

ANTEPROYECTO DE LEY DE CONSUMO SOSTENIBLE

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I

Esta Ley de Consumo Sostenible cumple con el objetivo de reforzar la protección de las personas consumidoras y del medio ambiente y garantizar el correcto funcionamiento del mercado interior europeo. Para ello, se hace necesario introducir medidas encaminadas a facilitar el consumo consciente y responsable y la promoción de la reparación de bienes, así como asegurar una información clara y fiable sobre las características medioambientales de los bienes y servicios. Con este propósito, la Unión Europea ha impulsado una serie de medidas legislativas destinadas a garantizar los derechos de las personas consumidoras y a seguir avanzando en la transición ecológica, lo que se alinea con el objetivo 12 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, centrado en la producción y consumo responsables.

En este marco, la Directiva (UE) 2024/1799 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de junio de 2024, por la que se establecen normas comunes para promover la reparación de bienes y se modifican el Reglamento (UE) 2017/2394 y las Directivas (UE) 2019/771 y (UE) 2020/1828, (en adelante, Directiva (UE) 2024/1799, de 13 de junio de 2024) constituye un paso adelante en la armonización de las disposiciones de la Unión Europea en el ámbito del derecho a reparar, facilitando el acceso de las personas consumidoras a opciones que prolonguen la vida útil de los productos en lugar de sustituirlos. Esta norma establece los requisitos de reparabilidad para una serie de bienes determinados por los actos jurídicos de la Unión Europea incluidos en el Anexo II de la Directiva, fomentando prácticas de consumo sostenible y reduciendo el volumen de residuos generados. La reparación, como alternativa al reemplazo prematuro de productos, constituye un elemento esencial para la implementación de estrategias de economía circular y contribuye al cumplimiento de los objetivos del Pacto Verde Europeo.

De forma complementaria, la Directiva (UE) 2024/825 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de febrero de 2024, por la que se modifican las Directivas 2005/29/CE y 2011/83/UE en lo que respecta al empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica mediante una mejor protección contra las prácticas desleales y mediante una mejor información (en adelante, Directiva (UE) 2024/825, de 28 de febrero de 2024), refuerza la protección e información de los consumidores. Esta norma introduce medidas dirigidas a empoderar a las personas consumidoras en la transición ecológica, garantizando una información objetiva, veraz y suficiente sobre las características medioambientales de los bienes y servicios que les permita tomar decisiones fundamentadas, abordando la obsolescencia programada temprana, en especial de los contenidos digitales. Para ello, tipifica como prácticas comerciales desleales determinadas prácticas

relacionadas con este ámbito, como aquellas que induzcan a error a las personas consumidoras sobre las características medioambientales de los bienes y servicios y las que oculten o proporcionen información engañosa relacionada con la actualización de contenido digital. Asimismo, establece mecanismos para garantizar la verificabilidad de las declaraciones ambientales y para sancionar de manera efectiva las conductas que vulneren los derechos de las personas consumidoras.

Por otra parte, la Directiva también incluye requisitos de información en favor de las personas consumidoras sobre la existencia tanto de la garantía legal de conformidad como de la garantía comercial de durabilidad de los bienes, de los servicios postventa y de sus condiciones, así como de las actualizaciones de programas (software).

La transposición de estas directivas al ordenamiento jurídico español se realiza mediante la presente Ley de Consumo Sostenible, que introduce principalmente modificaciones en el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre (en adelante, Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios) y, en menor medida, la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal (en adelante Ley 3/1991, de 10 de enero). Estas reformas tienen por objeto introducir en el marco normativo nacional los nuevos estándares que introduce la legislación europea para la transición hacia un consumo sostenible, garantizando la protección efectiva de los derechos de las personas consumidoras y fomentando prácticas empresariales responsables y transparentes.

En lo que respecta a la promoción de la reparación de bienes, esta ley establece un marco normativo que refuerza y fomenta el derecho de las personas consumidoras a optar por la reparación como primera alternativa frente a la sustitución de bienes. Para ello, se introducen medidas que facilitan el acceso a servicios de reparación como la sección nacional de la plataforma europea en línea sobre reparaciones, garantizan la disponibilidad de piezas de repuesto y amplían las obligaciones de los fabricantes y vendedores en cuanto a la durabilidad y reparabilidad de los bienes. Además, se crean herramientas para facilitar una información clara y accesible sobre las opciones de reparación disponibles y un formulario europeo de información sobre la reparación, que deberá especificar las condiciones de cada reparación, y se generan incentivos económicos para que las personas consumidoras, dentro de su libertad de elección, opten por la reparación en lugar de por la sustitución de productos.

Asimismo, se aborda la prohibición de la publicidad de combustibles fósiles. Por otro lado, y relacionado con la sostenibilidad, la publicidad de combustibles fósiles tiene como objetivo que las personas consumidoras adquieran productos o servicios basados en combustibles fósiles, como son el carbón o el petróleo, lo cual contribuye a aumentar las emisiones de gases de efecto invernadero y la contaminación del aire. En consecuencia, estas opciones de consumo tienen un efecto perjudicial tanto en la salud de las personas como en la transición hacia

una economía sostenible en términos ambientales. Este tipo de publicidad es, por tanto, contraproducente en el contexto actual de transición ecológica, de la cual la transición energética es una de las principales áreas de transformación.

Con este tipo de publicidad se normaliza y resta importancia a los cambios necesarios en determinados sectores que usan combustibles fósiles para alinearse con los objetivos de neutralidad climática. La publicidad influye significativamente en el comportamiento de las personas consumidoras. Por tanto, en virtud de esta norma se restringe esta publicidad.

La prohibición de la publicidad de productos y servicios intensivos en combustibles fósiles en su utilización o disfrute por parte del consumidor final contribuye favorablemente a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y a prevenir el cambio climático, lo que se alinea con el objetivo 13 "Acción por el clima" de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Esta restricción de la publicidad no se circunscribe exclusivamente a los mensajes publicitarios de empresas dedicadas a la extracción, procesamiento y comercialización de combustibles fósiles, sino que también considera publicidad ilícita los reclamos sobre productos y servicios con altas emisiones de gases de efecto invernadero tales como el sector del transporte aéreo, por mar o vehículos propulsados a combustión únicamente a partir de gasolinas y gasóleos de procedencia fósil, cuando existan alternativas de transporte menos contaminante.

Asimismo, para garantizar que, en ningún caso, las empresas puedan recurrir a comunicaciones engañosas sobre su desempeño medioambiental, ni siquiera indirectamente, resulta necesario que las propias marcas o nombres comerciales de las compañías no puedan generar confusión o engaño al atribuir falsamente características ecológicas o sostenibles a la propia imagen de marca. Cuando una empresa utiliza términos como "verde", "eco", "sostenible" o símbolos o colores asociados al cuidado del medio ambiente en su imagen de marca, sin un respaldo genuino, no solo se manipula la percepción del consumidor, sino que también se desacredita el esfuerzo de aquellas organizaciones que sí adoptan prácticas responsables y verificables, ayudando con ello a construir un marco de competencia leal.

Adicionalmente, y en aras de fomentar un consumo consciente y sostenible, se reintroduce en la normativa la prohibición de la conocida como la publicidad del miedo basada en datos engañosos o que puedan generar una percepción errónea sobre el peligro o riesgo sobre la persona consumidora; prohibición que ya se encuentra recogida en el Código de Publicidad y de Comunicaciones de Mercadeo de la Cámara de Comercio Internacional. La regulación exhaustiva de esta publicidad es esencial para proteger a las personas consumidoras de mensajes manipuladores que explotan emociones como la ansiedad y el temor. Este tipo de publicidad, comúnmente utilizada por empresas de seguridad, basa su efectividad en presentar escenarios extremos o improbables, como robos violentos o vulnerabilidades catastróficas, con el propósito de generar una sensación de urgencia o vulnerabilidad en las personas. Tal estrategia, aunque

efectiva para captar la atención, puede llevar a decisiones precipitadas, desinformadas o basadas en el pánico, afectando la libertad de elección y el bienestar psicológico de las personas consumidoras. En un entorno publicitario responsable, la promoción de servicios debe centrarse en ofrecer información objetiva, destacando beneficios reales sin apelar a tácticas de manipulación emocional. Es por ello por lo que este tipo de comunicaciones comerciales deberán ir acompañadas de información cuantitativa o estadística que permita a las personas consumidoras hacer una valoración real del riesgo.

Además, este tipo de publicidad fomenta una cultura de miedo que afecta negativamente a la sociedad en su conjunto. Cuando las compañías recurren a estas prácticas, contribuyen a la percepción de que los entornos cotidianos son inherentemente peligrosos, lo que incrementa la desconfianza y la sensación de inseguridad generalizada. Esto no solo puede alterar la calidad de vida de las personas, sino también desviar recursos hacia servicios innecesarios o desproporcionados en relación con el riesgo real. Regular este tipo de prácticas garantizaría un equilibrio en el mercado, promoviendo una comunicación ética que priorice la transparencia y el respeto por el consumidor, a la vez que refuerza una percepción más saludable y realista de la seguridad en la sociedad.

De igual modo, se introducen medidas adicionales, principalmente en la economía digital, tendentes a garantizar que las personas consumidoras lleven a cabo decisiones de compra de forma consciente, sin verse afectadas por posibles prácticas comerciales abusivas o intrusivas que pueden afectar a sus decisiones. En concreto, y con la finalidad de garantizar el acceso equitativo de la ciudadanía a los espectáculos públicos, evitando prácticas abusivas que distorsionen el mercado de entradas, se establece la necesidad de limitar el precio de reventa, permitiendo únicamente su incremento conforme a la evolución del Índice de Precios al Consumo. Esta medida responde a la obligación de proteger los derechos de las personas consumidoras y usuarias frente a fenómenos especulativos que, al elevar artificialmente los precios, restringen el disfrute de la oferta cultural y recreativa a una parte reducida de la población. El control de estos márgenes contribuye a preservar el interés general, fomentando un entorno más justo, transparente y accesible en el ámbito de los espectáculos públicos. Es preciso tener en cuenta que esta limitación de precios está expresamente prevista en la Directiva (UE) 2019/2161 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de noviembre de 2019 por la que se modifica la Directiva 93/13/CEE del Consejo y las Directivas 98/6/CE, 2005/29/CE y 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, en lo que atañe a la mejora de la aplicación y la modernización de las normas de protección de los consumidores de la Unión, como medida complementaria a la prohibición de utilización de bots para la adquisición de entradas y su posterior reventa, incorporado en nuestra normativa a través del artículo 27.6 de la Ley 3/1991, de 10 de enero.

En consecuencia, mediante la presente Ley de Consumo Sostenible, el ordenamiento jurídico español se adapta no solo a las exigencias de la Directiva (UE) 2024/1799 y la Directiva (UE) 2024/825, si no que consolida un marco

normativo avanzado, comprometido con la sostenibilidad, la equidad y la protección de los consumidores. Este esfuerzo normativo constituye un paso fundamental hacia la construcción de un futuro más sostenible y solidario, en beneficio de las generaciones presentes y futuras.

II

Esta ley consta de tres artículos, una disposición adicional, una disposición derogatoria y siete disposiciones finales.

El artículo primero aborda la modificación de la Ley 3/1991, de 10 de enero.

En virtud de este artículo se transpone el primer artículo de la Directiva (UE) 2024/825, de 28 de febrero de 2024, por el que se modifica la 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) no 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo (“Directiva sobre prácticas comerciales desleales”). Esta Directiva se transpuso a nuestro ordenamiento interno mediante la Ley 3/1991, de 10 de enero, ley en la que han encontrado acomodo las diferentes modificaciones que se han ido sucediendo de la Directiva de prácticas comerciales desleales.

En esta ocasión, la Directiva (UE) 2024/825, de 28 de febrero de 2024, no solo introduce nuevas prácticas comerciales desleales desde la perspectiva de la sostenibilidad, sino que perfila y completa las ya existentes desde esa misma visión. El objetivo que persigue la Directiva es que las personas consumidoras puedan tomar decisiones de compra informadas y contribuir así a patrones de consumo más sostenibles. Para ello, se introducen definiciones precisas sobre qué son las alegaciones ambientales explícitas y genéricas, y se exige a las empresas que las alegaciones y compromisos ambientales de las marcas, productos y servicios sean claros, objetivos y verificables, mediante sistemas de certificación. Además, añade nuevas prácticas expresamente prohibidas.

En este contexto, la Ley 3/1991, de 10 de enero, se ha mostrado como un instrumento eficaz a la hora de conseguir los objetivos fijados por la Directiva sobre prácticas comerciales desleales, de manera que las modificaciones propuestas por la Directiva (UE) 2024/825, de 28 de febrero de 2024, encuentran su lógico asiento en este texto legislativo.

Así las modificaciones que se introducen en la Ley 3/1991, de 10 de enero, persiguen hacer frente a las prácticas comerciales desleales que inducen a error a las personas consumidoras y les impiden tomar decisiones informadas sobre un consumo sostenible. Con este fin, se ha ampliado la lista de las conductas que se consideran prácticas comerciales desleales, en especial las referidas a

los actos de engaño, a las prácticas engañosas sobre códigos de conducta u otros distintivos de calidad y a la lista de prácticas engañosas que lo son por sí mismas. Entre las nuevas prácticas comerciales desleales se encuentran prácticas asociadas a la obsolescencia programada temprana de los bienes, las afirmaciones medioambientales engañosas («ecoimpostura»), la información engañosa sobre las características sociales de los productos o las empresas de los comerciantes, o los distintivos de sostenibilidad poco transparentes y creíbles. De esta manera, se fomentará la competencia orientada hacia productos más sostenibles desde el punto de vista medioambiental.

En la transposición primigenia que se hizo en la Ley 3/1991, de 10 de enero, las definiciones fueron intercaladas a lo largo de su articulado, acercándolas a la práctica comercial desleal a la que aplicaban, criterio que se ha respetado también con motivo de esta transposición con el fin de dotar de una mayor homogeneidad y coherencia a la Ley por las modificaciones introducidas por la Directiva (UE) 2024/825. En aras de esos mismos propósitos, se ha sustituido el término “comerciante” que aparece en la Directiva por el de “empresario” que es un concepto idéntico en su significado y más asentado en corpus normativo interno en materia de consumo y, por otro lado, ya presente tanto en la Ley 3/1991, de 10 de enero, como en el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. Del mismo modo, se ha optado por sustituir la alusión a “producto” por “bien o servicio” en consonancia con el resto de la Ley 3/1991, de 10 de enero, ya que, como recoge el artículo 2 letra c) de la Directiva de prácticas comerciales desleales «producto» es cualquier bien o servicio, incluidos los bienes inmuebles, así como los derechos y obligaciones.

El artículo segundo aborda la modificación del texto refundido de la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios.

El texto refundido de la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias refunde la normativa de protección de los derechos de las personas consumidoras, estableciendo su régimen jurídico en el ámbito de las competencias del Estado.

Con posterioridad a la aprobación de dicho texto, se han llevado a cabo sucesivas modificaciones de esta norma, principalmente, de cara a incorporar a nuestro ordenamiento los nuevos desarrollos legislativos de la Unión Europea y ampliar los derechos de las personas consumidoras contemplados en estos textos.

La tarea que se aborda ahora en este artículo segundo recoge, entre otras, aquellas novedades que, afectando al contenido del texto refundido de la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios, requieren su modificación para ser incorporadas al derecho español ante la necesidad de transponer correctamente, por un lado, la Directiva (UE) 2024/1799, y por otro, la Directiva (UE) 2024/825.

Estas Directivas responden a la necesidad de mejorar el funcionamiento del mercado interior, potenciando un elevado nivel protección de las personas

consumidoras, así como la circularidad dentro de la economía y la protección del medioambiente para avanzar en la transición ecológica.

El contenido armonizado tiene como destacada expresión la etiqueta y el aviso armonizados. La etiqueta armonizada informa a las personas consumidoras sobre la existencia, en su caso, de la garantía comercial de durabilidad de un bien, cuando esta cubra a la totalidad del bien, no tenga costes adicionales, tenga una duración superior a dos años - en el caso de España, la garantía legal de bienes es de tres años- y esta información haya sido comunicada por el productor al empresario, así como recuerda la existencia de su garantía legal de conformidad. Mientras que el aviso armonizado proporciona un recordatorio general sobre la garantía legal de conformidad aplicable a todos los bienes de acuerdo con el régimen recogido en el título IV del libro segundo del texto refundido de la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios. El diseño y el contenido de la etiqueta y aviso armonizados le corresponden a la Comisión en virtud de sus competencias de ejecución.

En este contexto de armonización del derecho europeo que contribuye a potenciar la seguridad jurídica del mercado de la Unión Europea, destacan las figuras del Formulario europeo de información sobre la reparación y la plataforma europea en línea sobre reparaciones, regulada en la disposición adicional única de este texto (en adelante, plataforma europea en línea). Ambas figuras persiguen proporcionar a las personas consumidoras información relevante sobre los servicios de reparación. Así, los reparadores pueden, de forma voluntaria, utilizar el formulario europeo de información gratuito sobre la reparación donde figure la naturaleza del defecto, el precio y el plazo para llevar a cabo esa reparación, permitiendo a las personas consumidoras valorar y comparar los diferentes servicios de reparación. Esto, adicionalmente, otorgará seguridad jurídica a ambos lados de la relación contractual, ya que los reparadores que cumplimenten correctamente el formulario se entenderá que cumplen con sus deberes de información precontractual sobre los servicios de reparación e infundirá a las personas consumidoras confianza en los servicios de reparación.

Persiguiendo incrementar la durabilidad de los bienes, se favorece la opción de reparar sobre la opción de sustituir bienes en aquellos supuestos de falta de conformidad y se completa esta medida con la obligación de reparación impuesta a los fabricantes de manera inequívoca, que viene a complementar el régimen de servicios de posventa ya existente en nuestra legislación.

Esto es así porque, por un lado, el régimen jurídico de la puesta en conformidad se enriquece con la opción de los bienes reacondicionados que podrán proporcionarse tanto como bienes de sustitución mientras dure la reparación para devolverle la conformidad a un bien, como, previa solicitud de la persona consumidora, para dar cumplimiento a la obligación de sustituir un bien como consecuencia de la falta de conformidad de este. A esto cabe añadir que, cuando la reparación sea la medida correctora elegida para restaurar la conformidad de

los bienes, el periodo de responsabilidad del vendedor se verá incrementado una vez por doce meses.

Estas dos medidas previstas para el régimen de puesta en conformidad de los bienes se completan con la exhaustiva regulación de la obligación de reparación impuesta a los fabricantes que se aplicaría a aquellos defectos que no se deban a la falta de conformidad, bien por la naturaleza misma del defecto, bien por haber transcurrido el plazo para la manifestación de la falta de conformidad. En esta regulación destaca la responsabilidad en cascada prevista para aquellos casos en que el fabricante obligado a efectuar una reparación esté establecido fuera de la Unión Europea, involucrando a otras figuras como el representante autorizado, el importador y el distribuidor.

Además de las novedades introducidas en el texto refundido de la Ley General de Consumidores y Usuarios por la transposición del derecho de la Unión Europea, se introducen otras modificaciones con la finalidad de robustecer la defensa de los derechos de las personas consumidoras respecto de aquellas prácticas empresariales que los ponen en riesgo.

En particular, se modifica el artículo 20 del texto refundido de la Ley General de Consumidores y Usuarios en aras de garantizar que las personas consumidoras reciben una información efectiva sobre precios y cantidades de los productos puestos a la venta.

La práctica conocida como reduflación, entendida como la práctica empresarial consistente en reducir la cantidad de producto manteniendo el mismo precio, puede inducir a error a las personas consumidoras, quien creen estar adquiriendo la misma cantidad de un producto que venían adquiriendo con anterioridad por el mismo valor. Esta estrategia, aunque legal en muchos contextos, afecta la transparencia en las relaciones de consumo y debilita el principio de información veraz y clara. Por ello, es necesario regular de forma específica la información que debe facilitarse en estos casos, garantizando que las personas consumidoras sean conscientes de los cambios en el contenido de los productos y puedan tomar decisiones de compra informadas y conscientes. Una regulación adecuada en este ámbito no solo protege a las personas consumidoras frente a posibles prácticas engañosas, sino que también fomenta una competencia más leal entre las empresas.

