responsabilidad ampliada del productor** en todos los Estados miembros de la UE. Para ello, también es necesario garantizar la aplicación de **tasas ecomoduladas en función de criterios**

**transparentes y coherentes** y estructuradas de manera proporcionada, así como **acotar los ingresos de los regímenes de responsabilidad ampliada del productor** para su reinversión en el mismo flujo de materiales;

- **señala la necesidad de dar prioridad a la inversión** en infraestructuras modernas de recogida separada, clasificación y reciclado de los residuos de envases. Destaca que el **apoyo adicional debe prestar especial atención a las regiones con menor rendimiento o con una capacidad de inversión limitada**, para garantizar que todos los Estados miembros puedan cumplir sus objetivos de economía circular;
- **recomienda una evaluación exhaustiva a escala de la UE de los comportamientos de los ciudadanos en materia de reciclado**, con el fin de detectar deficiencias y obstáculos y determinar las mejores prácticas. Sobre la base de esta evaluación, pide medidas para reforzar la participación de los consumidores en la recogida separada de los residuos de envases, al reconocer que la recogida doméstica constituye el primer paso esencial de un reciclado eficaz;
- **hace hincapié en la importancia de una transición socialmente sostenible** hacia una economía circular e insta a anticipar el impacto en el mercado laboral en una fase temprana. Pide que se asegure el acceso a **oportunidades de reciclaje y perfeccionamiento profesionales** para apoyar unas transiciones fluidas entre puestos de trabajo, de modo que los trabajadores puedan contribuir plenamente a la economía circular emergente y beneficiarse de ella;
- **aboga por un refuerzo del diálogo social y la negociación colectiva a todos los niveles**, para garantizar la información, la consulta y la participación de los trabajadores en la transición hacia modelos de negocio circulares.

**Cooperativas industriales: una herramienta para afrontar el reto de una competitividad inclusiva y sostenible**

**Referencia** Dictamen de iniciativa, EESC-2025-01083-00-00-AC

**Puntos clave:** El CESE:

- observa que las Naciones Unidas han proclamado 2025 como Año Internacional de las Cooperativas bajo el lema «Las cooperativas construyen un mundo mejor», lo que refleja el creciente reconocimiento internacional del modelo cooperativo en todos los sectores;

- recomienda incorporar la educación empresarial en materia de cooperativas en los programas educativos generales de emprendimiento y formación profesional, incluidas las actividades de sensibilización de las entidades financieras y las oportunidades en el marco de Erasmus+;
- considera que las cooperativas deben promoverse activamente entre las empresas emergentes y los jóvenes emprendedores;
- pide que se reconozca a las cooperativas industriales como actores económicos clave y que se ofrezcan incentivos financieros específicos a escala europea, nacional y regional (desgravaciones fiscales, subvenciones, financiación a bajo interés) para apoyar la simbiosis industrial y la circularidad;
- alienta la inversión en parques industriales compartidos, zonas ecoindustriales y plataformas cooperativas de intercambio de conocimientos para impulsar el establecimiento de cooperativas y la producción sostenible;
- insta a que se incluyan medidas políticas específicas orientadas a las cooperativas en los programas de cohesión y las estrategias de desarrollo regional de la Unión, priorizando las iniciativas lideradas por cooperativas a fin de impulsar la resiliencia y la sostenibilidad regionales;
- destaca la creciente importancia estratégica de las cooperativas basadas en datos y pide a la Unión y a las autoridades nacionales que apoyen las iniciativas colectivas para gestionar y compartir datos industriales;
- destaca que el modelo cooperativo aporta un valor añadido único a través de la gobernanza democrática, la distribución equitativa de la riqueza, el compromiso de las comunidades y una gran adaptabilidad, lo que refuerza la autonomía estratégica de la Unión.

## CONSEJO DEL OBSERVATORIO DE LA PUBLICIDAD

El Observatorio de la Publicidad es una instancia creada bajo los auspicios de la Asociación Española de Anunciantes (aea) y en cuyo Consejo participan la mencionada aea, la Federación de Empresas de Publicidad y Comunicación (FEDE), la Asociación de Agencias de Medios (AM), la Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria (AEACP), la Asociación de Creatividad Transformadora (ACT), y la Asociación de Usuarios de la Comunicación, en representación del Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU).

El representante del CCU participó desde sus orígenes en la definición de los indicadores incluidos en estos informes, y también en sus sucesivas actualizaciones.

La labor del Observatorio es analizar la ocupación publicitaria y promocional en las cadenas de televisión españolas, en las emisoras de radio y, esporádicamente, en prensa.

Las reuniones del Observatorio no tienen periodicidad establecida. Se celebran fundamentalmente cuando es necesario debatir sobre posibles cambios en la metodología del estudio y preparar o presentar los datos del informe del sector.

El **informe trimestral de ocupación de los contenidos no programáticos** en radio y televisión, básicamente, el análisis se centra en determinar:

- Porcentaje mensual de programación y de contenidos publicitarios y promocionales, lo que se denomina "resto de programación": avances de programación, autopromociones, teletienda, sobreimpresiones, patrocinios, telepromociones, spots, menciones, cuñas, microprogramas, microespacios y otras formas publicitarias.
- Distribución de estos porcentajes por franjas horarias.
- Evolución mes a mes de estos indicadores.
- Distribución del resto de programación entre sus diferentes formatos posibles: spots, cartones publicitarios, patrocinios solapados/no solapados, publisreportajes, sobreimpresiones, autopromociones, avances de programación, cortinillas, teletienda. No se incluyen en este estudio los emplazamientos de producto.

Los resúmenes ejecutivos del informe del observatorio y de los datos de ocupación publicitaria en 2025 se adjuntan como ANEXO

## CONSEJO CONSULTIVO DE LA AGENCIA ESPAÑOLA DE PROTECCIÓN DE DATOS

Es el órgano colegiado de asesoramiento de la persona que ostente la presidencia, siendo esta elegida de entre sus miembros.

Lo componen un total de 10 miembros nombrados por un periodo de cuatro años. Lo preside la persona directora de la AEPD y actúa como secretaria la titular de la Secretaría General.

El Consejo Consultivo se reúne cuando lo convoca la Directora y, al menos, una vez cada seis meses. Emite informe en todas las cuestiones que le someta la Directora, pudiendo formular propuestas en materia de protección de datos.

Se rige por las normas aplicables a los órganos administrativos colegiados (capítulo II del Título Preliminar de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, del Régimen Jurídico del Sector Público).

La composición actual del Consejo Consultivo, establecida en 2025, es la siguiente:

- Vacante, a propuesta del Congreso de los Diputados.
- D. Fernando Martínez-Maíllo Toribio, a propuesta del Senado.
- D.<sup>a</sup> Mar España Martí, como Vocal de la Administración General del Estado.
- D.<sup>a</sup> Meritxell Borràs i Solé, Directora de la Autoridad Catalana de Protección de Datos.
- D. Unai Aberasturi Gorriño, Director de la Agencia Vasca de Protección de Datos, a propuesta del Consejo de Gobierno de la Comunidad Autónoma del País Vasco.
- D. Jesús Jiménez López, Director del Consejo de Transparencia y Protección de Datos de Andalucía, a propuesta de la Junta de Andalucía.
- D. Francisco Díaz Latorre, a propuesta de la Federación Española de Municipios y Provincias.
- D. Luis Antonio Ribot García, a propuesta de la Real Academia de la Historia.
- A propuesta del Consejo de Universidades, vacante.
- D. Alejandro Perales Albert, como Vocal de los Consumidores y Usuarios, a propuesta del Consejo de Consumidores y Usuarios.
- D. Adolfo Díaz-Ambrona Medrano, como Vocal del sector de ficheros privados, a propuesta de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España.

Los miembros del Consejo, que deben acreditar conocimientos especializados en el Derecho y la práctica en materia de protección de datos mediante el ejercicio profesional o académico, son nombrados por el Ministro de Justicia a propuesta de las diferentes entidades.

En 2025 se ha producir el cambio en la presidencia de la Agencia

En la edición de los Premios de la Agencia correspondiente a 2025 se incorporan dos nuevas categorías para distinguir el trabajo de las personas Delegadas de Protección de Datos (DPD) y la cooperación en el espacio iberoamericano. Estas novedades se suman a las categorías ya existentes de 'Comunicación'; 'Emprendimiento, innovación, experiencias y maratones de privacidad e IA Ángela Ruiz Robles'; 'Protección de datos de colectivos vulnerables y frente a la violencia digital'; 'Buenas prácticas de cumplimiento normativo y de responsabilidad social'; 'Formación, educación y concienciación en protección de datos', 'Investigación en protección de datos personales 'Emilio Aced'' y 'Difusión de la protección de datos en redes sociales'.

El plazo para presentarse a las diversas candidaturas finalizaba el 31 de enero de 2026.

El 8 de abril se celebró la ceremonia de entrega de los Premios de Protección de Datos correspondientes a 2024.

En 2025 se ha producir el cambio en la presidencia de la Agencia. En ese año no se ha producido ninguna reunión del Consejo, incumpléndose lo estipulado en la normativa.

Además, el representante del CCU en la APD y la presidenta del CCU mantuvieron una reunión de trabajo en el mes de noviembre con el presidente y el vicepresidente de la Agencia para tratar aspectos de colaboración entre ambas entidades.

El representante del CCU en la AEPD ha sido uno de los participantes en la Comisión de Seguimiento del *Acuerdo de Colaboración entre el Consejo de Consumidores y Usuarios y la Agencia Española de Protección de Datos, sobre las actuaciones en relación con las prácticas irregulares en materia de contratación de servicios* suscrito por ambas partes.

El citado Acuerdo de Colaboración se planteaba los siguientes objetivos:

- Acciones de promoción y difusión de sus derechos entre los ciudadanos.
- Elaboración de materiales y herramientas prácticas que contribuyan a sensibilizar y a informar sobre los derechos de los ciudadanos respecto al tratamiento de sus datos personales en relación con las prácticas irregulares en la contratación de los grandes servicios públicos, en especial a través de la contratación telefónica y por internet,

pudiendo recabar, en su caso, la colaboración de otros organismos públicos con competencias conexas en este ámbito.

- Apoyo y difusión de buenas prácticas empresariales.
- Intercambio de información en la realización de estudios e investigaciones por parte de la Agencia Española de Protección de Datos en este ámbito.
- En general, el desarrollo de actividades conjuntas de sensibilización, formativas y de orientación que contribuyan a avanzar en el objeto del presente Acuerdo.

La última Memoria disponible de la AEPD correspondiente a 2024 puede consultarse en <https://www.aepd.es/memorias/memoria-aepd-2024.pdf>

## CÓDIGO DE AUTORREGULACIÓN SOBRE CONTENIDOS TELEVISIVOS E INFANCIA

Tras la entrada en vigor de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de la Comunicación Audiovisual, el Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia fue considerado no aplicable por los operadores televisivos firmantes del mismo, que suscribieron un acuerdo de transición en el que se comprometían a aplicar los criterios de calificación por edades de los contenidos audiovisuales contemplados en ese Código (y validados por la Comisión Nacional de los Mercados y La competencia), en tanto no se aprobara un nuevo Código de Conducta en el marco de la nueva norma,

:

| Calificación                                                                  | Símbolo  |
|-------------------------------------------------------------------------------|----------|
| Programas especialmente recomendados para la infancia                         | INFANTIL |
| Programas para todos los públicos                                             | TP       |
| Programas no recomendados para menores de 7 años                              | +7       |
| Programas no recomendados para menores de 12 años                             | +12      |
| Programas no recomendados para menores de 16 años                             | +16      |
| Programas no recomendados para menores de 18 años                             | +18      |
| Programas clasificados X por su contenido de pornografía o violencia gratuita | X        |

En 2025, al igual que en 2024 la Asociación de Usuarios de la Comunicación ha seguido colaborando en el un grupo de trabajo creado por las autoridades de regulación audiovisual (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia y Ministerio de Transición Digital) con la participación de todos los agentes involucrados: televisiones, plataformas IPTV, plataformas OTT, plataformas de internet, creadores de contenidos y las propias organizaciones sociales.

El borrador de Código consensuado por los operadores televisivos en 2024 fue sometido en ese año a una consulta pública por parte de la CNMC, tras la cual se presentó un nuevo borrador de Código sometido a una nueva consulta pública.

El segundo borrador del Código de Conducta para la Protección de los Menores de Edad en los Servicios de Comunicación Audiovisual puede consultarse en el siguiente enlace [https://www.cnmc.es/sites/default/files/editor\\_contenidos/Audiovisual/2\\_COR\\_DTSA\\_001\\_2\\_4\\_Segunda\\_CP%C3%BAblica\\_Auto\\_y\\_Corregulaci%C3%B3n.PDF](https://www.cnmc.es/sites/default/files/editor_contenidos/Audiovisual/2_COR_DTSA_001_2_4_Segunda_CP%C3%BAblica_Auto_y_Corregulaci%C3%B3n.PDF)

Desde AUC se elaboró un documento, suscrito por más de 40 organizaciones sociales y de protección a la infancia, dirigido al Ministro de Transición Digital instando a dinamizar el proceso de aprobación del Código, con el siguiente contenido:

**D. Oscar López Águeda**

Ministro

Ministerio de Transformación Digital y Función Pública

Madrid, 8 de julio de 2025

Estimado ministro:

*El pasado 7 de julio se cumplieron tres años desde la aprobación de la Ley 13/2022, General de la Comunicación Audiovisual (LGCA), norma que sustituía a su homónima de 2010 con el fin de trasponer a nuestro ordenamiento jurídico la modificación de la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual operada en 2018. Esta modificación contemplaba, como principal novedad, la extensión del objeto de la Ley no sólo a los servicios de comunicación audiovisual, sino también los servicios de comunicación prestados a través de las plataformas de intercambio de vídeos y redes sociales cuando difunden contenidos audiovisuales.*

*Tras su aprobación, una pieza clave para la aplicación efectiva de la LGA es la puesta en marcha de un sistema de regulación voluntaria (de autorregulación en primera instancia, y, en su segundo momento, de corregulación), que debería vincular -en función de sus respectivas obligaciones- a los diferentes prestadores de esos servicios, sin menoscabo de las competencias en este ámbito otorgadas a la CNMC y a su Ministerio como reguladores audiovisuales. Un sistema provisto de un Código de Conducta que estableciera claramente los criterios de etiquetado de los contenidos; el sistema de resolución de incumplimientos por parte de los operadores, y, en su caso, las correspondientes sanciones.*

*Pues bien, a los tres años de la aprobación de la norma seguimos sin contar con dicho sistema de regulación voluntaria que, como decimos, es elemento fundamental, de acuerdo con lo señalado por el propio texto legal, para una aplicación eficiente de la LGCA.*

*Las consecuencias de este retraso son particularmente graves en el caso de la protección de los menores ante los contenidos inadecuados y nocivos, y muy especialmente, en el caso de su difusión a través de plataformas de intercambio de vídeos y redes sociales.*

*Si bien es cierto que los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo, junto con los principales agregadores y las plataformas OTT suscribieron un acuerdo transitorio en junio de 2023 comprometiéndose a mantener la calificación por edades establecida en el marco de la LGCA anterior, el principal problema es que los contenidos audiovisuales para adultos que se difunden a través de internet no cuentan con ningún tipo de información ni de advertencia óptica sobre su naturaleza, lo que contribuye a que en la actualidad los menores accedan sin ninguna limitación a dichos contenidos, incluso a los de pornografía y violencia extrema.*

*Somos conscientes de que la limitación del acceso a contenidos inadecuados y nocivos por parte de los menores no está exenta de dificultades; entre ellas, el carácter transnacional de las plataformas o su exención de responsabilidad editorial, aspectos que deben contemplarse en el marco europeo establecido por el Reglamento de Servicios Digitales. Somos conscientes también de los intentos de la*

*CNMC para poner en marcha este sistema de regulación voluntaria, y de su voluntad para ejercer las competencias que como regulador audiovisual le corresponden, a pesar de las circunstancias. Pero hemos de resaltar que la protección del interés superior del menor no admite más dilaciones, y que la implementación de sistemas de verificación de edad, a los que este Ministerio pretende dar impulso, no podrán funcionar eficazmente si no se resuelve primero el problema del etiquetado (calificación por edad/descriptores temáticos) de los contenidos audiovisuales en el marco del Código de Conducta.*

*Por todo ello, las organizaciones firmantes de esta carta, y las adheridas a la misma (ver relación final), que desarrollamos nuestra actividad en la defensa de la infancia y de la juventud, y de los usuarios de los servicios de comunicación de modo general, nos dirigimos a usted para solicitar:*

- La creación y puesta en marcha, a la mayor brevedad, del sistema de autorregulación y del acuerdo de corregulación subsiguiente previstos en la Ley, que debe contar, también de acuerdo con ésta, con la participación de la sociedad civil para coadyuvar en su cumplimiento.*
- La integración en ese modelo de todos los creadores de contenidos audiovisuales, incluidos los que soportan esos contenidos y los ponen a disposición del público a través de plataformas de intercambio de vídeos y redes sociales.*
- La implantación efectiva de la obligación de esos creadores de calificar los contenidos que difunden, advirtiendo, entre otros aspectos, de su carácter nocivo para los menores o de su naturaleza comercial.*
- La implantación efectiva de la obligación de las plataformas de vídeos y las redes sociales que difunden sus contenidos en España de las herramientas que permitan a los creadores de contenido cumplir con sus obligaciones de información, exigiendo la calificación de contenidos como condición previa a su difusión y estableciendo sistemas operativos que permitan integrar la calificación con los sistemas de verificación de edad y las herramientas de control parental.*

*Agradeciéndole su atención e interés, quedamos a su disposición para cualquier explicación adicional, y nos ofrecemos a mantener una reunión con usted, o con usted designe, para tratar este problema que tanto afecta al desarrollo adecuado de las personas menores de edad.*

*A la espera de su respuesta, reciba un cordial saludo.*

*Por las organizaciones firmantes:*

Cabe señalar que AUC ha participado también en otras consultas públicas referidas al ámbito audiovisual lanzadas por la CNMC en 2025:

**Consulta pública sobre los criterios de evaluación de medidas de alfabetización mediática para los prestadores de servicios de comunicación audiovisual y plataformas de intercambio de vídeos.**

### **Consulta pública sobre el nivel sonoro de los mensajes publicitarios.**

Las observaciones elaboradas y presentadas por AUC al segundo borrador del Código de Conducta, así como al borrador del Acuerdo de Corregulación a suscribir por parte de la CNMC, entre otras entidades, con AUC, y muestras observaciones las dos últimas consultas mencionadas se recogen en Anexo

## COMISION DE SEGUIMIENTO DEL CODIGO PAOS

El **Código de correulación de la publicidad de alimentos y bebidas dirigida a menores, prevención de la obesidad y salud (PAOS)**, aprobado en 2012, es una actualización del *Código de autorregulación de la publicidad de alimentos dirigida a menores, prevención de la obesidad y salud (PAOS)*, puesto en marcha por la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) en el año 2005 y en el marco de la ya mencionada Estrategia NAOS lanzada ese año por el Ministerio de Sanidad y Consumo. Este Código estaba inspirado en el documento *Principles of food and beverage product advertising* de la Confederación de Industrias Agro-Alimentarias de la UE, que había sido aprobado en febrero de 2004.

En septiembre de 2009 se firma un acuerdo de colaboración con la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA) y la Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (UTECA), para reforzar la aplicación del Código en ese medio.

Tras su actualización y revisión en 2012 el Código PAOS, que venía exigiendo una especial cautela en los mensajes publicitarios y promocionales dirigidos a menores de hasta 12 años, además de integrar en el mismo a otros agentes de la cadena de valor del sector alimentario (distribución y restauración) amplía su ámbito de aplicación a la publicidad de alimentos y bebidas destinada a menores de 15 años en consonancia con lo contemplado por la Ley de Seguridad Alimentaria y Nutrición vigente desde 2011. Sin embargo, sólo aplica esta ampliación en el caso de internet, añadiendo a tal efecto un conjunto de nuevas normas que completan su versión inicial.

En tanto que documento de naturaleza deontológica, el Código PAOS recoge de modo estructurado un conjunto de normas que precisan y amplían las obligaciones legales vigentes en su ámbito de aplicación. Las compañías voluntariamente adheridas al mismo se comprometen a respetar esas normas en sus comunicaciones comerciales.

