

COMERCIO ELECTRÓNICO Y REFORMA DE LA LEGISLACIÓN ADUANERA



REFORMA ADUANERA DE LA UE: en qué consiste y qué impactos supone en las personas consumidoras y en el medio ambiente

Todos los Estados miembros de la UE forman parte de la **Unión Aduanera** –creada en 1968–, implicando esto que todos ellos tienen los mismos aranceles y derechos de importación y que no aplican aranceles al comercio interno entre ellos. Es de esta manera como la UE defiende no sólo el mercado único sino la libre circulación a través de un conjunto de normas aduaneras comunes que conforman el **Código Aduanero de la Unión** (CAU o UCC, por sus siglas en inglés). El CAU¹ fue creado originalmente en octubre de 2013, pero no entró en vigor hasta mayo de 2016 y vivió su última modificación en noviembre de 2022. En mayo de 2023, la Comisión Europea propuso una reforma del CAU en pro de reforzar la seguridad y eficiencia del comercio europeo.

La Unión Aduanera preside uno de los **mayores bloques comerciales** a nivel mundial, con un volumen de más de 4,3 billones de euros, suponiendo un 14% del comercio global². Sus **funciones** radican en proteger el mercado único de la UE, controlar las fronteras exteriores, reforzar la apertura comercial, evitar la entrada de productos potencialmente peligrosos, no conformes o inseguros y preservar así la seguridad de las personas consumidoras y del medio ambiente.

En la actualidad, el comercio europeo viene estando definido por unas complejas relaciones geopolíticas con China y Estados Unidos, y por un incesante incremento del volumen comercial, en

especial, del comercio electrónico. Con ello, nació la necesidad de **reformar la Unión Aduanera de la UE** con el objetivo de simplificar y adaptar los requisitos en los procedimientos aduaneros. El 17 de mayo de 2023, tras las recomendaciones formuladas en 2022 por el Grupo de Sabios sobre el Futuro de las Aduanas³, la Comisión Europea presentó un paquete de propuestas para dicha reforma fundamental, la cual crearía una Unión Aduanera “más sencilla, inteligente y segura”⁴.

Años después, en mayo de 2025, el Consejo abrió las negociaciones interinstitucionales sobre esta reforma aduanera con el Parlamento Europeo con el fin de proporcionar a las autoridades aduaneras de la UE un marco más actualizado y eficiente que les permitiese hacer frente a **desafíos** como:

- El **aumento del volumen de importaciones y flujos comerciales**.
- El **auge del comercio electrónico**.
- La **complejización** de las **normativas europeas** que deben verificarse en la frontera.
- Los constantes **cambios de las realidades geopolíticas** y las situaciones de crisis que surgen en el contexto internacional.

¹ Reglamento (UE) n° 952/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 9 de octubre de 2013, por el que se establece el código aduanero de la Unión ([enlace](#))

² Consejo Europeo, Consejo de la Unión Europea. La unión aduanera de la UE ([enlace](#))

³ Comisión Europea. (31 de marzo de 2022). Comunicado de prensa. Elevar al siguiente nivel la unión aduanera de la UE: ideas innovadoras para una unión aduanera moderna y eficiente presentadas por el Grupo de Sabios ([enlace](#))

⁴ Comisión Europea. (17 de mayo de 2023). Comunicado de prensa. Reforma aduanera de la UE: Una visión basada en datos para una Unión Aduanera más sencilla, inteligente y segura ([enlace](#))

Esta reforma se desarrolla en torno a tres ejes:

1 Digitalización y creación de un Centro Aduanero de Datos

(*EU Customs Data Hub*), supervisado por la Autoridad Aduanera de la UE para que las empresas que quieran comerciar con mercancías dentro de la UE registren una única vez toda la información de sus productos y cadenas de suministro. La Comisión percibe esta tecnología como una novedad, haciendo uso tanto de la intervención humana como de la inteligencia artificial y minimizando los controles aduaneros. Así, surgen los “*Trust and Check*”, operadores más fiables y transparentes que sientan un precedente para otras empresas que operan dentro de la Unión Europea.

2 El uso de la inteligencia artificial como herramienta en los controles aduaneros

, priorizando la seguridad de las personas consumidoras europeas. Esto implica reforzar la vigilancia analizando los datos de las empresas con el objetivo de evitar la entrada de productos ilegales o no seguros y de hacer cumplir las normas de la UE —como las relativas a la deforestación importada (EUDR), el clima o el trabajo forzoso—, además de asegurar la correcta recaudación de impuestos.