De igual modo, y en aras de garantizar la participación efectiva de las personas consumidoras en la economía circular, en el artículo tercero se desarrolla también un nuevo sistema de financiación de la reparación de productos, como medida de fomento de las reparaciones prevista en el artículo 13 de la Directiva (UE) 2024/1799. Estos esquemas de financiación de la reparación de bienes, con tradición en Derecho comparado, tienen como objetivo incentivar la reparación de un bien deteriorado o estropeado una vez vencido el plazo de garantía legal de conformidad o comercial de durabilidad, en lugar de sustituirlo mediante la compra de un bien nuevo, prolongando su vida útil y contribuyendo a un modelo de economía circular.

A este sistema de financiación parcial de reparaciones, decreciente en el tiempo, contribuirán los propios productores y, en su caso, los representantes autorizados, importadores o comercializadores. Este sistema se aplicará en ausencia de una garantía comercial contractual que cubra las potenciales faltas de conformidad de forma posterior al plazo de garantía legal o, cuando el esquema de financiación fijado en este artículo se prolongue más allá del plazo de garantía comercial, por el plazo que medie entre uno y otro.

Este sistema de cofinanciación de las reparaciones permitirá a las personas consumidoras beneficiarse de una reducción en su factura cuando opten por reparar ciertos productos elegibles, sobre los que existe el Derecho a Reparar de acuerdo con la Directiva (UE) 2024/1799, de 13 de junio de 2024. Para beneficiarse de esta reducción, las personas consumidoras deberán acudir a un reparador inscrito en la Plataforma europea en línea de reparaciones, que deberá garantizar que la reparación no se debe a un uso fraudulento del producto.

Se destaca además la importancia de fomentar la innovación y el desarrollo tecnológico en el sector empresarial, promoviendo productos y servicios que contribuyan a la transición ecológica y sean coherentes con las metas de neutralidad climática de la Unión Europea. Los principios de sostenibilidad y eficiencia también se extienden a la necesidad de fortalecer la economía local y regional mediante el apoyo a modelos de negocio basados en la reparación y el reciclaje.

Esta Ley de Consumo Sostenible incluye, en su parte final, una disposición adicional única, una disposición derogatoria única y siete disposiciones finales que cierran el contenido de la ley regulando cuestiones distintas, aunque conectadas con esta.

La disposición adicional única aborda la plataforma europea en línea sobre reparación que constituye un instrumento útil para acercar los servicios de reparaciones a todas las personas consumidoras sin menoscabo de su localización geográfica, ya que incluirá herramientas para geolocalizar reparadores en cada Estado miembro. En su incorporación a la normativa española, se ha optado por contar con una sección nacional en la interfaz común de la plataforma europea en línea en la que se acogerá no solo a reparadores, sino también a vendedores de bienes reacondicionados, compradores de bienes defectuosos para su reacondicionamiento e iniciativas de reparación participativas como los “repair café”, iniciativas que cada vez surgen con mayor profusión contribuyendo a alargar la vida útil de los bienes y favoreciendo que se generen menos residuos de naturaleza electrónica.

La disposición final primera aborda medidas en el ámbito publicitario. En este sentido, se prohíbe la publicidad de combustibles fósiles, entendiéndose por tal toda comunicación comercial destinada a promover la contratación o adquisición de productos energéticos compuestos exclusivamente por derivados de origen fósil, sin participación de componentes renovables.

Asimismo, extiende la prohibición a las comunicaciones comerciales relativas a productos o servicios de transporte propulsados exclusivamente mediante carburantes fósiles, siempre que existan alternativas total o parcialmente impulsadas por fuentes de energía no fósil, disponibles para el mismo trayecto y cuya duración estimada no supere en más de dos horas y media la del servicio equivalente.

La disposición final segunda modifica el Reglamento del Registro Mercantil, aprobado por el Real Decreto 1784/1996, de 19 de julio, para evitar que se incluya en la denominación ningún término o expresión que induzca a error o confusión sobre la propia identidad de la sociedad o entidad, sobre la clase o naturaleza de estas, o sobre su desempeño medioambiental.

La disposición final tercera incluye la salvaguarda del rango de ciertas disposiciones reglamentarias.

La disposición final cuarta recoge la inserción del derecho europeo en el ordenamiento español. En concreto, de la Directiva (UE) 2024/825, de 28 de febrero de 2024 y de la Directiva (UE) 2024/1799, de 13 de junio de 2024 que determinan también la entrada en vigor prevista en la disposición final séptima para los artículos primero y segundo.

Por su parte, la disposición final quinta, de habilitación normativa, habilita al Gobierno para aprobar cuantas disposiciones sean necesarias para el desarrollo, aplicación y ejecución de la ley.

La disposición final sexta se refiere a los títulos competenciales en virtud de los cuales se dicta la presente norma.

Esta Ley se adecúa a los principios de buena regulación previstos en el artículo 129 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, esto es, los principios de necesidad, eficacia, proporcionalidad, seguridad jurídica, transparencia y eficiencia.

Así, se cumplen los principios de necesidad y eficacia, por cuanto se adecúa a un objetivo de interés general y es necesaria la aprobación de una ley como instrumento necesario tanto para conseguir el fin perseguido como para modificar otras normas del mismo rango.

Se cumple también el principio de proporcionalidad, por cuanto la regulación contiene el mínimo imprescindible para alcanzar la consecución de los objetivos previamente mencionados y no existen otras medidas menos restrictivas de derechos, o que impongan menos obligaciones a los destinatarios, para alcanzar estos objetivos.

Respecto al principio de seguridad jurídica, se garantiza la coherencia del proyecto normativo con el resto del ordenamiento jurídico nacional, así como con el de la Unión Europea y proporciona el marco adecuado para avanzar hacia un modelo de consumo sostenible.

En lo que se refiere al principio de transparencia, se ha garantizado durante el proceso de elaboración del anteproyecto de ley, mediante su publicación, así como la de su Memoria del Análisis de Impacto Normativo, en la sede electrónica

asociada del Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, a efectos de que pudiera ser conocido dicho texto en el trámite de audiencia e información pública por toda la ciudadanía. Previo a la elaboración de esta norma, se sustanció una consulta pública, tal y como indica el artículo 26.2 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno.

En aplicación del principio de transparencia, la ley se tramitará con arreglo a las previsiones de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, sometiéndose a los trámites pertinentes.

En relación con el principio de eficiencia, las cargas que genera la norma son las imprescindibles para alcanzar los objetivos que se pretenden lograr. Es decir, la norma genera las menores cargas administrativas posibles para las personas destinatarias, así como los menores costes asociados a las mismas.

Por último, la participación de las comunidades autónomas, que acompañará a toda la tramitación normativa en sus distintos trámites participativos, se verá reforzada con la consulta a los órganos colegiados de coordinación que aúnan a las distintas administraciones.

En la redacción del anteproyecto de ley se ha tenido en cuenta la jurisprudencia del Tribunal Constitucional en relación con las competencias del Estado y de las Comunidades Autónomas en materia de cambio climático y medio ambiente, como son, por ejemplo, la Sentencia 15/2018, de 22 de febrero de 2018, la Sentencia 62/2018, de 7 de junio de 2018, la Sentencia 64/2018, de 7 de junio de 2018, y Sentencia 87/2019, de 20 de junio de 2019.

Las sentencias núm. 15/2018 y 62/2018 hacen referencia a aquellos títulos competenciales y ponen de manifiesto que *“la confluencia de estos dos títulos competenciales, en materia de medio ambiente y economía, resulta esencial para la concreción del principio de desarrollo sostenible, en la lucha contra el cambio climático a través de actuaciones que impulsen modelos de actividad económica baja en carbono en España. Ambos se caracterizan, además, por su carácter transversal”*.

Esta ley transpone la Directiva (UE) 2024/825 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de febrero de 2024, por la que se modifican las Directivas 2005/29/CE y 2011/83/UE en lo que respecta al empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica mediante una mejor protección contra las prácticas desleales y mediante una mejor información, así como la Directiva (UE) 2024/1799 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de junio de 2024, por la que se establecen normas comunes para promover la reparación de bienes y se modifican el Reglamento (UE) 2017/2394 y las Directivas (UE) 2019/771 y (UE) 2020/1828.

Por último, esta ley se dicta de acuerdo con el Consejo de Estado y tras aprobación previa del Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, de acuerdo con el artículo 26.5 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno. Asimismo, se dicta conjuntamente al amparo de las competencias exclusivas del Estado previstas en el artículo 149.1. 1ª, 6ª, 8ª, 13ª, 23ª.

* * * * *

Artículo primero. *Modificación de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.*

La Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, queda modificada como sigue:

Uno. Se modifica el artículo 5 que queda redactado de la siguiente forma:

«Artículo 5. Actos de engaño.

1. Se considera desleal por engañosa cualquier conducta que contenga información falsa o información que, aun siendo veraz, por su contenido o presentación, induzca o pueda inducir a error a los destinatarios, siendo susceptible de alterar su comportamiento económico, siempre que incida sobre alguno de los siguientes aspectos:

a) La existencia o la naturaleza del bien o servicio.

b) Las características principales del bien o servicio, tales como su disponibilidad, sus beneficios, sus riesgos, su ejecución, su composición, sus características medioambientales o sociales, sus accesorios, los aspectos de circularidad, como su durabilidad, reparabilidad o reciclabilidad, el procedimiento y la fecha de su fabricación o suministro, su entrega, su carácter apropiado, su utilización, su cantidad, sus especificaciones, su origen geográfico o comercial o los resultados que pueden esperarse de su utilización, o los resultados y características esenciales de las pruebas o controles efectuados al bien o servicio.

A estos efectos, se entenderá por durabilidad la cualidad así prevista en el artículo 59.bis 3 d) del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre.

c) La asistencia posventa al cliente y el tratamiento de las reclamaciones.

d) El alcance de los compromisos del empresario o profesional, los motivos de la conducta comercial y la naturaleza de la operación comercial o el contrato, así como cualquier afirmación o símbolo que indique que el empresario o profesional o el bien o servicio son objeto de un patrocinio o una aprobación directa o indirecta.

e) El precio o su modo de fijación, o la existencia de una ventaja específica con respecto al precio.

- f) La necesidad de un servicio o de una pieza, sustitución o reparación.
- g) La naturaleza, las características y los derechos del empresario o profesional o su agente, tales como su identidad y su solvencia, sus cualificaciones, su situación, su aprobación, su afiliación o sus conexiones y sus derechos de propiedad industrial, comercial o intelectual, o los premios y distinciones que haya recibido.
- h) Los derechos legales o convencionales del consumidor o los riesgos que éste pueda correr.

2. Cuando el empresario o profesional indique en una práctica comercial que está vinculado a un código de conducta, el incumplimiento de los compromisos asumidos en dicho código se considera desleal, siempre que el compromiso sea firme y pueda ser verificado, y, en su contexto fáctico, esta conducta sea susceptible de distorsionar de manera significativa el comportamiento económico de sus destinatarios.

3. También se considera desleal cualquier operación de comercialización de un bien como idéntico a otro comercializado en otros Estados miembros, cuando dicho bien presente una composición o unas características significativamente diferentes, a menos que esté justificado por factores legítimos y objetivos.

4. Igualmente, se considera desleal por engañosa hacer una afirmación medioambiental relacionada con el comportamiento medioambiental futuro sin compromisos claros, objetivos, de acceso público y verificables, que se encuentren incluidos en un plan de ejecución detallado y realista que incluya metas medibles y acotadas en el tiempo y otros elementos pertinentes necesarios para apoyar su utilización, como la asignación efectiva de recursos. Estos planes deberán ser verificados periódicamente por un tercero experto independiente, cuyas conclusiones se pondrán a disposición de los consumidores o usuarios.

A los efectos de esta norma, se entenderá por afirmación medioambiental todo mensaje o representación que no sea obligatoria con arreglo a la legislación vigente y que indique o implique que un producto, categoría de productos, marca o empresario tiene un impacto positivo o nulo en el medio ambiente, es menos perjudicial para el medio ambiente que otros productos, categorías de productos, marcas o empresarios, o ha mejorado su impacto a lo largo del tiempo. Las afirmaciones medioambientales podrán presentarse en cualquier forma, incluida la representación textual, pictórica, gráfica o simbólica, como pueden ser los distintivos, los nombres comerciales, los nombres de empresas o los nombres de productos en el contexto de una comunicación comercial.

5. Se considera desleal anunciar beneficios para los consumidores o usuarios que sean irrelevantes y que no se deriven de ninguna característica del producto o de la empresa.»

Dos. Se modifica el artículo 21 que queda redactado de la siguiente forma:

«Artículo 21. Prácticas engañosas sobre códigos de conducta u otros distintivos de calidad.

1. Se reputan desleales por engañosas, las prácticas comerciales que afirmen sin ser cierto:

- a) Que el empresario o profesional está adherido a un código de conducta.
- b) Que un código de conducta ha recibido el refrendo de un organismo público o cualquier otro tipo de acreditación.
- c) Que un empresario o profesional, sus prácticas comerciales, o un bien o servicio ha sido aprobado, aceptado o autorizado por un organismo público o privado, o hacer esa afirmación sin cumplir las condiciones de la aprobación, aceptación o autorización.

2. Son igualmente prácticas comerciales desleales por engañosas:

- a) La exhibición de un sello de confianza o de calidad o de un distintivo equivalente, sin haber obtenido la necesaria autorización.
- b) La exhibición de un distintivo de sostenibilidad que no esté basado en un sistema de certificación o no haya sido establecido por las administraciones públicas.

A los efectos de esta norma, se considera distintivo de sostenibilidad toda marca de confianza, marca de calidad o equivalente, de naturaleza pública o privada que, con carácter voluntario, tenga por objeto diferenciar y promocionar un producto, un proceso o una empresa mediante una referencia a sus características medioambientales o sociales, o a ambas, excluido cualquier distintivo obligatorio que exija la legislación vigente.

Por sistema de certificación, se entenderá un sistema de verificación por terceros que certifique que un producto, proceso o empresa cumple determinados requisitos y que permite el uso del distintivo de sostenibilidad correspondiente. Las condiciones de estos sistemas, incluidos sus requisitos, deben estar disponibles públicamente y cumplir los siguientes criterios:

1º) El sistema estará abierto, en condiciones transparentes, justas y no discriminatorias, a todos los empresarios que lo deseen y puedan cumplir los requisitos del sistema,

2º) Los requisitos del sistema serán desarrollados por su propietario en consulta con los expertos y las partes interesadas pertinentes,

3º) El sistema establecerá procedimientos para hacer frente a cualquier incumplimiento de sus requisitos y preverá la retirada o suspensión del uso del distintivo de sostenibilidad por parte del empresario en estos casos, y

4º) La supervisión del cumplimiento por parte del empresario de los requisitos del sistema estará sujeta a un procedimiento objetivo y la efectuará un tercero cuya competencia e independencia, tanto frente al titular del sistema como frente al empresario, se basen en las normas técnicas y procedimientos pertinentes, bien de ámbito internacional, europeo o nacional.»

Tres. Se modifica el artículo 27, que queda redactado de la siguiente forma:

«Artículo 27. Otras prácticas engañosas.

Igualmente se consideran desleales por engañosas las prácticas que:

1. Presenten los derechos que otorga la legislación a los consumidores o usuarios, o el cumplimiento de los requisitos legales de ámbito europeo impuestos a todos los bienes y servicios de su misma categoría, como si se tratara de una característica distintiva de la oferta del empresario o profesional.

2. Realicen afirmaciones inexactas o falsas en cuanto a la naturaleza y la extensión del peligro que supondría para la seguridad personal del consumidor y usuario o de su familia, el hecho de que el consumidor o usuario no contrate el bien o servicio.

Cuando tales afirmaciones, aun siendo veraces, utilicen la exposición a un riesgo o peligro como argumento principal de persuasión comercial, deberán incorporar, en condiciones de adecuada visibilidad, adaptado al medio en el que se realice la comunicación, información complementaria de carácter cuantitativo o estadístico que permita al consumidor o usuario valorar su frecuencia, impacto relativo o proporción.

3. Transmitan información inexacta o falsa sobre las condiciones de mercado o sobre la posibilidad de encontrar el bien o servicio, con la intención de inducir al consumidor o usuario a contratarlo en condiciones menos favorables que las condiciones normales de mercado.

4. Incluyan en la documentación de comercialización una factura o un documento similar de pago que dé al consumidor o usuario la impresión de que ya ha contratado el bien o servicio comercializado, sin que éste lo haya solicitado.

5. Afirman de forma fraudulenta o creen la impresión falsa de que un empresario o profesional no actúa en el marco de su actividad empresarial o profesional, o presentarse de forma fraudulenta como un consumidor o usuario.

6. Consistan en la reventa de entradas de espectáculos a los consumidores o usuarios si el empresario las adquirió empleando medios automatizados para sortear cualquier límite impuesto al número de entradas que puede adquirir cada persona o cualquier otra norma aplicable a la compra de entradas.

7. Afirman que las reseñas de un bien o servicio son añadidas por consumidores y usuarios que han utilizado o adquirido realmente el bien o servicio, sin tomar medidas razonables y proporcionadas para comprobar que dichas reseñas pertenezcan a tales consumidores y usuarios.

8. Añadan o encarguen a otra persona física o jurídica que incluya reseñas o aprobaciones de consumidores falsas, o distorsionen reseñas de consumidores o usuarios o aprobaciones sociales con el fin de promocionar bienes o servicios.

9. Faciliten información engañosa al consumidor o usuario sobre el desempeño medioambiental del producto o servicio o sobre aspectos que afecten a su vida útil. En particular, las prácticas que:

a) Realicen una afirmación medioambiental genérica para la que el empresario no pueda demostrar un comportamiento medioambiental excelente reconocido relevante para la citada afirmación.

A los efectos de esta norma, se entiende por afirmación medioambiental genérica, aquella afirmación medioambiental, independientemente de su formato o soporte, que no esté incluida en un distintivo de sostenibilidad y que no venga especificada en términos claros y visibles en el mismo soporte.

Por su parte, por comportamiento medioambiental excelente reconocido se entiende como un comportamiento medioambiental que cumple con el Reglamento (CE) nº 66/2010 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre de 2009, relativo a la etiqueta ecológica de la UE, con los sistemas de etiquetado ecológico EN ISO 14024 de tipo I reconocidos oficialmente o que supone el nivel más alto de comportamiento medioambiental de conformidad con otra normativa que resulte de aplicación en el ámbito de la Unión Europea.

b) Realicen una afirmación medioambiental sobre la totalidad del bien o servicio, o sobre toda la empresa, cuando solo se refiera a un

determinado aspecto del bien o servicio o a una actividad específica de la empresa.

c) Afirmer, basándose en la compensación de emisiones de gases de efecto invernadero, que un producto tiene un impacto neutro, reducido o positivo en el medio ambiente en términos de emisiones de gases de efecto invernadero.

d) Oculten información al consumidor o usuario sobre el hecho de que una actualización de programas (software), entendida como una actualización necesaria para mantener la conformidad del bien, su seguridad o funcionalidad, afectará negativamente al funcionamiento de bienes con elementos digitales o al uso de contenidos digitales o de servicios digitales.

e) Presenten como necesaria una actualización de programas (software) que solo mejore características de funcionalidad, pero no sea necesaria para garantizar la conformidad del producto.

A los efectos de esta norma, se entenderá que la actualización de programas (software) es necesaria cuando sirva para mantener la conformidad de los bienes con elementos digitales, contenidos y servicios digitales, con arreglo a los artículos 115 bis y 115 ter del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, incluidas las actualizaciones de seguridad.