Pero, además, como sistema de regulación voluntaria, cuenta para su aplicación con:

- Un control *ex ante*, del que se encarga la Asociación para la Regulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol), que atiende y responde las consultas previas de las compañías adheridas, acerca de la idoneidad de las comunicaciones comerciales que pretenden difundir.
- Una actuación *ex post* ante los incumplimientos del Código y de la legislación por parte de las empresas adheridas, en el marco del procedimiento de resolución extrajudicial de reclamaciones de la mencionada Autocontrol y a través del pronunciamiento de su Jurado de la Publicidad.

- Una Comisión de Seguimiento encargada de supervisar su aplicación efectiva del Código, de composición mixta, en la que participan la propia industria (fabricantes, distribuidores, restauración), la Administración (AESAN) y el Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU).

En el caso de la publicidad online, se lleva a cabo por parte de Autocontrol una monitorización de una muestra de la publicidad difundida por ese canal.

El Código PAOS se compone de un preámbulo, un repertorio de normas éticas y un apartado en el que se recogen los criterios para su aplicación.

De acuerdo con el preámbulo, el objetivo principal del Código PAOS es la protección de la infancia en relación con las comunicaciones comerciales de alimentos y bebidas dirigidas a ese segmento de la población. Sus normas éticas guían a las compañías adheridas en el desarrollo, ejecución y difusión de sus mensajes para evitar una excesiva presión publicitaria, contribuyendo a fomentar entre la población infantil y juvenil hábitos saludables de alimentación y la práctica de ejercicio físico, con el objetivo último de prevenir la obesidad infantil.

A través de esas normas se contemplan restricciones relativas al formato de los anuncios, al argumentario utilizado, a las características de su difusión, a las técnicas de marketing, pero no se contemplan reglas en cuanto a la naturaleza o el perfil nutricional de los alimentos o bebidas que se publicitan.

El repertorio normativo del Código se centra básicamente en principios muy similares a los recogidos en la legislación vigente, así como en otras normas deontológicas aplicadas a la publicidad dirigida a menores o a aquélla que incluye alegaciones relacionadas con la salud: legalidad, lealtad y veracidad; prohibición de prácticas agresivas; restricción en el uso testimonial de personajes populares o de ficción; limitación en el recurso a las promociones, etc. Las normas del Código PAOS se, extienden a todos los soportes y medios, si bien no se aplican al etiquetado y al embalaje de los productos.

Como hemos indicado, de un modo general, se exige una especial cautela en los mensajes publicitarios y promocionales dirigidos a menores de hasta 12 años (15 en el caso de internet), considerando que “cuanto menor es la edad del público al que se dirige el anuncio, mayor es su credulidad y vulnerabilidad, y, por consiguiente, mayor es la necesidad de otorgarle una especial protección”.

Un aspecto clave para la aplicación del Código PAOS es determinar si un mensaje sometido a consulta previa, o sobre el que recae una reclamación, debe ser o no analizado

y evaluado a la luz de su normativa. Para ello, se aplica un triple criterio de identificación, que permite determinar si ese mensaje es una comunicación comercial de alimentos y bebidas dirigida a menores:

- El tipo de producto alimenticio promocionado: se entiende dirigido a menores (de hasta 12 años o de 15) cuando el producto anunciado está "objetivamente destinado de forma mayoritaria al público de tales edades"; en realidad lo que se acredita no es a quién se dirige, sino quién lo consume, es decir, el peso del target de referencia medido por un panel de consumidores.
- El diseño del mensaje publicitario: se considera dirigido a menores de hasta 12 años o de 15 si por su contenido, lenguaje y/o imágenes resulta "objetiva y mayoritariamente apto para atraer de forma especial la atención o interés del público de tales edades".
- Las circunstancias en que se lleve a cabo la difusión del mensaje publicitario: se considera dirigido a menores de hasta 12 años cuando se difunde a través de un medio o soporte "dirigido objetivamente de forma mayoritaria al público de tal edad", o bien en el caso de su emisión televisiva, a través de un canal generalista cuando se inserta en franjas horarias, bloques de programación, secciones o espacios dirigidos a menores de hasta 12 años o, en su caso, con un público mayoritario de menores de hasta 12 años según los datos de audimetría. Por su parte, se considera dirigida a menores de 15 años aquella publicidad difundida en Internet, bien en una página web o un apartado de una página web, con una audiencia de menores de 15 años superior al 50% de acuerdo con los datos aportados por el medidor de audiencias digitales que se considere.

Por lo que se refiere al contenido de las comunicaciones comerciales, el Código establece que no deben promoverse o presentarse hábitos de alimentación o estilos de vida poco saludables, tales como comer o beber de forma inmoderada, excesiva o compulsiva. Tampoco fomentar, aprobar o presentar de forma condescendiente hábitos de vida sedentarios, ni minusvalorar la alimentación equilibrada o el ejercicio físico. Los alimentos o bebidas promocionados no deben mostrarse en cantidades excesivas o desproporcionadas, y en ningún caso como sustitutivo de ninguna de las tres comidas principales (desayuno, comida y cena). Por el contrario, ha de fomentarse que su consumo forme parte de una dieta variada.

El requisito de veracidad pasa por la adopción de especiales cautelas de claridad y comprensibilidad en la realización de los mensajes, tanto en el plano escrito (legibilidad) como en el sonoro y visual. También pasa por identificar claramente la naturaleza publicitaria de los mensajes; por no realizar comparaciones abusivas; por ofrecer al público infantil la información necesaria sobre el producto, y por obligar a ofrecer determinada

información sobre cómo indicar el precio en aquellos casos en los que éste se incluye en el mensaje.

El Código advierte sobre la obligación de no inducir a error a los menores acerca de las características y beneficios del producto, ni explotar indebidamente su imaginación. Por ejemplo, haciéndoles creer que el consumo del producto les aportará fortaleza, estatus, popularidad, aceptación, prestigio, habilidades o inteligencia, o sugiriendo que el producto posee características particulares, con las que en realidad cuentan todos los productos similares a él. En el mismo sentido, se demanda precaución con el uso de las animaciones. Existen también advertencias claras contra la violencia gratuita o el exceso de agresividad en las presentaciones, así como contra la mostración de situaciones inseguras o peligrosas (tanto para los menores como para los adultos). Tampoco deberán incitar a los menores a entrar en lugares extraños o a conversar con desconocidos.

El Código señala que debe evitarse el uso de una presión comercial excesiva sobre el menor, a través de prácticas como el llamamiento directo a los menores a la compra, o incitándoles a que requieran o persuadan a sus padres o a otras personas para que realicen dicha compra. Tampoco debe sugerirse que un padre o un adulto que compra un producto alimenticio o una bebida a un menor es por ello mejor, más inteligente o más generoso. Ni apremiar a la obtención del producto anunciado, creando un sentimiento de inmediatez o de exclusividad.

Se restringe asimismo la presencia o el testimonio de determinadas personas o personajes, conocidos y admirados por los menores. Esta restricción pretende impedir que tales "prescriptores" ejerzan, con su testimonio, una influencia indebida, de tal modo que dichos menores puedan verse impulsados a solicitar la compra del producto, no tanto por el producto en sí, sino por ese testimonio prescriptor.

Este principio se aplica a los alimentos licenciados (que tienen los derechos de utilización de personajes populares para los niños) y también a las telepromociones, pero se exceptúan de la restricción las mascotas "de marca"; la presencia de esos personajes populares en campañas de salud pública o educativas, y la reproducción de escenas de un determinado programa infantil, película o serie, siempre que guarden relación directa con alguna promoción que se esté llevando a cabo.

En caso de que el anunciante recurra a premios, sorteos, concursos, descuentos o regalos, como acciones de estrategia promocional, éstas deberán diseñarse de tal forma que el mensaje, además de referirse al incentivo promocional, muestre claramente el producto anunciado. Las condiciones esenciales de las ofertas promocionales deben expresarse en la publicidad con sencillez y claridad, de forma que resulten fácilmente legibles y

comprensibles para los menores, sin generar expectativas irreales sobre las posibilidades de ganar o sobre el premio a obtener.

Se permite la referencia a clubes infantiles si se cumplen los requisitos de interactividad (el menor debe realizar algún acto que constituya una incorporación intencional al club y recibir algo a cambio), continuidad (relación continua entre el club y el miembro infantil: información periódica, actividades regulares) y exclusividad (actividades o beneficios sólo para los miembros).

Si se recaban de los menores datos personales, las empresas adheridas han de asegurarse, mediante "mecanismos razonables", de que los menores de 14 años han obtenido el consentimiento de sus padres o tutores. Éstos podrán oponerse al envío de publicidad o de información solicitada por dichos menores, dirigiéndose para ello al responsable del fichero. Los datos obtenidos lícitamente, sólo podrán utilizarse para los fines específicos para los que se han solicitado, y no podrán cederse a terceros sin consentimiento previo. Las empresas adheridas ofrecerán a los padres o tutores información acerca de cómo proteger *on line* la privacidad de sus hijos o de los menores a su cargo, facilitándoles mecanismos para ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y determinación de la finalidad para la que se solicitan los datos.

Como hemos indicado, la versión del Código de 2011 recoge una serie de criterios complementarios relativos a las comunicaciones electrónicas, según los cuales, las empresas adheridas:

- Cuando empleen técnicas de marketing viral dirigidas a menores de 15 años, no captarán datos de los terceros receptores del mensaje en el momento del reenvío.
- Cuando dirijan mensajes a estos menores en sitios web, deberán evitar su copresencia con otros contenidos que pudieran producirles perjuicio mental, moral o físico.
- Apoyarán las iniciativas propuestas por el sector, dirigidas a promover la protección de los menores de 15 años en las actividades publicitarias online y de contratación electrónica, y a la sensibilización en esta materia.

De acuerdo con lo anterior, el repertorio de motivos de posible incumplimiento del Código PAOS, queda recogido en el siguiente listado:

## **Indicadores de evaluación del Código PAOS**

### **Infracción principio de legalidad**

#### **Veracidad**

Presentaciones escritas, sonoras o visuales, etc. que pueden inducir a error sobre las características del producto

Inducción a error sobre los beneficios derivados del producto

Sugerencia de que el producto anunciado tiene características particulares cuando todos los productos similares poseen esas mismas características

Explotación de la imaginación del menor

Ausencia de información adicional necesaria

Indicaciones en sobreimpresiones ilegibles o incomprensibles para el público infantil

Otros

#### **Presión de ventas**

Llamamiento directo a los niños a adquirir el producto, o incitarles a persuadir a padres...

Apremiar a la obtención del producto, crear sensación de inmediatez o exclusividad, etc.

Crear la impresión de que la compra o consumo del producto da mayor aceptación entre amigos y compañeros...

Uso de reduccionismos relativos al precio del producto

Otros

#### **Presentaciones que pueden asustar a los niños. Descripciones de violencia gratuita o presentaciones excesivamente agresivas**

#### **Restricciones relativas a la presencia y participación de personajes famosos**

#### **Situaciones inseguras o actos peligrosos para los niños**

Fomento de uso peligroso del producto

Presentación de adultos o niños en situaciones inseguras

#### **Identificabilidad inequívoca de la publicidad**

#### **Prohibición de telepromoción en programas dirigidos a menores de 12 años**

#### **Presentaciones comparativas**

#### **Promociones**

Obligación de mostrar claramente el producto principal

Obligación de indicar las condiciones esenciales de la promoción de forma sencilla, clara, legible y comprensible para el público infantil

Sorteos publicitarios: expectativas irreales sobre posibilidad de ganar o error sobre premio a obtener

Normas sobre alusión publicitaria a clubes infantiles

**Educación nutricional**

Incitar o presentar situaciones de consumo inmoderado, hábitos sedentarios, etc.

Presentar el producto anunciado como sustitutivo de comidas principales

Minusvalorar hábitos de vida saludables

**Presentación en web de contenidos que produzcan perjuicio mental, moral o físico**

**Prohibición de inserción de mensajes publicitarios inapropiados**

**Otros**

Lo cierto es que, sin menoscabo del grado de cumplimiento alcanzado por el Código PAOS -que los diferentes estudios sobre el mismo, incluso los más críticos, juzgan en sí elevado- y del “perjuicio cesante” asociado a la retirada o modificación previa de un volumen importante de comunicaciones comerciales, este sistema de regulación voluntaria se ha mostrado claramente insuficiente a la hora de conseguir una reducción efectiva y satisfactoria de la presión publicitaria de alimentos y bebidas, especialmente de aquéllas con un alto contenido en grasa, azúcares y sal (conocidos como alimentos HFSS, por sus siglas en inglés).

Esa insuficiencia tiene que ver, desde nuestro punto de vista, con aspectos endógenos, como:

- La asimetría etaria de la aplicación del marco de protección ante la publicidad de alimentos: hasta 15 años en internet y hasta 12 años para el resto de medios y canales, lo que supone en sí un claro incumplimiento de la Ley de Seguridad Alimentaria, tal y como AUC y el resto de organizaciones de consumidores presentes en la Comisión de Seguimiento venimos denunciando reiteradamente.
- La persistencia de un criterio poblacional inadecuado a la hora de determinar qué se consideran comunicaciones comerciales dirigidas a menores (criterio mayoritario o del 50%).
- La ausencia de unos “perfiles nutricionales” que permitan excluir unos productos de la actividad publicitaria y limitar para otros su argumentario y sus condiciones de difusión, de los que se derivan los sistemas de calificación de alimentos.

Pero la insuficiencia del Código PAOS tiene que ver asimismo con aspectos exógenos, como la necesidad de adaptarse a la nueva realidad del entorno digital audiovisual, que ha cambiado mucho desde 2012; especialmente, al consenso internacional sobre la prohibición de la publicidad de alimentos y bebidas HFSS dirigida a público infantil.

Y, por supuesto, sin olvidar que los sistemas de regulación voluntaria sólo obligan en principio a aquellos miembros de la industria de alimentación y bebidas que se someten a su fuero. E incluso que estos pueden sortear las consecuencias del incumplimiento de los mismos o de las sanciones que puedan contemplarse, cuando éstas existen, a menos que, expresamente y como ocurre en otros ámbitos, se apueste por una regulación anfibia de autorregulación regulada que convierta en infracción administrativa la desatención a las decisiones de la entidad responsable de hacer cumplir un código.

Desde AUC consideramos, por tanto, que la regulación normativa de las comunicaciones comerciales de alimentos y bebidas dirigidas al público infantil, especialmente en el caso de alimentos HFSS, debe entenderse como oportuna y necesaria, además de una norma reglamentaria proporcional, pertinente y suficiente para alcanzar los fines que se pretenden alcanzar con su aprobación. Es decir, garantizar la protección de las personas menores de edad y sus derechos a la salud y al adecuado desarrollo moral, físico y mental. Ello es, obviamente, compatible con la posibilidad de mantener el sistema de regulación voluntaria por parte de la industria, siempre y cuando suponga un marco de protección complementario justificado por incluir requisitos adicionales o por facilitar un sistema más ágil y rápido para la resolución de conflictos.

En 2025, la Comisión de Seguimiento del Código PAOS, ha mantenido la falta de actividad ya indicada en 2024, pendiente del nuevo borrador de Real Decreto elaborado por el Gobierno para regular las comunicaciones de alimentos y bebidas dirigidas al público infantil, el cual vendría a incorporar a la norma positiva buena parte de los criterios de aplicación del Código PAOS y supondría una reconfiguración del actual Código.

## **COMISIÓN INTERSECTORIAL PARA ACTUAR CONTRA LAS ACTIVIDADES VULNERADORAS DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL**

AUC participa, en representación del CCU en la mencionada Comisión, formando parte asimismo en el Grupo de Trabajo de sensibilización y formación constituido en el marco de dicha Comisión.

En 2023 se ha llegado a un modelo de colaboración entre la OEPM y el CCU, que, aunque por razones administrativas (de la OEMP) no puede concretarse en forma de convenio, tiene como objeto establecer un marco estable y permanente de colaboración entre el Consejo de Consumidores y Usuarios y la Oficina Española de Patentes y Marcas, O.A. para velar por el bienestar y la protección de los consumidores y evitar los fraudes que se producen con las falsificaciones de productos, así como concienciar al ciudadano de las consecuencias negativas que conlleva la compra de productos no originales. Las partes se comprometen a colaborar de manera activa en todos aquellos aspectos relacionados con el objeto de este Convenio, incluido el intercambio de información, conocimientos y experiencias.

La colaboración se extendería a todos los sectores que tengan especial relevancia para los consumidores y usuarios, en el ámbito de la falsificación de productos y en concreto a las actividades siguientes:

- Organización de jornadas y eventos que tengan como punto central la lucha contra la falsificación de productos y los efectos de ésta sobre los consumidores y usuarios.
- Organización y elaboración de campañas de concienciación.
- Intercambio de información que apoye las acciones para concienciar y formar a los consumidores sobre esta materia, así como su defensa ante posibles vulneraciones de derechos.
- Intercambio de conocimientos también en el ámbito de la lucha contra la falsificación que provenga de organizaciones internacionales, como el Observatorio Europeo de la Vulneración de los Derechos de Propiedad Intelectual.
- Elaboración de estudios relativos a la materia citada.

En la comisión de seguimiento de este compromiso de colaboración participa el representante de AUC, aunque no ha habido reuniones de la misma en 2025.

## CONSEJO ASESOR DE LA CORPORACIÓN RTVE

La ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal contempla la existencia como órgano de la Corporación de un Consejo Asesor compuesto por un total de 16 miembros. Dos de ellos lo están en representación del Consejo de Consumidores y Usuarios. Las competencias de este Consejo se centran en asesorar en las orientaciones generales de programación, informar sobre los criterios y normas que garanticen el derecho de acceso e informar sobre las propuestas de los contratos programas.

Artículo 23. El Consejo Asesor.

1. El Consejo Asesor es el órgano de participación de la sociedad en la Corporación RTVE.
2. El Consejo Asesor estará compuesto por un total de dieciséis miembros, designados de la siguiente forma:
  - a) Tres consejeros por el Consejo Económico y Social.
  - b) Dos consejeros por el Consejo de Consumidores y Usuarios.
  - c) Un consejero por el Ministerio de Asuntos Exteriores.
  - d) Un consejero por el Consejo de la Juventud de España.
  - e) Un consejero por el Instituto de la Mujer.
  - f) Un consejero por las entidades representativas de las personas con discapacidad.
  - g) Un consejero por el Consejo General de la Emigración.
  - h) Un consejero por la Academia de las Artes y las Ciencias Televisivas.
  - i) Un consejero por la Academia de las Artes Cinematográficas.
  - j) Un consejero designado por el Consejo de Coordinación Universitaria entre expertos del mundo académico en materias de Ciencias Sociales y Comunicación.
  - k) Un consejero designado por las entidades representativas de los anunciantes.
  - l) Un consejero por las entidades representativas de periodistas de ámbito estatal.
  - m) Un consejero designado de común acuerdo por todos los sindicatos con implantación en la Corporación RTVE.
3. Son competencias del Consejo Asesor las siguientes:

- a) Asesorar al Consejo de Administración de la Corporación RTVE en las orientaciones generales de la programación.
- b) Informar sobre los criterios y normas que garanticen el derecho de acceso de los grupos sociales significativos en función de su relevancia social, representatividad y ámbito de actuación.
- c) Informar sobre la propuesta de los contratos-programa con el Estado y de las líneas de programación, así como en el establecimiento de las normas de admisión de publicidad.
- d) Informar a petición del Consejo de Administración sobre cualesquiera asuntos que se sometan a su consideración.

Como decíamos AUC cuenta con uno de los dos representantes del CCU en el Consejo Asesor.

El representante del Consejo miembro de AUC ha reiterado en estas reuniones su preocupación por la falta de operatividad del Consejo Asesor, exigiendo a la presidencia de RTVE el compromiso formal de cumplir al menos de un calendario de reuniones trimestrales, sin menoscabo del pronunciamiento preceptivo del Consejo en asuntos de su competencia en otras convocatorias extraordinarias.

Por iniciativa suya, se han creado diferentes grupos de trabajo en el seno del Consejo.

El 16 de julio de 2025 se desarrolló el primer plenario del nuevo Consejo Asesor.

En él quedaron constituidos los **nuevos grupos de trabajo**

- Grupo 1: Juventud, Emigración y Grupos Vulnerables.
- Grupo 2: Creatividad, Inteligencia Artificial y Digitalización.
- Grupo 3: Programación y Alfabetización Mediática.
- Grupo 4: Lenguas: lenguas cooficiales, lenguaje de signos y audio descripción. Accesibilidad.
- Grupo 5: Igualdad y Diversidad.
- Grupo 6: Servicio Público y fomento de valores democráticos.