3 Virar la responsabilidad hacia las plataformas online,

convirtiéndolas en las primeras garantes de que los productos vendidos dentro de la UE cumplan las normas aduaneras. Serán ellas quienes paguen derechos e IVA en el momento de la compra, evitando a las personas consumidoras incurrir en costes y trámites ocultos al recibir sus productos. Al actuar como importadores oficiales, se asegura que las compras sean seguras y respeten las normas ambientales, éticas y de seguridad de la UE. Para ello, se introdujeron varias medidas aplicables a las mercancías importadas a la UE:

- En junio de 2025, el Consejo de la UE incorporó a las negociaciones de la reforma aduanera la idea de una **tasa de tramitación**⁵ para las mercancías importadas de forma directa por las personas consumidoras, compensando así el incremento de los costes de procesamiento asumidos por las autoridades aduaneras. Entraría en vigor en noviembre de 2026.

⁵ Comisión Europea. (27 de junio de 2025). Hito en la reforma aduanera de la UE: Los Estados miembros adoptan una posición común sobre el nuevo Código Aduanero de la Unión (CAU) ([enlace](#))

- En noviembre de 2025 el Consejo de la Unión Europea aprobó uno de los objetivos más buscados: la **eliminación de la exención de derechos de aduana para productos de menos de 150€**⁶, simplificando al mismo tiempo los aranceles para artículos de bajo valor y convirtiéndose en una de las medidas de mayor impacto de la reforma. Esta propuesta entrará en vigor en 2028 cuando el Centro Aduanero de Datos empiece a operar formalmente.
- En diciembre de 2025 el Consejo comunicó la decisión de aplicar un **derecho de aduana fijo de 3€** a todos aquellos paquetes pequeños de valor inferior a 150€ a partir del 1 de julio de 2026. Esta medida⁷, se ha erigido como un puente provisional hasta el 1 de julio de 2028, cuando se espera que entre en pleno funcionamiento el nuevo Centro Aduanero de Datos de la UE.

Cronología reforma aduanera UE



Fuente: elaboración propia.

⁶ Consejo de la Unión Europea. (13 de noviembre de 2025). Press release. Customs: Council takes action to tackle the influx of small parcels ([enlace](#))

⁷ Consejo de la Unión Europea. (11 de febrero de 2026). Press release. Council gives final green light to new customs duty rules for small parcels ([enlace](#))

Aparentemente,

los principales beneficios que esta reforma aduanera

tendrá sobre las **personas consumidoras y el medio ambiente** en la UE serán varios:

En primer lugar, una **mayor claridad de precios y una reducción de cargos extra inesperados** al recibir los productos. Se generará asimismo una competencia más justa al eliminar esa exención arancelaria a los envíos de bajo valor (menores de 150€), puesto que los importadores deberán pagar los mismos costes que aquellos productores de la UE. Y, en último término, se garantizará una mayor seguridad conforme a la normativa europea, siendo el Centro Aduanero de Datos el principal actor que ayude a prevenir la entrada de productos inseguros dentro de las fronteras de la UE y que afiance una mayor transparencia y calidad de las importaciones.

A pesar de que se puedan predecir ciertas desventajas para las personas consumidoras (como el incremento de los precios de algunos productos debido a la aplicación de nuevos aranceles), a largo plazo esta reforma **disminuiría** en gran medida el **fraude de las grandes plataformas y el insostenible flujo masivo de paquetes pequeños**. Según un comunicado del Parlamento Europeo⁸, en 2024 se importaron a la UE unos 4.600 millones de productos de menos de 150€ (uno 12 millones de paquetes al día) y el 91% del total de ellos fueron importados desde China a través de plataformas como AliExpress, Temu o Shein, siendo la mayor de sus características la fragmentación de estos envíos y por ello la evasión de numerosos costes, responsabilidades y obligaciones aduaneras.

Esto último está directamente relacionado con el impacto medioambiental que supone esta reforma aduanera. La reforma supondrá una reconfiguración del número de importaciones de paquetes de bajo valor que suelen tener ciclos de vida muy cortos, consiguiendo **disminuir el transporte transnacional**, la contaminación de ciertos materiales, los **embalajes**, la **energía** procedente de combustibles fósiles en la producción de las mercancías y el **sobreconsumo** impulsivo que incitan los bajos precios de los productos y los patrones oscuros utilizados por las plataformas. Asimismo, gracias a ese nuevo Centro Aduanero de Datos y al uso de la inteligencia artificial, se conseguiría una **detección** e identificación prematura de las **cadenas de suministro de riesgo ecológico** que puedan ocultar prácticas ambientales ilegales.