Por su parte, a los efectos de esta norma, se entenderá por funcionalidad, la cualidad así prevista en el artículo 59.bis I) del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

f) Realicen cualquier comunicación comercial en relación con un bien que contenga una característica introducida para limitar su durabilidad, a pesar de que el empresario disponga de información sobre la característica y sus efectos en la durabilidad del bien.

g) Afirmer falsamente que, en condiciones normales de uso, un bien tiene una durabilidad determinada en términos de tiempo o intensidad de uso.

h) Presenten un bien como apto para la reparación cuando no lo sea.

i) Induzcan al consumidor o usuario a sustituir, rellenar o reponer los elementos fungibles de un bien antes de lo que resulte necesario por razones técnicas.

A los efectos de esta norma, se considerará elemento fungible todo componente de un bien que se agote repetidamente y que deba

sustituirse, rellenarse o reponerse para que el bien funcione según lo previsto.

j) Oculten información sobre el deterioro de la funcionalidad de un bien cuando se utilicen elementos fungibles, piezas de recambio o accesorios no suministrados por el productor original, o afirmar falsamente que se producirá dicho deterioro.»

Las prácticas definidas en las letras a) y b) de este apartado, en el caso de darse en el uso de una marca, podrán ser alegadas como causa de caducidad siempre que se cumplan los requisitos de la letra c) del artículo 54.1 de la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.

Artículo segundo. *Modificación del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado mediante el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre.*

El texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado mediante el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, queda modificado como sigue:

Uno. Se añade la letra g) al apartado 2 del artículo 18 con la siguiente redacción:

«g) La etiqueta armonizada prevista en el artículo 59 bis.1 n).»

Dos. Se modifica el artículo 20, que queda redactado de la siguiente forma:

«Artículo 20. Información necesaria en la oferta comercial de bienes y servicios

1. Las prácticas comerciales que, de un modo adecuado al medio de comunicación utilizado, incluyan información sobre las características del bien o servicio y su precio, posibilitando que el consumidor o usuario tome una decisión sobre la contratación, y siempre que no pueda desprenderse claramente del contexto, deberán contener, al menos, la siguiente información:

a) Nombre, razón social y domicilio completo del empresario responsable de la oferta comercial y, en su caso, nombre, razón social y dirección completa del empresario por cuya cuenta actúa.

b) Las características esenciales del bien o servicio de una forma adecuada a su naturaleza y al medio de comunicación utilizado.

c) El precio final completo, incluidos los impuestos, desglosando, en su caso, el importe de los incrementos o descuentos que sean de aplicación

a la oferta y los gastos adicionales que se repercutan al consumidor o usuario.

En el resto de los casos en que, debido a la naturaleza del bien o servicio, no pueda fijarse con exactitud el precio en la oferta comercial, deberá informarse sobre la base de cálculo que permita al consumidor o usuario comprobar el precio. Igualmente, cuando los gastos adicionales que se repercutan al consumidor o usuario no puedan ser calculados de antemano por razones objetivas, debe informarse del hecho de que existen dichos gastos adicionales y, si se conoce, su importe estimado.

En los contratos celebrados a distancia o fuera del establecimiento comercial, el comerciante facilitará de forma clara y comprensible información sobre el precio cuando este haya sido personalizado sobre la base de una toma de decisiones automatizada. Esta personalización no podrá derivar en incrementos del precio final de venta cuando se produzca un incremento de la demanda en contextos de urgencia, riesgo o necesidad de la persona consumidora.

A los efectos de lo previsto en el párrafo anterior, se entenderá por contexto de urgencia, riesgo o necesidad de la persona consumidora, el derivado de cualquier situación que pueda ser calificada como emergencia de protección civil, en los términos regulados en la Ley 17/2015, de 9 de julio, del Sistema Nacional de Protección Civil.

En el supuesto, de reventa de entradas para espectáculos públicos y actividades recreativas, el precio final será el mismo precio al que se adquirió la entrada, pudiéndose incrementar exclusivamente según el Índice de Precios al Consumo durante el periodo transcurrido desde la compra de dicha entrada.

Lo dispuesto en el párrafo anterior aplicará a la reventa de entradas tanto dentro como fuera del establecimiento mercantil y a distancia.

d) Los procedimientos de pago y los plazos de entrega y ejecución del contrato, cuando se aparten de las exigencias de la diligencia profesional, entendiéndose por tal el nivel de competencia y cuidados especiales que cabe esperar de un empresario conforme a las prácticas honestas del mercado.

e) En su caso, existencia del derecho de desistimiento.

f) En el caso de bienes y servicios ofrecidos en mercados en línea, si el tercero que ofrece el bien o servicio tiene la condición de empresario o no, con arreglo a su declaración al proveedor del mercado en línea.

g) Cuando se ponga a la venta un producto de consumo preenvasado con una cantidad nominal constante, o varias unidades de producto de forma empaquetada con unidades de producto constantes, deberá informarse de forma clara y comprensible a las personas consumidoras cuando se reduzca dicha cantidad o número de unidades incluidas en el paquete y

esta reducción se traduzca en un aumento del precio por unidad de medida, manteniendo el mismo o similar diseño en su envase o empaquetado.

Este deber de información se considerará cumplido cuando se indique de forma legible y visible en el punto de venta final la reducción de la cantidad envasada, o reducción en el número de unidades empaquetadas y el aumento de precio derivado de tal reducción, durante un plazo no inferior a 90 días desde la primera comercialización del producto con las nuevas características.

2. A efectos del cumplimiento de lo previsto en el apartado anterior y sin perjuicio de la normativa sectorial que en su caso resulte de aplicación, la información necesaria a incluir en la oferta comercial deberá facilitarse a los consumidores o usuarios, principalmente cuando se trate de personas consumidoras vulnerables, en términos claros, comprensibles, veraces y en un formato que garantice su accesibilidad, de forma que aseguren su adecuada comprensión y permitan la toma de decisiones óptimas para sus intereses.

3. Las prácticas comerciales consistentes en ofrecer a los consumidores y usuarios la posibilidad de buscar bienes y servicios ofertados por distintos empresarios o consumidores y usuarios sobre la base de una consulta en forma de palabra clave, expresión u otro tipo de dato introducido, independientemente de dónde se realicen las transacciones en último término, deberán contener, en una sección específica de la interfaz en línea que sea fácil y directamente accesible desde la página en la que se presenten los resultados de la búsqueda, la siguiente información:

a) Información general relativa a los principales parámetros que determinan la clasificación de los bienes y servicios presentados al consumidor y usuario como resultado de la búsqueda.

b) La importancia relativa de dichos parámetros frente a otros.

El presente apartado no se aplicará a proveedores de motores de búsqueda en línea, tal como se definen en el artículo 2.6) del Reglamento (UE) 2019/1150 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de junio de 2019, sobre el fomento de la equidad y la transparencia para los usuarios profesionales de servicios de intermediación en línea.

4. Las prácticas comerciales en las que un empresario facilite el acceso a las reseñas de los consumidores y usuarios sobre bienes y servicios deberán contener información sobre el hecho de que el empresario garantice o no que dichas reseñas publicadas han sido efectuadas por consumidores y usuarios que han utilizado o adquirido realmente el bien o servicio. A tales efectos, el empresario deberá facilitar información clara a los consumidores y usuarios sobre la manera en que se procesan las reseñas.

5. Cuando un empresario preste un servicio que compare bienes y servicios y proporcione al consumidor o usuario información sobre las características medioambientales o sociales, o sobre aspectos de circularidad, como la durabilidad, reparabilidad o reciclabilidad, el empresario deberá facilitar información sobre el método de comparación, los bienes y servicios objeto de la comparación y los proveedores de dichos bienes y servicios, así como las medidas impuestas para mantener dicha información actualizada.

6. La carga de la prueba en relación con el cumplimiento de los requisitos de información establecidos en este artículo incumbirá al empresario.

7. El incumplimiento de lo dispuesto en los apartados anteriores será considerado una práctica desleal por engañosa en el sentido del artículo 7 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.»

Tres. Se modifica el artículo 59 bis, que queda redactado de la siguiente forma:

«Artículo 59 bis. Definiciones.

1. A los efectos de este libro se entenderá por:

a) “Actualización de programas (software)”: actualización gratuita, incluidas las actualizaciones de seguridad, necesaria para mantener la conformidad de los bienes con elementos digitales, de los contenidos digitales y de los servicios digitales.

b) “Aviso armonizado”: Información precontractual facilitada a los consumidores y usuarios, en el formato diseñado por la Comisión Europea, sobre los principales elementos de la garantía legal de conformidad.

c) “Bienes con elementos digitales”: todo objeto mueble tangible que incorpore contenidos o servicios digitales o esté interconectado con ellos de tal modo que la ausencia de dichos contenidos o servicios digitales impediría que los bienes realizasen sus funciones.

d) “Bienes elaborados conforme a las especificaciones del consumidor y usuario”: todo bien no prefabricado para cuya elaboración sea determinante una elección o decisión individual por parte del consumidor y usuario.

e) “Compatibilidad”: la capacidad de los bienes de funcionar con los aparatos (hardware) o programas (software) con los cuales se utilizan normalmente los bienes del mismo tipo, sin necesidad de convertir los bienes, aparatos (hardware) o programas (software), así como la capacidad de los contenidos o servicios digitales de funcionar con los aparatos (hardware) o programas (software) con los cuales se utilizan

normalmente los contenidos o servicios digitales del mismo tipo, sin necesidad de convertir los contenidos o servicios digitales.

f) “Contenido digital”: los datos producidos y suministrados en formato digital.

g) “Contrato complementario”: un contrato por el cual el consumidor y usuario adquiere bienes o servicios sobre la base de otro contrato celebrado con un empresario, incluidos los contratos a distancia o celebrados fuera del establecimiento, y dichos bienes o servicios son proporcionados por el empresario o un tercero sobre la base de un acuerdo entre dicho tercero y el empresario.

h) “Contrato de compraventa o venta”: todo contrato celebrado, en el ámbito de una relación de consumo, en virtud del cual el empresario transmite o se compromete a transmitir la propiedad de bienes al consumidor o usuario pudiendo llevar incluido la prestación de servicios.

i) “Contrato de servicios”: todo contrato, con excepción del contrato de venta o compraventa, celebrado en el ámbito de una relación de consumo, en virtud del cual el empresario presta o se compromete a prestar un servicio al consumidor o usuario, incluido aquel de carácter digital.

j) “Datos personales”: toda información sobre una persona física identificada o identificable, considerándose así toda persona cuya identidad pueda determinarse, directa o indirectamente, en particular mediante un identificador, como por ejemplo un nombre, un número de identificación, datos de localización, un identificador en línea o uno o varios elementos propios de la identidad física, fisiológica, genética, psíquica, económica, cultural o social de dicha persona.

k) “Distribuidor”: Toda persona física o jurídica en la cadena de suministro, distinta del productor o el importador, que comercializa un producto.

l) “Entorno digital”: el aparato (hardware), programa (software) y cualquier conexión a la red que el consumidor y usuario utilice para acceder a los contenidos o servicios digitales o para hacer uso de ellos.

m) “Establecimiento mercantil”: toda instalación inmueble de venta al por menor en la que el empresario ejerce su actividad de forma permanente; o toda instalación móvil de venta al por menor en la que el empresario ejerce su actividad de forma habitual.

n) “Etiqueta armonizada”: etiqueta diseñada por la Comisión Europea para proporcionar a los consumidores y usuarios información sobre la garantía comercial de durabilidad ofrecida por los productores cuando

esta cubra la totalidad del bien, no tenga costes adicionales, tenga una duración superior a dos años y esta información haya sido comunicada por el productor al distribuidor del bien.

ñ) “Fabricante”: toda persona física o jurídica que fabrica un producto o que encarga su diseño o fabricación y lo comercializa con su nombre o marca.

o) “Funcionalidad”: la capacidad de los contenidos o servicios digitales de realizar sus funciones teniendo en cuenta su finalidad.

p) “Garantía comercial”: todo compromiso asumido por un empresario o un productor (el “garante”) frente al consumidor o usuario, además de sus obligaciones legales con respecto a la garantía de conformidad, de reembolsar el precio pagado o de sustituir, reparar o prestar un servicio de mantenimiento relacionado con el bien o el contenido o servicio digital, en caso de que no se cumplan las especificaciones o cualquier otro requisito no relacionado con la conformidad del bien o del contenido o servicio digital con el contrato, enunciados en la declaración de garantía o en la publicidad, disponible en el momento o antes de la celebración del contrato.

q) “Garantía comercial de durabilidad”: la garantía comercial por la cual el productor es directamente responsable ante el consumidor de la puesta en conformidad del bien, durante todo el período que dure esta, cuando los bienes no mantengan su durabilidad.

r) “Importador”: Toda persona física o jurídica establecida en la Unión Europea que introduce un producto de un tercer país en el mercado de la Unión.

s) “Integración”: la conexión e incorporación de los contenidos o servicios digitales con los componentes del entorno digital del consumidor o usuario para que los contenidos o servicios digitales se utilicen con arreglo a los requisitos de conformidad previstos en el título IV de este libro.

t) “Interoperabilidad”: la capacidad de los bienes o de los contenidos o servicios digitales de funcionar con aparatos (hardware) o programas (software) distintos de aquellos con los cuales se utilizan normalmente los bienes o los contenidos o servicios digitales del mismo tipo.

u) “Puntuación de reparabilidad”: una puntuación que expresa la aptitud de un bien de ser reparado, basada en requisitos armonizados establecidos a nivel de la Unión Europea.

v) “Reacondicionamiento”: las acciones llevadas a cabo para preparar, limpiar, probar, hacer mantenimiento y, en caso necesario,

reparar un bien o un bien desechado para restablecer su rendimiento o funcionalidad dentro del uso previsto y el intervalo de rendimiento concebidos originalmente en la fase de diseño en el momento en que el bien sea introducido en el mercado.

w) “Reparación”: una o varias acciones llevadas a cabo para devolver un bien defectuoso, o un residuo, a una condición en la que sirva para su finalidad prevista.

x) “Reparador”: toda persona física o jurídica que, en relación con su actividad comercial, negocio, oficio o profesión, presta un servicio de reparación, incluidos los fabricantes y vendedores que prestan servicios de reparación y los prestadores de servicios de reparación, tanto si son independientes, como si están asociados a dichos fabricantes o vendedores.

y) “Representante autorizado”: Toda persona física o jurídica establecida en la Unión Europea que ha recibido un mandato escrito del fabricante para actuar en su nombre en relación con tareas específicas relacionadas con las obligaciones previstas respecto del fabricante.

z) “Requisitos de reparabilidad”: los requisitos legalmente establecidos que permiten la reparación del bien, incluidos los requisitos para mejorar la facilidad de desmontaje y los requisitos relativos al acceso a las piezas de repuesto, la información y las herramientas relacionadas con la reparación aplicables a bienes o componentes específicos de los bienes de que se trate.

aa) “Servicio digital”: un servicio que permite al consumidor o usuario crear, tratar, almacenar o consultar datos en formato digital, o un servicio que permite compartir datos en formato digital cargados o creados por el consumidor o usuario u otros usuarios de ese servicio, o interactuar de cualquier otra forma con dichos datos.

ab) “Servicio financiero”: todo servicio en el ámbito bancario, de crédito, de seguros, de pensión privada, de inversión o de pago.

ac) “Soporte duradero”: todo instrumento que permita al consumidor o usuario y al empresario almacenar información que se le haya dirigido personalmente de forma que en el futuro puedan recuperarla fácilmente y consultarla durante un período de tiempo acorde con los fines de dicha información y que permita su fiel reproducción. Entre otros, tiene la consideración de soporte duradero, el papel, las memorias USB, los CD-ROM, los DVD, las tarjetas de memoria o los discos duros de ordenador, los correos electrónicos, así como los mensajes SMS.

ad) “Subasta pública”: método de venta en el que el empresario ofrece bienes o servicios a los consumidores o usuarios, que asisten o se les da

la posibilidad de asistir a la subasta en persona, aunque sea por medios telemáticos, mediante un procedimiento de puja transparente y competitivo, dirigido por un subastador y en el que el adjudicatario esté obligado a comprar los bienes o servicios.

2. A los efectos de este libro, título I, capítulo I, artículos 66 bis y 66 ter, y de los títulos III y IV, se consideran “bienes” a las cosas muebles corporales. El agua, el gas y la electricidad se considerarán “bienes” cuando estén envasados para su comercialización en un volumen delimitado o en cantidades determinadas.

3. A los efectos del artículo 20 y de este libro, se considera:

a) “Mercado en línea”: un servicio que emplea programas (software), incluidos un sitio web, parte de un sitio web o una aplicación, operado por el empresario o por cuenta de éste, que permite a los consumidores o usuarios celebrar contratos a distancia con otros empresarios o consumidores.

b) “Proveedor de un mercado en línea”: todo empresario que pone a disposición de los consumidores o usuarios un mercado en línea.

c) “Clasificación”: la preeminencia relativa atribuida a los bienes y servicios, en su presentación, organización o comunicación por parte del empresario, independientemente de los medios tecnológicos empleados para dicha presentación, organización o comunicación

d) “Durabilidad”: la capacidad de los bienes de mantener sus funciones y rendimiento requeridos en condiciones normales de utilización durante el tiempo que sea razonable en función del tipo de bien.»

Cuatro. Se modifica el apartado 2 del artículo 60, que queda redactado de la siguiente forma:

«2. Serán relevantes las obligaciones de información sobre los bienes o servicios establecidas en esta norma y cualesquiera otras que resulten de aplicación y, además:

a) Las características principales de los bienes o servicios, en la medida adecuada al soporte utilizado y a los bienes o servicios.

b) La identidad del empresario, incluidos los datos correspondientes a la razón social, el nombre comercial, su dirección completa y su número de teléfono y, en su caso, del empresario por cuya cuenta actúe.

c) El precio total, incluidos todos los impuestos y tasas. Si por la naturaleza de los bienes o servicios el precio no puede calcularse razonablemente de antemano o está sujeto a la elaboración de un presupuesto, la forma en que se determina el precio, así como todos los gastos adicionales de transporte, entrega o postales o, si dichos gastos

no pueden ser calculados razonablemente de antemano, el hecho de que puede ser necesario abonar dichos gastos adicionales.

En toda información al consumidor y usuario sobre el precio de los bienes o servicios, incluida la publicidad, se informará del precio total, desglosando, en su caso, el importe de los incrementos o descuentos que sean de aplicación, de los gastos que se repercutan al consumidor y usuario y de los gastos adicionales por servicios accesorios, financiación, utilización de distintos medios de pago u otras condiciones de pagos similares.

d) Los procedimientos de pago, entrega y ejecución, la fecha en que el empresario se compromete a entregar los bienes o a ejecutar la prestación del servicio.

e) En relación con las garantías:

1.º El aviso armonizado, de manera destacada;

2.º Cuando proceda, la etiqueta armonizada, de manera destacada;

3.º Un recordatorio de la existencia de la garantía legal de conformidad para el contenido y los servicios digitales; y

4.º Cuando proceda, un recordatorio de la existencia y las condiciones de los servicios posventa y de las garantías comerciales;

f) El período mínimo, ya se exprese con un período de tiempo o con una fecha de referencia, durante el cual el productor o el proveedor proporcione actualizaciones de programas (software) en el caso de los bienes con elementos digitales, de los contenidos digitales y de los servicios digitales, cuando el productor o el proveedor pongan esta información a disposición del empresario que lo distribuye.

g) La duración del contrato, o, si el contrato es de duración indeterminada o se prolonga de forma automática, las condiciones de resolución. Además, de manera expresa, deberá indicarse la existencia de compromisos de permanencia o vinculación de uso exclusivo de los servicios de un determinado prestador, así como las penalizaciones en caso de baja en la prestación del servicio.

h) La lengua o lenguas en las que podrá formalizarse el contrato, cuando no sea aquella en la que se le ha ofrecido la información previa a la contratación.

i) La existencia del derecho de desistimiento que pueda corresponder al consumidor y usuario, el plazo y la forma de ejercitarlo.

j) La funcionalidad de los bienes con elementos digitales, el contenido digital y los servicios digitales, incluidas las medidas técnicas de

protección aplicables, como son, entre otras, la protección a través de la gestión de los derechos digitales o la codificación regional.

k) Toda compatibilidad e interoperabilidad relevante de los bienes con elementos digitales, el contenido digital y los servicios digitales conocidos por el empresario o que quepa esperar razonablemente que conozca, como son, entre otros, el sistema operativo, la versión necesaria o determinados elementos de los soportes físicos.

l) El procedimiento para atender las reclamaciones de los consumidores y usuarios, así como, en su caso, la información sobre el sistema extrajudicial de resolución de conflictos prevista en el artículo 21.4.

m) Cuando proceda, la puntuación de reparabilidad de los bienes.

n) Cuando no haya puntuación de reparabilidad sobre un bien, información sobre la disponibilidad, el coste estimado y el procedimiento para pedir las piezas de recambio que sean necesarias para mantener la conformidad del bien, así como la disponibilidad de instrucciones de reparación y mantenimiento y sobre las restricciones de reparación, siempre que toda esta información sea puesta en conocimiento del empresario que distribuye el bien por parte del productor.»