El representante del CCU se integró en el Grupo de Trabajo de Servicio Público y fomento de valores democráticos, así como en el de Programación y Alfabetización Mediática.

## ACUERDO DEL CCU CON LA CORPORACIÓN RTVE

El presidente de AUC participa en la Comisión de Seguimiento del Acuerdo Marco firmado entre la Corporación RTVE y el CCU, que, contempla la posibilidad de realización de diferentes actividades. El acuerdo se renovó en 2023 por cuatro años.

El objeto de este Acuerdo Marco es promover el desarrollo de la colaboración referente a la defensa y difusión de los derechos de los consumidores. La colaboración podrá extenderse, entre otras, a las actividades siguientes:

- Difusión por parte de RTVE de la difusión de las actividades organizadas por CCU y las asociaciones representadas en su Consejo, siempre que las necesidades de programación de RTVE lo permitan y dentro del respeto a la independencia y la autonomía de sus profesionales en la consideración de relevancia e interés de dichas actividades. En este contexto, RTVE facilitará la presencia del CCU en espacios y programas de Televisión Española, Radio Nacional de España y la plataforma RTVE Play.
- Colaboración en la elaboración de contenidos audiovisuales específicos en materia de consumo que pueda producir RTVE, de la siguiente manera:
  - Ofreciéndose como fuente documental y de declaraciones en relación con las informaciones de actualidad.
  - Realizando tareas de asesoramiento en programas y espacios de carácter divulgativo en televisión, radio y medios interactivos.
- Colaboración en el diseño y realización de jornadas, con la participación de los representantes del CCU en el Consejo Asesor de RTVE.

Fruto de este acuerdo es la realización de un podcast en colaboración con RNE titulado *"Yo, consumo"*.

Por parte del Consejo, participan en el grupo de trabajo para la selección de temas y participantes la presidenta y la secretaria del mismo, así como el vocal presidente de AUC. *"Yo, consumo"* es un podcast con formato de reportaje, que aborda todo tipo de temas relacionados con la defensa de las personas consumidoras y usuarias, convirtiéndose en un referente en este ámbito. Desde el cuarto trimestre de 2025 es realizado y presentado por el periodista Jorge Flores. Todas las ediciones del podcast pueden escucharse gratuitamente en la plataforma de RTVE Play: <https://www.rtve.es/play/audios/yo-consumo/>

En el año 2025, que puede considerarse de transición, se han realizado los siguientes espacios:



- **Desperdicio alimentario - Segunda parte**

28/12/2025 00:39:01



- **El desperdicio alimentario: la otra gran factura del consumidor**

30/11/2025 01:05:42



- **Comprar vivienda: mapa para no perderse**

26/10/2025 01:04:40



- **Tus datos en venta. El precio de la privacidad**

28/09/2025 01:07:09



- **Viajes en avión**

10/04/2025 00:26:35



▪ **Acceso a la vivienda**

11/03/2025 00:35:58



▪ **Entornos Digitales seguros para la infancia**

22/01/2025 00:38:08

## **CONSEJO ESTATAL PARA EL PATRIMONIO NATURAL Y LA BIODIVERSIDAD**

La representante propuesta por AUC fue designada, mediante Resolución de 4 de febrero de 2019 como vocal titular por parte del CCU y ha renovado su cargo en 2024.

AUC representa al Consejo de Consumidores y Usuarios en esta Comisión, que en 2025 ha participado en la encuesta realizada por el Ministerio sobre el Plan Nacional de Restauración.

## **COMISIÓN ASESORA DE LA IMAGEN DE LA MUJER EN LA PUBLICIDAD Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Creada por iniciativa del Instituto de la Mujer para el desarrollo de buenas prácticas en la publicidad y en los contenidos comunicativos desde el punto de vista de la igualdad de género.

AUC representa al Consejo de Consumidores y Usuarios en esta Comisión, que en 2025 no ha tenido actividad.

## **JUNTA ARBITRAL NACIONAL DE CONSUMO**

En 2014 la Asociación de Usuarios de la Comunicación propuso a D. Alejandro Perales como árbitro en representación de los consumidores en los procedimientos que se sustancien ante la Junta Arbitral Nacional de Consumo, de acuerdo con lo previsto en el artículo 16.1 del Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo. Esta solicitud fue aceptada.

En 2025 no ha sido convocado para actuar en ningún caso.

## **CÓDIGO DE AUTORREGULACIÓN DE LA PUBLICIDAD INFANTIL DE JUGUETES**

La Asociación de Usuarios de la Comunicación participa, junto con otras organizaciones de consumidores en la Comisión de Seguimiento del Código de Autorregulación de la Publicidad Infantil de Juguetes en representación del Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU).

El Código cuenta con una Comisión de Seguimiento de composición mixta, formada además por un representante del Ministerio de Consumo que ejerce la presidencia de la Comisión; tres representantes de Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ); un representante de la Asociación Española de Anunciantes (AEA), un representante de la comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) y un representante de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol), con voz, pero sin voto, que ejerce las funciones de Secretaría de la Comisión.

El ámbito de aplicación de este Código se circunscribe a la publicidad infantil de juguetes, entendiendo por tal toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones. También se considerará publicidad cualquier forma de mensaje emitido por cuenta de terceros para promover determinadas actitudes o comportamientos entre los menores y los mensajes de autopromoción.

El Código de Autorregulación de la Publicidad Infantil de Juguetes es una experiencia pionera de regulación voluntaria en España, puesta en marcha por la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ) en 1993.

El Código, cuya última versión data del año 2021, en vigor desde 2022, hace especial hincapié en la necesidad de veracidad y claridad de las comunicaciones comerciales, dada la especial confianza y credulidad que los mensajes publicitarios generan en los menores. Este imperativo se aplica:

- A los aspectos formales de la presentación de los juguetes (por ejemplo, la utilización de animaciones y de recursos infográficos; la utilización de personajes populares como prescriptores; etc.).
- A sus valores funcionales (por ejemplo, orientación de precio; propiedades y condiciones de uso; movilidad; tamaño real; necesidad de pilas o de montaje, etc.).

- A los aspectos narrativos y argumentales (por ejemplo, la utilización de expresiones o imágenes de carácter violento o sexual; la mostración de prácticas peligrosas, dada la tendencia mimética de los menores como receptores del mensaje; la asociación que pueda establecerse entre la posesión de los juguetes y el éxito o la felicidad; la exacerbación de estereotipos sexistas, etc.

El Código se refiere también alguna incursión en los nuevos formatos on line a través de la web y de las redes sociales, así como en la necesidad de la protección de los datos en ese entorno.

Esta última versión del Código dedica también una especial atención a prevenir y actuar contra los mensajes sexistas o que menoscaban la igualdad de género.

En este sentido, parte de la consideración de niñas y niños como consumidores vulnerables, debido a su menor capacidad para evaluar la información que reciben; su mayor nivel de confianza y credulidad ante determinados prescriptores; su mayor sensibilidad ante las prácticas comerciales agresivas, y su mayor tendencia a desarrollar comportamientos miméticos e imitativos de aquéllos que visualizan en los medios.

Reconoce el papel que padres, educadores, medios de comunicación, asociaciones de consumidores, proveedores de contenido de entretenimiento, instituciones gubernamentales y anunciantes deben desempeñar en el desarrollo de la comprensión crítica de los mensajes por parte de los menores, contribuyendo al fomento de la publicidad responsable.

Y Señala también cómo desde la primera versión del Código en 1993 se han producido cambios tecnológicos, comunicativos y socioculturales que han tenido repercusiones legales y normativas sobre la publicidad de juguetes, tal y como se ha reflejado en las sucesivas actualizaciones del mismo en 2010, 2015 y 2021.

En sus normas éticas, el Código señala que la publicidad infantil de juguetes (...)

- No podrá utilizar de forma discriminatoria o vejatoria la imagen de las niñas.
- No presentará en ningún caso escenas sexuales ni caracterización de los menores con connotación sexual, ni un lenguaje obsceno, ni escenas que hagan referencia a conductas adictivas, ni que fomenten la discriminación por cualquier motivo: etnia, discapacidad, género
- Evitará mostrar sesgos de género en la presentación que hacen de niñas y niños, fomentando una imagen plural e igualitaria de los roles que pueden adoptar, con el fin de favorecer y facilitar su libre elección de juguetes.

- Evitará la asociación exclusiva de juguetes que reproduzcan roles de cuidados, trabajo doméstico y belleza personal con las niñas, así como la identificación exclusiva de juguetes que potencien la experimentación, la actividad física o el desarrollo tecnológico con niños.
- Procurará que en las comunicaciones comerciales donde aparezcan varios niños y/o niñas sólo haya presencia de un solo sexo.
- Evitará que se ofrezca una imagen sexualizada de las niñas, que aparezcan vestidas y maquilladas como mujeres adultas y referenciadas como "sexy", o que evoquen el mandato de gustar al sexo masculino.
- No ofrecerá imágenes que inciten a la discriminación o al trato vejatorio de colectivos minoritarios, tratando siempre de ofrecer imágenes que representen perfiles plurales.
- No presentará los juguetes con la indicación expresa o tácita de que están destinados exclusivamente a niños de un solo sexo. Por consiguiente, se evitará identificarlos con la etiqueta "para niños" o "para niñas". No organizará la publicidad clasificando los juguetes por sexos.
- Evitará la contraposición en una misma campaña, material, o comunicación comercial de colores o gamas de colores específicos, tradicionalmente asignados a uno u otro género (rosa vs. azules o colores pastel vs. colores oscuros).
- Promoverá la diversidad y la igualdad de género a través de las infografías.
- Tratará de utilizar un lenguaje inclusivo.

En el marco de esta Comisión, AUC se encarga de elaborar el informe que se realiza todos los años con motivo de las campañas de Navidad, así como de poner en marcha las acciones que de dicho informe se deriven en caso de apreciarse incumplimientos. El objetivo de este seguimiento es evaluar, de modo general, el cumplimiento de la normativa de aplicación a la publicidad de juguetes y, más en concreto, el grado de cumplimiento del Código de Autorregulación de la Publicidad Infantil de Juguetes por parte de los anunciantes sometidos al mismo.

Además de su valor constatativo, el análisis permite la actuación frente a los posibles incumplimientos detectados, ya sea solicitando inicialmente su cese o rectificación por parte de los anunciantes adheridos al Código de la AEFJ, ya acudiendo a otras instancias extrajudiciales, administrativas o judiciales en el caso de anunciantes no adheridos, o de aquellos adheridos cuando la mediación previa no obtenga resultados satisfactorios bien por inatención a los requerimientos de la Comisión, bien por no estimarse las alegaciones presentadas por el anunciante y persistir el desacuerdo entre las partes.

El último informe realizado en 2025 recoge los datos de seguimiento y análisis de la publicidad de juguetes de la última campaña de Navidad, a partir de los anuncios emitidos por televisión en el periodo octubre-diciembre 2025, y se recoge como ANEXO.

## **COMISIÓN MIXTA DE SEGUIMIENTO DEL CÓDIGO DE CONDUCTA SOBRE COMUNICACIONES COMERCIALES DE LAS ACTIVIDADES DE JUEGO**

El artículo 28 del Real Decreto 958/2020, de 3 de noviembre, de comunicaciones comerciales de las actividades de juego, contempla la presencia de representantes de las organizaciones de consumidores y usuarios en la comisión mixta de seguimiento del código de conducta contemplado en dicha norma:

### **Artículo 28. Acuerdos de corregulación.**

1. La autoridad encargada de la regulación del juego podrá suscribir acuerdos de corregulación que coadyuven al cumplimiento de las obligaciones establecidas en la Ley 13/2011, de 27 de mayo, y en el presente Real Decreto sobre comunicaciones comerciales, con entidades de autorregulación que cumplan los requisitos establecidos en la normativa de la Unión Europea de aplicación. En la medida en que dichos acuerdos afecten a las comunicaciones comerciales efectuadas por los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, deberá recabarse informe de la autoridad audiovisual competente de ámbito estatal con carácter previo a la firma de los mismos, la cual podrá, en su caso, suscribir igualmente dichos acuerdos.

2. En el marco de los acuerdos de corregulación podrán aprobarse códigos de conducta, de adhesión voluntaria de los operadores y demás entidades intervinientes en la actividad publicitaria, que incluirán, como mínimo:

a) Medidas individuales o colectivas de autocontrol previo de los contenidos publicitarios que permitan presumir la buena fe del adherido al código en la apariencia de legalidad de la comunicación comercial, debiendo determinarse en el código el carácter voluntario u obligatorio de esas medidas.

b) Sistema de resolución extrajudicial de reclamaciones y controversias, al que se obliguen los firmantes, que cumplan los requisitos establecidos en la Ley 7/2017, de 2 de noviembre, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 2013/11/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo y, como tales, sean notificados a la Comisión Europea, de conformidad con lo previsto en el artículo 24.5 de la Ley 13/2011, de 27 de mayo.

c) Mecanismos de supervisión y control a posteriori del cumplimiento del mismo, incluido el seguimiento y supervisión de las resoluciones que adopte el órgano o entidad encargado de resolver las reclamaciones.

3. Para el seguimiento del cumplimiento de los códigos de conducta y de la actividad de supervisión y control de los mismos se establecerá una comisión mixta, presidida por un representante de la autoridad encargada de la regulación del juego e integrada por representantes de los firmantes del correspondiente código, del organismo público o autoridad nacional de reglamentación en el mercado de las comunicaciones audiovisuales, de la entidad de autorregulación encargada de su control, así como de las asociaciones de consumidores y usuarios, en los términos previstos en el código.

4. La autoridad encargada de la regulación del juego publicará en su página web los acuerdos de correulación y códigos de conducta que haya firmado, así como las entidades que se hayan adherido a los mismos.

El Código de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego al que se refiere la norma puede consultarse en el siguiente enlace:

[https://www.autocontrol.es/app/uploads/codigo-de-juego\\_vigor-agosto-2025.pdf](https://www.autocontrol.es/app/uploads/codigo-de-juego_vigor-agosto-2025.pdf)

Se trata de un Código cuya gestión se encomienda a la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol), y en cuya Comisión de Seguimiento participan, entre otros agentes, la Dirección General de Ordenación del Juego, los operadores del sector, los medios (algunos de ellos también operadores) y la propia Autocontrol, sin que se hubiera dado presencia inicialmente a las organizaciones sociales.

Básicamente, el Código es de aplicación a toda publicidad, promoción, patrocinio, y cualquier otra forma de comunicación comercial, difundida en España, de cualquier modalidad de actividad de juego regulada en la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego, incluida la promoción corporativa, de marca y de eventos, realizada por las empresas o entidades adheridas al mismo. La autopromoción también queda incluida.

Sus normas éticas recogen los principios de legalidad,, lealtad, identificación veracidad responsabilidad social y de juego responsable.

- No se permiten aquellas comunicaciones comerciales o autopromociones que:
- Inciten directa o indirecta a comportamientos antisociales o violentos.
- Realicen una promoción de modalidades o tipos de juego no autorizados o que induzcan a juegos desarrollados por quien no haya obtenido el correspondiente título habilitante.

- Representen, aprueben o alienten comportamientos de juego socialmente irresponsables, así como aquellas que den lugar a daños económicos, sociales o emocionales.
- Ofrezcan mensajes que puedan desvalorizar el esfuerzo, el trabajo o el estudio, en comparación con el juego.
- Transmitan tolerancia respecto al juego en entornos de trabajo.
- Sugieran que el juego puede mejorar las habilidades personales o el reconocimiento social.
- Incluyan contenido sexual o vinculen el juego a la seducción, el éxito sexual o el incremento del atractivo.
- Presenten el juego como indispensable o prioritario en la vida. 5.9. Sugieran la presión del grupo para jugar o menospreciar la abstinencia del juego.
- Presenten la familia o las relaciones sociales como secundarias respecto del juego.
- Denigren a las personas que no juegan o, en sentido inverso, otorguen una superioridad social a aquellos que juegan.

Asimismo:

- Se prohíben las comunicaciones comerciales o autopromociones que inciten a la práctica adictiva o patológica del juego.
- Se obliga a la inclusión de mensaje de responsabilidad social o lucha contra la adicción, adecuada al medio o prestador que difunda la comunicación comercial y al tipo o modalidad de juego.
- Se prohíbe la explotación del sufrimiento o sugerir que el juego es una vía de escape de problemas personales, profesionales, educativos, de soledad o depresión.
- Se prohíbe de sugerir que el juego puede ser una solución a problemas financieros.
- Se prohíbe dar a entender que las pérdidas excesivas del juego no tienen consecuencias.

- Se prohíbe presentar el juego como una forma de recuperar las pérdidas económicas del juego.
- Se prohíbe realizar ofertas de crédito a los participantes de un juego.
- Se prohíbe inducir a error sobre la posibilidad de resultar premiado y de dar a entender que la repetición del juego aumenta la probabilidad de ganar.
- Se prohíbe sugerir que la habilidad o la experiencia del jugador eliminará el azar de que depende la ganancia.
- Se prohíbe representar como gratificantes comportamientos compulsivos de juego.
- Se prohíbe asociar situaciones de juego repetitivas, incontroladas o compulsivas a emociones fuertes.
- Se prohíbe fomentar apuestas o riesgos descontrolados.

Las comunicaciones comerciales y autopromociones de las actividades de bingo, juego de ruleta, punto y banca, black jack, póquer, apuestas de contrapartida deportivas o hípcas, máquinas de azar y apuestas cruzadas, limitarán los bonos de bienvenida utilizados en comunicaciones comerciales a la cantidad máxima de doscientos euros (200€). Incluirán en los anuncios los preceptivos logos de advertencia sobre juego responsable y prohibición de jugar para los menores de 18 años a través de una advertencia estandarizada. No incluirán la presencia de deportistas en activo realizando actividades de juego o prescribiendo las mismas.

Se hace especial hincapié en la protección de menores. No se permiten comunicaciones comerciales o autopromociones que:

- Sugieran que los menores pueden jugar o realizar apuestas.
- Utilicen o incluyan menores ni estén protagonizados por menores de 25 años.
- Inciten directa o indirectamente a los menores a la práctica del juego, o exploten la especial relación de confianza que los menores depositan en sus padres, profesores u otras personas, incluyendo, entre otros, a aquellas que sean reconocibles por su notoriedad pública y participen en espacios infantiles en medios de comunicación o cuya actividad se centre en menores de edad. Además, no se emplearán elementos visuales, sonoros, verbales o escritos que sean especialmente dirigidos a menores, y

contendrán, en su caso, una advertencia sobre el uso de ficciones en los mensajes publicitarios.

- Presenten la práctica del juego como una señal de madurez o de paso a la edad adulta.
- Presenten el juego como un regalo que un niño puede dar o recibir.
- Sean dirigidas a menores de 18 años.

Por lo que respecta a la Comisión Mixta de Seguimiento, queda formada por el titular de la Dirección General Ordenación del Juego, que ejercerá la presidencia de la Comisión, un representante de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, un representante del Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, cinco representantes del sector de los operadores de juego, tres representantes de las asociaciones de consumidores y usuarios de ámbito estatal inscritas en el Registro Estatal de Asociaciones de Consumidores y Usuarios, dos representantes del resto de cada uno de los sectores adheridos al Código (prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva, prestadores del servicio de comunicación audiovisual radiofónica, prestadores de servicios de la sociedad de la Información, y editores de prensa), y un representante de Autocontrol con voz pero sin voto, que ejercerá las funciones de Secretaría de la Comisión.

La Comisión Mixta tiene como funciones:

- a) Evaluar periódicamente la aplicación del Código en relación con los objetivos planteados. Con este fin encargará muestreos periódicos de la publicidad y demás comunicaciones comerciales difundidas en España.
- b) Realizar las propuestas de mejora y revisión del Código que considere oportunas.
- c) Encargar, transcurridos seis meses desde la entrada en vigor del Código, un muestreo de las comunicaciones comerciales objeto de este Código para analizar su nivel de cumplimiento.
- d) Decidir, de acuerdo con los resultados del muestreo a que se refiere la letra anterior, acerca del establecimiento de un régimen de obligatoriedad del uso de la consulta previa prevista en el apartado 3 de las "Normas de aplicación" para uno o varios operadores de juego concretos, en situaciones excepcionales de reiteración por éstos de infracciones al Código de Conducta.