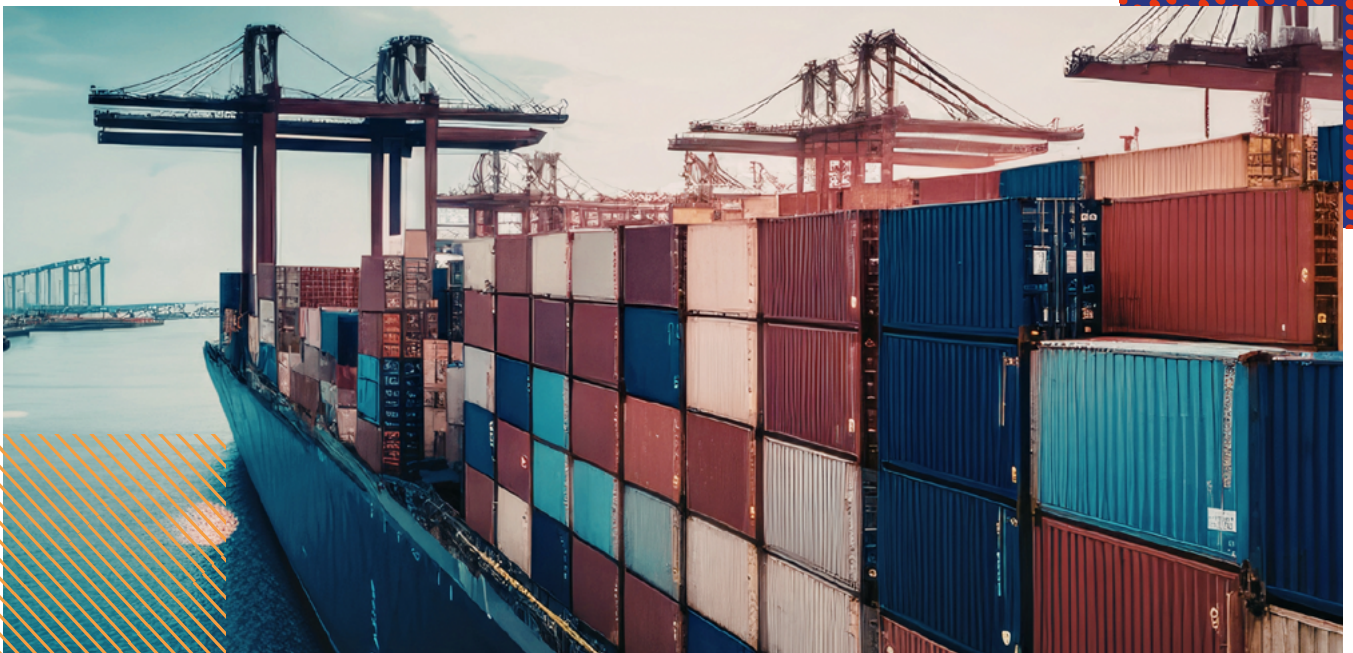
⁸ Parlamento Europeo. (9 de julio de 2025). Refuerzo del control sobre importaciones de bajo valor por internet ([enlace](#))

De la mano de la reforma aduanera, es relevante mencionar la **normativa sobre diseño ecológico**⁹, firmada en junio de 2024 con el fin de mejorar la sostenibilidad medioambiental de las mercancías que entran a la UE, garantizar su libre circulación en el mercado interior, reforzar el control sobre las plataformas digitales y reducir la huella de carbono.

Según este Reglamento, los requisitos de diseño ecológico tienen en cuenta varios aspectos de los productos con el fin de hacer frente al impacto medioambiental. Entre ellos, cabe destacar la reparabilidad; durabilidad; fiabilidad; reutilizabilidad; reciclabilidad; posibilidad de reacondicionamiento y de remanufacturación; el uso de la energía, agua y recursos; la eficiencia energética, hídrica y de los recursos; la huella de carbono y medioambiental; el contenido reciclado; o la presencia de sustancias nocivas. Se exigirá a las empresas comerciantes que sus mercancías no queden obsoletas prematuramente, “por razones como la elección de diseño por parte de los fabricantes, el uso de componentes significativamente menos robustos que otros, el

La normativa de diseño ecológico de 2024 impulsa productos más duraderos, reparables y eficientes, reduciendo impacto ambiental, obsolescencia y huella de carbono en el mercado europeo +

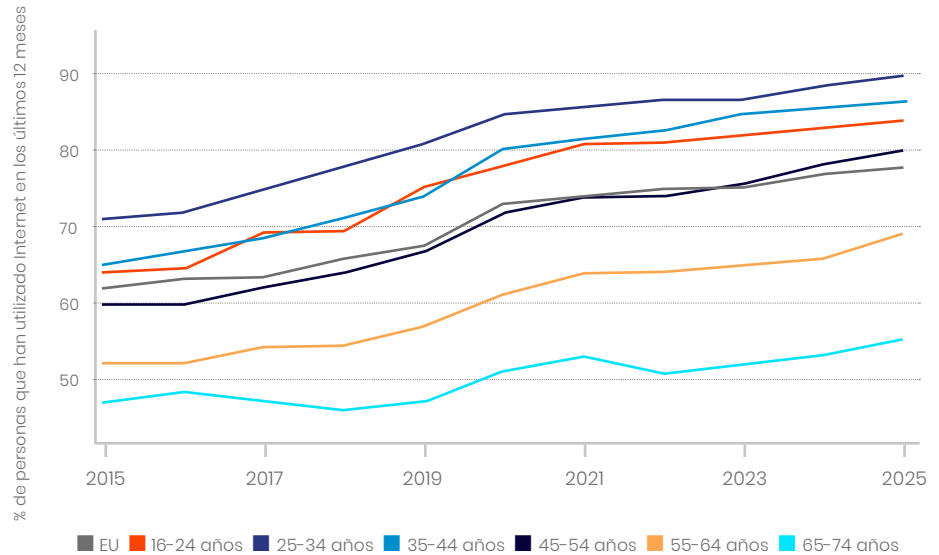
desmontaje imposibilitado de componentes clave, la ausencia de información sobre la reparación o las piezas de repuesto o que el software no funcione una vez que se actualice el sistema operativo o no se faciliten actualizaciones de software”.