Cinco. Se modifica el apartado 1 del artículo 97, que queda redactado de la siguiente forma:

«Artículo 97. Información precontractual de los contratos a distancia y los contratos celebrados fuera del establecimiento mercantil.

1. Antes de que el consumidor y usuario quede vinculado por cualquier contrato a distancia o celebrado fuera del establecimiento o cualquier oferta correspondiente, el empresario le facilitará de forma clara y comprensible, con especial atención en caso de tratarse de personas consumidoras vulnerables, a las que se les facilitará en formatos adecuados, accesibles y comprensibles, la siguiente información:

a) Las características principales de los bienes o servicios, en la medida adecuada al soporte utilizado y a los bienes o servicios de que se trate.

b) La identidad del empresario, incluido su nombre comercial.

c) La dirección completa del establecimiento del empresario, número de teléfono y dirección de correo electrónico. Asimismo, cuando el empresario facilite otros medios de comunicación en línea que garanticen que el consumidor o usuario puede mantener cualquier tipo de correspondencia escrita, incluida la fecha y el horario de dicha correspondencia, con el empresario en un soporte duradero, la

información también incluirá detalles sobre esos otros medios. Todos estos medios de comunicación facilitados por el empresario permitirán al consumidor o usuario ponerse en contacto y comunicarse con el empresario de forma rápida y eficaz. Cuando proceda, el empresario facilitará también la dirección completa y la identidad del empresario por cuya cuenta actúa.

d) Si es diferente de la dirección facilitada de conformidad con la letra c), la dirección completa de la sede del empresario y, cuando proceda, la del empresario por cuya cuenta actúa, a la que el consumidor o usuario puede dirigir sus reclamaciones.

e) El precio total de los bienes o servicios, incluidos los impuestos y tasas, o, si el precio no puede calcularse razonablemente de antemano por la naturaleza de los bienes o de los servicios, la forma en que se determina el precio, así como, cuando proceda, todos los gastos adicionales de transporte, entrega o postales y cualquier otro gasto o, si dichos gastos no pueden ser calculados razonablemente de antemano, el hecho de que puede ser necesario abonar dichos gastos adicionales. En el caso de un contrato de duración indeterminada o de un contrato que incluya una suscripción, el precio incluirá el total de los costes por período de facturación. Cuando dichos contratos se cobren con arreglo a una tarifa fija, el precio total también significará el total de los costes mensuales. Cuando no sea posible calcular razonablemente de antemano el coste total, se indicará de forma precisa la forma en que se determina el precio.

f) Cuando proceda, que el precio ha sido personalizado sobre la base de una toma de decisiones automatizada.

g) El coste de la utilización de la técnica de comunicación a distancia para la celebración del contrato, en caso de que dicho coste se calcule sobre una base diferente de la tarifa básica.

h) Los procedimientos de pago, entrega, incluidas opciones de entrega respetuosas con el medio ambiente si están disponibles, funcionamiento y ejecución, la fecha en que el empresario se compromete a entregar los bienes o a ejecutar la prestación de los servicios, así como, cuando proceda, el sistema de tratamiento de las reclamaciones del empresario.

i) La lengua o lenguas en las que podrá formalizarse el contrato, cuando ésta no sea la lengua en la que se le ha ofrecido la información previa a la contratación.

j) Cuando exista un derecho de desistimiento, las condiciones, el plazo y los procedimientos para ejercer ese derecho, así como el modelo de formulario de desistimiento.

- k) Cuando proceda, la indicación de que el consumidor o usuario tendrá que asumir el coste de la devolución de los bienes en caso de desistimiento y, para los contratos a distancia, cuando los bienes, por su naturaleza, no puedan devolverse normalmente por correo postal, el coste de la devolución de los mismos.
- l) En caso de que el consumidor o usuario ejercite el derecho de desistimiento tras la presentación de una solicitud con arreglo al artículo 98.8 o al artículo 99.3, la información de que en tal caso el consumidor o usuario deberá abonar al empresario unos gastos razonables de conformidad con el artículo 108.3.
- m) Cuando con arreglo al artículo 103 no proceda el derecho de desistimiento, la indicación de que al consumidor o usuario no le asiste dicho derecho, o las circunstancias en las que lo perderá cuando sí le corresponda.
- n) En relación con las garantías:
- 1.º El aviso armonizado, de manera destacada.
 - 2.º Cuando proceda, la etiqueta armonizada, de manera destacada.
 - 3.º Un recordatorio de la existencia de la garantía legal de conformidad para el contenido y los servicios digitales.
- ñ) El período mínimo, ya se exprese con un período de tiempo o con una fecha de referencia, durante el cual el productor o el proveedor proporcione actualizaciones de programas (software) en el caso de los bienes con elementos digitales, de los contenidos digitales y de los servicios digitales, cuando el productor o el proveedor pongan esta información a disposición del empresario que lo distribuye.
- o) Cuando proceda, la existencia de asistencia posventa al consumidor y usuario, servicios posventa y garantías comerciales, así como sus condiciones.
- p) La existencia de códigos de conducta pertinentes y la forma de conseguir ejemplares de los mismos, en su caso. A tal efecto, se entiende por código de conducta el acuerdo o conjunto de normas no impuestas por disposiciones legales, reglamentarias o administrativas, en el que se define el comportamiento de aquellos empresarios que se comprometen a cumplir el código en relación con una o más prácticas comerciales o sectores económicos.
- q) La duración del contrato, cuando proceda, o, si el contrato es de duración indeterminada o se prolonga de forma automática, las condiciones de resolución.

- r) Cuando proceda, la duración mínima de las obligaciones del consumidor o usuario derivadas del contrato.
- s) Cuando proceda, la existencia y las condiciones de los depósitos u otras garantías financieras que el consumidor o usuario tenga que pagar o aportar a solicitud del empresario.
- t) Cuando proceda, la funcionalidad de los bienes con elementos digitales, el contenido digital o los servicios digitales, incluidas las medidas técnicas de protección aplicables.
- u) Cuando proceda, toda compatibilidad e interoperabilidad relevante de los bienes con elementos digitales, el contenido digital o los servicios digitales conocidos por el empresario o que quepa esperar razonablemente que este pueda conocer.
- v) Cuando proceda, la posibilidad de recurrir a un mecanismo extrajudicial de resolución de conflictos al que esté sujeto el empresario y los métodos para tener acceso al mismo.
- w) Cuando proceda la puntuación de reparabilidad de los bienes.
- x) Cuando no haya puntuación de reparabilidad sobre un bien, información sobre la disponibilidad, el coste estimado y el procedimiento para pedir las piezas de recambio que sean necesarias para mantener la conformidad del bien, así como la disponibilidad de instrucciones de reparación y mantenimiento y sobre las restricciones de reparación, siempre que toda esta información sea puesta en conocimiento del empresario que distribuye el bien por parte del productor.»

Seis. Se modifica el apartado 2 del artículo 98, que queda redactado de la siguiente forma:

«2. Si un contrato a distancia que ha de ser celebrado por medios electrónicos implica obligaciones de pago para el consumidor o usuario, el empresario pondrá en conocimiento de este de una manera clara y destacada, y justo antes de que efectúe el pedido, la información establecida en el artículo 97.1.a), e), n) 2.º, q) y r).

El empresario deberá velar por que el consumidor o usuario, al efectuar el pedido, confirme expresamente que es consciente de que el pedido implica una obligación de pago. Si la realización de un pedido se hace activando un botón o una función similar, estos deberán etiquetarse, de manera que sea fácilmente legible, únicamente con la expresión "pedido con obligación de pago" o una formulación análoga no ambigua que indique que la realización del pedido implica la obligación de realizar un pago al empresario. En caso contrario, el consumidor o usuario no quedará obligado por el contrato o pedido.»

Siete. Se modifica la letra d) del apartado 1 del artículo 115 ter, que queda redactado de la siguiente manera:

«d) Presentar la cantidad y poseer las cualidades y otras características, en particular respecto de la durabilidad del bien, de la reparabilidad, la accesibilidad y continuidad del contenido o servicio digital y la funcionalidad, compatibilidad y seguridad que presentan normalmente los bienes y los contenidos o servicios digitales del mismo tipo y que el consumidor o usuario pueda razonablemente esperar, dada la naturaleza de los mismos y teniendo en cuenta cualquier declaración pública realizada por el empresario, o en su nombre, o por otras personas en fases previas de la cadena de transacciones, incluido el productor, especialmente en la publicidad o el etiquetado. El empresario no quedará obligado por tales declaraciones públicas, si demuestra alguno de los siguientes hechos:»

Ocho. Se modifica el artículo 118, que queda redactado de la siguiente forma:

«Artículo 118. Régimen jurídico de la puesta en conformidad.»

1. Si el bien no fuera conforme con el contrato, para ponerlo en conformidad, el consumidor o usuario tendrá derecho a elegir entre la reparación o la sustitución, salvo que una de estas dos opciones resultare imposible o que, en comparación con la otra medida correctora, suponga costes desproporcionados para el empresario, teniendo en cuenta todas las circunstancias y, entre ellas las recogidas en el apartado 3 de este artículo, así como si la medida correctora alternativa se podría proporcionar sin mayores inconvenientes para el consumidor o usuario.

El empresario, antes de ofrecer al consumidor o usuario una solución para reestablecer la conformidad de los bienes, le informará de su derecho a optar entre reparación y sustitución, así como de la posible ampliación del período de responsabilidad establecida en el artículo 120 apartado 1 en caso de optar por la reparación.

2. Si los contenidos o servicios digitales no fueran conformes con el contrato, el consumidor o usuario tendrá derecho a exigir que sean puestos en conformidad.

3. El empresario podrá negarse a poner los bienes o los contenidos o servicios digitales en conformidad cuando resulte imposible o suponga costes desproporcionados, teniendo en cuenta todas las circunstancias, y entre ellas:

a) El valor que tendrían los bienes o los contenidos o servicios digitales si no hubiera existido falta de conformidad.

b) La relevancia de la falta de conformidad.

4. Las medidas correctoras para la puesta en conformidad se ajustarán a las siguientes reglas:

a) Serán gratuitas para el consumidor o usuario. Dicha gratuidad comprenderá los gastos necesarios en que se incurra para que los bienes sean puestos en conformidad, especialmente los gastos de envío, transporte, mano de obra o materiales.

b) Deberán llevarse a cabo en un plazo razonable a partir del momento en que el empresario haya sido informado por el consumidor o usuario de la falta de conformidad.

c) Deberán realizarse sin mayores inconvenientes para el consumidor o usuario, habida cuenta de la naturaleza de los bienes o de los contenidos o servicios digitales y de la finalidad que tuvieran para el consumidor o usuario.

d) En función de las especificidades de la categoría de bienes de que se trate y, en particular, de la necesidad del consumidor o usuario de disponer de ellos de forma permanente, el vendedor podrá proporcionar gratuitamente al consumidor o usuario, en préstamo, un bien de sustitución, pudiendo ser un bien reacondicionado, durante el tiempo que dure la puesta en conformidad.

e) En el supuesto de que el consumidor o usuario opte por la sustitución del bien como medida correctora para su puesta en conformidad, el vendedor podrá proporcionar, a petición expresa del consumidor o usuario, un bien reacondicionado.

5. Cuando proceda la reparación o la sustitución del bien, el consumidor o usuario lo pondrá a disposición del empresario y este, en su caso, recuperará el bien sustituido a sus expensas de la forma que menos inconvenientes genere para el consumidor o usuario dependiendo del tipo de bien.

6. Cuando una reparación requiera la retirada de bienes que hayan sido instalados de forma coherente con su naturaleza y finalidad antes de manifestarse la falta de conformidad o, cuando se sustituyan, la obligación de repararlos o sustituirlos incluirá la retirada de los no conformes y la instalación de los bienes sustituidos o reparados, o la asunción de los costes de dicha retirada e instalación por cuenta del empresario.

7. El consumidor o usuario no será responsable de ningún pago por el uso normal de los bienes sustituidos durante el período previo a su sustitución.»

Nueve. Se modifica el apartado 1 del artículo 120, que queda redactado de la siguiente forma:

«1. En el caso de contrato de compraventa de bienes o de suministro de contenidos o servicios digitales suministrados en un acto único o en una serie de actos individuales, el empresario será responsable de las faltas de conformidad que existan en el momento de la entrega o del suministro y se manifiesten en un plazo de tres años desde la entrega en el caso de bienes o de dos años en el caso de contenidos o servicios digitales, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 115 ter, apartado 2, letras a) y b).

Este plazo se ampliará en doce meses adicionales, una única vez, cuando el consumidor o usuario opte, como medida correctora para restablecer en conformidad, por la reparación del bien.

En los bienes de segunda mano, el empresario y el consumidor o usuario podrán pactar un plazo menor al indicado en el párrafo anterior, que no podrá ser inferior a un año desde la entrega.»

Diez. Se modifica el artículo 127 bis, que queda redactado de la siguiente forma:

«Artículo 127 bis. Reparación y servicios posventa.

1. El productor garantizará la existencia de un adecuado servicio técnico, así como de repuestos durante el plazo mínimo de diez años a partir de la fecha en que el bien deje de fabricarse, sin perjuicio de los plazos que puedan establecer los actos jurídicos de la Unión Europea enumerados en el anexo II de la Directiva (UE) 2024/1799, del Parlamento Europeo y del Consejo de 13 de junio de 2024 por la que se establecen normas comunes para promover la reparación de bienes y se modifican el Reglamento (UE) 2017/2394 y las Directivas (UE) 2019/771 y (UE) 2020/1828, o en cualquier otra normativa sectorial que resulte de directa aplicación.

2. El fabricante estará obligado a reparar, por sí mismo, o a través de una empresa subcontratada, los bienes para los que los actos jurídicos de la Unión Europea enumerados en el anexo II de la Directiva (UE) 2024/1799 del Parlamento Europeo y del Consejo de 13 de junio de 2024 establezcan requisitos de reparabilidad, en la medida en que se establezcan, salvo que la reparación fuera imposible.

Los fabricantes no se podrán negar a reparar dichos bienes alegando únicamente que otros reparadores o cualquier otra persona han efectuado una reparación previa.

3. La reparación en virtud del apartado anterior se efectuará en las siguientes condiciones:

- a) Será gratuita o a un precio razonable;
- b) Se efectuará en un plazo razonable a partir del momento en que el productor disponga físicamente del bien, lo haya recibido o el consumidor o usuario le haya proporcionado acceso a él;

c) El productor podrá prestar al consumidor o usuario un bien de sustitución gratuitamente o a un precio razonable mientras dure la reparación; y

d) En aquellos casos en los que la reparación sea imposible, el productor podrá ofrecer al consumidor o usuario un bien reacondicionado.

4. Cuando el fabricante obligado a efectuar una reparación en virtud del apartado 2 de este artículo esté establecido fuera de la Unión Europea, su representante autorizado en la Unión Europea cumplirá con esta obligación o, en caso de no existir esta figura, el importador asumirá la obligación. En defecto de los anteriores, el distribuidor asumirá la obligación del fabricante.

En cualquiera de estos supuestos, se podrá subcontratar la reparación para cumplir con la obligación de reparación.

5. Queda prohibido incrementar los precios de los repuestos al aplicarlos en las reparaciones. La lista de precios de los repuestos deberá estar a disposición del público, así como la del resto de servicios aparejados, debiéndose diferenciar en la factura los diferentes conceptos.

Por su parte, los fabricantes que comercialicen piezas de recambio y herramientas para los bienes a los que se apliquen los actos jurídicos de la Unión Europea enumerados en el anexo II de la Directiva (UE) 2024/1799 del Parlamento Europeo y del Consejo de 13 de junio de 2024 por la que se establecen normas comunes para promover la reparación de bienes y se modifican el Reglamento (UE) 2017/2394 y las Directivas (UE) 2019/771 y (UE) 2020/1828, ofrecerán dichas piezas de recambio y herramientas a un precio razonable que no disuada de la reparación.

El obligado a efectuar la reparación con arreglo al presente artículo velará por que los consumidores tengan acceso, a través de un sitio web de libre acceso, a información sobre los precios indicativos cobrados por las reparaciones típicas de bienes a los que se apliquen los actos jurídicos de la Unión Europea enumerados en el anexo II de la Directiva (UE) 2024/1799, del Parlamento Europeo y del Consejo de 13 de junio de 2024 por la que se establecen normas comunes para promover la reparación de bienes y se modifican el Reglamento (UE) 2017/2394 y las Directivas (UE) 2019/771 y (UE) 2020/1828.

6. Los fabricantes no recurrirán a cláusulas contractuales, ni a técnicas relacionadas con los equipos o los programas informáticos, que impidan la reparación de bienes para los que los actos jurídicos de la Unión Europea enumerados en el anexo II de la Directiva (UE) 2024/1799 del Parlamento Europeo y del Consejo de 13 de junio de 2024 por la que se establecen normas comunes para promover la reparación de bienes y se modifican el Reglamento (UE) 2017/2394 y las Directivas (UE)

2019/771 y (UE) 2020/1828, establezcan la obligación de reparar. Únicamente se podrá limitar esta obligación sobre la base de factores legítimos y objetivos, incluida la protección de los derechos de propiedad intelectual.

En particular, los fabricantes no impedirán que los reparadores independientes utilicen piezas de recambio originales o de segunda mano, piezas de recambio compatibles y piezas de recambio realizadas mediante impresión 3D, siempre que dichas piezas sean conformes a los requisitos previstos por la normativa vigente, como los requisitos en materia de seguridad de los productos o en cumplimiento de la propiedad intelectual.

7. Sin perjuicio de la obligación de reparación en virtud del presente artículo, los consumidores podrán solicitar la reparación a cualquier reparador de su elección.

8. El obligado a efectuar la reparación en virtud de este artículo pondrá gratuitamente a disposición de los consumidores información sobre sus servicios de reparación de manera fácilmente accesible, clara y comprensible, al menos, durante toda la duración de la obligación de reparar en virtud del presente artículo.

9. La acción o derecho de recuperación de los bienes entregados por el consumidor o usuario al empresario para su reparación prescribirá un año después del momento de la entrega. Reglamentariamente, se establecerán los datos que deberá hacer constar el empresario en el momento en que se le entrega un bien para su reparación y las formas en que podrá acreditarse la mencionada entrega.»

Once. Se añade un artículo 127 ter con la siguiente redacción:

«Artículo 127 ter. Formulario europeo de información sobre la reparación.

1. Los reparadores, sin perjuicio de la obligación legal o reglamentaria de confeccionar presupuesto previo que rija en cada caso, podrán proporcionar al consumidor o usuario el formulario europeo de información sobre la reparación que figura en el anexo IV, que se proporcionará, de forma gratuita, en un soporte duradero y en un plazo razonable tras la solicitud por parte del consumidor o usuario y antes de que este quede vinculado por un contrato para la prestación de servicios de reparación.

2. No obstante lo dispuesto en el apartado anterior, cuando sea necesario un servicio de diagnóstico, incluido un examen físico o a distancia, para determinar la naturaleza del defecto y el tipo de reparación y estimar el precio de la reparación, el reparador podrá solicitar al

consumidor o usuario que abone los costes necesarios de dicho servicio, debiendo informar previamente de los gastos del servicio de diagnóstico.