- e) Conocer periódicamente los informes que le presente Autocontrol acerca del cumplimiento del Código.
- f) Decidir acerca de las solicitudes de adhesión de concretas compañías de los sectores inicialmente participantes, o acerca de la incorporación de compañías ajenas a dichos sectores.
- g) Decidir la presentación de reclamaciones ante el Jurado de la Publicidad de Autocontrol en todos aquellos casos en que estime que se haya podido producir una infracción de las normas contenidas en el Código.
- h) Recabar información de AUTOCONTROL acerca de si determinados anuncios, conocidos públicamente por haber iniciado su emisión, fueron objeto de consulta previa o "copy advice" positivo emitido por el Gabinete Técnico de Autocontrol.

S se reunirá con la periodicidad necesaria para cumplir adecuadamente con sus funciones, por convocatoria de su Presidente o a solicitud de tres o más de sus miembros. 3.4.- Las decisiones se adoptarán por mayoría simple de los miembros presentes o representados. Se abstendrá en las votaciones que se lleven a cabo en la Comisión Mixta de Seguimiento y que afecten de manera concreta a la comunicación comercial de una empresa el miembro de la Comisión que forme parte de esa empresa.

La Asociación de Usuarios de la Comunicación ha sido especialmente insistente ante la Dirección General de Ordenación del Juego sobre la necesidad de dar cumplimiento a lo establecido por el Real Decreto e incorporar a las asociaciones de consumidores y usuarios a la Comisión.

Finalmente, en el año 2024 se ha nombrado a la persona propuesta por AUC como uno de los representantes del CCU en la Comisión Mixta del Código de Conducta sobre las Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego.

La participación de los representantes del CCU en la Comisión Mixta se ha hecho efectiva en 2025, con la participación en las siguientes reuniones: martes 25 de febrero, jueves 8 de mayo, martes 15 de Julio y martes 28 de Octubre.

## **FORO CONTRA LAS CAMPAÑAS DE DESINFORMACIÓN EN EL ÁMBITO DE LA SEGURIDAD NACIONAL**

Por iniciativa del Departamento de Seguridad Nacional del Ministerio de la Presidencia, en el año 2019 se crearon una serie de grupos de trabajo de expertos en relación a la actuación contra las estrategias de desinformación, abarcando diferentes aspectos como la taxonomía del fenómeno, legislación, alfabetización mediática, procesos electorales y recomendaciones para una estrategia de lucha contra las campañas de desinformación, área en la que se incorporó AUC.

El Consejo de Ministros, en su reunión de 31 de mayo de 2022, a propuesta del Ministro de la Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática, ha aprobó un Acuerdo por el que se crea el Foro contra las campañas de desinformación en el ámbito de la Seguridad Nacional y se regula su composición y funcionamiento.

Dicho Acuerdo queda recogido en la Orden PCM/541/2022, de 10 de junio. En ella se hace referencia a la Ley 36/2015, de 28 de septiembre, de Seguridad Nacional, la cual establece en el artículo 5.1 que el Gobierno promoverá una cultura de Seguridad Nacional que favorezca la implicación activa de la sociedad en su preservación y garantía, como requisito indispensable para el disfrute de la libertad, la justicia, el bienestar, el progreso y los derechos de los ciudadanos. Asimismo, dispone, en su artículo 5.2, que el Gobierno pondrá en marcha acciones y planes que tengan por objeto aumentar el conocimiento y la sensibilización de la sociedad acerca de los requerimientos de la Seguridad Nacional, de los riesgos y amenazas susceptibles de comprometerla, del esfuerzo de los actores y organismos implicados en su salvaguarda y la corresponsabilidad de todos en las medidas de anticipación, prevención, análisis, reacción, resistencia y recuperación respecto a dichos riesgos y amenazas.

En línea con este mandato legislativo, mediante Real Decreto 1150/2021, de 28 de diciembre, se aprobó la Estrategia de Seguridad Nacional 2021, en la que se contemplan expresamente las campañas de desinformación como una amenaza y riesgo para la seguridad nacional. Dichas campañas buscan polarizar a la sociedad y minar su confianza en las instituciones y suponen, además, una grave amenaza para los procesos electorales.

La Estrategia de Seguridad Nacional 2021 expone también que «la colaboración público-privada, especialmente con los medios de comunicación y proveedores de redes sociales, y la sensibilización de la ciudadanía, son aspectos clave a la hora de detectar y hacer frente a las campañas de desinformación».

De igual forma, el Plan de Acción para la Democracia Europea, COM/2020/790 de 3 de diciembre de 2020, resalta cómo el nuevo escenario de amenazas exige una cooperación aún más estrecha con los actores relevantes de la sociedad civil, el mundo académico y el sector privado como única forma de obtener la visión completa del panorama de amenazas híbridas necesario para prevenir y hacer frente eficazmente a las campañas de desinformación.

En consecuencia, se crea el Foro contra las campañas de desinformación en el ámbito de la Seguridad Nacional como espacio de colaboración público-privada, en el que se recomienden iniciativas para fomentar el conocimiento de la amenaza de las campañas de desinformación y la realización de actividades conjuntas y participativas.

El Foro se constituye como órgano colegiado, con una composición de carácter multidisciplinar. Está integrado por seis personas en representación de la Administración General del Estado y diez personas en representación de organismos de la sociedad civil procedentes del ámbito académico, del sector privado y de asociaciones y/o entidades sin ánimo de lucro. Además, podrá contar con la participación de personas expertas independientes y de la ciudadanía.

Para el cumplimiento de sus fines, el Foro se estructura en los siguientes órganos:

- a) La Presidencia.
- b) La Vicepresidencia.
- c) El Pleno.
- d) La Secretaría.

La Presidencia. corresponde a la persona titular del Departamento de Seguridad Nacional.

La Vicepresidencia será ejercida por una persona designada en representación de la Secretaría de Estado de Comunicación.

La Secretaría. La persona titular de la Secretaría, que podrá participar con voz, pero sin voto en las reuniones del Pleno, será designada por la persona titular de la Presidencia.

El Pleno está constituido, además de por las personas que ejercen la Presidencia y la Vicepresidencia, por las siguientes vocalías:

- a) Cuatro personas en representación de los Ministerios de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, de Defensa, del Interior, y de Asuntos Económicos y Transformación Digital, designadas por cada uno de los Ministerios correspondientes.

b) Diez personas en representación de la sociedad civil, el ámbito académico y el sector privado, propuestas por las autoridades y organizaciones de cada ámbito, que serán nombradas por la persona titular de la Presidencia, considerando para su selección el factor de mayor representatividad en los distintos sectores:

1. ° Una persona nombrada en representación de las asociaciones del sector de comunicación audiovisual, a propuesta de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.
2. ° Una persona nombrada en representación de las asociaciones de periodistas, a propuesta de la asociación de periodistas con mayor representación a nivel nacional.
3. ° Una persona nombrada en representación de las organizaciones independientes de verificación a propuesta de la asociación de periodistas con mayor representación a nivel nacional.
4. ° Una persona nombrada en representación de las universidades españolas, designada entre catedráticos o profesores de Universidad a propuesta de la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas.
5. ° Una persona nombrada en representación de centros de investigación en el campo de la inteligencia artificial, a propuesta del Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
6. ° Una persona nombrada en representación de centros de análisis de la realidad jurídica y sociopolítica nacional e internacional, a propuesta del Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.
7. ° Una persona nombrada en representación de los institutos y centros de análisis estratégicos sobre la seguridad nacional e internacional, a propuesta del Instituto Español de Estudios Estratégicos.
8. ° Una persona nombrada en representación de las asociaciones del sector industrial digital, a propuesta de la asociación empresarial del sector digital más representativa a nivel nacional.
9. ° Una persona nombrada en representación de las asociaciones y organizaciones del sector de la publicidad, a propuesta de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.
- 10.° Una persona nombrada en representación de las asociaciones de usuarios de nuevas tecnologías de la información, a propuesta del Consejo de Consumidores y Usuarios. El CCU designó, para su representación en el Foro a un miembro de AUC.

La duración del mandato de las vocalías designadas en representación de la sociedad civil, el ámbito académico y el sector privado será de dos años, prorrogables por dos años más.

El Pleno desarrollará las funciones de promover y elaborar estudios e iniciativas que permitan, directa o indirectamente, aumentar el conocimiento y la sensibilización de la sociedad acerca de los riesgos y amenazas generados por las campañas de desinformación susceptibles de comprometer la Seguridad Nacional, así como sobre el esfuerzo de los actores y organismos implicados en su salvaguarda y la corresponsabilidad de todos en medidas de anticipación, prevención, análisis, reacción, resistencia y recuperación respecto a dichos riesgos y amenazas, como contempla la Ley 36/2015, de 28 de septiembre, de Seguridad Nacional. Adoptará sus acuerdos por mayoría de dos tercios, y se reunirá, a iniciativa de la persona titular de la Presidencia, como mínimo dos veces al año o cuantas veces lo considere necesario en función de las circunstancias que afecten a su ámbito de actuación.

En el marco del Foro se han creado diversos grupos de trabajo específicos con la composición y funciones que para cada caso se disponga y con el objetivo de llevar a cabo el estudio y análisis de temas específicos relacionados con los fines del Foro, que podrán incorporar a personas expertas en la materia o recabar su criterio, e invitar a participar en sus actividades a representantes de otras Administraciones Públicas.

## **GRUPO DSA Y DESINFORMACIÓN**

En 2025 el representante del CCU ha continuado como co-coordinador, junto con el representante de la CNMC, de un Grupo de Trabajo cuyo objetivo ha sido evaluar el cumplimiento del Reglamento de Servicios Digitales (DSA)<sup>1</sup> y del Código de Conducta suscrito por los operadores a nivel europeo, especialmente en el caso de las plataformas de internet de muy gran tamaño (VLOP).

El informe realizado en 2025, de cuya redacción se ha encargado el representante del CCU, está pendiente de publicación.

El resumen ejecutivo se adjunta como ANEXO.

---

<sup>1</sup> [BOE.es - DOUE-L-2022-81573 Reglamento \(UE\) 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo de 19 de octubre de 2022 relativo a un mercado único de servicios digitales y por el que se modifica la Directiva 2000/31/CE \(Reglamento de Servicios Digitales\).](https://boe.es/boe/L-2022-81573)

## **GRUPO DE TRABAJO “IMPULSO A LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA”**

El representante de AUC ha participado también en el Grupo de Trabajo “Impulso a la alfabetización mediática”. Eran sus objetivos:

- Potenciar las medidas de alfabetización mediática mejorando la coordinación entre los agentes implicados.
- Aumentar el alcance de las medidas de alfabetización mediática, mejorar su calidad, y despertar el interés en la ciudadanía.
- Facilitar el acceso al informe trienal sobre medidas de alfabetización mediática de España elaborado por la CNMC1 a través de la creación de un punto de acceso virtual donde la información aparezca de forma ordenada

En ese Grupo se han llevado a cabo:

- Grupos de discusión “Chatam House” orientados a poner en común ideas y reflexiones y elaborar recomendaciones.
- Celebración de encuentros telemáticos con una duración de un máximo de 90 minutos.
- Actividades paralelas del grupo para enriquecer y ampliar el conocimiento en la alfabetización mediática.

En un contexto mediático en el que predomina la desinformación, los discursos del odio, los bulos y las mentiras la alfabetización mediática constituye uno de los principales retos a los que se enfrentan las sociedades actuales.

El objetivo del Grupo era conocer de primera mano las propuestas de trabajo para el impulso de la alfabetización mediática e informacional (AMI) por los principales expertos del país.

El formato de esta actividad pretende ser dinámico, a través del debate entre especialistas, con la participación del público. Por un lado, se considera necesario conocer el diagnóstico que realizan los expertos sobre la situación de la alfabetización mediática en el sistema educativo español -universitario y no universitario-. Por otro, se busca la implementación mediática en nuestro sistema educativo.

El grupo se reunió en cuatro ocasiones, además de las 21 sesiones del webinar, y las dos jornadas paralelas.

El Grupo alcanzó las siguientes conclusiones y recomendaciones:

- **Existe una brecha generacional.** Los jóvenes y los adultos consumen información de manera muy diferente. Mientras los primeros acceden a contenidos mayormente a través de redes sociales como TikTok e Instagram, los adultos recurren a fuentes más tradicionales.
- **La educación mediática debe incluirse en el currículum académico.** El Grupo considera que debe enseñarse cómo relacionarse con los medios desde las etapas más tempranas. La alfabetización mediática debería ser una capacidad incluida en el currículum educativo como una competencia transversal.
- **Los adultos y mayores también necesitan formación específica.** Las personas de edades más avanzadas y los adultos en general también tienen que ser el público objetivo de las campañas de alfabetización mediática, especialmente en temas de seguridad digital, identificación de noticias falsas y la privacidad en entornos digitales. No solo los menores son un grupo vulnerable, también los mayores de edades más avanzadas pueden ser víctimas de la desinformación por lo que deben ser público objetivo de las campañas de alfabetización.
- **Fomentar campañas de concienciación dirigida a los creadores de contenido.** Tenemos que ser capaces de incluir a los creadores de contenido en la alfabetización mediática a través de campañas de sensibilización: hay que incentivar a este grupo la importancia de compartir información verificada e invitarles a promover el pensamiento crítico entre sus seguidores.
- **Creación de códigos de conducta, a través de la *auto* y la *corregulación*, potenciando cuando sea necesario la regulación.** Estos instrumentos deberían estar dirigidos a mejorar la calidad del contenido que circula por las redes sociales y como muro de contención para evitar la propagación de la desinformación.
- **Coordinación entre agentes y colaboración interinstitucional.**  
Deben coordinarse los esfuerzos entre las instituciones públicas, medios de comunicación, la academia y organizaciones del tercer sector. Se ha identificado una falta de comunicación entre los distintos agentes, lo que genera esfuerzos duplicados y falta de una estrategia común.

➤ **Necesidad de medir el impacto de las iniciativas y evaluación de programas de alfabetización mediática.**

Es necesario y urgente establecer indicadores claros, objetivos y transparentes para evaluar la efectividad de las iniciativas de alfabetización. La mayoría de los actuales programas carecen de métricas fiables que midan su impacto real en la ciudadanía.

➤ **Despertar el interés de la ciudadanía por la alfabetización mediática.** La alfabetización mediática necesita de una **participación activa**, conectándola a la vida cotidiana y las preocupaciones reales de la gente. Además, es necesario combinar mensajes que despierten la conciencia crítica sin confundir con alarmismo suministrando soluciones y herramientas prácticas.

## GOBIERNO ABIERTO

El Foro de Gobierno Abierto es un espacio de participación y diálogo permanente entre las Administraciones públicas (estatal, autonómicas y locales) y los/las representantes de la sociedad civil, cuyo objetivo es impulsar la colaboración, la transparencia, la participación y la rendición de cuentas. En él participan, con igual número de representantes, las Administraciones públicas y la sociedad civil.

Se creó mediante la [Orden HFP/134/2018, de 15 de febrero](#), que recoge su organización y funciones. El Foro aprobó sus normas complementarias de funcionamiento el 29 de octubre de 2020.

El Foro de Gobierno Abierto es una iniciativa que ha servido para crear un entorno para la participación y el diálogo entre la sociedad civil y las administraciones públicas. Dos miembros de AUC participan, en representación del CCU, en los Grupos de Trabajo. Concretamente, en el de Comunicación y en el de Integridad.

En 2024 se puso en marcha el V Plan (2024-2028), sometiéndose la propuesta a un proceso de consulta pública.

De cara a este V Plan, los participantes de AUC en representación del CCU propusieron la realización de una serie de talleres relacionados con la desinformación y la participación de la ciudadanía en el Gobierno Abierto. Al parecer, el alto volumen de aportaciones recibidas ha motivado una alteración en la hoja de ruta de cocreación del V Plan. Y aun estamos a la espera de que esta propuesta se concrete.

El 21 de febrero se celebró una reunión sobre el proceso de cocreación del programa de la IX Cumbre Global de Gobierno Abierto, así como sobre la elección de un miembro del Foro de Gobierno Abierto para ser portavoz de la sociedad civil en el Consejo Asesor de la IX Cumbre; la actualización del proceso de cocreación del V Plan de Gobierno Abierto, y sobre la Semana de la Administración Abierta a celebrar del 19 al 25 de mayo.

El 12 de marzo, se celebró el Pleno del Foro De Gobierno Abierto

.

Asimismo, se abrió un periodo de consulta entre los miembros del foro (febrero-marzo) con motivo de la organización de la IX Cumbre Global de Gobierno Abierto, que tendrá lugar en Vitoria-Gasteiz del 7 al 9 de octubre de 2025 para recoger las prioridades y preocupaciones de la comunidad global que servirán de base para la elaboración del programa de la cumbre. La consulta estaba organizada en diez áreas temáticas alineadas

con los temas del Desafío de Gobierno Abierto. Dentro de cada área, se podían comentar y proponer los temas que considerara que deben incluirse en la agenda

AUC volvió a plantear la importancia de abordar los aspectos relacionados con la desinformación.

En septiembre se solicitó a los miembros del Foro proponer contenido con el que elaborar el texto de la intervención en el plenario, recogiendo las principales visiones y mensajes de las entidades en relación con los retos de la agenda de Gobierno Abierto y sus causas.

En otoño de 2025 se celebró la IX Cumbre Global de la Alianza para el Gobierno Abierto en Vitoria-Gasteiz, con el objetivo de impulsar las políticas transversales en materia de Gobierno Abierto, en base a un programa que recoja las principales líneas de trabajo estructuradas en tres grandes ejes: las personas, las de instituciones y las tecnologías

La Cumbre Global de Gobierno Abierto 2025 se presentaba como una oportunidad única para que la comunidad de Gobierno Abierto se reúna, intercambie ideas y genere cambios significativos.

Asimismo, los representantes del CCU suscribieron una carta de las organizaciones de la sociedad civil del Foro de Gobierno Abierto de España ante la Cumbre Global de la Alianza de Gobierno Abierto con el siguiente contenido:

*Nos encontramos en un momento caracterizado por unos retos sociales, ambientales, económicos y democráticos que, con distintas intensidades y características, se replican en gran parte del planeta. Algunos de los logros y consensos alcanzados en décadas pasadas y sobre los que se cimienta un ideal compartido de democracia, prosperidad y paz están a día de hoy en entredicho y sufriendo retrocesos que afectan ya la vida y derechos de millones de personas.*

*Ante estos retos y amenazas, los objetivos, principios y valores del Estado Abierto representan una hoja de ruta esencial para lograr y proteger una sociedad democrática, justa y próspera.*

*Es por ello que las organizaciones y representantes de la sociedad civil en el Foro de Gobierno Abierto de España reconocemos el valor de la Alianza por el Gobierno Abierto como espacio estratégico para la defensa e impulso de esta visión en la comunidad internacional, así como el valor de los correspondientes procesos y espacios de Estado Abierto existentes a nivel estatal, regional y local.*

*España se enfrenta a día de hoy a grandes retos que limitan la transparencia, el acceso a la información, la protección del espacio cívico y la participación ciudadana en los asuntos públicos.*

*A pesar de la relevancia y urgencia de estos retos, las entidades de la sociedad civil que conformamos el Foro de Gobierno Abierto percibimos que las medidas adoptadas desde las Administraciones Públicas carecen del alcance y de la ambición necesarias y que los avances en cuestiones clave son escasos y lentos.*

*Demandamos que los tres poderes del Estado (Ejecutivo, Judicial y Legislativo), y también los distintos niveles de la Administración (central, autonómico y local), muestren valentía y voluntad política para apoyar la adopción de medidas clave para un Gobierno y un Estado Abierto y que éstas vengán acompañadas de una implementación real y ambiciosa de los compromisos adquiridos. La confianza en la democracia requiere recuperar el valor de la palabra y del compromiso en política.*

*Sin una implementación real y ambiciosa de los compromisos de Estado Abierto, éstos no desencadenarán sus efectos positivos sobre el sistema democrático y pueden llegar incluso a contribuir a la desafección ciudadana hacia las instituciones y al hartazgo entre las entidades de la sociedad civil que defienden y promueven esta agenda de reformas.*

*A la hora de garantizar la transparencia, el derecho de acceso a la información, la participación efectiva de la ciudadanía, la rendición de cuentas y la prevención de la corrupción; es necesario contar con voluntad política, con un marco legal adecuado y con unas instituciones capaces y dotadas de recursos suficientes. Pero todo lo anterior sólo será posible si existen órganos garantes del ejercicio de los derechos y del cumplimiento efectivo de las leyes y de las políticas; si estos órganos son realmente independientes de los gobiernos; y si se les dota de la capacidad para hacer cumplir sus decisiones*

*Por todo lo anterior, y a pesar de la intensa actividad del Ejecutivo español a la hora de elaborar y presentar Planes, Estrategias y Consensos relacionadas con la agenda de Estado Abierto, las organizaciones y entidades de la sociedad civil del Foro de Gobierno Abierto echamos en falta compromisos y medidas ambiciosas sobre aspectos fundamentales. Específicamente:*

*a. La existencia de mecanismos de contrapeso reales, tales como órganos fiscalizadores, que sean independientes del Poder Ejecutivo y que cuenten con los recursos y las competencias necesarias para poder ejercer su función, en temas clave como la financiación de los partidos políticos y las campañas electorales. Ello es esencial para poder fortalecer los mecanismos de lucha contra la corrupción y para poder garantizar el ejercicio del Derecho de Acceso a la información.*

*b. La reforma de la Ley de Transparencia es uno de los desafíos más urgentes a los que debe de enfrentarse España, dándole naturaleza de ley orgánica para que el derecho de acceso a la información sea reconocido como Derecho Fundamental en la normativa española y su aplicación sea homogénea en todo el territorio español. Su ejecución eficaz es vital para fortalecer los principios democráticos y garantizar la responsabilidad pública.*

*c. Disponer de una Estrategia Nacional Anticorrupción que incluya la regulación integral de la prevención de conflictos de intereses y de la actividad de los grupos de interés ante los distintos poderes del Estado así como la debida protección de personas informantes. Ésto, tal y como ha sido instado a España repetidas veces por diversos organismos internacionales, es esencial para reforzar la transparencia, la integridad pública y la calidad democrática.*

d. Consolidar mecanismos de participación de la ciudadanía en los asuntos públicos que sean efectivos y que generen una auténtica capacidad de contribución a las personas o entidades participantes. España se está incorporando muy tímidamente a innovaciones democráticas en materia de participación que ya son realidades consolidadas en muchos países de nuestro entorno, tales como procesos estables de democracia deliberativa o plataformas digitales que garantizan el ejercicio efectivo del derecho de petición. Asimismo, se requieren marcos regulatorios que otorguen seguridad jurídica, fomenten la participación de todos los agentes de la sociedad civil y eviten conflictos de intereses, entre ellos una ley de regulación del lobby, aún pendiente de aprobación, y la reforma del procedimiento de consultas públicas.

e. Garantizar una gobernanza digital democrática que sitúe a las personas y sus derechos en el centro. La digitalización de la administración y el uso creciente de algoritmos e inteligencia artificial en la toma de decisiones públicas deben estar sujetos a transparencia, control democrático y participación ciudadana. Para ello necesitamos organismos independientes y autónomos que velen por el respeto de los derechos, un registro público de algoritmos y espacios de deliberación donde instituciones y sociedad civil construyamos colectivamente el tipo de sociedad que queremos. Sólo así aseguraremos que la inteligencia artificial esté al servicio de una sociedad democrática, justa y orientada al bien común.