⁹ Reglamento 2024/1781 (UE) por el que se instaura un marco para el establecimiento de requisitos de diseño ecológico aplicables a los productos sostenibles, se modifican la Directiva (UE) 2020/1828 y el Reglamento (UE) 2023/1542 y se deroga la Directiva 2009/125/CE (esta última aplicable a productos relacionados con la energía) ([enlace](#))

Comercio electrónico, e-commerce y marketplaces: ¿SON TODO LO MISMO?

Según estadísticas de Eurostat sobre comercio electrónico en particulares, en el año 2025 un 78% de las personas que utilizaron internet compró o pidió bienes o servicios de forma online, siendo el grupo de edad mayoritario las personas consumidoras de entre 25 y 34 años. A modo comparativo de contextualización, el porcentaje de compradores online ha aumentado del 62% en el año 2015 al 78% en 2025¹⁰.



Fuente: Eurostat. Usuarios de Internet que compraron o pidieron bienes o servicios para uso particular diferenciados por grupo de edad, UE, 2015-2025

Teniendo en cuenta los últimos datos que reflejan el consumo de internet y de bienes y servicios online, cabe preguntarse qué es exactamente el comercio electrónico y en qué se diferencia de un *marketplace*.

El comercio **electrónico** o **e-commerce** consiste principalmente en la compra y venta de bienes o servicios a través de internet, posibilitando tanto a las personas consumidoras como a las empresas llevar a cabo transacciones sin las limitaciones espaciotemporales asumidas en el comercio tradicional. Así, por ejemplo, una tienda online ofrecería las mercancías de una marca o empresa de forma online a través de una web de dominio propio.



Un **marketplace**, por su parte, es una plataforma online abierta que ofrece productos y servicios de diferentes marcas o empresas. Puede ser **general** (múltiples sectores-múltiples empresas), como es el caso de *Amazon* o *AliExpress*; o **vertical** (un único sector, muchas empresas), como *Just Eat* o *Zalando*.



¹⁰ Eurostat. (2026). E-commerce statistics for individuals ([enlace](#))

REGULACIÓN ACTUAL del comercio electrónico

Marco europeo



El comercio de la UE se enfrenta a desafíos cada vez mayores como consecuencia de las importaciones provenientes del exterior comunitario y que ponen sobre la mesa innumerables riesgos para la salud y seguridad humanas. Ante ello, existen numerosas normativas que tienen como base proteger a las personas consumidoras dentro del marco del comercio electrónico. Entre ellas, destacan varias:

La **Ley de Servicios Digitales**¹¹ (DSA, por sus siglas en inglés), entrada en vigor en noviembre de 2022, tiene por objeto proteger los derechos fundamentales de las personas consumidoras y consolidar una realidad online más segura y transparente. Establece normas contra la desinformación y los contenidos ilícitos; la prohibición de la publicidad a menores; y la rendición de cuentas a las plataformas que puedan implicar un riesgo social. Su regulación se aplica principalmente al comercio electrónico, redes sociales, tiendas de aplicaciones, plataformas de intercambio de contenido, marketplaces o plataformas de viajes.

La **Ley de Mercados Digitales**¹² (DMA, por sus siglas en inglés), entró en vigor en noviembre de 2022 y se empezó a aplicar en mayo de 2023. Garantiza que las grandes plataformas digitales y los gigantes tecnológicos denominados “guardianes de acceso” desarrollen una actividad online justa y en igualdad de condiciones y competitividad, poniendo el foco en la prohibición de prácticas desleales, la mejora de los servicios, precios más justos y el fomento de la innovación. La DMA, en esencia, consolida una mayor agencia y control sobre los datos personales, las preferencias y los derechos de las personas consumidoras.

El **Reglamento relativo a la seguridad general de los productos**¹³ entrado en vigor en diciembre de 2024, el cual deroga la anterior Directiva sobre la seguridad general de los productos¹⁴ de 2001 y la Directiva sobre los productos de apariencia engañosa que ponen en peligro la salud o la seguridad de las personas consumidoras¹⁵ de 1987. Este reglamento actualiza y mejora la protección de las personas consumidoras poniendo el foco en los retos de la digitalización y el comercio electrónico actuales, estableciendo obligaciones específicas para los mercados online.