3. El reparador no modificará las condiciones de reparación especificadas en el formulario europeo de información sobre la reparación durante un período de treinta días naturales a partir de la fecha en que se haya proporcionado dicho formulario al consumidor o usuario, si bien el reparador y el consumidor o usuario podrán acordar un período de validez mayor de las condiciones incluidas en el formulario.

Cuando el consumidor o usuario, dentro del período de validez, acepte las condiciones de reparación establecidas en el formulario, el reparador quedará obligado a efectuar el servicio de reparación con arreglo a esas condiciones.

4. Con la entrega completa y exacta al consumidor del formulario europeo de información sobre la reparación, se considerarán cumplidos los siguientes requisitos de información:

a) Los requisitos de información relativos a las características principales del servicio de reparación establecidos en el artículo 60, apartado 2, letra a) y el artículo 97, apartado 1, letra a) de esta ley, y en el artículo 22, apartado 2, letra h) de la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio

b) Los requisitos de información sobre la identidad del reparador y los datos de contacto establecidos en el artículo 60, apartado 2, letra b), y el artículo 97, apartado 1, letras b), c) y d), de esta ley; en el artículo 22, apartado 2, letras a), de la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio y el artículo y en el artículo 10, apartado 1, letra a) de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

c) Los requisitos de información relativos al precio establecidos en el artículo 60, apartado 2, letra c), y el artículo 97 apartado 1, letra e), de esta ley y en el artículo 22, apartado 2, letra g), y apartado 3, letra a), de la de la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.

d) Los requisitos de información sobre las modalidades de la prestación y el plazo para prestar el servicio de reparación establecidos en el artículo 60, apartado 1, letra d), y el artículo 97, apartado 1, letra h), de esta ley.

5. A los exclusivos efectos de aplicarse el sistema de financiación de la reparación, el apartado «Naturaleza del defecto» del Formulario Europeo de Información sobre la reparación deberá contener un juicio de diligencia en el uso del bien susceptible de reparación, donde el reparador debe explicitar si considera que la necesidad de reparación procede del mal uso del producto por parte del consumidor o de una reparación previa

deficiente. Para ello, deberá adjuntar a la explicación del juicio de diligencia elementos que permitan una valoración autónoma, entre los cuales se presentarán material gráfico y una descripción de la disfunción que precisa reparación».

Doce. Se añade el Anexo IV con el siguiente contenido:

ANEXO IV

Formulario Europeo de Información sobre la reparación

Parte I Identidad y datos de contacto del reparador que presta el servicio de reparación.	
Reparador	[Identidad, con la indicación del nombre o la razón social y el número de identificación fiscal]
Dirección	[Dirección geográfica que deberá utilizar el consumidor]
Número de teléfono	
Correo electrónico	
Otros medios de comunicación en línea que permitan al consumidor ponerse en contacto con el reparador y comunicarse con él de forma rápida, eficiente y accesible.	
Parte II Información sobre el servicio de reparación.	
Bien que debe repararse	[Identificación del bien, con indicación, en su caso, de la marca, el modelo y el número de serie;]
Naturaleza del defecto	[Descripción del defecto]
Tipo de reparación sugerida	[Qué tipo de medidas se tomarán para reparar el defecto]
Precio de la reparación o, si no puede calcularse, método de cálculo aplicable y precio máximo de la reparación	[Esto significa el importe total o, si no es posible calcularlo de antemano, el método de cálculo y el importe]

	máximo del servicio de reparación, en EUR]
Plazo para completar la reparación	[Plazo en el que el reparador se compromete a prestar el servicio, expresado en días]
Disponibilidad de bienes de sustitución temporal	[Un bien de sustitución temporal implica que el consumidor reciba un bien equivalente para utilizarlo durante el período de reparación; el reparador debe indicar «Sí» o «No»]
En caso afirmativo, indíquense los costes correspondientes, de haberlos:	[EUR]
Lugar de entrega de los bienes	[El lugar donde el consumidor entrega los bienes para su reparación]
En su caso, la disponibilidad de servicios auxiliares	[Indíquese si, y en qué medida, se ofrecen servicios auxiliares tales como la retirada, la instalación y el transporte, o bien indíquese «Ninguno» si no se ofrece ningún servicio auxiliar a la reparación de que se trate]
En caso afirmativo, indíquense los costes correspondientes, de haberlos:	[En EUR por servicio ofrecido]
Período de validez del formulario europeo de información sobre la reparación	[Período de validez de al menos treinta días]
En su caso, información adicional.	

Artículo tercero. *Medidas de promoción de las reparaciones cubiertas por el Derecho a Reparar*

1. Los obligados a efectuar la reparación con arreglo al artículo 127.bis.2 del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios deberán implementar las medidas necesarias para contribuir a la prevención de los residuos y externalidades resultantes de generación.

2. Los operadores descritos en el apartado anterior contribuirán a la financiación de los costes de reparación de sus productos en los que incurran las personas consumidoras, una vez vencido el plazo de garantía legal de conformidad, con arreglo al siguiente esquema:

a) Durante los dos años posteriores al vencimiento del plazo de garantía legal de conformidad o garantía comercial correspondiente, la contribución a la financiación de los costes de reparación será del 20 por ciento de estos.

b) Durante el año siguiente al periodo contemplado en la letra a), la contribución a la financiación de los costes de reparación será del 10 por ciento de estos.

c) Durante el año siguiente al contemplado en la letra b), la contribución a la financiación de los costes de reparación será del 5 por ciento de estos.

Los plazos indicados previamente serán de aplicación siempre que sigan vigentes los plazos por los que el fabricante venga obligado a efectuar la reparación de acuerdo con lo previsto en los actos jurídicos de la Unión Europea enumerados en el anexo II de la Directiva (UE) 2024/1799, del Parlamento Europeo y del Consejo de 13 de junio de 2024 por la que se establecen normas comunes para promover la reparación de bienes y se modifican el Reglamento (UE) 2017/2394 y las Directivas (UE) 2019/771 y (UE) 2020/1828, sin que en ningún caso concurra para el fabricante, o el operador que resulte obligado, una obligación de contribución a los costes de reparación una vez pasados cuatro años desde el vencimiento del plazo de garantía legal de conformidad o garantía comercial correspondiente.

En el supuesto de que el coste de reparación supere el cincuenta por ciento del precio de venta del producto en el mercado, por parte del mismo obligado, o del precio al que fue comercializado por última vez el producto por el mismo obligado, en caso de que ya no lo comercialice, será este el coste que se deba tener en cuenta a los efectos de aplicar la contribución prevista en el párrafo anterior.

La aplicación de los plazos y porcentajes determinados en este apartado para la regulación de la contribución a la financiación de los costes de reparación una vez vencido el plazo de garantía legal de conformidad, se aplicarán en ausencia de potenciales garantías comerciales adicionales pactadas contractualmente. En el supuesto de que se haya pactado una garantía comercial adicional al plazo de garantía legal de conformidad, el esquema de financiación regulado en este artículo comenzará a computar igualmente en el momento de vencimiento del plazo de garantía legal, resultando de aplicación entre el plazo de fin de la garantía comercial y el plazo contemplado en la letra c), si este fuese posterior.

3. Los obligados, bien de forma individual, o a través de asociaciones agrupadas por sector o sectores afines, deberán contar con un punto de contacto a estos efectos en el que los reparadores puedan solicitar el reintegro de la cantidad correspondiente, que se deberá llevar a cabo en un plazo máximo de 30 días desde la solicitud de estos.

4. Los reparadores, que deberán estar registrados en la plataforma europea en línea sobre reparaciones, descontarán directamente el coste de reparación

financiado por los obligados en virtud de este artículo en el Formulario europeo de información sobre la reparación.

5. La contribución prevista en el apartado segundo de este artículo no operará en caso de que el motivo de la reparación esté relacionado con un uso no previsto del producto por parte del consumidor o fuera de lo considerado razonablemente previsible teniendo en cuenta las especificaciones técnicas del mismo.

En estos supuestos, el reparador no incluirá en el Formulario europeo de información sobre la reparación el importe soportado por los obligados de acuerdo con este artículo, lo que deberá justificar de forma motivada sobre la base de lo previsto en el párrafo anterior. En consecuencia, los obligados a efectuar la reparación de acuerdo con el apartado primero de este artículo no resultará obligados a soportar la contribución prevista en el apartado segundo.

Con vistas a asegurar lo previsto en este apartado, los obligados a la contribución tendrán derecho a requerir al reparador una copia del Formulario europeo de información sobre la reparación proporcionado al consumidor.

6. Quedarán excluidos de la plataforma europea en línea sobre reparaciones aquellos reparadores que no cumplimenten o que cumplimenten de manera fraudulenta o negligente lo previsto en el artículo 127.ter.5 del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

7. Anualmente, los obligados en virtud de este artículo publicarán los importes destinados a financiar las reparaciones, la lista de reparadores a los que han transferido los importes y la cantidad de productos reparados en consecuencia.

Disposición adicional única. *Plataforma europea en línea sobre reparaciones.*

1. El Ministerio con competencias en materia de consumo gestionará la sección nacional dentro de la interfaz común en línea de la plataforma europea en línea sobre reparaciones desarrollada por la Comisión Europea de acuerdo con lo previsto en la Directiva (UE) 2024/1799, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de junio de 2024 por la que se establecen normas comunes para promover la reparación de bienes y se modifican el Reglamento (UE) 2017/2394 y las Directivas (UE) 2019/771 y (UE) 2020/1828, que permitirá a los consumidores o usuarios, de forma gratuita, encontrar reparadores, así como vendedores de bienes reacondicionados, compradores de bienes defectuosos para su reacondicionamiento o iniciativas de reparación participativas, quienes podrán registrarse en la misma de forma voluntaria.

2. El Ministerio con competencias en materia de consumo actuará como punto de contacto nacional para la plataforma europea en línea. Las autoridades autonómicas competentes en esta materia llevarán a cabo el control de los

reparadores, de los vendedores de bienes que hayan sido reacondicionados, de los compradores de bienes defectuosos para su reacondicionamiento y de las iniciativas de reparación participativas que estén establecidos en sus correspondientes comunidades autónomas, con independencia de que su ámbito de actuación pueda ser más amplio, y notificarán sus datos a través del punto de contacto central a los demás Estados miembros y a la Comisión Europea.

3. El punto de contacto nacional será responsable de las tareas siguientes:

a) Dar acceso, a través de las comunidades autónomas, a la sección nacional para el registro de reparadores, vendedores de bienes que hayan sido reacondicionados, compradores de bienes defectuosos para su reacondicionamiento e iniciativas de reparación participativas;

b) Asistir a la Comisión Europea en el funcionamiento de las secciones nacionales de la plataforma europea en línea.

4. Las administraciones públicas nacionales y autonómicas con competencia en materia de consumo adoptarán medidas adecuadas para informar a los consumidores o usuarios, a los agentes económicos pertinentes y a los vendedores sobre la disponibilidad de la plataforma europea en línea. Asimismo, informarán por medios adecuados a los consumidores o usuarios sobre el derecho a la reparación de los bienes y de las vías para hacerlo valer.

Disposición derogatoria única. *Derogación normativa.*

Quedan derogadas todas las disposiciones de igual o inferior rango que se opongan a esta ley.

Disposición final primera. *Modificación de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.*

Se añade una nueva letra f) en el artículo 3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, con la siguiente redacción:

«f) La publicidad de combustibles fósiles, entendiéndose por tal toda comunicación comercial destinada a promover la contratación o adquisición de productos energéticos compuestos exclusivamente por derivados de origen fósil, sin participación de componentes renovables, cuando sea emitida por empresas del sector del carbón o del petróleo.

La prohibición se extenderá igualmente a las comunicaciones comerciales relativas a productos o servicios de transporte propulsados exclusivamente mediante carburantes fósiles, siempre que existan alternativas total o parcialmente impulsadas por fuentes de energía no

fósil, disponibles para el mismo trayecto y cuya duración estimada no supere en más de dos horas y media la del servicio equivalente propulsado exclusivamente mediante carburantes fósiles, teniendo en cuenta el tiempo total en que el pasajero debe permanecer en el medio de transporte. Esta prohibición se aplicará únicamente a servicios de transporte cuyo trayecto tenga origen y destino dentro del territorio peninsular, excluyendo los servicios de transporte ferroviario de viajeros con finalidad prioritariamente turística y las circulaciones de trenes históricos.»

Disposición final segunda. Modificación del Reglamento del Registro Mercantil, aprobado por el Real Decreto 1784/1996, de 19 de julio.

Se modifica el artículo 406 del Reglamento del Registro Mercantil, aprobado por el Real Decreto 1784/1996, de 19 de julio, que queda redactado como sigue:

«Artículo 406. Prohibición de denominaciones que induzcan a error.

No podrá incluirse en la denominación término o expresión alguna que induzca a error o confusión en el tráfico mercantil sobre la propia identidad de la sociedad o entidad, sobre la clase o naturaleza de estas, o sobre su desempeño medioambiental.»

Disposición final tercera. Salvaguarda del rango de ciertas disposiciones reglamentarias.

Las determinaciones incluidas en normas reglamentarias que son objeto de modificación por esta ley podrán ser modificadas por normas del rango reglamentario correspondiente a la norma en que figuran.

Disposición final cuarta. *Incorporación del Derecho de la Unión Europea.*

Esta ley incorpora la Directiva (UE) 2024/825 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de febrero de 2024, por la que se modifican las Directivas 2005/29/CE y 2011/83/UE en lo que respecta al empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica mediante una mejor protección contra las prácticas desleales y mediante una mejor información, así como la Directiva (UE) 2024/1799 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de junio de 2024, por la que se establecen normas comunes para promover la reparación de bienes y se modifican el Reglamento (UE) 2017/2394 y las Directivas (UE) 2019/771 y (UE) 2020/1828.

Disposición final quinta. *Habilitación normativa.*

Se habilita al Gobierno para aprobar cuantas disposiciones sean necesarias para el desarrollo, aplicación y ejecución de lo establecido en esta Ley.

Disposición final sexta. Títulos competenciales.

Esta ley se dicta al amparo de las competencias exclusivas del Estado previstas en el artículo 149.1. 1ª, 6ª, 8ª, 13ª, 23ª de la Constitución.

Disposición final séptima. *Entrada en vigor.*

La presente ley entrará en vigor a los veinte días de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado» excepto en las regulaciones que a continuación de especifican:

- a) El artículo primero y los puntos uno; dos; tres, en lo referente al artículo 59 bis apartado 1 letras a), b), n) q) y u) y artículo 59 bis apartado 3); cuatro; siete, en lo referente al artículo 97 letras h), n), w) y x); y ocho del artículo segundo, que entrarán en vigor el 27 de septiembre de 2026.
- b) Los puntos tres, en lo referente al artículo 59 bis apartado 1 letras k), ñ), r), v), w), x), y) y z); nueve; diez; once; doce; trece y catorce del artículo segundo, que entrarán en vigor el 31 de julio de 2026.
- c) Las modificaciones establecidas en el artículo segundo puntos siete, ocho y nueve, no se aplicarán a los contratos celebrados antes del 31 de julio de 2026.
- d) El artículo tercero, que entrará en vigor a los seis meses de la publicación de la norma en el «Boletín Oficial del Estado»



MEMORIA DEL ANÁLISIS DE IMPACTO NORMATIVO

ANTEPROYECTO DE LEY DE CONSUMO SOSTENIBLE

.....



RESUMEN EJECUTIVO

Ministerio/Órgano proponente	Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030. Secretaria General de Consumo y Juego. Dirección General de Consumo.	Fecha	30-junio-2025
Título de la norma	Anteproyecto de Ley de Consumo Sostenible		
Tipo de Memoria	Normal ☒ Abreviada ☐		
OPORTUNIDAD DE LA PROPUESTA			
Situación que se regula	El Anteproyecto de Ley incorpora al ordenamiento jurídico interno de manera íntegra dos Directivas comunitarias (Directiva (UE) 2024/1799 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de junio de 2024, por la que se establecen normas comunes para promover la reparación de bienes y se modifican el Reglamento (UE) 2017/2394 y las Directivas (UE) 2019/771 y (UE) 2020/1828 y Directiva (UE) 2024/825 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de febrero de 2024, por la que se modifican las Directivas 2005/29/CE y 2011/83/UE en lo que respecta al empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica mediante una mejor protección contra las prácticas desleales y mediante una mejor información. Asimismo, se incluyen otra serie de medidas destinadas a promover un consumo consciente y sostenible, empoderando a los consumidores para tomar sus decisiones de compra de la forma que mejor protejan sus intereses económicos, así como garantizando un acceso equitativo a espectáculos públicos y actividades recreativas.		
Objetivos que se persiguen	• Reforzar las disposiciones relativas a la reparación de bienes. • Contribuir al correcto funcionamiento del mercado interior. • Garantizar un elevado nivel de protección de los consumidores y del medio ambiente. • Avanzar en la transición ecológica. • Permitir que los consumidores puedan tomar decisiones de compra informadas y contribuir así a patrones de consumo más sostenibles.		
Principales alternativas consideradas	No existen alternativas distintas a la aprobación de esta Ley. Por un lado, la necesidad de transponer al ordenamiento español el contenido de las Directivas europeas exige la aprobación de una norma de esta naturaleza. Por otro, es necesario acometer una serie de modificaciones legislativas a fin de mejorar y robustecer los derechos de las personas consumidoras y usuarios. En cuanto al rango legal, este es necesario dado que las normas nacionales que deben modificarse tienen rango legal (Texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes		



	complementarias, aprobado por Real Decreto legislativo 1/2007, de 16 de noviembre y Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal).
CONTENIDO Y ANÁLISIS JURÍDICO	
Tipo de norma	Ley ordinaria.
Estructura de la Norma	El Anteproyecto de Ley se estructura en una exposición de motivos, tres artículos, una disposición adicional, una disposición derogatoria y siete disposiciones finales.
Consulta pública previa (artículo 26.2 Ley 50/1997)	De conformidad con lo previsto en el artículo 133 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, en relación con el artículo 26 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, se sustanció el trámite de consulta pública a través del portal web del Ministerio, desde el 15 de marzo de 2024 al 30 de marzo de 2024.
Trámite de audiencia (artículo 26.6 Ley 50/1997)	El anteproyecto de ley se someterá a audiencia pública conforme a lo dispuesto en los artículos 26.6 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, y en el artículo 133.2 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, haciendo accesible el texto a través de la sede electrónica del Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030.
Informes recabados (artículo 26 Ley 50/1997)	Se recabarán los siguientes informes: - Secretaría General Técnica del Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, en tanto que Ministerio proponente. - Ministerio de Economía, Comercio y Empresa. - Ministerio para la Transición Ecológica y del Reto Demográfico. - Ministerio de Política Territorial y Memoria Democrática. - Ministerio de Hacienda. - Ministerio de Industria y Turismo. - Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. - Ministerio de la Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes. - Ministerio de Cultura. - Aprobación previa del Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública (art. 26.5 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno) - Oficina de Coordinación y Calidad Normativa. - Consejo de Consumidores y Usuarios. - Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. - Informe de las comunidades autónomas y Ciudades de Ceuta y Melilla, a través de la Conferencia Sectorial de Consumo.