Por otro lado, la riqueza y diversidad de perfiles y actores sociales dentro del ecosistema de Gobierno Abierto en España nos permite poner el foco en otras cuestiones que deberían formar parte central del modelo de Estado Abierto impulsado por España. Así:

a. Ninguno de los objetivos del Estado Abierto se logrará plenamente si no se incorpora la perspectiva de género de manera transversal. Es necesario abrir los datos desagregados por sexo, promover medidas que incentiven este objetivo y evaluar el impacto de género de las políticas, así como contar con equipos multidisciplinares paritarios que aúnen todas las visiones. La escasez de mujeres en los puestos de dirección y alta gestión pública supone una pérdida de talento y de legitimidad democrática.

b. Es igualmente esencial que todas las acciones que se emprendan desde un Gobierno tengan la mirada puesta en la exclusión social. Es necesario apostar por mecanismos, prácticas y metodologías que permitan poner voz a las personas que están en situación de exclusión y riesgo de exclusión para que se pueda conocer su opinión, expectativas y necesidades a la hora de diseñar y ejecutar políticas públicas. La red del Tercer Sector en España, y el voluntariado que lo sustenta, es un eslabón necesario para enlazar las políticas de Gobierno Abierto con la vida cotidiana de la ciudadanía, por lo que es un sector a cuidar y apoyar desde las administraciones públicas.

c. Es imperativo que las decisiones públicas estén informadas y soportadas por evidencias científico-técnicas. Para ello, se deberán diseñar mecanismos adecuados de efectiva transferencia del conocimiento académico y profesional y de otras fuentes de conocimientos prácticos a los procesos de diseño de políticas públicas y de toma de decisión. También se deberá garantizar la presencia y participación activa de la academia y perspectiva profesional multidisciplinar en los foros y espacios de Gobierno Abierto.

d. *Resulta de especial importancia implantar la transparencia, el acceso a la información, la simplificación administrativa y la rendición de cuentas en el diseño mismo de la documentación pública, junto con el seguimiento, finalización y conservación de los procedimientos administrativos que regulan los derechos y los deberes de la ciudadanía, mediante un sistema consistente y común de gestión documental y de archivo. Sólo de este modo podrán las Administraciones Públicas gestionar eficazmente el equilibrio entre el derecho de acceso a la información pública y las posibles restricciones derivadas de la confidencialidad y/o de los datos personales contenidos en los documentos públicos.*

*Pedimos, finalmente, al Gobierno de España que impulse a nivel doméstico y en el marco de la Alianza por el Gobierno Abierto un compromiso real de generar espacios eficaces y seguros de participación de la sociedad civil en el desarrollo de políticas y normativas. Es prioritario que exista una respuesta contundente de la comunidad internacional ante la creciente tendencia de algunos gobiernos de aplicar estrategias para restringir el espacio a la sociedad civil, disminuyendo su financiación, cuestionando su legitimidad e incluso llegando a perseguirlas, estigmatizarlas o litigar contra ellas. Esto está afectando ya a día de hoy a organizaciones y personas defensoras de derechos humanos y el planeta en muchos países del mundo.*

*No queremos dejar pasar esta oportunidad para condenar públicamente todas las masacres, actos de terrorismo y guerras en el mundo, que afectan a la paz y dignidad de las personas, que están cobrándose miles de vidas y dañando profundamente el futuro de las supervivientes y de sus sociedades. En la actualidad, guerras como las que tienen lugar en Ucrania, Sudán o Myanmar, producen una vulneración grave de los derechos humanos. Un dramático ejemplo de ello, que hoy queremos señalar, es la situación de genocidio que está sucediendo en Gaza. En coherencia con los principios y valores del Gobierno Abierto, el Derecho Internacional Humanitario y los Derechos Humanos, requerimos a nuestros representantes públicos que pongan todos los mecanismos y acciones que en derecho les correspondan para detener estas violaciones de derechos humanos, condenar a sus responsables y reparar los daños causados. Creemos que es incompatible y profundamente incoherente promover los principios de gobierno abierto y la democracia, y a la vez apostar por las lógicas de fuerza, violencia y guerra como herramienta de resolución de conflictos en nuestro mundo, entre países e internamente en los países.*

*Las entidades de la sociedad civil del Foro de Gobierno Abierto de España hacemos un llamamiento final a todos los actores (Gobiernos, parlamentos, Poder Judicial, universidades, sociedad civil, tercer sector, empresas, profesiones colegiadas y sindicatos) a incrementar el compromiso, ambición y activismo por la agenda del Estado Abierto. Si actuamos conjuntamente y alineados en una misma dirección y con un objetivo compartido podemos convertirla en un efectivo rompeolas que proteja y amplíe nuestra democracia. El momento histórico que estamos viviendo nos interpela y debemos estar todas a la altura de las circunstancias.*

En octubre lanzo una audiencia e información pública del Anteproyecto de Ley de Administración Abierta, pero no hubo pronunciamiento del CCU.

De cara a una nueva reunión del Foro de Gobierno Abierto el 27 noviembre se nos trasladó un formulario de recopilación de opiniones.

¿Qué crees que es lo que mejor funciona del Foro de Gobierno Abierto? ¿Qué mantendrías?

¿Qué crees que es lo que no funciona tan bien en el Foro de Gobierno Abierto? ¿Qué mejorarías?

¿Qué valor aporta a tu organización ser parte del Foro de Gobierno Abierto?

¿Crees que el Foro de Gobierno Abierto debería incorporar organizaciones de otros ámbitos sectoriales? ¿De cuáles?

¿Tienes algún otro comentario o sugerencia sobre el funcionamiento del Foro de Gobierno Abierto?

Finalmente, la respuesta se remitió en 2026.

Para más información sobre el PGA:

[http://www.plataformatercersector.es/sites/default/files/Plataforma%20Tercer%20Sector\\_Informe%20Gobierno%20Abierto\\_digital\\_ACCESIBLE.pdf](http://www.plataformatercersector.es/sites/default/files/Plataforma%20Tercer%20Sector_Informe%20Gobierno%20Abierto_digital_ACCESIBLE.pdf)

[https://transparencia.gob.es/transparencia/dam/jcr:145644ea-1149-4250-a5b8-06513778aab6/2024%20documento%20marco%20V%20Plan\\_ aprobado\\_ACTUALIZADO.pdf](https://transparencia.gob.es/transparencia/dam/jcr:145644ea-1149-4250-a5b8-06513778aab6/2024%20documento%20marco%20V%20Plan_ aprobado_ACTUALIZADO.pdf)

## **COMISION PERMANENTE DE DIGITALIZACIÓN DE LA ECONOMIA, LA ADMINISTRACION Y LA CIUDADANIA**

AUC participa en esta Comisión Permanente creada por la SEDIA

En 2025 no ha desarrollado actividad.

## **COMITÉ DE PERSONAS EXPERTAS PARA LA GENERACIÓN DE ENTORNOS DIGITALES SEGUROS**

El 30 de enero de 2024 (BOE 10 de febrero de 2024), según Acuerdo de Consejo de Ministros y Ministras, se crea un Comité de personas expertas para el desarrollo de un entorno digital seguro para la juventud y la infancia.

El 10 de febrero se publica en el BOE la Resolución de 1 de febrero de 2024, de la Subsecretaría del Ministerio de Juventud e Infancia, por la que se publica dicho Acuerdo.

Los avances sociales y tecnológicos que plantea la digitalización de nuestra sociedad están generando profundas transformaciones que tienen una gran afectación en los derechos, protección y desarrollo integral de la infancia y la juventud. El entorno digital y sus constantes desarrollos tecnológicos permite interactuar digitalmente a las niñas y niños en ámbitos importantes, como el educativo o el de la socialización lúdica. Los beneficios de estos procesos de digitalización y de democratización del acceso a los entornos digitales deben ir parejos de las necesarias medidas de protección a la infancia y a la juventud en el ciberespacio, como ya ha venido produciéndose en cuestiones relativas a la prevención de todo tipo de violencias o a la protección de datos.

Tanto la normativa internacional como la legislación española establecen la necesidad de formalizar un sistema de protección de las personas en internet. En el caso español, han sido notables los avances en materia de protección de menores que consagran leyes como la Ley Orgánica 8/2021, de 4 de junio, de protección integral a la infancia y la adolescencia frente a la violencia, la cual incluye una referencia a la «violencia digital» como un concepto incluido dentro de las definiciones de violencia, o la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

En esta línea, se hace necesario avanzar en la protección de la infancia, la adolescencia y la juventud para generar un entorno digital cada vez más seguro y salutogénico, dirigido a garantizar su desarrollo integral, evitando los riesgos y peligros que vienen señalándose tanto desde ámbitos científicos y educativos como desde las propias entidades y asociaciones de protección a la infancia y la juventud. Igualmente, es preciso fomentar la formación digital al fin de enseñar a niños, niñas y jóvenes a ser usuarios conscientes y seguros de la tecnología, así como, de los aspectos psicológicos teniendo en cuenta el impacto emocional y cognitivo de las experiencias en línea.

Para ello se considera oportuno la constitución de un comité de personas expertas que ofrezca un diagnóstico multidisciplinar sobre la forma de desarrollar entornos digitales

seguros para menores y jóvenes, que señale y ponga en valor las buenas prácticas en la materia y que advierta sobre los riesgos de una incorrecta exposición de niñas, niños y adolescentes a móviles, pantallas, etc. Se busca aprovechar la evidencia científica y la experiencia práctica para fundamentar las medidas y actuaciones que hayan de ser aprobadas e implementadas por las Administraciones públicas, cada una en su ámbito competencial.

Se contempla que en el plazo de seis meses desde su constitución, el Comité debe remitir al Gobierno, a través del Ministerio de Juventud e Infancia, un informe que analice las buenas prácticas en esta materia, que señale los principales riesgos y peligros a los que puede enfrentarse la infancia y la juventud en el entorno digital y que formule recomendaciones y actuaciones a implementar, distinguiendo entre las de corto, medio y largo plazo, con el objetivo de que las distintas Administraciones públicas garanticen, cada una en su ámbito competencial, el desarrollo integral de la infancia y la juventud. El Gobierno remitirá el informe al Congreso de los Diputados para que éste se pronuncie sobre su contenido.

En cuanto a la composición del Comité, el Acuerdo habilita a la persona titular del Ministerio de Juventud e Infancia para llevar a cabo la designación de sus miembros, que podrán ser hasta cincuenta, incluida la Presidencia, la Vicepresidencia y la Secretaría.

La Presidencia será elegida entre las personas integrantes del Comité por orden de la persona titular del Ministerio de Juventud e Infancia. La Vicepresidencia sustituirá a la Presidencia en los casos de ausencia, vacante, enfermedad u otra causa legal de esta y realizará labores de apoyo a la misma.

En la designación de las personas que conforman el Comité la persona titular del Ministerio de Juventud e Infancia recabará las propuestas de otros departamentos ministeriales, los grupos parlamentarios y el Defensor del Pueblo.

En todo caso, en el Comité habrá de contarse con la participación de personas en representación de los siguientes órganos: el Observatorio de la Infancia, el Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia, el Consejo Estatal de Participación de la Infancia y de la Adolescencia, el Consejo de la Juventud de España, el Consejo Asesor Digital Joven, la Agencia Española de Protección de Datos, el Consejo Escolar del Estado, el Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE), la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia y el Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU).

La designación de sus representantes atenderá a criterios de formación, experiencia y adecuación del perfil a las tareas propias del Comité.

Asimismo, el Comité deberá contar con la participación de especialistas en las áreas de la pediatría, la psicología, la igualdad de género y la protección de la salud mental, así como de personas expertas tanto en el área tecnológica de la digitalización y la ciberseguridad, como en el jurídico, con especial atención a la garantía de los derechos de la infancia y la juventud. Asimismo, contará con especialistas en coordinación de la producción normativa y en relaciones con la Administración de Justicia del Departamento ministerial competente.

También contará con representación de las confederaciones de asociaciones de madres y padres de alumnos y de las entidades y organizaciones del tercer sector de ámbito estatal en cuyos estatutos figuren como fines la garantía de los derechos de la infancia o la promoción de la participación de la juventud en la vida política, económica o social.

Por orden de la persona titular del Ministerio de Juventud e Infancia se nombrará, de entre los órganos directivos adscritos orgánicamente a la Secretaría de Estado de Juventud e Infancia, a la persona que ejerza la Secretaría del Comité, a la cual le corresponderá el desempeño de las funciones propias de tal condición sin ostentar la condición de vocal en el mismo.

Un miembro de AUC ha representado al CCU en este Comité hasta la finalización de sus trabajos.

Al inicio de las sesiones, el Pleno decidió la creación de diferentes grupos de trabajo para llevar adelante la tarea a realizar. El representante del CCU ha Co-coordinado, junto con la presidenta de la CNMC, del Grupo de Trabajo sobre Industria y Consumo. El grupo estaba compuesto por miembros de la administración, representantes de asociaciones y expertos en el ámbito de las TRIC (tecnologías de la relación, la información y la comunicación).

La presidencia del Comité ha sido de Ana Caballero, en la actualidad presidenta del Consejo de Consumidores y Usuarios.

Tras un intenso régimen de trabajo, a finales de junio se aprobó en el pleno el documento del Comité, que puede consultarse en el siguiente enlace: <https://www.juventudeinfancia.gob.es/es/infancia/comit%C3%A9-expertos-creaci%C3%B3n-entornos-digitales-seguros>

El documento final de los trabajos del Comité diseña una hoja de ruta que promueva entornos digitales seguros para niñas, niños y adolescentes, incluyendo un diagnóstico sobre el impacto de las tecnologías en las personas menores de edad en el que se analiza, entre otras, la responsabilidad de la industria, la exposición de los niños y niñas en las

redes sociales, el papel de las familias y otros actores de la sociedad, y las herramientas de protección.

El informe plantea un amplio repertorio de medidas, de implantación a corto, medio y largo plazo, con el objetivo es que las Administraciones Públicas garanticen un marco de prevención, detección precoz y protección de los derechos de la infancia y la adolescencia frente a una posible vulneración de sus derechos.

Además del necesario impulso normativo, el informe plantea recomendaciones a las familias, como las relativas a la protección de niñas y niños en su utilización de dispositivos y servicios digitales en función de su edad. Se plantea en este sentido un acceso gradual y seguro a los mismos, respetuoso con los derechos de privacidad e intimidad, y adaptado a su nivel evolutivo de madurez y capacidad.

Atendiendo a esos criterios, el Comité recomienda no exponer a niños y niñas a los dispositivos digitales en la primera infancia (hasta los seis años), así como un uso limitado, hasta los 16 años, basado en teléfonos no conectados o, en su caso, utilización de sistemas de control parental para limitar y monitorear el acceso a los contenidos y el tiempo de uso, garantizando la adopción de medidas de seguridad y de configuración de la privacidad.

El informe plantea, en relación con la industria, medidas normativas que vayan más allá de la mera autorregulación tales como la obligación de configurar en los dispositivos y canales, desde el diseño y por defecto, de medidas de seguridad; de advertir en el etiquetado de los dispositivos de los riesgos para la salud, y de elaborar informes de impacto de dichos productos. Además, se añade la importancia de reforzar por parte de las empresas de los mecanismos de bloqueo y de denuncia por parte de los usuarios ante contenidos o prácticas inadecuados.

En el ámbito educativo, los expertos instan a la regulación del uso de los dispositivos en los centros, diferenciando entre los de uso privado del alumnado (no permitidos en educación infantil y primaria, y limitados como herramientas pedagógicas en secundaria) y los de los propios centros. Para estos últimos, se plantea la revisión contrastada de las aplicaciones; la eliminación de los sistemas de gratificación inmediata o el establecimiento de límites por edad, entre otros.

El Comité plantea en su informe la regulación de la actividad de las personas creadoras de contenido, con especial atención a la protección de los denominados kids influencers, ante su exposición abusiva, incluyendo el sharenting (práctica de los padres de compartir fotos de sus hijos en Internet) por parte de personas creadoras de contenido o influencers.

Además, las expertas y expertos desarrollan en su documento la importancia de profundizar en los estudios, las investigaciones y la evaluación de los efectos de los sistemas tecnológicos en la infancia basados en la evidencia científica, así como de promover campañas de sensibilización educativa, sanitaria y de participación.

Otro de los aspectos del informe es el desarrollo de la Alfabetización Mediática e Informacional, promovida por la Unesco y recogida ya en diferentes normativas nacionales, con el objetivo de dotar a niñas, niños y adolescentes no sólo de las destrezas y herramientas necesarias, sino también de capacidad crítica para evitar la desprotección y la manipulación en los espacios digitales.

En el marco del Comité en 2025 el representante del CCU participó en la jornada convocada por el Ministerio

## **OTRAS ACCIONES DESARROLLADAS EN REPRESENTACIÓN DE LOS INTERESES GENERALES DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS**

## **OBSERVATORIO DE CONTENIDOS TELEVISIVOS Y AUDIOVISUALES (OCTA)**

La preocupación por la infancia y la juventud en su relación con los medios y sistemas de información y comunicación ha sido siempre un objetivo fundamental de la Plataforma de Organizaciones Sociales para una televisión de calidad, desde su constitución bajo los auspicios del Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid. Fruto de esta preocupación, entre otras iniciativas, ha sido el Manifiesto *"Por una televisión de calidad para nuestros niños y adolescentes"*, presentado ante la opinión pública en la sede del Defensor del Pueblo en 2003. También el apoyo al proyecto de la Declaración de Madrid *"La Bahía de los Cinco Vientos"*, promovida por el Observatorio Europeo de la Televisión Infantil, que inició su andadura en el acto celebrado el pasado 8 de febrero en el Palacio de Congresos y Exposiciones.