¹¹ Federación de Consumidores y Usuarios CECU. (2022). Ley de Servicios Digitales (DSA). Lo que es ilegal offline, también lo es online ([enlace](#))

¹² Federación de Consumidores y Usuarios CECU. (2022). Nueva Ley de Mercados Digitales ([enlace](#))

¹³ Reglamento (UE) 2023/988 del Parlamento Europeo y del Consejo de 10 de mayo de 2023 relativo a la seguridad general de los productos, por el que se modifican el Reglamento (UE) n.º 1025/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo y la Directiva (UE) 2020/1828 del Parlamento Europeo y del Consejo, y se derogan la Directiva 2001/95/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y la Directiva 87/357/CEE del Consejo (Texto pertinente a efectos del EEE) ([enlace](#))

¹⁴ Directiva 2001/95/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 3 de diciembre de 2001, relativa a la seguridad general de los productos (Texto pertinente a efectos del EEE) ([enlace](#))

¹⁵ Directiva 87/357/CEE del Consejo de 25 de junio de 1987 relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados Miembros sobre los productos de apariencia engañosa que ponen en peligro la salud o la seguridad de los consumidores ([enlace](#))

El **Reglamento (UE) 2017/2394 sobre la cooperación en materia de protección de los consumidores**¹⁶ (CPC), que instala un marco donde las autoridades nacionales del Espacio Económico Europeo (EEE) puedan gestionar de forma conjunta las infracciones a las normativas de consumo cuando la persona consumidora y el comerciante estén ubicados en países diferentes.

La **Directiva 2000/31/CE sobre el comercio electrónico**¹⁷ sigue siendo una de las normativas fundamentales en cuanto a la regulación digital, los servicios de información y el comercio electrónico, a pesar de que se adoptó en el año 2000. Fija las reglas sobre los requisitos de transparencia de los proveedores de servicios online, las contrataciones electrónicas, las comunicaciones comerciales no solicitadas por las personas consumidoras o la regulación de la publicidad.

El **Reglamento 2024/1689 por el que se establecen normas armonizadas en materia de inteligencia artificial**¹⁸ se convirtió en el primer marco jurídico a nivel mundial en lo relativo a la IA. Este reglamento se enfoca sobre todo en el riesgo que supone el desarrollo y la implementación de la IA en la vida de las personas consumidoras.

La **Directiva 2005/29/CE**¹⁹, que regula las **prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con las personas consumidoras** en el mercado interior de la UE, prohibiendo acciones engañosas y agresivas (esto es, que varíen el comportamiento económico y las decisiones del consumidor) con el objetivo de asegurar la confianza y el acceso de las personas consumidoras a los intercambios comerciales.

¹⁶ Reglamento (UE) 2017/2394 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2017, sobre la cooperación entre las autoridades nacionales responsables de la aplicación de la legislación en materia de protección de los consumidores y por el que se deroga el Reglamento (CE) n.º 2006/2004 (Texto pertinente a efectos del EEE) ([enlace](#))

¹⁷ Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico) ([enlace](#))

¹⁸ Reglamento (UE) 2024/1689 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de junio de 2024, por el que se establecen normas armonizadas en materia de inteligencia artificial y por el que se modifican los Reglamentos (CE) n.º 300/2008, (UE) n.º 167/2013, (UE) n.º 168/2013, (UE) 2018/858, (UE) 2018/1139 y (UE) 2019/2144 y las Directivas 2014/90/UE, (UE) 2016/797 y (UE) 2020/1828 (Reglamento de Inteligencia Artificial) (Texto pertinente a efectos del EEE) ([enlace](#))

¹⁹ Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, que modifica la Directiva 84/450/CEE del Consejo, las Directivas 97/7/CE, 98/27/CE y 2002/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y el Reglamento (CE) n.º 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo ([enlace](#))

La **Directiva 2011/83/UE**²⁰ sobre los **derechos de los consumidores** establece normas que regulan el derecho de desistimiento, obligaciones contractuales (con especial hincapié en contratos a distancia y online), los medios de pago y suministro de información precontractual.

El **Reglamento General de Protección de Datos** (RGPD)²¹ es la normativa principal de la Unión Europea que regula la protección de datos y privacidad y de las personas físicas europeas, estableciendo obligaciones claras para las empresas y actores en el tratamiento de datos. Este reglamento concede a las personas consumidoras una mayor garantía e información más clara del tratamiento y transferencia de sus datos personales.

Estas son algunas de las normas fundamentales que regulan el comercio electrónico dentro de las fronteras de la Unión Europea. En una comunicación sobre un conjunto completo de herramientas para un comercio electrónico seguro y sostenible²² presentada en febrero de 2025, la Comisión hacía hincapié en la importancia de **supervisar el comercio electrónico** y aumentar las acciones conjuntas y la cooperación entre los Estados miembros. Proponía igualmente la implementación de un **pasaporte digital** de las mercancías que facilitase los **controles aduaneros**, así como un plan para la ejecución del Reglamento 2024/1781 sobre diseño ecológico para productos sostenibles.