	- Dictamen del Consejo de Estado, en aplicación de lo dispuesto en el artículo 21.2 de la Ley Orgánica 3/1980, de 22 de abril.	
ANÁLISIS DE IMPACTOS		
Adecuación al orden de competencias	- Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal (149.1. 6ª y 8ª, legislación mercantil y bases de las obligaciones contractuales). - Texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, y otras leyes complementarias, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre (149.1. 6ª y 13ª, bases y coordinación general de la actividad económica). - Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad (149.1. 6ª y 13ª, bases y coordinación general de la actividad económica). - Real Decreto 1784/1996, de 19 de julio, por el que se aprueba el Reglamento del Registro Mercantil (149.1. 6ª y 8ª, legislación mercantil y bases de las obligaciones contractuales).	
Impacto económico y presupuestario	Efectos sobre la economía en general	
	En relación con la competencia	☐ la norma no tiene efectos significativos sobre la competencia ☒ la norma tiene efectos positivos sobre la competencia ☐ la norma tiene efectos negativos sobre la competencia
	Desde el punto de vista de las cargas administrativas	☐ supone una reducción de cargas administrativas. ☒ incorpora nuevas cargas administrativas. ☐ no afecta a las cargas administrativas
	Desde el punto de vista de los presupuestos, la norma	☐ Afecta a los presupuestos de la Administración del Estado ☐ Afecta a los presupuestos de otras Administraciones Territoriales ☒ No afecta a los presupuestos de la Administración del Estado
Impacto de Género	La norma tiene un impacto de género nulo.	Negativo ☐ Nulo ☒ Positivo ☐



Impacto en la familia		Negativo ☐ Nulo ☒ Positivo ☐
Impacto en materia de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad		Negativo ☐ Positivo ☐ Nulo ☒
Impacto en la infancia y en la adolescencia		Negativo ☐ Nulo ☐ Positivo ☒
Impacto por razón del cambio climático		Negativo ☐ Nulo ☐ Positivo ☒
Impacto para la ciudadanía y para la Administración desde la perspectiva del desarrollo o uso de los medios y servicios de la Administración Digital		Negativo ☐ Nulo ☐ Positivo ☒
Otros impactos	No se aprecian otros impactos.	



MEMORIA DE ANÁLISIS DE IMPACTO NORMATIVO DEL ANTEPROYECTO DE LEY DE CONSUMO SOSTENIBLE

Esta memoria se ha elaborado de conformidad con el artículo 26.3 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, así como el Real Decreto 931/2017, de 27 de octubre, por el que se regula la Memoria del Análisis de Impacto.

1. OPORTUNIDAD DE LA PROPUESTA

1.1. Motivación

El artículo 51 de la Constitución Española establece como un principio rector de la política social y económica que los poderes públicos deben garantizar la defensa de las personas consumidoras y usuarias, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de las mismas. Asimismo, el artículo 45 garantiza el derecho de todos a disfrutar de un medio ambiente adecuado para el desarrollo de la persona, así como el deber de conservarlo, conminando a los poderes públicos a velar por la utilización racional de todos los recursos naturales, con el fin de proteger y mejorar la calidad de la vida y defender y restaurar el medio ambiente.

El consumo sostenible supone la adquisición de bienes y servicios en el presente sin comprometer los recursos y capacidades del futuro. Este constituye un desafío global en el contexto de la crisis climática y cada vez se hace más necesario garantizar modelos de consumo responsables y sostenibles a través de la mejora de las prácticas empresariales y un refuerzo de los derechos de las personas consumidoras. Como muestra de ello, entre los Objetivos de Desarrollo Sostenible se encuentra el objetivo 12, “Producción y Consumo responsables”, que pone el foco en la necesidad de que los países implanten y pongan en práctica políticas y normativas que recojan medidas como el establecimiento de objetivos para reducir la generación de residuos, el fomento de prácticas de economía circular y el apoyo a políticas de contratación sostenible.

El compromiso con la transición hacia un consumo íntegramente sostenible ha sido asumido en el conjunto de la Unión Europea. En el Pacto Verde Europeo¹, la Comisión

¹ Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones del 11 de diciembre de 2019.



Europea incluye un plan de acción de la economía circular entre cuyas medidas figuran la necesidad de establecer un «derecho a la reparación», la garantía de información fiable para las personas consumidoras o la lucha contra el ecopostureo. Asimismo, en la Nueva Agenda del Consumidor², bajo el lema “*reforzar la resiliencia del consumidor para una recuperación sostenible*”, se ha trazado la hoja de ruta que marca las reformas a nivel comunitario. Así, en línea con las prioridades del Pacto Verde Europeo, se persigue transformar a la UE en una economía limpia y circular con un uso eficiente de los recursos, para lo cual es fundamental actuar en el ámbito del consumo a través de medidas como la promoción de un derecho efectivo de reparación o la garantía de una información ecológica adecuada en la comercialización de bienes y servicios por parte de las empresas.

Como resultado de dicho compromiso a nivel comunitario se han aprobado la *Directiva (UE) 2024/825 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de febrero de 2024, por la que se modifican las Directivas 2005/29/CE y 2011/83/UE en lo que respecta al empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica mediante una mejor protección contra las prácticas desleales y mediante una mejor información, (en adelante, Directiva (UE) 2024/825, de 28 de febrero de 2024)*, así como la *Directiva (UE) 2024/1799 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de junio de 2024, por la que se establecen normas comunes para promover la reparación de bienes y se modifican el Reglamento (UE) 2017/2394 y las Directivas (UE) 2019/771 y (UE) 2020/1828 (en adelante, Directiva (UE) 2024/1799, de 13 de junio de 2024)*. Los plazos de transposición de las dos primeras directivas citadas son el 27 de marzo de 2026 y el 31 de julio de 2026, respectivamente.

Las dos directivas proporcionan un marco en el que se insertan las diversas reformas acometidas por esta ley: derecho a la reparación, empoderamiento de consumidores y lucha contra el *greenwashing*.

En primer lugar, en España no existe actualmente una cultura de la reparación. La tendencia general en las personas consumidoras cuando un producto de consumo resulta defectuoso es optar por el desecho y adquirir un bien nuevo sin plantearse la

² Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo el 13 de noviembre de 2020.



opción de la reparación. La eliminación prematura de bienes reparables conlleva un aumento de los residuos de gases de efecto invernadero, a la vez que obliga a un mayor uso de recursos para la producción de nuevos bienes. Por tanto, la extensión del ciclo de vida de los productos es una medida fundamental para garantizar la sostenibilidad en nuestro modelo de consumo.

La necesidad de garantizar y promover un verdadero derecho a la reparación ha sido señalada por las autoridades comunitarias. Así, el Parlamento Europeo, en su Resolución de 25 de noviembre de 2020, «Hacia un mercado único más sostenible para las empresas y los consumidores», solicitó a la Comisión que facilitase a las personas consumidoras y a las empresas la toma de decisiones sostenibles, estableciendo el derecho de los consumidores a la reparación y que modificase la Directiva (UE) 2019/771 del Parlamento Europeo y del Consejo de 20 de mayo de 2019 relativa a determinados aspectos de los contratos de compraventa de bienes. Por su parte, el Consejo, en sus Conclusiones del Consejo de Competitividad de 22 de febrero de 2021 y en las Conclusiones sobre cómo hacer que la recuperación sea circular y ecológica, de 11 de diciembre de 2020, acogió favorablemente la iniciativa sobre el "derecho a reparación" con el objetivo de promover reparaciones más sistemáticas, incluso más allá del periodo de la garantía legal, y a un coste razonable.

En segundo lugar, es imprescindible reforzar los derechos de las personas consumidoras en términos de obtención de información. Existen dos obstáculos fundamentales para el empoderamiento de la ciudadanía en la transición digital desde la perspectiva de sus relaciones de consumo: la falta de información en el punto de venta, por ejemplo, sobre las características medioambientales, vida útil o reparabilidad de los productos, y la existencia de prácticas comerciales desleales tales como la "obsolescencia temprana" o el "greenwashing". Así, la Directiva (UE) 2024/825, de 28 de febrero de 2024, pretende reforzar los derechos de las personas consumidoras en dos líneas. Por un lado, a través de la modificación de la *Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de octubre de 2011 sobre los derechos de los consumidores*, se obliga a los comerciantes a proporcionar información precontractual sobre la durabilidad y la reparabilidad de los productos, añadiendo elementos adicionales a la lista de información que debe facilitarse, antes de la compra, por ejemplo



en relación con la existencia y la duración de la garantía comercial o la novedosa “puntuación de reparabilidad”. Por otro, mediante la modificación de la *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*, se incluyen cuestiones sobre impacto ambiental o social en la lista negra de actos de engaño.

Con el objetivo de garantizar que las prácticas empresariales se adecúen a la nueva estrategia de consumo sostenible, se ha estimado necesario actuar contra la falta de información que tienen las personas consumidoras en relación con las características medioambientales o la reparabilidad de los productos, así como contra determinadas prácticas comerciales, tales como la "obsolescencia temprana o etiquetado de sostenibilidad no transparente y creíble, que repercuten negativamente en el objetivo de sostenibilidad citado.

Por último y como ya se ha señalado, las personas consumidoras se enfrentan a prácticas comerciales desleales relacionadas con la sostenibilidad de los bienes, pues se les expone por parte de las empresas a alegaciones medioambientales confusas o mal fundadas (el denominado «ecopostureo») y en los productos que pretenden adquirir figuran etiquetas que no siempre son transparentes o creíbles en sus pronunciamientos sobre sostenibilidad.

Por tanto, se reputa necesario actuar en la línea de garantizar alegaciones ecológicas claras, creíbles y transparentes por parte de las empresas. En el Plan de Acción para la Economía Circular de 2020, la Comisión ya se comprometió a proponer a las empresas que acrediten sus afirmaciones ecológicas utilizando métodos de la huella ambiental de los productos y las organizaciones, y con esta propuesta de Directiva se van a establecer normas detalladas sobre la justificación y la comunicación de alegaciones medioambientales explícitas sobre los productos en las prácticas comerciales de las empresas en sus relaciones con los consumidores. Esta se aplicará a alegaciones explícitas voluntarias y a sistemas de etiquetado (por ejemplo, sistemas de certificación que acrediten que un producto, proceso o empresa cumple los requisitos de una etiqueta medioambiental).



La nueva Ley de Consumo Sostenible va dirigida fundamentalmente a las personas consumidoras y usuarias, así como a los empresarios que comercializan bienes y servicios dirigidos a aquellas. Por un lado, la ley supone una ampliación y refuerzo de los derechos de la ciudadanía en sus relaciones de consumo, por ejemplo, garantizando su derecho a recibir una información adecuada por parte de los operadores económicos que no les induzca a error sobre las características medioambientales o sociales o los aspectos de circularidad de los bienes como su durabilidad, reparabilidad, o reciclabilidad. Por otro, desarrolla un marco jurídico claro y adecuado para que las empresas lleven a cabo su actividad de forma sostenible. Asimismo, la norma reviste un interés público indudable, en la medida en que materializa una protección mayor de las personas consumidoras a la vez que garantiza la protección del medio ambiente, ambos mandatos recogidos en la Constitución Española.

1.2. **Objetivos**

Las nuevas directivas comunitarias obligan a España a incorporar su contenido al ordenamiento interno. Sin perjuicio de lo anterior, la transposición de estas directivas ofrece una oportunidad para abordar de forma amplia y coherente la necesidad de impulsar un modelo de consumo más sostenible a través de una nueva ley. Así, con este proyecto normativo se pretende llevar a cabo una transposición de la normativa que vaya más allá al cimentar un cambio de modelo de consumo, atendiendo a la realidad de las relaciones de esta naturaleza en nuestro país y con el objetivo de contribuir de forma decisiva a la transición ecológica.

El objetivo principal de la ley es garantizar relaciones de consumo más sostenibles, el cual se puede desagregar en diversos objetivos, dada la diversidad de medidas novedosas que se contemplan en la misma. Así, se persigue actuar en diversos ámbitos del marco jurídico de consumo, en línea con las normas europeas cuyo contenido se va a transponer.

- Garantizar un derecho efectivo a la reparación. Con la nueva Ley de Consumo Sostenible se persigue establecer una auténtica cultura de la reparación que minimice residuos y el uso de recursos. La promoción de productos «circulares»



exige actuar sobre los derechos que asisten a las personas consumidoras más allá de la garantía legal y dar prioridad a la reparación en el sistema de opciones que se configura tras la falta de conformidad de un producto.

- Reforzar el derecho a una información clara, transparente y veraz sobre los productos. Este objetivo exige actuar tanto por el lado de las empresas como de las personas consumidoras. Así, se actúa para garantizar que estas obtengan información fiable y útil sobre los productos, por ejemplo, sobre su vida útil y las opciones de reparación, mientras que se busca que las empresas no incurran en prácticas negativas para la sostenibilidad como el «*greenwashing*» y la venta de productos cuya vida útil se haya acortado deliberadamente («obsolescencia programada»).

Por otra parte, la ley también incluye otras disposiciones distintas a las introducidas por las directivas, encaminadas a los siguientes objetivos:

- Limitar los precios de reventa las entradas de espectáculos públicos y actividades recreativas.
- Incluir el deber de información en caso de reducirse el contenido de un producto de consumo preenvasado con una cantidad nominal constante, o varias unidades de producto de forma empaquetada con unidades de producto constantes puestas a la venta, práctica conocida como reduflación.
- Fomentar la reparación de bienes mediante un sistema de bonos que cubra una parte del coste la misma durante un periodo determinado posterior a la finalización del periodo de garantía legal de conformidad o comercial.
- Prohibir la publicidad de combustibles fósiles, así como, en algunos casos, de las comunicaciones comerciales relativas a productos o servicios de transporte propulsados exclusivamente mediante carburantes fósiles.
- Modificar el Reglamento del Registro Mercantil para evitar que se incluya en la denominación ningún término o expresión que induzca a error o confusión sobre la propia identidad de la sociedad o entidad, sobre la clase o naturaleza de estas, o sobre su desempeño medioambiental.

1.3. **Análisis de alternativas**



No se han valorado otras alternativas diferentes a la elaboración de esta ley. Las directivas comunitarias citadas exigen que España transponga su contenido al ordenamiento interno, lo cual exige modificar fundamentalmente Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal (en adelante, Ley de Competencia Desleal) y el Texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, (en adelante, TRLGDCU) ambas normas con rango de ley.

Por otra parte, también se introducen modificaciones puntuales en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, y en el Real Decreto 1784/1996, de 19 de julio, por el que se aprueba el Reglamento del Registro Mercantil.

1.4. Plan Anual Normativo

Este anteproyecto de ley se encuentra recogido en el Plan Anual Normativo del año 2025.

2. CONTENIDO

2.1 Estructura

El Anteproyecto de Ley se estructura en una exposición de motivos, tres artículos, una disposición adicional única, una disposición derogatoria y siete disposiciones finales.

2.2 Contenido y especial referencia a los elementos más novedosos

La parte dispositiva se organiza en tres artículos, una disposición adicional única, una disposición derogatoria y siete disposiciones finales. Los dos primeros artículos tienen su razón fundamental en la transposición de la Directiva (UE) 2024/825, de 28 de febrero de 2024, relativa al empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica, así como de la Directiva (UE) 2024/1799, de 13 de junio de 2024, sobre el derecho a reparar.

El artículo primero de esta norma aborda la modificación de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal en adelante (Ley 3/1991, de 10 de enero). Esta modificación afecta a tres artículos de la citada ley y tiene su origen en la necesidad de



transponer parte de la Directiva (UE) 2024/825, de 28 de febrero de 2024, relativa al empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica. Con estas modificaciones se persigue hacer frente a las prácticas comerciales desleales que inducen a error a los consumidores y les impiden tomar decisiones informadas sobre un consumo sostenible. Con este fin, se han añadido nuevas conductas que se consideran prácticas comerciales desleales, en especial las referidas a los actos de engaño, y a la lista de prácticas comerciales que son, en todo caso y en cualquier circunstancia, prácticas comerciales desleales con los consumidores.

Así, los aspectos a tener en cuenta para considerar una práctica desleal por engañosa recogidos en el artículo 5 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, amplían su ámbito, abarcando ahora las características medioambientales de los bienes y servicios y en concreto su circularidad, durabilidad, reparabilidad y reciclabilidad, incorporando el concepto de durabilidad como aquella capacidad de los bienes para mantener sus funciones y rendimiento requeridos en condiciones normales de utilización durante el tiempo que sea razonable, en función del tipo de bien. Este Artículo también califica como actos de engaño aquellas afirmaciones medioambientales que no obedecen a compromisos claros, objetivos, públicos y verificables o la realización de anuncios de beneficios que resulten irrelevantes.

Las prácticas comerciales reguladas en los artículos 21 a 31, de la Ley 3/1991, de 10 de enero, se consideran, en todo caso y en cualquier circunstancia, prácticas comerciales desleales con los consumidores. Así, en lo que se refiere a las prácticas engañosas se introducen nuevas prácticas prohibidas y conceptos que ayudan a definirlas e identificarlas. En concreto, en el artículo 21 de la Ley 3/1991, de 10 de enero referido a prácticas engañosas sobre códigos de conducta u otros distintivos de calidad, se prohíbe la exhibición de distintivos de sostenibilidad que no se basen en un sistema de certificación o que no hayan sido establecidos por las administraciones públicas. El concepto de distintivo de sostenibilidad y los requisitos que deben cumplir los productos, procesos o empresas para que se certifique y en consecuencia se autorice el uso de ese distintivo de sostenibilidad se incorporan también en la ley.

Mientras que en el artículo 27 de la Ley 3/1991, de 10 de enero se prohíbe hacer afirmaciones medioambientales genéricas sin que haya un comportamiento medioambiental excelente reconocido que sea relevante para la afirmación, así como,



realizar afirmaciones de que un bien o un servicio, tiene un impacto neutro, reducido o positivo en el medio ambiente en términos de emisiones de gases de efecto invernadero, ya que estas afirmaciones inducen a error a los consumidores al hacerles creer que se refieren al producto en sí o al suministro y producción de dicho producto, o dan a los consumidores la falsa impresión de que el consumo de ese producto no tiene ningún impacto medioambiental. En el ámbito de las actualizaciones de programas (software) se considera practica engañosa ocultar que una actualización puede afectar negativamente al funcionamiento del bien o al uso del contenido o servicio digital, así como presentar una actualización como necesaria cuando solo mejore la funcionalidad. Por lo que se refiere a medidas para combatir la obsolescencia programada, se prohíbe realizar comunicaciones comerciales de bienes que tengan características que limitan su durabilidad cuando el empresario disponga de tal información, así como inducir al consumidor a sustituir o reponer los elementos fungibles de un producto antes de que sea necesario por razones técnicas. Otra práctica prohibida en el ámbito del greenwashing es la consistente en afirmar falsamente que un bien tiene una durabilidad determinada en términos de tiempo o intensidad de uso en condiciones normales de uso o que un bien es reparable cuando no es así.

El artículo segundo de la ley aborda la modificación del Texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, y otras leyes complementarias, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, (en adelante, texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios). Estas modificaciones proceden, en su mayor parte, de la transposición de las Directivas (UE) 2024/1799, de 13 de junio de 2024 y la Directiva (UE) 2024/825, de 28 de febrero de 2024, si bien, también abordan otros aspectos que se revelan imprescindibles a la hora de actualizar y completar la normativa de defensa de los derechos de los consumidores y usuarios a la que da cobertura el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

Una de las novedades más interesantes de esta norma afecta al derecho a la información de los consumidores y usuarios y en concreto, al etiquetado y presentación de los bienes, derecho recogido en el artículo 18 del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. Así, con el fin de informar a los consumidores sobre el hecho de que se ofrece una garantía comercial de durabilidad para un bien concreto, cuando esta garantía comercial cubra a la totalidad del bien, no



tenga costes adicionales, tenga una duración superior a dos años y esta información haya sido comunicada por el productor al empresario, dicha información debe proporcionarse al consumidor mediante una etiqueta armonizada a nivel de la Unión Europea.

Para evitar la confusión de los consumidores entre la garantía comercial de durabilidad y la garantía legal de conformidad, en la etiqueta armonizada se recuerda que estos también disfrutan de la garantía legal de conformidad. La Comisión especificará, mediante actos de ejecución, el diseño y el contenido de la etiqueta armonizada que será fácilmente reconocible y comprensible para los consumidores y fácil de utilizar y reproducir para los comerciantes.

El artículo 20 del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y usuarios recoge la información necesaria en la oferta comercial de bienes y servicios, haciendo referencia en su letra c) al régimen jurídico del precio de estos. Entre las novedades que se implementan con esta norma hay que destacar que, para el supuesto de reventa de entradas para espectáculos públicos y actividades recreativas, el precio final corresponderá al precio de adquisición, incrementado, en su caso, según el índice de precios al consumo durante el periodo transcurrido desde la compra de dicha entrada.