La creación del Observatorio de Contenidos Televisivos y Audiovisuales (OCTA) supone la consolidación de la actividad de la Plataforma en un marco de mayor estabilidad y rigor. Se trata de poner en marcha, desde la sociedad civil, una instancia que de forma sistemática analice la labor de los medios de comunicación, que evalúe el cumplimiento de su función social, y que pueda demandar y promover en positivo la realización y difusión de contenidos adecuados para los menores. Una instancia de sensibilización social, de creación de opinión, de dinamización de la oferta audiovisual, complementando la visión que otros agentes del mercado audiovisual mantienen desde sus intereses específicos. El Observatorio se constituye ya con una base amplia y plural de organizaciones de infancia, de padres y educadores, sindicales, vecinales, de consumidores y usuarios de los medios, pero está abierto a la incorporación de cualesquiera otros colectivos: ONGs, organizaciones ecologistas, de mujeres, de la tercera edad...

Entre los objetivos del OCTA destacan:

- Servir de espacio de confluencia para las diferentes iniciativas sociales en el ámbito de los menores y los medios y sistemas de información y comunicación, especialmente audiovisuales: televisión, Internet, cine, videojuegos, etc., apoyando el desarrollo de dichas iniciativas.
- Promover la creación y difusión de contenidos audiovisuales adecuados para la infancia y la juventud, atractivos y que permitan vehicular valores positivos para su formación física, intelectual, emocional y ética, buscando la colaboración con profesionales, productoras y medios.
- Propiciar la reflexión y la investigación en campos como la calidad de los contenidos, el desarrollo de nuevos productos, la influencia de los medios y el

conocimiento de experiencias internacionales de interés, mediante la relación directa con universidades y centros de estudio.

- Evaluar la realidad de la oferta audiovisual española, detectando incumplimientos legales y normativos para su corrección futura. En este sentido, el OCTA puede realizar una gran labor de apoyo a los representantes sociales en la Comisión de Seguimiento del Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia proporcionando a éstos quejas y sugerencias, e incluso proponerse en el futuro como Comité Asesor del Consejo Superior de lo Audiovisual.

El representante en el Observatorio de la Asociación de Usuarios de la Comunicación es el responsable del área jurídica.

En 2025 el OCTA ha apoyado la labor de los representantes de las organizaciones sociales en su tarea para la elaboración del Código de Autorregulación audiovisual.

## FORO DE LA GOBERNANZA EN INTERNET

EL Foro de la Gobernanza en Internet es el capítulo en español del *Internet Governance Forum* (IGF Spain), organización internacional dedicada a proponer estándares de seguridad e iniciativas para la regulación mundial de la red.

Cuenta con un representante de AUC.

En 2025 se ha iniciado una nueva etapa del Foro, con el fin de procurar su revitalización a partir de 2026.

## COALICIÓN PROACCESO

La Asociación de Usuarios de la Comunicación forma parte de la Coalición ProAcceso, una plataforma formada por más de 60 organizaciones y actores de la sociedad civil, que desde el año 2017 viene desarrollando una intensa labor en la divulgación y análisis crítico de la normativa sobre transparencia, aprobada finalmente por la Ley 19/2014, de 29 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno.

En 2025, y en relación con la Consulta pública previa sobre el Anteproyecto de Ley de Administración Abierta, cuyo objetivo es dotar de coherencia y ambición a la plasmación normativa de las distintas vertientes que conforman el gobierno abierto: transparencia, integridad, participación pública y rendición de cuentas, se fijó una posición desde la Coalición:

El reconocimiento del Derecho de Acceso a la Información como derecho fundamental no debe estar regulado, en el marco normativo español, por una ley de naturaleza administrativa, sino por una ley orgánica autónoma e independiente, que regule el ejercicio del derecho fundamental al acceso a la información pública

Por ello se solicita reformar la Ley de Acceso a la Información y Buen Gobierno española para darle naturaleza de ley orgánica para que el derecho de acceso a la información sea reconocido como Derecho Fundamental en la normativa española.

Se debe revisar profundamente el régimen de excepciones que es excesivamente amplio y discrecional generando un contexto donde las instituciones públicas con frecuencia rechazan publicar o entregar la información solicitada por ciudadanos y organizaciones de la sociedad civil, aunque el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno indiquen que debe ser de acceso público. La Ley de Transparencia y Buen Gobierno en vigor se queda corta. Incluye excepciones muy amplias y no reconoce el derecho de acceso a la información como un derecho fundamental

El proceso para solicitar información actual es complejo y supone una barrera práctica para un porcentaje elevado de la ciudadanía.

La nueva ley debería estar alineada con la normativa y los estándares internacionales de acceso a la información, como el artículo 19 de la Declaración de los Derechos Humanos o la Convención del Consejo de Europa sobre el Acceso a Documentos Oficiales, que fue firmada por España en septiembre de 2023 y entró en vigor en enero de 2024. Para ello sería necesario vincular explícitamente la reforma de la actual Ley de Transparencia y Buen Gobierno (Ley 19/2013), o la nueva ley, con el artículo 20.1.d) de la Constitución para

reforzar el reconocimiento del derecho de acceso a la información como un derecho fundamental, vinculado con el derecho de libertad de expresión. Sería necesario revisar las leyes españolas que puedan ser incoherentes con ese derecho.

El derecho de acceso a la información se debe establecer un órgano garante independiente e incorporar un régimen sancionador verdaderamente robusto y operativo.

Se debe transformar al Consejo de Transparencia y Buen Gobierno (CTBG) en un órgano supervisor, garante, independiente, con suficiente autoridad y medios que asegure el ejercicio del Derecho de Acceso a la información como derecho fundamental. Para ello la reforma de la Ley de Transparencia también debe dotar al CTBG de la facultad efectiva para emitir decisiones vinculantes e imponer sanciones.

## **FÒRUM DE PERSONES USUÀRIES DEL CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA**

La Delegada de AUC en Cataluña, Begoña del Pueyo, forma parte del Fòrum, que es el órgano de participación social de la autoridad reguladora catalana en el ámbito audiovisual.

En el año 2025 no ha tenido actividad.

## COMITÉ DE IMPULSO DEL DÍA MUNDIAL DE INTERNET

La Asociación de Usuarios de la Comunicación es miembro del Comité de Impulso del Día Mundial de Internet en España, junto con diferentes entidades sociales y de la Administración. No se admite, en este órgano, la participación de Empresas privadas, si bien éstas pueden participar activamente organizando eventos en calidad de promotores o patrocinando las actividades que organiza la Oficina Técnica.

El Comité de Impulso tiene como objetivo impulsar el desarrollo de eventos y actividades relacionadas con el Día de Internet entre los miembros de sus respectivas organizaciones y en sus áreas de influencia. Para ello, en 2025, se ha reunido 5 veces.

Como parte de las labores del Comité, hemos participado en la selección y elección de los premios que se otorgan con ese motivo y en la elaboración del **#Por una nueva generación de Internet comprometida con las personas** (se adjunta como ANEXO).

## **JURADO DE AUTOCONTROL**

En el ámbito de la normativa sobre resolución extrajudicial de litigios, la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL) ha constituido una Sección Séptima dedicada específicamente a la toma en consideración de las reclamaciones en materia de publicidad presentadas por consumidores y usuarios.

AUC participa en esta Sección desde principios de 2019, asistiendo a las reuniones de esta con una frecuencia en torno a dos reuniones mensuales.

A lo largo del año 2025 el representante de AUC en el Jurado ha participado en 17 sesiones cuyo resultado han sido diferentes resoluciones. Éstas, se adoptan generalmente por unanimidad, aunque en algunos casos AUC ha manifestado su discrepancia o voto particular, como se recoge en documento ANEXO.

## CONSEJO ASESOR DE RTVM

Desde el año 2017, en el que se constituyó el Consejo Asesor de Radio Televisión Madrid, la Asociación de Usuarios de la Comunicación cuenta con un miembro en dicho Consejo.

De acuerdo con el artículo 26 de Ley 8/2015, de 28 de diciembre, de Radio Televisión Madrid, el Consejo Asesor es el órgano encargado de velar por el derecho de acceso y por una programación que sirva con objetividad a los intereses generales de los madrileños y se adecue a los principios de la presente Ley. Estará presidido por el Director General, que no dispondrá de voto en relación con sus informes.

El Consejo Asesor tendrá las siguientes funciones:

- a) Asesorar al Consejo de Administración sobre las orientaciones generales de la programación y los principios inspiradores del artículo 4.
- b) Emitir informe preceptivo, dirigido al Consejo de Administración, respecto a las cuestiones señaladas en los artículos 29, 30, 31, 32 y 33 sobre la prestación del servicio público y programación.
- c) Informar sobre los criterios y normas que garanticen el derecho de acceso de los grupos sociales significativos en función de su relevancia social, representatividad y ámbito de actuación.
- d) Informar a petición del Consejo de Administración sobre cualquier asunto que se someta a su consideración.

2. El Consejo Asesor estará compuesto por un total de 17 miembros elegidos por la Comisión competente de la Asamblea de Madrid. El sistema de elección de los miembros del Consejo Asesor se determinará por la Asamblea de Madrid. El Consejo Asesor debe contar con:

- a) Un miembro de la Federación Madrileña de Municipios.
- b) Un miembro de las Universidades Públicas de la Comunidad de Madrid.
- c) Un miembro Consejo Escolar de la Comunidad de Madrid.
- d) Un miembro de la Dirección General de Juventud y Deporte.
- e) Un miembro del Instituto de la Mujer.
- f) Dos miembros de las Asociaciones de Usuarios y Consumidores de la Comunicación.
- g) Un miembro de la Confederación Empresarial de Madrid.
- h) Un miembro en representación de los anunciantes.

- i) Un miembro del Comité de Empresa de Radio Televisión Madrid.
  - j) Un miembro del Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad.
  - k) Un miembro de las asociaciones que representan a los profesionales de la radio y la televisión. l) Un representante del mundo de la Cultura.
  - m) Un miembro del Consejo de Medio ambiente
  - n) Un miembro de los organismos que velan por la calidad del lenguaje en los medios de comunicación y contra el lenguaje sexista. o) Un representante del menor y la familia.
3. El Consejo Asesor se reunirá cada tres meses en sesión ordinaria y también por razón de urgencia cuando lo soliciten dos tercios de los vocales o el director general. Sus dictámenes no serán vinculantes, si bien, se remitirán puntualmente al Consejo de Administración para su toma en consideración.
4. La condición de miembro del Consejo Asesor de Radio Televisión Madrid no generará relación laboral, ni dará derecho a percibir retribuciones por asistencia a las sesiones.
5. El Consejo Asesor aprobará sus propias normas de funcionamiento y las someterá a aprobación del Consejo de Administración.
6. El Director General remitirá con carácter regular a cada uno de los miembros del Consejo Asesor la documentación relativa a la actividad de Radio Televisión Madrid que, sea necesaria para el correcto desarrollo de su función en los términos definidos por la presente Ley.

En 2024 AUC ha participado en la propuesta de diferentes iniciativas relacionadas con la regulación del derecho de acceso, con calificación de contenidos, el diseño de unas jornadas sobre participación social en los medios públicos que habría de organizar RTVM con la participación de otras televisiones autonómicas y cuya celebración ha ido retrasándose, así como en los informes preceptivos sobre cumplimiento del servicio público y del derecho de acceso, evaluación de las estrategias de programación y seguimiento del cumplimiento de la Carta Básica de RTVM tal y como establece la normativa.

Tras la modificación de la Ley 8/2015, de 28 de diciembre, de Radio Televisión Madrid, operada mediante el artículo 6 de la Ley 16/2023, de 27 de diciembre, de medidas para la simplificación y mejora de la eficacia de instituciones y organismos de la Comunidad de Madrid, AUC, como miembro del Consejo de Administración, hizo pública su posición ante esta modificación, en línea con las observaciones que había planteado durante su trámite parlamentario en la Asamblea.

El comunicado de posición de AUC recogía lo siguiente:

La modificación de Ley de Radio Televisión Madrid lleva a RTVM a una mayor subordinación política y gubernamental, así como a una pérdida de independencia profesional y al cierre de una experiencia pionera de participación de la sociedad civil en la gestión de los medios públicos.

La pretendida reforma es más bien una contrarreforma, y se traduce en “cuatro proposiciones “con freno y marcha atrás”, que llevarán a la radiotelevisión madrileña a una situación de mayor dependencia política y gubernamental, y, sobre todo, al cierre abrupto de una experiencia pionera de participación de la sociedad civil en los medios públicos. Este último aspecto es para la Asociación de Usuarios de la Comunicación especialmente decepcionante, ya que el modelo adoptado para selección de los miembros del Consejo de Administración en la Ley de Radio Televisión Madrid aprobada en 2015 es un ejemplo pionero, a seguir por otros medios públicos en favor de una mayor independencia, pluralismo, neutralidad y objetividad.

La contrarreforma no ha incluido ninguna medida para la mejora de la eficiencia de RTVM ni para una mayor garantía del cumplimiento de su misión de servicio público. Básicamente, establece la eliminación de la participación social y profesional en el Consejo de Administración En su modelo actual, y así había sido desde la entrada en vigor de la norma reguladora de la radiotelevisión autonómica vigente, los miembros del Consejo de Administración de RTVM eran elegidos por la Asamblea de Madrid a partir de una propuesta de carácter mixto por parte de los grupos parlamentarios y de las organizaciones profesionales y sociales representativas del sector de la comunicación en la Comunidad de Madrid (apartados 1 y 2 del artículo 14 de la Ley). Este modelo de propuesta y designación colocaba a Madrid en el grupo de comunidades autónomas que cuentan con participación social en el Consejo de Administración de sus respectivas radiotelevisiones públicas, como es el caso del País Vasco, de Aragón o de la Comunidad Valenciana. Pero, además, era la única en la que, además, la participación social y profesional, con 5 miembros, superaba a la propuesta por los grupos parlamentarios (4 miembros), en cumplimiento del artículo 3 del artículo 13 de la Ley de RTVM.

Con la modificación, se reserva a los grupos parlamentarios en exclusiva la propuesta de candidatos para la elección de los miembros del Consejo de Administración de Radio Televisión Madrid, minusvalorando la gran labor realizada en estos años por el Consejo fruto precisamente de la diversidad de sus miembros. Ello significa, a pesar de los pseudoargumentos utilizados para justificar el cambio, y teniendo en cuenta la dinámica de las mayorías parlamentarias, un paso atrás en la independencia de RTVM en favor de una mayor gubernamentalización de la radiotelevisión pública. A las organizaciones de la sociedad civil, que tanto han colaborado en la conformación de la nueva Radio Televisión

Madrid, se pretende arrinconarlas en el Consejo Asesor, órgano cuya existencia AUC ha defendido siempre, pero que no deja de ser una instancia puramente consultiva, sin ninguna capacidad de decisión, y que se reúne cuatro veces al año.

El nuevo Consejo de Administración pretendido, más dependiente de los grupos parlamentarios, pierde además atribuciones: aunque se mantiene su capacidad para proponer a la Asamblea candidato o candidata a la Dirección General, se elimina de sus competencias y funciones el nombramiento y cese del personal directivo.

Se menoscaba la independencia del Director General, uno de los elementos clave del modelo anterior de RTVM, ya que era propuesto por el Consejo de Administración y quedaba ligado al mismo en su horizonte de gestión (6 años). Se reduce ahora su mandato de seis a cuatro años; se elimina la posibilidad de que pueda mantenerse en funciones si no hay acuerdo amplio para su reelección, y, para tal caso, se introduce la figura de un administrador único con sus mismas competencias que, en línea con otras contrarreformas como la operada en RTVE en 2012, puede ser elegido por mayoría simple en segunda votación.

Se cierra así el círculo de una RTVM menos independiente, más mediatizada por las mayorías parlamentarias y por el gobierno de turno, y menos abierta a la sociedad. Un paso en la dirección contraria de la que deben seguir los medios públicos para justificar su existencia en un escenario audiovisual caracterizado por la digitalización y la convergencia, como garantía de pluralismo, neutralidad y cohesión con su entorno social.

En 2025 seguimos a la espera de que se constituya y convoque el nuevo Consejo Asesor.

## ADICCIONES: TU PUNTO DE MIRA

Un representante de la Asociación de Usuarios de la Comunicación participa en el jurado del concurso "*Adicciones: Tu punto de mira*" ([www.tupunto.org](http://www.tupunto.org)), de la **Asociación PDS-Promoción y Desarrollo Social** ([www.pdsweb.org](http://www.pdsweb.org)), que cuenta con la colaboración de la REUPS (Red Española de Universidades Promotoras de Salud) y está financiado por la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas.

PDS es una entidad sin ánimo de lucro, de ámbito estatal, que viene desarrollando su actividad desde 1995. En el campo específico de las drogodependencias y otras conductas adictivas, PDS gestiona servicios de prevención y reinserción social; dispone de un servicio de apoyo a la atención primaria y especializada; elabora materiales de intervención, y diseña y ejecuta programas dirigidos a diferentes colectivos en diferentes países.

"*Adicciones: tu punto de mira*" es uno de esos programas, orientado a facilitar información significativa y concienciar a los y las jóvenes sobre los riesgos derivados de las adicciones con o sin sustancia: tabaco, alcohol, fármacos, drogas de comercio ilegal, juego, TRICS (tecnologías de la relación, la información y la comunicación).

El programa consta de una página web, arriba mencionada, con información sobre el consumo de drogas y otras conductas adictivas; un servicio de consulta personalizado a través de correo electrónico y WhatsApp; difusión de publicaciones, y todo lo relacionado con la convocatoria del concurso "Tu punto de mira", que se celebra anualmente desde el año 2012.

Para participar en el mismo se requiere ser mayor de edad y estar cursando estudios universitarios o de secundaria postobligatoria. Las personas interesadas pueden presentar una o varias obras audiovisuales (vídeos de corta duración, posts de Instagram o TikTok), de autoría individual o colectiva, las cuales han de cumplir una serie de requisitos formales y, en su mensaje, estar relacionadas con la prevención en relación con el consumo de drogas u otras adicciones.

Las obras han de ser originales, no pudiendo por tanto haber sido premiadas en ningún otro certamen. En el caso de los vídeos, deben colgarse en una web pública (Youtube, Vimeo, etc.) que permitan su público visionado.

Pueden estar realizadas en cualquier soporte, con cualquier equipo o dispositivo, recurriendo tanto a la imagen real como a la animación y al 3D. En caso de contar con

locución, puede utilizarse cualquier lengua, pero al menos han de estar subtituladas en castellano.

Como criterios de valoración se tendrán en cuenta aspectos como la originalidad y la calidad técnica y artística, pero también "la adecuación e idoneidad del mensaje". El contenido debe estar relacionado, como hemos dicho, con la drogodependencia y otras adicciones, favoreciendo los procesos de reflexión crítica sobre los riesgos derivados de esos consumos y prácticas, así como la manera de hacer frente a los mismos a través de mensajes preventivos entre iguales.

En mayo 2025 se eligieron los ganadores del concurso correspondiente a ese año

También se solicitó al representante de AUC que interviniera en el acto, poniendo en valor las características del mismo.

En dicha intervención, el representante de AUC señaló lo siguiente:

*Para el jurado no es siempre tarea fácil la decisión de seleccionar las propuestas premiadas. Es verdad que contamos con un protocolo de evaluación muy bien diseñado, que ayuda a homogeneizar criterios y que tiene en cuenta aspectos tanto de contenido (adecuación a los objetivos del concurso, cómo abordar el problema de las adicciones y al público objetivo; la perspectiva de género) como de calidad técnica y artística. Pero no lo es menos que esa adecuación y esa calidad son cada vez mayores.*

*"Adicciones, tu punto de mira" es muy interesante precisamente por ese punto de vista o mirada que ofrece: no es un mensaje vertical descendente, como puede ser el que llega desde las instituciones, los expertos o los medios; tampoco es exactamente un mensaje horizontal puramente experiencial como el que puede obtenerse de las encuestas o de la investigación cualitativa. Complementa los anteriores en la medida en la que permite entender cómo perciben las y los jóvenes estudiantes el problema de las adicciones con o sin sustancia, y sobre todo cómo deben actuar las y los propios jóvenes ante ese problema.*

*A lo largo de los años hemos podido observar la evolución de las preocupaciones hacia unas u otras sustancias, hacia el uso abusivo de las TRIC, hacia el juego y las apuestas. Hemos visto como los productos audiovisuales y los posteos son cada vez más personales, más creativos, con más participación de las mujeres (y p de g) como integran manifestaciones de la cultura juvenil, y como decíamos, cómo va aumentando la calidad técnica y creativa de las propuestas.*

*Algunos hemos tenido ocasión de analizar de un modo sistemático estos productos audiovisuales y creemos que de ese análisis pueden extraerse conclusiones importantes a la*

*hora de buscar una mejor adecuación de los argumentarios de las campañas y de la formulación de los mensajes a las expectativas y disposición cognitiva de las y los jóvenes en este momento.*

*Es de agradecer, por tanto, la oportunidad que nos brinda PDS para acceder este material y espero que podamos seguir colaborando en el futuro con el PNSD*

## **CODIGO DE CONDUCTA DE PUBLICIDAD A TRAVÉS DE INFLUENCERS**

En enero de 2021 entró en vigor el Código de Conducta sobre el Uso de Influencers en la Publicidad promovido por la Asociación Española de Anunciantes (AEA) y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL).