Marco internacional



Uno de los acuerdos más relevantes y recientes que marca las normas sobre comercio electrónico a nivel internacional es el **Acuerdo plurilateral sobre Comercio Electrónico en la Organización Mundial del Comercio**²³, el cual salió a la luz tras 5 años de negociaciones entre 91 miembros de la OMC en julio de 2024. Este acuerdo, que se aplica a un 90% del comercio mundial, incluye 15 normas con el objetivo de promover el comercio digital y electrónico, incrementar la confianza de las personas consumidoras y de las empresas online, apoyar la integración en la economía digital de los miembros con sistemas económicos menos sólidos y facilitar un entorno digital abierto y no discriminatorio.

²⁰ Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre los derechos de los consumidores, por la que se modifican la Directiva 93/13/CEE del Consejo y la Directiva 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y se derogan la Directiva 85/577/CEE del Consejo y la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo Texto pertinente a efectos del EEE ([enlace](#))

²¹ Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE ([enlace](#))

²² Comisión Europea. (5 de febrero de 2025). A comprehensive EU toolbox for safe and sustainable e-commerce ([enlace](#))

²³ OMC. (2024). Información relativa al Acuerdo sobre Comercio Electrónico ([enlace](#))

Marco nacional



En España, son también varias las normativas que regulan el comercio electrónico en el país, a destacar entre las siguientes:

La **Ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico (LSSI)**²⁴, entrada en vigor en octubre de 2002, tiene por objeto regular los servicios de la sociedad de la información, entendida como aquella marcada por las redes de telecomunicaciones y por el uso de internet como vehículo de transmisión de información. Establece por ello las obligaciones de los prestadores de servicios sobre las comunicaciones comerciales o los contratos electrónicos.

La **Ley Orgánica 3/2018 de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales (LOPDGDD)**²⁵, entrada en vigor en diciembre de 2018, se erigió como la primera norma que regulaba los derechos digitales como una categoría específica en el ordenamiento jurídico español. En lo relativo al comercio, establece disposiciones sobre comunicaciones comerciales, distribuidores y comercializadores y la protección de datos en las prácticas comerciales electrónicas. Esta ley fue posteriormente apoyada y actualizada en 2021 mediante la **Carta de Derechos Digitales**²⁶.

La **Ley 3/1991 de Competencia Desleal**²⁷ constituye el pilar normativo español que garantiza las prácticas leales en las relaciones comerciales con la finalidad de proteger tanto la competencia de mercado como a las personas consumidoras.

La **Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios**²⁸ entró en vigor en diciembre de 2007, sentando un precedente para la protección de las personas consumidoras. Establece una definición clara de consumidor, afianza derechos básicos (seguridad, salud, información, desistimiento) y consolida aspectos clave como la garantía de bienes de consumo o la protección de intereses económicos de los consumidores y usuarios.

²⁴ Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico ([enlace](#))

²⁵ Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales ([enlace](#))

²⁶ Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Carta de Derechos Digitales ([enlace](#))

²⁷ Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal ([enlace](#))

²⁸ Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias ([enlace](#))

¿Qué **DESAFÍOS ENFRENTA EL COMERCIO ELECTRÓNICO** de la Unión Europea?

De acuerdo con una publicación del Transatlantic Consumer Dialogue (TACD), el 80% de las personas consumidoras de la Unión Europea, Reino Unido y Estados Unidos dependen de servicios digitales para comprar, recibir información y llevar a cabo interacciones sociales y, sin embargo, no tienen la seguridad total de que sus derechos digitales sean respetados. Con ello, tal y como se ha ido reflejando anteriormente, el **comercio electrónico** se enfrenta a toda una serie de **desafíos**:

1 En primer lugar, el **impacto y coste medioambientales** que presenta el comercio electrónico en todo su ciclo de vida: desde la producción y el transporte hasta su uso y finalmente la gestión de residuos. Con la llegada a la UE de millones de paquetes diarios, se sigue perpetuando un sistema de sobreproducción, sobreconsumo, exceso de residuos, dependencia del transporte aéreo y un gigante incremento de emisiones de carbono.

2 Riesgos directamente relacionados con la **salud y seguridad de las personas consumidoras**, expuestas a ciertos productos que no cumplen del todo con los estándares de seguridad de la Unión Europea y que siguen entrando en los países del bloque comunitario²⁹.

3 Asimismo, surge una **competencia desleal** en el momento en el que algunos vendedores no cumplen con todas las normativas europeas y por tanto obtienen cierta ventaja sobre otros vendedores diligentes. Todo ello va de la mano de la **sobrecarga de las autoridades en los controles aduaneros**, debido al vasto e insostenible volumen de importaciones, lo que debilita la correcta supervisión de las mercancías que entran dentro de las fronteras de la UE.