Esta previsión, dirigida exclusivamente a empresas, se incluye tras comprobarse la falta de efectividad de la prohibición establecida en el artículo 27.6 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal. Esta prohibición fue incorporada a la normativa española como transposición de la Directiva (UE) 2019/2161 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de noviembre de 2019 por la que se modifica la Directiva 93/13/CEE del Consejo y las Directivas 98/6/CE, 2005/29/CE y 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, en lo que atañe a la mejora de la aplicación y la modernización de las normas de protección de los consumidores de la Unión.

En el considerando 50 de esta Directiva se establece la siguiente previsión:

“Debe prohibirse a los comerciantes que revendan a los consumidores entradas de espectáculos culturales y deportivos que hayan adquirido empleando programas («software») como «bots» que les permitan comprar un número de entradas que exceda los límites técnicos impuestos por el vendedor primario de las entradas o sortear



cualquier otro medio técnico empleado por el vendedor primario para garantizar la accesibilidad de las entradas a todos los individuos. Esa prohibición se entiende sin perjuicio de cualquier otra medida nacional que los Estados miembros puedan adoptar para proteger los intereses legítimos de los consumidores y velar por la política cultural y el acceso generalizado de todos los individuos a espectáculos culturales y deportivos, como por ejemplo la regulación del precio de reventa de las entradas". (énfasis añadido)

Si bien las compañías tiqueteras han venido trabajando en implementar mecanismos para evitar esta utilización de bots, los grandes incentivos económicos que genera esta reventa por parte de empresas dificultan la aplicabilidad de estos. En consecuencia, esta medida se incluye como un mecanismo complementario a los ya existentes para garantizar el acceso equitativo a la cultura, siendo una medida complementaria a la normativa actual ya prevista en los actos jurídicos de la Unión.

Esta medida ya está contemplada en normativas de países de nuestro entorno. En Bélgica, en virtud del artículo 5 de la Ley de 30 de julio de 2013 relativa a la venta de entradas para eventos (*Wet van 30 juli 2013 betreffende de verkoop van toegangsbewijzen tot evenementen*) se prohíbe la reventa habitual de entradas, la exhibición habitual de entradas con vistas a su reventa y la provisión de medios que se utilizarán para dicha reventa (artículo 5.1), siempre que no cuenten con autorización del organizador, así como la reventa ocasional de entradas a un precio superior al precio original (artículo 5.2). Por su parte, en Francia, la reventa de entradas está regulada por la Ley n.º 2012-348 de 12 de marzo de 2012, que introdujo el artículo 313-6-2 en el Código Penal francés. Esta disposición prohíbe la reventa habitual de entradas para eventos culturales, deportivos o comerciales sin la autorización expresa del organizador o productor del evento.

De igual modo, se introduce una nueva letra g) en este apartado en aras de facilitar a las personas consumidoras información clara en el punto de venta cuando se lleve a cabo la práctica conocida como "reduflación". La reducción de los formatos de presentación de productos preenvasados, manteniendo el precio de venta, puede llevar a las personas consumidoras a tomar decisiones de compra no conscientes.

Se trata de una preocupación compartida por países de nuestro entorno, donde se ha abordado de distintas formas. Así, en Francia en virtud del decreto de 16 de abril de



2024, modificado posteriormente por decreto de 18 de junio (*Arrêté du 16 avril 2024 relatif à l'information des consommateurs sur oole prix des produits dont la quantité a diminué*) se establece la obligación para los distribuidores de informar a los consumidores cuando un producto preenvasado de gran consumo haya reducido su cantidad sin una disminución proporcional en el precio.

Si bien otros países como Alemania han optado por prohibir los envases engañosos estableciendo proporciones máximas de espacio vacío permitido en los mismos, de tal forma que deben diseñarse de manera que su volumen y masa se limiten al mínimo necesario para garantizar la seguridad, higiene y conocimiento por parte de las personas consumidoras. En concreto, en el artículo 4 de su Ley de Envases (*Gesetz über das Inverkehrbringen, die Rücknahme und die hochwertige Verwertung von Verpackungen*).

No obstante, se considera que facilitar información al consumidor en el punto de venta sobre estas prácticas, limitado en el tiempo, es la forma más garantista de conseguir que las personas consumidoras tomen decisiones de compra conscientes, sin afectar a la libertad empresarial para decidir la forma de comercialización de sus productos.

Asimismo, la comparación de productos sobre la base de sus características medioambientales o sociales o de los aspectos de circularidad, como su durabilidad, reparabilidad o reciclabilidad, es una técnica de comercialización cada vez más común que puede resultar engañosa para los consumidores, que no siempre son capaces de valorar la fiabilidad de esa información. A fin de garantizar que dichas comparaciones no induzcan a error a los consumidores, se añade un nuevo apartado 5 en el artículo 20 relativo a la información necesaria en la oferta comercial de bienes y servicios para exigir que los comerciantes suministren a los consumidores información sobre el método de comparación, los bienes y servicios objeto de la comparación y los proveedores, así como sobre las medidas aplicadas para mantener la información actualizada.

Se introducen nuevos conceptos que ayudan a perfilar las novedades legislativas tanto desde el punto de vista del objeto y actividad como en lo referente a los actores que participan en las relaciones de consumo. Estos conceptos surgen en el ámbito de la transición ecológica que se pretende impulsar con las normas comunitarias que son objeto de esta transposición. Así el artículo 59 bis incorpora el concepto de actualización de programas (software), garantía comercial de durabilidad, puntuación de durabilidad,



reacondicionamiento, reparación, reparador, requisitos de reparabilidad, fabricante, representante autorizado, importador y distribuidor.

Entre los nuevos conceptos introducidos, resulta especialmente relevante por dar respuesta a una realidad ya plenamente instalada en el mercado y que ha sido objeto de amplia demanda por parte de los agentes, del concepto de reacondicionamiento, entendido como aquellas acciones llevadas a cabo para preparar, limpiar, probar, hacer mantenimiento y, en caso necesario, reparar un bien para restablecer su rendimiento o funcionalidad dentro del uso previsto y el intervalo de rendimiento concebidos originalmente en la fase de diseño en el momento en que el producto sea introducido en el mercado.

También es destacable la irrupción en el texto refundido de la ley general de Consumidores y Usuarios de los conceptos de fabricante, representante autorizado, importador y distribuidor puesto que dan el apoyo necesario para determinar algunas de las obligaciones relacionadas con el derecho a reparar y en especial, la responsabilidad en cascada prevista en el apartado 4 del artículo 127 bis para cuando los sujetos obligados a reparar se encuentren fuera de la Unión Europea.

A fin de que las personas consumidoras estén bien informadas cuando se celebre un contrato, los empresarios estarán obligados a suministrar información previa respecto de las garantías y servicios posventa que aplican a los bienes y servicios tanto en los contratos presenciales, como en los contratos celebrados a distancia y fuera de establecimiento mercantil. De esta manera tanto el apartado 2 del artículo 60, como el apartado 1 del artículo 97 del texto refundido de la Ley General de Consumidores y Usuarios, se completan para recoger la necesidad de informar sobre la garantía legal de conformidad mediante el aviso armonizado a que se refiere el artículo 59 bis.1.b), y, cuando proceda, sobre la garantía comercial de durabilidad utilizando para ello la etiqueta armonizada a la que nos hemos referido con anterioridad, así como de la existencia y las condiciones de los servicios posventa y de las garantías comerciales. También cuando proceda, se informará sobre la puntuación de reparabilidad de los bienes. En ese contexto de favorecer que los consumidores tomen decisiones mejor informadas, así como para promover la competencia entre productores en cuanto a la durabilidad de los bienes con elementos digitales, los empresarios que vendan dichos bienes deben informar a los consumidores sobre el período mínimo durante el cual el



productor se compromete a proporcionar actualizaciones de software para dichos bienes. El empresario solo debe estar obligado a proporcionar esta información cuando el productor o el proveedor la hayan puesto a su disposición.

Una de las figuras más destacables de la transposición de la Directiva (UE) 2024/1799, de 13 de junio de 2024, es la que acoge el Artículo 127 ter por la que los reparadores, sin perjuicio de la obligación de confeccionar presupuesto podrán proporcionar al consumidor o usuario el formulario europeo de información sobre la reparación que figura en el anexo IV. El formulario debe comprender los parámetros clave que influyen en las decisiones de los consumidores sobre la reparación, como la naturaleza del defecto, el precio y el plazo en el que el reparador se compromete a completar la reparación. Si el reparador ofrece servicios adicionales, como el transporte, deben indicarse los costes individuales de esos servicios. La información contenida en el formulario europeo de información sobre la reparación debe proporcionarse a los consumidores de manera clara, comprensible, accesible, en un plazo razonable, que debe corresponder al plazo más breve posible tras la solicitud. Será gratuito, salvo cuando se necesite un servicio de diagnóstico en cuyo caso se deberá informar al consumidor si se pretende que éste abone dichos gastos.

El Artículo 59 bis.1 acoge la obligación para los empresarios de exhibir el aviso armonizado sobre la garantía legal de conformidad. Este aviso facilita la rápida comprensión de los derechos que se reconocen en el apartado 2 del artículo 60 y en el apartado 1 del artículo 97 que se refieren a la garantía legal de conformidad. Con tal fin, el aviso armonizado contiene los principales elementos de la garantía legal de conformidad, en particular, la duración mínima de dos años tal como se dispone en la Directiva (UE) 2019/771 y una referencia general a la posibilidad de que la duración de la garantía legal de conformidad sea superior en virtud del Derecho nacional como es en el caso español que sería de tres años. El diseño y el contenido del aviso armonizado le corresponde determinarlo a la Comisión Europea teniendo de plazo para ello hasta el 27 de septiembre de 2025.

A fin de incentivar a los consumidores para que opten por la reparación para restablecer la conformidad de los bienes y, de esta manera, promover la reparación como medida correctora, en el apartado 1 del artículo 120 se amplía el período de responsabilidad en doce meses que se añadirán al período de responsabilidad restante del bien para



aquellos supuestos en los que se opte por la reparación como medida para restablecer la conformidad del bien. Dicha ampliación debe aplicarse una sola vez. La información sobre esta ampliación del periodo de responsabilidad se ofrecerá por el empresario al consumidor, antes de que este opte por su derecho a la sustitución o la reparación según el régimen jurídico dispuesto para la puesta en conformidad recogido el apartado 1 del artículo 118. En este mismo sentido, durante la reparación, se podrá proporcionar gratuitamente al consumidor un bien de sustitución. Mientras que en el caso de optar por la sustitución como medio para devolverle la falta de conformidad a un bien, se podrá proporcionar, en ese caso, un bien reacondicionado a petición expresa del consumidor.

Del régimen jurídico de la reparación y los servicios posventa ya se ocupaba el artículo 127 bis. Ahora, se pretende avanzar en su regulación desde la perspectiva del derecho armonizado europeo lo que dotará de una mayor seguridad jurídica el mercado intracomunitario ahora que los contratos en este ámbito se ven favorecidos por el auge del comercio a distancia. Así, se mantiene el plazo de los 10 años para la existencia de piezas de repuesto a partir de que la fecha en que el bien deje de fabricarse, sin perjuicio de los plazos que puedan establecerse en los actos jurídicos de la Unión enumerados en el anexo II de la Directiva (UE) 2024/1799, de 13 de junio de 2024.

Para evitar sobrecargar a los fabricantes y garantizar que puedan cumplir su obligación de reparación, esta se limita a aquellos bienes para los que los actos jurídicos de la Unión establezcan requisitos de reparabilidad, y en la medida en que establezcan estos requisitos. En cualquier caso, las reparaciones derivadas de lo anterior se efectuarán según las condiciones recogidas en el apartado 3 del artículo 127 bis.

En el apartado 4 del artículo 127 bis se introduce una interesante novedad en el régimen jurídico de la reparación, por cuanto la obligación de reparación también debe aplicarse en los casos en que el fabricante esté establecido fuera de la Unión. Así y con el propósito de que los consumidores puedan dirigirse a un operador económico establecido en la Unión para cumplir esta obligación, se establece una secuencia de operadores económicos alternativos que deben cumplir la obligación de reparación del fabricante en tales casos.

El artículo tercero se encarga de desarrollar un nuevo sistema de financiación de la reparación de productos, como medida de fomento de las reparaciones prevista en el



artículo 13 de la Directiva (UE) 2024/1799, de 13 de junio de 2024. Este esquema de financiación de la reparación de bienes, con tradición en Derecho comparado, tiene como objetivo incentivar la reparación de un bien deteriorado o estropeado una vez vencido el plazo de garantía legal de conformidad o comercial de durabilidad, en lugar de sustituirlo mediante la compra de un bien nuevo, prolongando su vida útil y contribuyendo a un modelo de economía circular. A este sistema de financiación parcial de reparaciones, decreciente en el tiempo y limitado a un plazo de cuatro años posteriores al fin de la garantía legal o comercial del producto, contribuirán los propios productores y, en su caso, los representantes autorizados, importadores o comercializadores.

Estas modalidades de cofinanciación o apoyo a las reparaciones han demostrado ser una herramienta útil en países de nuestro entorno, en aras de incentivar dichas reparaciones y aumentar la vida útil de los productos.

En Francia, desde diciembre de 2022, se ofrecen descuentos directos en talleres certificados (etiqueta *QualiRepar*) para la reparación de productos como electrodomésticos, ropa y calzado. Este sistema está financiado por las tasas de la responsabilidad ampliada del productor (EPR) que pagan los fabricantes. Por su parte, en Austria, desde 2022, se ofrece a nivel nacional bonos que cubren el 50% del coste de reparación de equipos eléctricos y electrónicos, hasta un máximo de 200 € (*Reparaturbonus*). Este programa, que comenzó en la ciudad de Graz en 2017 y se expandió tras un piloto exitoso en Viena, fue utilizado más de 525.000 veces en su primer año. Otra experiencia análoga se da en Alemania, el estado de Turingia ofreció entre 2021 y 2022 una bonificación que cubría el 50% del coste de reparación, con un tope de 100 € al año por persona. Este programa también permitía cubrir el coste de piezas de repuesto para su uso en *Repair Cafés*.

La forma de financiación de los fondos citados es dispar, desde la financiación directa por los fabricantes en el modelo francés, a la financiación por parte del gobierno en el modelo austriaco. En concreto, en el modelo austriaco el programa cuenta con un presupuesto total de 254 millones de euros, de los cuales 130 millones provienen del fondo europeo "NextGenerationEU", destinado a la recuperación post-COVID-19. Los 124 millones restantes son aportados por el gobierno federal austriaco. Esta financiación conjunta forma parte del Plan Nacional de Recuperación y Resiliencia de Austria.



Una vez valorados los distintos modelos de financiación, se considera que el óptimo a los efectos aquí deseados es el modelo de financiación privada, puesto que, de forma adicional a los efectos directos sobre la economía de las familias, genera incentivos empresariales a la fabricación de productos más duraderos o sencillos de reparar. Asimismo, tiene una vocación de permanencia en el tiempo que no tienen otros modelos de financiación vinculados a programas concretos temporales.

En este sentido, se ha optado por una financiación de, al menos, el 20% del precio de la reparación final, decreciente en el tiempo hasta el 5% en el cuarto año, que se reflejaría directamente en la factura recibida por el cliente, así como la posibilidad de que se aplique sobre cualquier reparación de productos incluida en el Anexo II de la Directiva (UE) 2024/1799 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de junio de 2024 llevada a cabo por parte de reparadores registrados en la Plataforma europea en línea. Con ello se pretende garantizar la aplicación efectiva de la medida, salvando determinados problemas que el sistema francés ha observado desde sus inicios, como es la complejidad y carga administrativa para los reparadores, que deben obtener la certificación *QualiRépar*, y que excluye a muchas pequeñas y medianas empresas, así como la no participación de grandes cadenas, al considerar que estas reparaciones compiten con sus propios servicios de reparación o garantías extendidas.

En el modelo previsto en el artículo 3, de aplicación para todos los reparadores inscritos en la Plataforma, se pretenden salvar estas dificultades, puesto que el total de reparadores operarían en condiciones de competencia en un mercado dotado de mucha transparencia, siendo la forma de entrada al mercado sencilla para nuevos operadores y para pequeñas y medianas empresas. No obstante, y en aras de evitar potenciales desviaciones del fin perseguido por este sistema de financiación, el reparador deberá velar por que la característica del defecto del producto se deba a un uso ordinario y previsible del mismo.

En cuanto el montante total de la financiación, se han tenido en cuenta elementos económicos tanto en relación con la producción como con el desembolso de las familias. Por una parte, es preciso tener en cuenta que, en la aplicación de la normativa actualmente vigente, por la que, en plazo de garantía legal de los productos una empresa solo puede negarse a reparar un producto en lugar de sustituirlo cuando la reparación sea imposible o el coste de esta sea desproporcionado (art. 118 del



TRLGDCU), se suele utilizar la regla del 50%, por la que, si la reparación cuesta más del 50% del valor de un producto nuevo, la misma se considera desproporcionada.

Por otra parte, hay que tener en cuenta que, de acuerdo con datos de la Comisión Europea presentes en el Informe de Impacto de la propuesta de Directiva (UE) 2024/1799 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de junio de 2024, los usuarios consideran aceptable pagar por la reparación alrededor del 20% del precio de compra original, oscilando entre el 17% y el 27% dependiendo del tipo de producto. Por encima de estos umbrales, tienden a comprar un producto nuevo.

En consecuencia, se considera necesario aplicar un modelo de cofinanciación que palie la brecha entre los costes que están dispuestos a asumir los consumidores para reparar un producto (entre el 17% y el 27% del producto nuevo) y el importe de la reparación que suele considerarse proporcionado en términos económicos por parte de las empresas (el 50% del precio nuevo). No obstante, y en aras de evitar cargas excesivas para reparaciones que podrían no tener viabilidad económica, se limita el importe máximo de la financiación que será cofinanciada, fijándose este en el 50% del cincuenta por ciento del precio de venta del producto nuevo en el mercado.

La parte final de la Ley de Consumo Sostenible complementa con una disposición adicional única, una disposición derogatoria única y siete disposiciones finales que cierran el contenido de la ley regulando cuestiones distintas, aunque conectadas con esta.

Con el fin de fomentar la reparación, la disposición adicional única aborda la plataforma europea en línea sobre reparaciones (en lo sucesivo, «plataforma europea en línea»). La plataforma europea en línea dispone de secciones nacionales basadas en una interfaz en línea común e incluye enlaces a plataformas nacionales en línea sobre reparaciones. En nuestro país se ha optado por una sección nacional que permita a los consumidores o usuarios encontrar no solo reparadores, si no también, vendedores de bienes reacondicionados, compradores de bienes defectuosos para su reacondicionamiento o iniciativas de reparación participativas. La plataforma europea en línea y la sección nacional se recogen en la disposición adicional única. El Ministerio con competencias en consumo actuará como punto de contacto nacional entre la sección y la plataforma europea en línea donde se integra esta última, correspondiendo



a las Comunidades Autónomas el control dentro de su ámbito territorial de los reparadores, vendedores de bienes reacondicionados, compradores de bienes defectuosos para su reacondicionamiento o iniciativas de reparación participativas.

La disposición final primera aborda medidas en el ámbito publicitario, de manera que se considerará ilícita la publicidad de combustibles fósiles en los términos establecidos en la Ley 34/1998, General de Publicidad. En este sentido, se modifica esta ley para añadir un nuevo supuesto que se considerará como publicidad ilícita, la mencionada publicidad de combustibles fósiles que tiene como objetivo evitar que las personas consumidoras adquieran productos o servicios basados en combustibles fósiles, como son el carbón o el petróleo, lo cual contribuye a aumentar las emisiones de gases de efecto invernadero y la contaminación del aire.