Dicho Código supuso un conjunto de reglas vinculantes para todos los adheridos a ambas entidades, así como a cualesquiera otras empresas del sector (anunciantes, agencias, representantes, medios) o influencers que voluntariamente se adhirieran al mismo.

AUTOCONTROL quedaba encomendado para su aplicación, cuyo Jurado de la Publicidad se encargará de resolver las reclamaciones que pudieran presentarse por incumplimiento de las normas éticas contenidas en el mismo.

En octubre entre en vigor esa actualización del documento, denominado ahora Código de Conducta de Publicidad a través de Influencers.

La nueva versión de Código va más allá en la casuística de prohibiciones y limitaciones para anunciantes y creadores de contenido.

Señala el Código que la actividad comercial de los influencers, cuando se realiza en colaboración con las marcas para la publicación de contenidos, se lleva a cabo, entre otros, mencionando productos o servicios, ubicando productos en sus mensajes, participando en la producción de un contenido o difundiendo contenidos relacionados con el producto o servicio, con la finalidad de su promoción.

Por lo general, un influencer puede definirse como una persona física o jurídica que actúa por sí misma o por medio de una entidad virtual, creadora de contenido, con suficiente capacidad de influencia en plataformas digitales (como Facebook, Instagram, TikTok, Twitch, YouTube, o X, entre otras).

Se considera que esta estrategia publicitaria es lícita, pero sometida a la legislación vigente. Muy en particular, al que la doctrina ha denominado “principio de autenticidad o “principio de identificación de la publicidad”, derivado de la prohibición de publicidad encubierta contenida en la Ley de Competencia Desleal y otras normas sectoriales. Para evitar situaciones de publicidad encubierta, los consumidores deben poder reconocer cuándo están ante un contenido de naturaleza promocional, diferenciándolo de otros contenidos editoriales que potencialmente los influencers puedan emitir.

Se consideran menciones o contenidos publicitarios todas aquellas menciones o contenidos -gráficos, de audio o visuales- que, acumulativamente:

- a. estén dirigidos a la promoción de productos o servicios
- b. sean divulgados en el marco de colaboraciones o compromisos recíprocos, siendo la divulgación del citado contenido objeto de un pago u otra contraprestación por parte del anunciante o sus representantes. También se considerarán menciones o contenidos publicitarios aquellos que estén dirigidos a la promoción de productos o servicios comercializados bajo signos distintivos titularidad del influencer.

En ausencia de prueba fehaciente, el carácter publicitario podrá afirmarse tras la valoración de la concurrencia de indicios extraídos de las propias características de la mención o contenido, o de las circunstancias en las que se lleva a cabo la difusión de tal contenido:

Existencia de prueba sobre la colaboración previa o futura entre la marca y el influencer.

- Coincidencia en el mismo periodo de tiempo con mensajes, contenidos o hashtags idénticos o similares en relación con una determinada marca difundidos por otros influencers o por la marca en medios o redes propias o de terceros.
- Mención de precios específicos para productos o servicios de una marca o anunciante en particular o la presencia de códigos de descuento para los productos o servicios de una marca en particular.
- Apelación directa para comprar los productos o servicios de una marca o anunciante en particular.
- Referencias reiteradas en el mensaje a los productos o servicios de un anunciante o marca en concreto, omitiendo cualquier referencia a productos o servicios similares de la competencia.
- Existencia de control editorial sobre el contenido divulgado del anunciante o sus agentes (tono, estructura, dirección del mensaje)
- Reiteración de mensajes o contenidos en relación con los productos o servicios de una marca en particular.
- Protagonismo o foco otorgado a un concreto anunciante o marca.

- Uso de un tono marcadamente laudatorio hacia los productos o servicios de un anunciante o marca en particular, así como expresar gratitud hacia una marca en particular.
- Falta de novedad o interés editorial o personal en el contenido (el contenido no contiene nada más que la promoción del producto o servicio de una marca en particular).
- Presencia de enlaces de afiliados a los productos o servicios de una marca o anunciante en particular.

Por el contrario, no tendrán la consideración de publicitarios los contenidos que tengan naturaleza puramente editorial o personal.

Tendrán la consideración de contraprestaciones, entre otros: el pago directo (o indirecto a través de agencias), la entrega gratuita de un producto, la entrada gratuita a eventos, la prestación gratuita de un servicio incluidos aquellos que sean complementarios como, por ejemplo, maquillaje, peluquería, vehículo de cortesía, alojamiento o restauración-, los enlaces de afiliación, los cheques regalo, las bolsas regalo y los viajes.

La naturaleza publicitaria de las menciones realizadas por influencers o de los contenidos digitales divulgados por estos, que tengan tal consideración publicitaria, deberá ser identificable para sus destinatarios. En aquellos casos en los que dicha naturaleza publicitaria no sea clara y manifiesta a la vista de la propia mención o contenido, se deberá incluir una indicación explícita, inmediata y adecuada al medio y mensaje, sobre la naturaleza publicitaria de tales menciones o contenidos.

Se recomienda el uso preferente de los mecanismos ofrecidos por las propias plataformas digitales para identificar un contenido como publicitario. Por ejemplo, "incluye contenido promocional" en YouTube, "contenido promocional" o "colaboración de pago" en TikTok o "colaboración pagada con [marca]" en Instagram. b. Se deben usar indicaciones genéricas claras tales como: "publicidad", "publi", "en colaboración con", "colaboración pagada", "Embajador de [marca]" o "patrocinado por". La indicación relativa a la naturaleza publicitaria de la mención o contenido debe insertarse al inicio del mensaje comercial de forma fácilmente visible

Por el contrario, no se deben utilizar indicaciones genéricas o poco claras tales como: "información", "legal", "Colab", "Sponso", "sp", "Gracias a [marca]", "Regalo de [marca]", "Viaje patrocinado", etc., o indicaciones en un idioma distinto al de la comunicación ("Ad", "Advertising"), o la simple inclusión del hashtag de la marca.

Las comunicaciones comerciales realizadas por influencers menores de edad deben basarse en un contrato que prevea el consentimiento explícito de los padres o tutores -los cuales serán responsables- y que proteja al menor contra cualquier explotación indebida. El contrato deberá asimismo ser firmado por el menor, dando su consentimiento, si sus condiciones de madurez lo permiten, y en todo caso, cuando se trate de menores de entre 14 y 18 años. Debe tenerse especial respeto al derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen del menor. Los contenidos en los que aparezcan menores deben ser apropiados para su edad:

- a. No incluirán declaraciones o presentaciones visuales perjudiciales para su desarrollo físico, mental o moral.
- b. Deberán respetar en todo caso la normativa legal y deontológica general y sectorial referida a la participación de los menores en comunicaciones comerciales y a las comunicaciones comerciales dirigidas a menores. A este respecto, se deben utilizar los mecanismos ofrecidos por las plataformas digitales para proteger a los menores de las comunicaciones comerciales que puedan perjudicar su desarrollo físico, mental o moral.

Se considera engañoso que los influencers aleguen o den a entender que un contenido está patrocinado o contratado por una empresa cuando no tienen ningún acuerdo de colaboración con la misma.

La responsabilidad por la infracción de lo dispuesto en el presente Código podrá alcanzar a todos los sujetos implicados en la comunicación comercial. No obstante, un sujeto podrá exonerar su responsabilidad si acredita de forma suficiente que la infracción es consecuencia de un incumplimiento puntual y manifiesto de las indicaciones o instrucciones dadas al influencer.

AUC ha tenido ocasión de participar en la actualización el Código, y un representante de la asociación forma parte de la Comisión de Seguimiento del Protocolo para el Fomento de la Autorregulación sobre la Publicidad en Medios Digitales asociado al Código junto con la aea, IAB, Autocontrol, el Ministerio de Transformación Digital y la CNMC.

La Comisión se ha reunido el 9 de julio y el 26 de septiembre. La reunión de diciembre se aplaza hasta 2026. En ella AUC tenía previsto realizar un balance de sus más de 150 reclamaciones presentadas en el marco del Código.

## PROPUESTA DE ETIQUETADO DE CONTENIDOS DIGITALES

En 2025 la Asociación de Usuarios de la Comunicación ha continuado su investigación sobre el etiquetado de contenidos digitales, iniciativa prevista en la modificación operada en 2018 en la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual que prevé aportar información a los usuarios no sólo de la calificación por edades de las obras, sino también mediante descriptores temáticos.

Este proyecto se ha realizado en el marco del Consorcio SIC- SPAIN 4.0 (Safer Internet Centre) coordinado por el Instituto Nacional de Ciberseguridad de España (INCIBE) y cofinanciado por el Mecanismo "Conectar Europa" de la Comisión Europea.

El proyecto incluye el desarrollo de una página Web a la que puede accederse a través del link [www.selflabelling.es](http://www.selflabelling.es)

En dicha página puede accederse a las guías, tutoriales, formularios y aplicaciones elaboradas en el marco del modelo de etiquetado propuesto.

## **CONSEJO CONSULTIVO PARA LA TRANSFORMACION DIGITAL**

El Consejo Consultivo para la Transformación Digital ha sido creado por la Orden ETD/920/2020, de 28 de septiembre, por la que se crea y regula el Consejo Consultivo para la Transformación Digital.

El artículo 1 de la citada Orden configura al Consejo Consultivo para la Transformación Digital como órgano colegiado dotado de plena autonomía funcional, que asesorará al Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital en el diseño de la propuesta de las políticas del Gobierno en materia de transformación digital, en particular, en los ámbitos de las telecomunicaciones, las infraestructuras digitales, el despliegue de redes y servicios de comunicaciones electrónicas para garantizar la conectividad digital de los ciudadanos y empresas, los servicios de comunicación audiovisual, la digitalización de la economía, la Administración y la ciudadanía y el fomento y regulación de los servicios digitales y de la economía y sociedad digitales.

La composición del Consejo Consultivo para la Transformación Digital viene establecida en el artículo 4 de la Orden mencionada, entre cuyos miembros se encuentran los vocales, que, a su vez, vienen relacionados en el artículo 7.

Existen diferentes grupos de vocales en el citado artículo 7 de la Orden ETD/920/2020, de 28 de septiembre. En concreto, el artículo 7.2 de la Orden mencionada relaciona los vocales del Consejo en representación de una serie entidades y organizaciones, que incluyen asociaciones sectoriales de servicios y redes de comunicaciones electrónicas, de fabricantes de equipos de telecomunicaciones, de instaladores, de infraestructuras digitales, de servicios de comunicación audiovisual y de servicios digitales; colegios profesionales de ingeniería; organizaciones de consumidores y usuarios; sindicatos; organizaciones empresariales; o las administraciones locales.

El Consejo Consultivo para la Transformación Digital tenía prevista su constitución en la estrategia España Digital 2025 como mecanismo de gobernanza dirigido a facilitar su adecuada ejecución.

En esta ejecución de la estrategia España Digital 2025, el Gobierno ha ido presentando numerosos planes sectoriales, en cuya tramitación y definición se ha constatado que determinados intereses relevantes en el reto de la consecución de la Transformación Digital como una de las palancas fundamentales para relanzar el crecimiento económico, la reducción de la desigualdad, el aumento de la productividad, y el aprovechamiento de todas las oportunidades que brindan las nuevas tecnologías, no se encontraban suficientemente representados entre las entidades y organizaciones que figuran como vocales en el artículo 7.2 de la Orden ETD/920/2020, de 28 de septiembre.

Por ello, en la finalidad de incidir en que el Consejo Consultivo para la Transformación Digital se configure como un foro amplio para la expresión de los más diversos intereses y opiniones de los diferentes agentes involucrados en una tarea tan amplia y ambiciosa como es la transformación digital de la economía y sociedad española, se considera oportuno incluir nuevas entidades y organizaciones entre los vocales del artículo 7.2 de la Orden ETD/920/2020, de 28 de septiembre.

En 2025 no ha desarrollado actividad.

## Televisión Abierta/WIDER SPECTRUM GROUP

La Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) pertenece a las plataformas Wider Spectrum Group (WSG) reúne a 10 organizaciones europeas y 8 nacionales que representan a la sociedad civil, así como a los representantes de los trabajadores y la industria audiovisual. AUC forma parte del WSG desde su creación.

Forma parte también de plataforma televisión abierta, que integra también a representantes de la industria audiovisual y de los profesionales

Estas organizaciones comparten una opinión común sobre la necesidad de garantizar que las políticas europeas y nacionales relativas a la asignación de frecuencias de la televisión digital terrestre (TDT) preserven el potencial de crecimiento, innovación y empleo sostenible en Europa. del país, de forma gratuita.

La radiodifusión y la PMSE necesitan que se mantengan las normas actuales relativas a la atribución de la banda UHF" para garantizar el crecimiento europeo, la innovación, la inclusión y el empleo sostenible en los sectores audiovisual, de la radio, de los espectáculos en directo, de la creación de programas y de los eventos especiales que dependen, como aportación esencial, del acceso a las frecuencias del espectro radioeléctrico, y más concretamente a la banda de 470-694 MHz, conocida como la banda baja UHF.

En 2025, tanto en el marco del WSG como de televisión abierta hemos debatido para fijar posición sobre las observaciones a la consulta pública dl Reglamento de Redes Digitales (DNA), destinado a sustituir al Código Europeo de Comunicaciones Electrónicas de 2018 (EECC).

La propuesta aborda diferentes aspectos polémicos, como la coordinación a nivel de la UE de la gestión del espectro radioeléctrico, promoviendo un acceso compartido al mismo como opción por defecto. El espectro radioeléctrico es un recurso público escaso gestionado principalmente por los Estados miembros, que conservan amplias competencias sobre aspectos como las condiciones de adjudicación en las subastas y la duración de las licencias, dentro de las limitaciones de la UE.

Determinados países son claramente críticos con la propuesta, poco dispuestos a ceder competencias.

Otro aspecto polémico es la posibilidad de un nuevo intento de introducir tasas de red 'de facto' mediante un mecanismo de conciliación voluntario. Los operadores europeos de

telecomunicaciones llevan mucho tiempo presionando para introducir esas tasas de red ('fair share') para a los proveedores de contenidos que generan un alto tráfico en sus redes. La idea de cobrar directamente a los proveedores de contenidos ha sido descartada en varias ocasiones. Por ello la Comisión ha reformulado su planteamiento asociando el cobro a ese mecanismo de resolución de disputas entre operadores de telecomunicaciones y proveedores de contenidos.

Hay Estados miembros que también consideran innecesaria y perjudicial la propuesta de nuevos mecanismos de resolución de disputas (artículos 191–193).

En todo caso, el modelo de negocio de los operadores consiste en cobrar a los consumidores por sus servicios, por lo que serán estos últimos en los que acaben repercutiendo los costes añadidos.

Además de la mencionada reticencia de algunos Estados miembros, el pasado año, diversas organizaciones y grupos de la sociedad civil manifestaron su preocupación por los planteamientos de la DNA y su repercusión en el sector de las telecomunicaciones de la UE.

Consideraban que la introducción de dicho mecanismo en la legislación de la UE puede socavar la neutralidad de la red y los principios de una internet abierta, perjudicando a los consumidores europeos y a sus derechos digitales, a las empresas, a la sostenibilidad de los sectores creativo y cultural, y, en última instancia, propiciando el riesgo de fragmentación de Internet y del mercado único.

En su opinión, las medidas que introducen tarifas de interconexión podrían conducir a precios de suscripción más altos para los consumidores y perjudicar a los operadores europeos; limitar la elección y el acceso abierto a la información, y reducir la asequibilidad, la calidad y la diversidad de los productos y servicios digitales.

Además, aumentaría aún más las barreras de entrada al mercado para las pymes y startups europeas, los operadores móviles virtuales (OMV) y otros actores más pequeños, fortaleciendo la posición de unos pocos operadores de telecomunicaciones tradicionales.

Recuerdan que esta propuesta ya ha recibido un claro rechazo por parte de la gran mayoría de las partes interesadas relevantes en las consultas públicas previas, algo que ha reconocido la propia Comisión. Y también que el BEREC, organismo de reguladores europeos de las comunicaciones electrónicas, no ha apreciado fallos de mercado que requieran de dicha intervención regulatoria. Según el BEREC, señalan, el mercado de interconexión europeo funciona fluidamente, con un poder de negociación equilibrado

entre los proveedores de tránsito, las redes de distribución de contenidos y los operadores de acceso a internet, sin que exista evidencia de congestión sistemática ni abuso que justifique la intervención regulatoria.

En su opinión, la introducción de un mecanismo de arbitraje permitiría a los grandes operadores de telecomunicaciones explotar los monopolios de terminación para forzar los pagos de otros actores, distorsionando la competencia a expensas de los operadores más pequeños, incluidos los OMV, y menoscabando el derecho de los consumidores a usar internet libremente, tal como garantizan las normas de neutralidad de la red de la UE.

Por ello, instaban a los responsables políticos de la UE a rechazar cualquier intervención regulatoria que pudiera introducir obligaciones de pago directas o indirectas en los PAC, ya sea mediante un mecanismo obligatorio de resolución de disputas, negociaciones obligatorias o cualquier otro mecanismo que introduzca efectivamente tarifas por uso de la red.

E indicaban que, de acuerdo con el principio de "Legislar Mejor" de la Comisión Europea, cualquier propuesta debe adherirse a un proceso transparente e inclusivo, basarse en la evidencia disponible, incluidas las consultas públicas anteriores y las evaluaciones del BEREC y proporcionar un análisis exhaustivo que demuestre una justificación clara para la intervención regulatoria.

Por su parte, AUC presentó, en línea con las posiciones de televisión abierta, pero con voz propia, observaciones al proyecto de Real Decreto de actualización del Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrestre, el cual sirvió asimismo de base para las observaciones consensuadas y presentadas por el Consejo de Consumidores y Usuarios.

Y el WSG presentó también observaciones al SRPG de la Comisión para la planificación de la gestión de la banda sub700 del espectro radioeléctrico, que es la utilizada por la televisión digital terrestre.

Los documentos mencionados en este apartado se incluyen ANEXO

En 2025 se han producido reuniones de ambas plataformas en los meses de enero, febrero, junio y diciembre.

## **PACTO DE ESTADO PARA PROTEGER A LOS MENORES DE EDAD EN INTERNET Y LAS REDES SOCIALES**

AUC forma parte del Pacto de Estado, suscrito por más de un centenar de organizaciones, que busca un consenso de la sociedad civil y de los diferentes grupos políticos para afrontar los riesgos que afrontan niños y adolescentes en internet y las redes de utilizar servicios diseñados para adultos, que pueden afectar a su socialización y potenciar posibles problemas de salud mental, como la ansiedad y la depresión, y facilitar situaciones de violencia como el acoso escolar y sexual.

La propuesta de Pacto de Estado puede consultarse en la web <https://pactomenoresdigitales.org/>

En 2025 el Pacto no ha desarrollado actividad.

## FUNDACIÓN ANTENA 3

Desde el año 2023, AUC participa en el Comité de Expertos de la Fundación Atresmedia, cuyo objetivo es asesorar a dicha Fundación en aspectos relacionados con la alfabetización mediática e informacional.

La Fundación desarrolla diferentes proyectos orientados a la adquisición de competencias mediáticas e informacionales y hacer que los niños y jóvenes conozcan y usen de manera más responsable los medios de comunicación

En 2025 ha colaborado en la evaluación de las propuestas para la concesión de los premios AMI, que cuenta con tres apartados:

- Fomento del pensamiento crítico.
- Impulso de la creatividad audiovisual responsable
- Promoción de los valores y la convivencia.
- Desarrollo de la competencia digital.

El 6 de marzo se llevo a cabo la reunión del Comité de Expertos para decidir sobre los Premios AMI 2025.