²⁹ Safety Gate, una plataforma de la Comisión Europea regida por el Reglamento General de Seguridad de los Productos (GPSR), establece que todos los productos comercializados en el mercado europeo deben ser seguros. Según sus [datos](#), en 2025 hubo 4.671 alertas que informaron sobre productos peligrosos no alimentarios, lo que pone de manifiesto la necesidad de seguir revisando las normas de vigilancia del mercado europeo.

4

Los **patrones oscuros** o *dark patterns*. Según la Agencia Española de Protección de Datos³⁰, estas son prácticas “destinadas a influenciar en el comportamiento y las decisiones de las personas en su interacción con webs, aplicaciones y redes sociales, de forma que tomen decisiones potencialmente perjudiciales para la protección de sus datos personales”. Estas estrategias de manipulación se encuentran igualmente en grandes *marketplaces* (como Amazon, Shein, Temu, etc) o incluso en videojuegos, suponiendo que el 97% de las principales webs y aplicaciones utilizadas por las personas consumidoras de la UE implementaron al menos un patrón oscuro, siendo los más frecuentes información oculta, preselección de cookies, insistencia, cancelaciones complejas y registros forzados, de acuerdo con un estudio realizado en 2022 por la European Innovation Council and SMEs Executive Agency (EISMEA)³¹ para la Comisión Europea sobre prácticas comerciales desleales en el entorno digital. Algunos ejemplos de patrones oscuros que se dan en las **redes sociales** son el scroll infinito, reproducción automática de contenidos, mensajes emocionales o contenidos temporales y efímeros. Mientras, dentro de los **marketplaces** se pueden encontrar patrones como promociones, descuentos y ventajas constantes, entregas inmediatas, temporizadores, la falsa escasez de productos o las ventanas emergentes. Todo ello supone enormes consecuencias para las personas consumidoras dentro del comercio electrónico, generando un grave impacto en menores y un aumento del **sobreconsumo**³².

5

El riesgo de la desregulación normativa: La Unión Europea ha ido proponiendo cada vez más paquetes de medidas que tienen como objetivo inicial la “simplificación” de las normativas europeas vigentes en diversas materias (**sostenibilidad, inversiones, política agraria, defensa, medio ambiente, marco digital**). No obstante, en vez de facilitar, racionalizar y desburocratizar las legislaciones y procesos administrativos, lo que acaba sucediendo es en realidad una debilitación de la rendición de cuentas de las empresas que deben hacerse cargo del impacto en el **medio ambiente**³³, sobre los **derechos humanos** y en las **personas consumidoras**³⁴. Se da, por tanto, no una simplificación sino una desregulación del marco normativo comunitario.

³⁰ Agencia Española de Protección de Datos. (2022). *Dark patterns: Manipulación en los servicios de Internet* ([enlace](#))

³¹ European Innovation Council and SMEs Executive Agency (EISMEA). (2022). Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment: Dark patterns and manipulative personalisation ([enlace](#))

³² Federación de Consumidores y Usuarios CECU. (2025). Patrones oscuros e infancia: Estrategias de manipulación online ([enlace](#))

³³ Este es el caso del **Paquete Ómnibus de Sostenibilidad**, propuesto en febrero de 2025 bajo la premisa de “simplificar y racionalizar el marco regulador con el fin de reducir la carga para las empresas que se deriva de la Directiva sobre información corporativa en materia de sostenibilidad y la Directiva sobre diligencia debida de las empresas en materia de sostenibilidad”.

³⁴ El **Paquete Ómnibus Digital**, propuesto por la Comisión Europea en noviembre de 2025, es otro de los ejemplos de desregulación y desmantelamiento de las protecciones en el entorno digital europeo que pone en riesgo tanto la privacidad de las personas consumidoras como la protección de datos y fortalece el negocio extractivo de las Grandes Tecnológicas ([enlace](#))

6

El impacto de los **Acuerdos de Libre Comercio** en el **comercio digital y electrónico**:

- **Acuerdo de Libre Comercio UE-Singapur³⁵** de 2019 y el **Acuerdo de Comercio Digital³⁶**, entrado en vigor en febrero de 2026. Este tratado destaca en especial por ser el primero en centrarse únicamente en comercio digital y por incluir normas vinculantes con el objetivo de facilitar el comercio digital de bienes y servicios. Hace referencia a la protección de datos personales, el correo no deseado, el flujo de datos o el código fuente (*source code*). Si bien parece a priori que resalta las protecciones de las personas consumidoras, varias organizaciones de consumo han alertado sobre sus posibles riesgos y arrojado proposiciones de mejora. BEUC, por ejemplo, plantea revisar la adecuación de la protección sobre el flujo de datos personales o especificar mejor el concepto de spam que abarque no sólo mensajes sino comunicaciones en general³⁷.
- **Acuerdo de Libre Comercio UE-Malasia**: fue en enero de 2025 cuando la UE y Malasia retomaron las negociaciones³⁸ iniciadas en 2010 para construir un acuerdo comercial y de inversión. En lo relativo al *comercio electrónico*, este tratado destaca por su deseo de suprimir las barreras al comercio electrónico y por apostar por una transición digital verde, abierta y segura, haciendo referencia a la protección de datos personales, la exención de derechos de aduana impuestos a transmisiones electrónicas, la protección frente a las comunicaciones y publicidad no solicitadas o el acceso público a los datos gubernamentales por parte de los Estados firmantes.
- Otros acuerdos de libre comercio entre la UE y países como **Indonesia³⁹**, **Corea del Sur⁴⁰**, **Japón⁴¹** o **Canadá⁴²** ponen sobre la mesa la importancia de hacer frente a la acelerada evolución digital actual y de seguir incidiendo en la protección de las personas consumidoras en materia de comercio digital, ciberseguridad y seguridad comercial. No obstante, no hay que olvidar que estos tratados de libre comercio promueven el incremento masivo de flujos comerciales, exportaciones, inversiones, supresión de aranceles, simplificación regulatoria y con todo ello un severo impacto medioambiental, derivando en la práctica en una desprotección de derechos humanos, ambientales y sociales.

³⁵ Official Journal of the European Union. (2019). Free trade Agreement between the European Union and the Republic of Singapore ([enlace](#))

³⁶ Circabc. (2024). EU-Singapore text of the Digital Trade Agreement ([enlace](#))

³⁷ BEUC. (2025). EU-Singapore Digital Trade Agreement. More risks than benefits for consumers ([enlace](#))

³⁸ European Commission. (2025). Statement by President von der Leyen on the re-launch of the negotiations for an EU-Malaysia Free Trade Agreement ([enlace](#))

³⁹ European Commission. (2025). EU and Indonesia conclude negotiations on free trade agreement ([enlace](#))

⁴⁰ Circabc. (2025). Agreement on digital trade between the European Union and the Republic of Korea ([enlace](#))

⁴¹ European Commission. (2024). EU-Japan deal on data flows enters into force ([enlace](#))

⁴² European Commission. (2023). Canada – European Union Digital Partnership ([enlace](#))

CONCLUSIONES

La reforma aduanera de la UE busca actualizar y modernizar el sistema de aduanas a través del Centro Aduanero de Datos y el uso de inteligencia artificial, consolidando una mejor supervisión de las cadenas de suministro y rentabilidad económica. Esto, a su vez, supone una mayor transparencia y seguridad para las personas consumidoras, pero no hay que perder de vista los enormes desafíos que supone el comercio electrónico en la realidad internacional y geopolítica actual. Por ello, **desde CECU planteamos:**

1 Adoptar de forma consolidada la **Reforma Aduanera de la UE**, reforzando así los controles para evitar la entrada de importaciones no seguras y no conformes dentro de las fronteras europeas.

2 **Hacer responsables a las plataformas** tanto de conseguir la seguridad y el cumplimiento de sus productos como de hacer frente a los derechos de aduana y otras tasas de gestión. Con ello se evitan tarifas extra inesperadas que puedan llegar a asumir las personas consumidoras y se contribuye a hacer menos atractivo el modelo comercial fragmentado de pequeños paquetes.

3 Implementar el **Reglamento sobre diseño ecológico para productos sostenibles** (2024), especialmente en el sector textil, con el objetivo de garantizar la sostenibilidad a largo plazo y reducir la creación de residuos.

4 Revisar el **Reglamento REACH (Registro, Evaluación, Autorización y Restricción de sustancias químicas)** de la Unión Europea del año 2007, apostando por una más rápida y efectiva acción que evite la exposición a las sustancias químicas nocivas en los productos.

5 Asegurar el cumplimiento por parte de las plataformas de normativas como el **Reglamento de Mercados Digitales**, el **Reglamento de Servicios Digitales**, el **Reglamento 2017/2394** sobre la cooperación en materia de protección de los consumidores o el **Reglamento 2023/988** sobre la seguridad general de los productos.

6 **Regulación de patrones oscuros**⁴³ Según el Programa de trabajo de la Comisión Europea para 2026, los patrones oscuros serán recogidos en la Ley de Equidad Digital (**Digital Fairness Act**), una iniciativa legislativa propuesta para el último trimestre de 2026 con el objetivo de que las personas consumidoras puedan beneficiarse de forma segura del mercado único digital haciendo frente a diversas problemáticas como el marketing de influencers en redes sociales, el diseño adictivo de plataformas, prácticas de personalización desleales o publicidad engañosa, entre otros.

⁴³ Comisión Europea. (21 de octubre de 2025). Programa de trabajo de la Comisión para 2026 ([enlace](#))



FEDERACIÓN DE
CONSUMIDORES
Y USUARIOS
CECU



C/ Gran Vía, 69, 1ª planta, oficina 103 (Madrid)

cecu.es