El 18 de octubre se celebró el Encuentro Mentas AMI, centrado en porqué los jóvenes caen en la desinformación, sobre el uso de nuestras emociones en el diseño de las plataformas digitales, sobre cómo preparar a los alumnos ante los desafíos que plantea la IA o debatiremos sobre las oportunidades y controversias de la integración de los dispositivos digitales en el aula.

## **GRUPO DE TRABAJO ESPECIALIZADO DEL CEDOA**

Un representante de AUC participa en este grupo del CEDOA, creado por la Delegación del Plan Nacional sobre Drogas, centrado en los aspectos comunicativos y mediáticos de las adicciones, con o sin sustancia.

Se trata de un grupo interdisciplinar en el ámbito de la salud y de las ciencias sociales, que integra además representantes de la administración, de la academia y de las organizaciones sociales.

Durante el año 2025 se ha seguido analizando el fenómeno del chemsex, proponiendo una serie de medidas para su tratamiento comunicativo.

EL CEDOA, en su reunión plenaria del 14 de septiembre de 2018, acordó la creación de un Grupo de Trabajo sobre publicidad y comunicación para responder a este reto ante la difusión de mensajes favorables a las prácticas adictivas. En la página web de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas se pueden ver todos los aspectos normativos desarrollados por el Consejo.

Un total de seis grupos especializados en adicciones colaboran en el despliegue del actual Plan de Acción, dos de ellos transversales a todas las acciones del Plan: el Grupo de Género (la perspectiva de género recorre toda la estrategia) y el Grupo de Comunicación, respondiendo a los principios señalados en la ENA.

El Grupo de Comunicación del CEDOA reflexiona sobre los discursos en torno al consumo de drogas y propone estrategias comunicativas efectivas para incidir en la prevención, reducción de daños y mejora de la salud pública con un enfoque ético, cultural y participativo. El grupo incluye representación de administraciones públicas, expertos y organizaciones del tercer sector.

Los trabajos realizados por el mismo hay que encuadrarlos desde la perspectiva de la consolidación de las redes sociales (RRSS) como un medio de comunicación más en la sociedad, lo cual implica la necesidad de una presencia de las administraciones públicas en esas redes.

Para el periodo 2024-2025 el CEDOA se planteó analizar la práctica denominada "chemsex" y las estrategias de comunicación que podrían plantearse a la hora de informar y advertir sobre sus riesgos.

El término "chemsex" hace referencia al uso planificado de sustancias psicoactivas para facilitar, potenciar o maximizar la actividad sexual, tanto en intensidad como en duración. Se asocia sobre todo con la ingesta de sustancias sintéticas, como metanfetaminas (speed), MDMA (éxtasis), mefedrona, ketamina, ácido gamma-hidroxibutírico (GHB), cocaína, pero también inhalantes (Popper). Menos común es la administración por vía parenteral, una forma de chemsex denominada "slamming", cuya práctica se estima que afecta a un 5% de los participantes.

En las últimas décadas, esta práctica ha ido ganando presencia, especialmente en el caso de relaciones homosexuales masculinas, aunque algunos expertos alertan sobre su extensión a otros ámbitos. El auge del chemsex preocupa a las autoridades de salud pública, dada su asociación con un mayor riesgo de enfermedades, como las ITS y el VIH, pero también cansancio físico y mental, ideaciones suicidas, psicosis, comportamientos agresivos o sobredosis por la pérdida de control sobre las sustancias, además de los que se derivan del consumo de las mismas. Además, la práctica en sí puede generar adicción y problemas para mantener relaciones sexuales "sobrias".

Se observa también una necesidad de mayor conocimiento sobre los diferentes riesgos que acarrea dicha práctica. Los expertos hacen hincapié, en este sentido, en la educación y la concienciación; en las acciones de reducción de daños; en la importancia de los grupos de apoyo y las terapias grupales, y en la realización de investigaciones más amplias.

En las sesiones desarrolladas por el Grupo de trabajo en el marco del CEDOA se ha puesto de relieve la dimensión no sólo sanitaria, social o psicológica del chemsex, sino también cultural, incidiéndose en una realidad múltiple (subculturas) asociadas a prácticas y riesgos diferenciados.

A partir de la información aportada por los expertos participantes en esas sesiones, las propuestas del Grupo del CEDOA en materia de comunicación se han orientado a proponer el desarrollo de una estrategia de comunicación en educación para la salud empleando el lenguaje de las redes y sus estrategias de difusión. Se trataría de comunicar mejor para prevenir, reducir daños y evitar estigmas, con responsabilidad, empatía y eficacia.

Esa estrategia de comunicación debería dejar de ser segmentada, dirigida a diferentes grupos de destinatarios (población objetivo). Con mensajes dirigidos a población general, informativos y preventivos enmarcados en la educación sexual genérica, no circunscrita al colectivo LGTBI ni al chemsex en concreto; mensajes dirigidos a usuarios iniciados, con el objetivo de sensibilizar sobre los riesgos que conlleva esta práctica, haciendo hincapié en la reducción de daños y promoción de salud, y mensajes dirigidos a practicantes de

modalidades más extremas como el slam (uso de drogas inyectadas), con intervenciones más específicas desde una lógica de acompañamiento e intervención profesional. Entre las actividades pendientes, el Grupo ha planteado la posibilidad de contar con una guía para comunicadores y periodistas sobre cómo tratar el chemsex sin estigmatizar.

Resulta, pues, necesario proyectar legitimidad. Sin confianza no existe comunicación, y la comunicación para instituciones como la Delegación del Gobierno del Plan Nacional sobre Drogas es, retomando lo señalado al inicio de este artículo, una herramienta fundamental para la creación de valor público que ayude a mejorar la salud de la ciudadanía.

A finales de 2025 el representante de AUC en el CEDOA ha sido nombrado coordinador de este grupo de trabajo de cara a 2026.

## CONSEJO ASESOR DEL JUEGO SEGURO

El Consejo Asesor de Juego Responsable (CAJR) se creó como grupo de trabajo por la Orden Comunicada de la Ministra de Hacienda de 25 de octubre de 2018. Desde entonces, ha realizado las funciones encomendadas en la citada orden con el objetivo de asesorar a la Dirección General de Ordenación del Juego en el desarrollo de su actividad ordinaria y en la elaboración de políticas públicas en el marco del juego responsable o seguro.

Con la Orden de 27 de junio de 2025 la denominación de este grupo de trabajo, que pasa a ser Consejo Asesor de Juego Seguro, introduciendo una serie de novedades tanto en su composición como en su funcionamiento para dotarlo de mayor operatividad.

Así, se limitó a 30 miembros la composición máxima que podrá tener el Consejo Asesor; se introduce, de forma expresa, la posibilidad de nombrar miembros durante la vigencia del mandato del Consejo Asesor; se modifica la adscripción funcional respecto a los cargos de Vicepresidencia y Secretaría, y las posibles causas de cese en el mandato de las personas que lo integran.

Además, atendiendo a la relevancia y el importante papel realizado en el anterior ciclo por la Sección Científica, se prevé su existencia con carácter permanente y las personas que podrán conformarla, siendo estos profesionales de instituciones científicas, sanitarias o académicas que desarrollen actividades de investigación relacionadas con los trastornos del juego, sin perjuicio de las secciones que, por decisión de la Presidencia, puedan crearse.

Las políticas de juego seguro han experimentado una profunda transformación con la aprobación del Real Decreto 958/2020, de 3 de noviembre, de comunicaciones comerciales de las actividades de juego y el Real Decreto 176/2023, de 14 de marzo, por el que se desarrollan entornos más seguros de juego. Con ambos el concepto de juego seguro se desplaza de forma decidida de la figura de la persona consumidora, concebida como sujeto racional que adopta las mejores decisiones en función de un interés propio iluminado por la información que pone a su disposición el operador de juego, como elemento central de la política de protección, a una concepción en la que se toman en consideración los elementos configuradores de la oferta y del consumo de juegos de azar como elementos determinantes de esa protección.

El Consejo Asesor de Juego Seguro aporta a la Dirección General de Ordenación del Juego una visión pluridisciplinar sobre los juegos de azar, incrementando tanto el conocimiento sobre el fenómeno del juego y su incidencia en las personas consumidoras como de las medidas que conduzcan a reducir el riesgo de comportamientos de juego de riesgo,

problemático, compulsivo o patológico y a minimizar los efectivos negativos que estos pueden causar.

El Consejo Asesor de Juego Seguro, tiene la naturaleza de grupo de trabajo de los previstos en el artículo 22.3 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, sin que sus acuerdos tengan efectos directos frente a terceros. Se adscribe a la Dirección General de Ordenación del Juego.

Tiene como objetivo el asesoramiento a la Dirección General de Ordenación del Juego en el desarrollo de su actividad ordinaria y en la elaboración de políticas públicas en el marco del juego seguro.

- Son sus funciones:
- Tomar conocimiento de medidas y planes que se estén impulsando desde la citada Dirección General, proyectos normativos o decisiones relevantes en materia de juego seguro.
- Asesorar y elaborar trabajos, informes, propuestas u otras actuaciones que, si procede, sirvan como base para la puesta en marcha de acciones orientadas al juego seguro.
- Realizar propuestas y promover o elaborar informes para el desarrollo de políticas e iniciativas en la materia, trasladando a la Dirección General de Ordenación del Juego el resultado y conclusiones finales.
- Fomentar la colaboración entre los sectores público, privado y sociedad civil en materia de juego seguro, promoviendo medidas que conduzcan a minimizar los efectos negativos del juego.
- Promover la minimización del impacto social derivado de la actividad de juego, anticipando las tendencias emergentes en cuanto a juego seguro.

El Consejo Asesor está presidido por el titular de la Dirección General de Ordenación del Juego y constituido por profesionales y representantes de distintos ámbitos relacionados con el juego de azar, así como distintos órganos o unidades administrativas de la Administración General del Estado o reguladores de juego autonómicos.

El Consejo Asesor estará formado por profesionales y representantes de los siguientes colectivos:

- Representantes de la Administración General del Estado y las Comunidades Autónomas.
- Profesionales de instituciones científicas, sanitarias o académicas que desarrollen actividades de investigación relacionadas con los trastornos del juego.
- Representantes de otras instituciones, organismos y asociaciones relacionadas con el sector del juego.
- Representantes de los operadores de juego.

La persona titular de la Dirección General de Ordenación del Juego designará a los miembros del Consejo Asesor. Las personas que integran el Consejo Asesor serán designadas entre expertos de reconocido prestigio y trayectoria en el sector de los juegos de azar, juego seguro y la protección de los consumidores, y respecto de quienes podrá ser acreditada su experiencia y recorrido profesional, su nivel de conocimientos o su especial vinculación con el sector del juego y, en particular, con las funciones atribuidas al Consejo.

Los miembros electivos del Consejo tienen un plazo máximo de permanencia de tres años desde la constitución del mismo, renovable por una sola vez y sin perjuicio del mantenimiento de su condición hasta su efectiva sustitución o nueva formación del Consejo Asesor de Juego Seguro.

Las personas designadas para formar parte del Consejo Asesor cesarán por los siguientes motivos:

- a. Por haber cesado en el cargo en virtud del cual fueron designados.
- b. Por terminación del mandato por el transcurso del plazo establecido para su vigencia.
- c. Por renuncia.
- d. Por incapacitación o inhabilitación judicial
- e. Por fallecimiento.
- f. Por decisión de la Presidencia del Consejo Asesor.

La persona titular de la Presidencia ostenta la representación del Consejo Asesor de Juego Seguro, fija el orden del día y convoca y preside las reuniones.

La Vicepresidencia es ocupada por el titular de la Subdirección General que tenga atribuidas las funciones relativas al impulso y coordinación de las políticas de juego seguro. El vicepresidente sustituirá al presidente en caso de vacante, ausencia o enfermedad. Por otra parte, realizará las funciones que la presidencia le haya delegado.

La Secretaría del Consejo Asesor corresponderá a un empleado público o empleada pública de la Subdirección General de la Dirección General de Ordenación del Juego que tenga atribuidas las funciones relativas al impulso y coordinación de las políticas de juego seguro, ejerciendo las correspondientes labores de impulso, administración, coordinación, remisión de propuestas y elaboración del orden del día de las reuniones.

El Pleno del Consejo Asesor de Juego Seguro se reunirá de forma ordinaria una vez al año mediante convocatoria de su Presidencia, pudiendo celebrarse reuniones extraordinarias cuando lo solicite la mayoría de sus miembros. En este último caso, la solicitud deberá incluir una propuesta de orden del día y la Presidencia dispondrá de un plazo de quince días para analizar la solicitud y proceder a convocar el Pleno conforme a los plazos previstos en el apartado siguiente.

El Consejo Asesor dispone de una Sección científica, de carácter permanente, con el objeto de ahondar en el conocimiento de la adicción a los juegos de azar y sus implicaciones bio-psico-sociales desde una perspectiva académico-científica y de investigación. La designación de los miembros que integran la Sección Científica, que en todo caso deberán ser profesionales de instituciones científicas, sanitarias o académicas que acrediten experiencia y recorrido profesional en actividades de investigación relacionadas con los trastornos del juego, se realizará por la Presidencia del Consejo Asesor.

Se podrán constituir otras secciones que se estimen necesarias para el tratamiento de aspectos específicos, para lo cual se podrá solicitar la participación de las personas que integran el Consejo Asesor con formación y experiencia común en la materia del juego Seguro para atender los proyectos y/o medidas más relacionadas con su área de experiencia

El Consejo Asesor de Juego Seguro podrá recabar la asistencia de expertos siempre que sea autorizado con anterioridad por la mayoría de las personas que lo integran.

El 19 de junio de 2025 se celebró la reunión del Consejo Asesor, en la que se informó sobre la nueva Orden comunicada y sobre la propuesta del Programa de Juego Seguro de la Dirección General de Ordenación del Juego 2026-2030. La propuesta surge en aras a seguir avanzando hacia un juego más seguro y en un contexto social dinámico, marcado por una mayor concienciación sobre los posibles efectos dañinos de la práctica de juegos de azar y en el que se han producido cambios, desde el anterior Programa de Juego Responsable, tanto en el perfil del jugador online, como en las nuevas formas de comunicación comercial y el acceso generalizado a las nuevas tecnologías.

Se realizó una presentación en la que se informa del borrador del Programa, indicando que se estructura en tres prioridades (análisis y diagnóstico, prevención y promoción del juego seguro y protección del participante), seis objetivos generales y veintidós medidas específicas, que vienen a desarrollar proyectos que la DGOJ considera prioritarios abordar con la asistencia del Consejo Asesor.

También se constituyó el nuevo Consejo Asesor y se renovó la presencia del representante de AUC, que manifestó la preocupación de la Asociación por la combinación entre créditos rápidos y apuestas de juego online entre determinados segmentos de personas consumidoras y usuarias.

En noviembre de 2025 la DGOJ organizó el I Congreso internacional de Juego bajo el lema el 'El impacto social del juego'.

Las jornadas contaron con la presencia de los principales actores nacionales e internacionales implicados en el sector, con el objetivo de promover un espacio de reflexión y diálogo sobre la realidad del juego, sus implicaciones sociales y los avances en materia de regulación y protección a los participantes en actividades de juego. En el encuentro se presentaron los proyectos de investigación subvencionados por la Dirección General.

## **PÓDCAST: POR EL MUNDO QUE QUEREMOS**

La delegada en Catalunya de AUC coordina en nombre de la asociación, el pódcast realizado en colaboración con la Asociación Bienestar y Desarrollo Grupo ABD y Radio Maconda (la emisora comunitaria de las bibliotecas de Barcelona), con el título “El Mundo que queremos”.

El pódcast da voz a las historias de vida de personas en situación de vulnerabilidad.

Hasta el momento se han emitido 8 capítulos,

Capítulo 1: Adicciones, estigma y aprendizajes

Capítulo 2: Derecho a la alimentación, economía circular y participación comunitaria

Capítulo 3: Crianza, derecho a la vivienda y red de apoyo

Capítulo 4: Envejecimiento digno, brecha digital y ciudades amigables

Capítulo 5: Búsqueda de empleo, discriminación y apoyo integral

Capítulo 6: Consumo de sustancias, estigma y nuevas oportunidades

Capítulo 7: Violencias machistas, reconocimiento y redes de apoyo entre mujeres

Capítulo 8: Voluntariado: humanidad, proximidad y derecho a la participación

Que pueden seguirse [aquí](#)

## PARTICIPACIÓN DE AUC EN SEMINARIOS, CURSOS, JORNADAS Y MESAS REDONDAS

### **Encuentro "Gobernanza en Branded Content"**

Fecha: 13 de marzo de 2025

Organiza: Universidad Complutense

Lugar: On Line

### **Intervención: La publicidad de alimentos con alegaciones de salud. Marco regulatorio**

Fecha 26 de marzo de 2025

Organiza: Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad de Alicante

Lugar: Alicante

### **Mesa redonda: "La protección del menor en el entorno audiovisual: televisiones, OTTs, plataformas de intercambio de vídeos y generadores de contenidos/influencers"**

Fecha: 8 de abril de 2025

Organiza: Escuela de Práctica Jurídica

Lugar: Madrid

### **Grupo de Trabajo Autorregulación y correulación del sector audiovisual**

Fecha: 11 de abril

Organiza CNMC

Lugar: Madrid

### **Intervención: Jornada Adicciones: tu punto de mira**

Fecha: 27 de mayo

Organiza PDS

Lugar: Madrid

### **Presentación del "Observatorio de Transparencia y Responsabilidad Publicitaria"**

Fecha: 3 de Junio de 2025

Organiza: Universidad Nebrija y Presidentex

Lugar: Madrid

### **Jornada AEA-Autocontrol- IAB Spain: "III Jornada sobre Regulación y Autorregulación del marketing de Influencers"**

Fecha: 5 de junio de 2025

Organiza: AEA- AUTOCONTROL-IAB SPAIN

Lugar: Madrid

### **Encuentro Modificación del marco regulador de la radiodifusión sonora digital**

**terrestre.**

Fecha: 8 de julio

Organiza: Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales

Lugar: Madrid

**Desayuno de trabajo sobre el Reglamento EMFA**

Fecha: 21 de julio de 2025

Organiza: ICAM

Lugar: Madrid

Participante: Alejandro Perales Albert, presidente

**Jornada "Entornos Digitales Seguros: del Diagnóstico a la Estrategia"**

Fecha: 22 de julio de 2025

Organiza: Secretaría de Estado de Juventud e Infancia

Lugar: Madrid

Participante: Alejandro Perales Albert, presidente

**Encuentro: "La realidad de la publicidad en RRSS y la contratación electrónica por menores de edad"**

Fecha: 24 de septiembre y 19 de noviembre de 2025

Organiza: Universidad Francisco de Vitoria

Lugar: Madrid

Participante: Alejandro Perales Albert, presidente

**40 Aniversario del Plan Nacional sobre Drogas**

Fecha: 24 de octubre de 2025

Organiza: Ministerio de Sanidad

Lugar: Madrid

**"Encuentro sobre prevención del consumo de ALCOHOL y sus daños relacionados. Colaboración entre el Ministerio de Sanidad y entidades del Tercer Sector."**

Fecha: 3 de noviembre de 2025

Organiza: Dirección Gral. de Salud Pública

Lugar: Madrid

**Entrevista Proyecto de investigación: "La incorporación de la perspectiva de género en los estudios de publicidad"**

Fecha: 5 de noviembre de 2025

Organiza: Universidad de Alicante

Lugar: On Line/

**Presentación del Informe “Infancia Digital”**

Fecha: 11 de noviembre de 2025

Organiza: Red.es

Lugar: Madrid

**Entrevista: “Experiencias, oportunidades y barreras que encuentran las organizaciones del tercer sector en su participación en la formulación e implementación de políticas públicas”**

Fecha: 18 de noviembre de 2025

Organiza: Universidad de Barcelona

Lugar: On Line

**Día del Consumidor Europeo 2025**

Fecha: 1 de diciembre de 2025

Organiza: CESE

Lugar: Bruselas

**Mesa redonda: “Influencers y correulación: retos en la era digital”**

Fecha: 1 de diciembre de 2025

Organiza: CNMC

Lugar: Madrid

## APARICIONES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

A lo largo del año 2025 los representantes de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) han desarrollado una intensa actividad de presencia en los medios de comunicación, ya sea a través de comunicados y notas de prensa o a través de artículos, entrevistas y declaraciones.

Esta presencia se ha producido tanto en radio y televisión como en publicaciones periódicas (diarios y revistas).