En relación con la publicidad de combustibles fósiles, o productos y servicios intensivos en combustibles fósiles, se prohíbe la publicidad de aquellos bienes y servicios para cuya utilización o disfrute por parte del consumidor final se haga uso exclusivamente de combustibles fósiles y existan alternativas menos contaminantes. En consecuencia, esta prohibición no abarcaría comunicaciones comerciales referidas a productos y servicios que utilicen combustibles fósiles solo de forma parcial; las referidas a productos y servicios que utilicen únicamente combustibles fósiles, pero no cuenten una alternativa menos contaminante; así como las comunicaciones comerciales que no se refieran a un producto o servicio concreto.

La inclusión de una medida que limite la publicidad de productos y servicios que funcionan exclusivamente con combustibles fósiles busca acompañar de manera coherente los esfuerzos hacia una transición energética sostenible. Si bien estos productos han tenido un papel importante en el desarrollo económico y social, es necesario comenzar a revisar la forma en que se promueven, especialmente en un contexto donde se impulsan activamente alternativas más limpias y eficientes. Esta medida no pretende desincentivar su uso de forma abrupta, sino más bien favorecer un cambio gradual en la percepción y en las decisiones de consumo.

Además, la publicidad tiene una influencia significativa en los hábitos y aspiraciones de las personas. Por ello, resulta razonable que el espacio publicitario refleje los compromisos ambientales que se están adoptando desde las políticas públicas. Al



establecer ciertos límites a la promoción de bienes intensivos en emisiones, se busca fomentar un entorno más propicio para el desarrollo de tecnologías sostenibles, sin afectar de manera desproporcionada a sectores productivos ni a la libertad de elección de los ciudadanos. Se trata, por tanto, de avanzar hacia una comunicación comercial más alineada con los objetivos de sostenibilidad.

En cualquier caso, es preciso tener en cuenta que se trata de una medida ya anticipada parcialmente por el sector automovilístico, por ejemplo, uno de los que resultaría afectados. El estudio académico más reciente (Bonales-Daimiel, G., Giraldo-Dávila, A. y Gil-Jerez, M. [2024], *La sostenibilidad como valor de marca en la publicidad automotriz de España*) realizado sobre 1.438 creatividades digitales muestra que la publicidad de vehículos alternativos (eléctricos, híbridos o de gas) ya representa el 45 % del total, rozando así la mitad de la inversión publicitaria del sector de la automoción, frente al 55 % que aún impulsa modelos de combustión fósil.

Medidas análogas se están comenzando a implementar en economías de nuestro entorno. En Francia en virtud de su Ley Clima y Resiliencia aprobada en 2021 (*LOI n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets*), se prohíbe la publicidad de productos energéticos más contaminantes, como el carbón, y establece restricciones progresivas para otros combustibles fósiles. En concreto, en virtud de su Artículo L.229-61 se prohíbe la publicidad relativa a la comercialización o promoción de energías fósiles, salvo excepciones para carburantes con al menos un 50% de energía renovable, así como la publicidad de vehículos que hagan uso de combustibles fósiles a partir del 1 de enero de 2028. Un decreto en Consejo de Estado debe precisar la lista de energías fósiles y los vehículos afectados por la prohibición y las reglas aplicables a las energías renovables incorporadas a las fósiles. De igual modo, algunas ciudades europeas han comenzado a restringir este tipo de publicidad en sus espacios públicos. En diciembre de 2020, el Ayuntamiento de Ámsterdam aprobó una moción para prohibir la publicidad de productos y servicios relacionados con combustibles fósiles en espacios públicos. Como primer paso, en mayo de 2021, se implementó una prohibición de anuncios de productos y servicios intensivos en combustibles fósiles, como transporte aéreo y vehículos intensivos en combustibles fósiles, en las estaciones de metro de la ciudad.



Por su parte, en la disposición final segunda, se aborda la modificación del Reglamento del Registro Mercantil, en concreto su artículo 406, prohibición de denominaciones que induzcan a error, para impedir que se incluya en la denominación de las sociedades y demás entidades inscribibles término o expresión alguna que induzca a error o confusión en el tráfico mercantil sobre la propia identidad de la sociedad o entidad, sobre la clase o naturaleza de estas, o sobre su desempeño medioambiental.

Se considera necesario llevar a cabo esta modificación para una transposición completa de la Directiva (UE) 2024/825, de 28 de febrero de 2024, en concreto, en relación con la prohibición de utilización de alegaciones medioambientales genéricas.

En concreto, la Directiva entiende como “afirmación medioambiental”:

*“todo mensaje o representación que no sea obligatorio con arreglo al Derecho de la Unión o al Derecho nacional, en cualquier forma, incluida la representación textual, pictórica, gráfica o simbólica, tales como los distintivos, **los nombres comerciales, los nombres de empresas o los nombres de productos**, en el contexto de una comunicación comercial, y que indique o implique que un producto, categoría de productos, **marca o comerciante tiene un impacto positivo o nulo en el medio ambiente, es menos perjudicial para el medio ambiente que otros productos, categorías de productos, marcas o comerciantes, o ha mejorado su impacto a lo largo del tiempo**” (énfasis añadido)*

Por su parte, la Directiva prohíbe las afirmaciones medioambientales genéricas, entendidas como “toda afirmación medioambiental, hecha por escrito u oralmente, también en medios audiovisuales, que no esté incluida en un distintivo de sostenibilidad, y que no venga especificada en términos claros y visibles en el mismo soporte”.

En consecuencia, para una transposición completa de la normativa, se considera necesario incluir en la normativa relativa a denominaciones la posibilidad de poner de manifiesto su potencial carácter engañoso mediante la utilización de alegaciones medioambientales genéricas.

A estos efectos, se ha considerado oportuno la utilización de conceptos como “impacto medioambiental” o “desempeño medioambiental” para sintetizar el tenor de la normativa, que identifica estas alegaciones como aquellas que dan a entender que las empresas



“tiene[n] un impacto positivo o nulo en el medio ambiente, es menos perjudicial para el medio ambiente que otros productos, categorías de productos, marcas o comerciantes, o ha mejorado su impacto a lo largo del tiempo”.

Estas previsiones ya se encuentran presentes en economías de nuestro entorno, que prohíben la utilización de marcas o nombres comerciales que puedan inducir a error a las personas consumidoras sobre el desempeño medioambiental de la empresa o marca en su conjunto. Así, la guía sobre alegaciones medioambientales publicada por la *Competition and Markets Authority* (CMA) de Reino Unido (*Green Claims Code: Making environmental claims on goods and services*) contempla expresamente que, si bien las alegaciones medioambientales pueden hacerse en marcas, logotipos, nombres de productos o eslóganes, estas alegaciones también deben cumplir la normativa de protección de las personas consumidoras y no deben inducir a error a los consumidores. Por su parte, las *Green Guides* de la *Federal Trade Commission* (FTC), formalmente denominadas *Guides for the Use of Environmental Marketing Claims* (16 CFR Part 260), prohíben el uso engañoso de alegaciones como “eco-friendly” o “verde” en marcas y nombres, a menos que estén sustentadas por pruebas científicas adecuada

La disposición final cuarta recoge la inserción del derecho europeo en el ordenamiento español. En concreto, de la Directiva (UE) 2024/825, de 28 de febrero de 2024 y de la Directiva (UE) 2024/1799, de 13 de junio de 2024 que determinan también la entrada en vigor prevista en la disposición final séptima para los artículos primero y segundo.

La disposición final quinta habilita al Gobierno para aprobar cuantas disposiciones sean necesarias para el desarrollo, aplicación y ejecución de la ley, y la disposición final sexta se refiere a los títulos competenciales en virtud de los cuales se dicta la presente norma.

3. ANÁLISIS JURÍDICO

3.1. Base jurídica y rango

El anteproyecto de ley se aprueba en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 51 de la Constitución Española, que ordena que los poderes públicos deben garantizar la defensa de las personas consumidoras y usuarias, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de



las mismas. La reforma planteada se realiza mediante ley ordinaria, al no regularse materias con reserva de Ley Orgánica (artículo 81.1 CE) y por concretarse mandatos contenidos en el artículo 51 CE, que forman parte de los denominados "*principios rectores de la política social y económica*", contenidos en el Capítulo Tercero del Título I, artículos 39 a 52.

La norma desarrolla derechos de las personas consumidoras e introduce obligaciones para los operadores económicos en el marco de sus relaciones con aquellas, por lo que se considera que una norma con rango legal es el vehículo normativo propio para regular estos aspectos.

Asimismo, se introducen modificaciones, procedentes de la Directiva (UE) 2024/1799 y la Directiva (UE) 2024/825, en el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, en los términos antes expuestos, así como la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal. Por tanto, el rango del anteproyecto resulta ser el adecuado al procederse a modificar normas con rango de ley.

En atención al rango normativo se dará cumplimiento a todos los trámites del procedimiento previsto en el artículo 26 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno.

A continuación, se adjuntan las tablas de correspondencia entre las disposiciones de las Directivas y del Anteproyecto de Ley, para facilitar la valoración de la correcta incorporación de las Directivas.

CUADRO CORRESPONDENCIA ARTÍCULOS

Directiva (UE) 2024/825 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de febrero de 2024, por la que se modifican las Directivas 2005/29/CE y 2011/83/UE en lo que respecta al empoderamiento de los consumidores



para la transición ecológica mediante una mejor protección contra las prácticas desleales y mediante una mejor información.

Directiva (UE) 2024/825 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de febrero de 2024, por la que se modifican las Directivas 2005/29/CE y 2011/83/UE en lo que respecta al empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica mediante una mejor protección contra las prácticas desleales y mediante una mejor información.	Ley de Consumo Sostenible	Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal (en adelante, LCD) Texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre (en adelante, TRLGDCU)
Artículo 1. Modificación de la Directiva 2005/29/CE		
Nuevo artículo 2 c) bis	Artículo Segundo. Punto Tres	Artículo 6 TRLGDCU Artículo 59 bis.2 TRLGDCU
Nuevo artículo 2 letra o)	Artículo Primero. Punto Uno	Artículo 5.4 LCD
Nuevo artículo 2 letra p)	Artículo Primero. Punto Tres	Artículo 27.9 a) LCD
Nuevo artículo 2 letra q)	Artículo Primero. Punto Dos	Artículo 21.2 LCD
Nuevo artículo 2 letra r)	Artículo Primero. Punto Dos	Artículo 21.2 LCD
Nuevo artículo 2 letra s)	Artículo Primero. Punto Tres	Artículo 27.9 a) LCD
Nuevo artículo 2 letra t)	Artículo Primero. Punto Uno	Artículo 5.1 b) LCD
Nuevo artículo 2 letra u)	Artículo Primero. Punto Tres	Artículo 27.9 e) LCD
Nuevo artículo 2 letra v)	Artículo Primero. Punto Tres	Artículo 27.9 i) LCD
Nuevo artículo 2 letra w)	Artículo Primero. Punto Tres.	Artículo 27.9 e) LCD
Modificación artículo 6.1 letra b)	Artículo Primero. Punto Uno	Artículo 5.1 b) LCD
Nuevo artículo 6.2 letra d)	Artículo Primero. Punto Uno.	Artículo 5.4 LCD
Nuevo artículo 6.2 letra e)	Artículo Primero. Punto Uno.	Artículo 5.5 LCD
Nuevo artículo 7.7	Artículo Segundo. Punto Dos.	Artículo 20.5 TRLGDCU
<u>Modificación Anexo Directiva 2005/29/CE:</u>		



Nuevo punto 2 bis	Artículo Punto Dos	Primero.	Artículo 21.2 b) LCD
Nuevo punto 4 bis	Artículo Punto Tres	Primero.	Artículo 27.9 a) LCD
Nuevo punto 4 ter	Artículo Punto Tres	Primero.	Artículo 27.9 b) LCD
Nuevo punto 4 quater	Artículo Punto Tres	Primero.	Artículo 27.9 c) LCD
Nuevo punto 10 bis	Artículo Punto Tres	Primero.	Artículo 27.1 LCD
Nuevo punto 23 quinquies	Artículo Punto Tres	Primero.	Artículo 27.9 d) LCD
Nuevo punto 23 sexies	Artículo Punto Tres	Primero.	Artículo 27.9 e) LCD
Nuevo punto 23 septies	Artículo Punto Tres	Primero.	Artículo 27. 9 f) LCD
Nuevo punto 23 octies	Artículo Punto Tres	Primero.	Artículo 27.9 g) LCD
Nuevo punto 23 nonies	Artículo Punto Tres	Primero.	Artículo 27.9 h) LCD
Nuevo punto 23 decies	Artículo Punto Tres	Primero.	Artículo 27.9 i) LCD
Nuevo punto 23 undecies	Artículo Punto Tres	Primero.	Artículo 27.9 j) LCD
Artículo 2. Modificación de la Directiva 2011/83/UE			
Nuevo artículo 2.14 bis	Artículo Punto Tres	Segundo.	Artículo 59 bis.1 q) TRLGDCU
Nuevo artículo 2.14 ter	Artículo Punto Tres	Segundo.	Artículo 59.bis 3 d) TRLGDCU
Nuevo artículo 14 quater			Artículo 5 TRLGDCU
Nuevo artículo 14 quinquies	Artículo Punto Tres	Segundo.	Artículo 59 bis.1 u) TRLGDCU
Nuevo artículo 14 sexies	Artículo Punto Tres	Segundo.	Artículo 59 bis.1 a) TRLGDCU
Modificación del artículo 5.1 e)	Artículo Punto Cuatro	Segundo.	Artículo 60.2 e) 1º TRLGDCU
Nuevo artículo 5.1 e) bis	Artículo Punto Cuatro.	Segundo.	Artículo 60.2 e) 2º TRLGDCU
Nuevo artículo 5.1 e) ter	Artículo Punto Cuatro	Segundo.	Artículo 60.2 e) 3º TRLGDCU
Nuevo artículo 5.1 e) quater	Artículo Punto Cuatro	Segundo.	Artículo 60.2 e) 4º TRLGDCU
Nuevo artículo 5.1 e) quinquies	Artículo Punto Cuatro	Segundo.	Artículo 60.2 f) TRLGDCU
Nuevo artículo 5.1 i)	Artículo Punto Cuatro	Segundo.	Artículo 60.2 m) TRLGDCU
Nuevo artículo 5.1 j)	Artículo Punto Cuatro	Segundo.	Artículo 60.2 n) TRLGDCU



Modificación artículo 6.1 g)	Artículo Segundo. Punto Cinco	Artículo 97.1 h) TRLGDCU
Modificación artículo 6.1 l)	Artículo Segundo. Punto Cinco	Artículo 97.1 n) 1º TRLGDCU
Nuevo artículo 6.1 bis	Artículo Segundo. Punto Cinco	Artículo 97.1 n) 2º TRLGDCU
Nuevo artículo 6.1 ter	Artículo Segundo. Punto Cinco	Artículo 97.1 n) 3º TRLGDCU
Nuevo artículo 6.1 quater	Artículo Segundo. Punto Cinco	Artículo 97.1 ñ) TRLGDCU
Nuevo artículo 6.1 u)	Artículo Segundo. Punto Cinco	Artículo 97.1 w) TRLGDCU
Nuevo artículo 6.1 v)	Artículo Segundo. Punto Cinco	Artículo 97.1 x) TRLGDCU
Modificación del artículo 8.2	Artículo Segundo. Punto Seis	Artículo 98. 2 TRLGDCU
Nuevo artículo 22 bis		
Artículo 22 bis 1	Artículo Segundo. Punto Uno Artículo Segundo. Punto Tres	Artículo 18.2 g) y 59 bis b) y n) TRLGDCU
Artículo 22 bis.2	Mandato a la Comisión No requiere transposición	
Artículo 22 bis.3	Mandato a la Comisión No requiere transposición	
Artículo 22 bis 4	Mandato a la Comisión No requiere transposición	
Artículo 22 bis 5	Mandato a la Comisión No requiere transposición	
Artículo 22 bis 6	No requiere transposición	
Nuevo artículo 27 bis		
Artículo 27 bis 1	No requiere transposición	
Artículo 27 bis 2	No requiere transposición	
Artículo 3. Información por parte de la Comisión y revisión	No requiere transposición	
Artículo 4 Transposición		
Artículo 4.1	Disposición Final séptima	
Artículo 4.2	No requiere transposición	
Artículo 5. Entrada en vigor	No requiere transposición	



Artículo 6 Destinatarios	No requiere transposición	
---------------------------------	---------------------------	--

CUADRO CORRESPONDENCIA ARTÍCULOS

Directiva (UE) 2024/1799 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de junio de 2024, por la que se establecen normas comunes para promover la reparación de bienes y se modifican el Reglamento (UE) 2017/2394 y las Directivas (UE) 2019/771 y (UE) 2020/1828.

Directiva (UE) 2024/1799 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de junio de 2024, por la que se establecen normas comunes para promover la reparación de bienes y se modifican el Reglamento (UE) 2017/2394 y las Directivas (UE) 2019/771 y (UE) 2020/1828	Ley de Consumo Sostenible	Texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre (en adelante, TRLGDCU) Ley de Enjuiciamiento Civil (en adelante, LEC)
Artículo 1. Objeto, objetivo y ámbito de aplicación		
Artículo 1.1	No requiere transposición	
Artículo 1.2	No requiere transposición	
Artículo 1.3	Artículo Segundo. Punto Diez	Artículo 127 bis.2 TRLGDCU
Artículo 1.4	No requiere transposición	
Artículo 2. Definiciones		
Artículo 2.1		Artículo 3 TRLGDCU
Artículo 2.2	Artículo Segundo. Punto Tres.	Artículo 59 bis.1 x) TRLGDCU
Artículo 2.3	Artículo Segundo. Punto tres	Artículo 59 bis.1 w) TRLGDCU
Artículo 2.4		Artículo 4 TRLGDCU
Artículo 2.5	Artículo Segundo. Punto Tres.	Artículo 59 bis.1 ñ) TRLGDCU
Artículo 2.6	Artículo Segundo. Punto Tres.	Artículo 59 bis.1 y) TRLGDCU
Artículo 2.7	Artículo Segundo. Punto Tres.	Artículo 59 bis.1 r) TRLGDCU



Artículo 2.8	Artículo Segundo. Punto Tres.	Artículo 59 bis.1 k) TRLGDCU
Artículo 2.9		Artículo 6 TRLGDCU Artículo 59 bis.2 TRLGDCU
Artículo 2.10	Artículo Segundo. Punto Tres.	Artículo 59 bis. 1 v) TRLGDCU
Artículo 2.11	Artículo Segundo. Punto Tres.	Artículo 59 bis.1 z) TRLGDCU
Artículo 2.12		Artículo 59 bis.1 ac) TRLGDCU
Artículo 3. Armonización	No requiere transposición	
Artículo 4. Formulario Europeo de información sobre la reparación		Artículo 127 ter TRLGDCU
Artículo 4.1	Artículo Segundo. Punto Once	Artículo 127 ter.1 TRLGDCU
Artículo 4.2	Artículo Segundo. Punto Once	Artículo 127 ter.1 TRLGDCU
Artículo 4.3	Artículo Segundo. Punto Once	Artículo 127 ter.2 TRLGDCU
Artículo 4.4	Artículo Segundo. Punto Once	Artículo 127 ter 1 y Anexo IV TRLGDCU
Artículo 4.5	Artículo Segundo. Punto Once	Artículo 127 ter.3 TRLGDCU
Artículo 4.6	Artículo Segundo. Punto Once	Artículo 127 ter.4 TRLGDCU
Artículo 5. Obligación de reparación		
Artículo 5.1	Artículo Segundo. Punto Diez	Artículo 127 bis .2 TRLGDCU
Artículo 5.2	Artículo Segundo. Punto Diez	Artículo 127 bis. 3 TRLGDCU
Artículo 5.3	Artículo Segundo. Punto Diez	Artículo 127 bis. 4 TRLGDCU
Artículo 5.4	Artículo Segundo. Punto Diez	Artículo 127 bis. 5 TRLGDCU
Artículo 5.5	Artículo Segundo. Punto Diez	Artículo 127 bis. 5 TRLGDCU
Artículo 5.6	Artículo Segundo. Punto Diez	Artículo 127 bis. 6 TRLGDCU
Artículo 5.7	Artículo Segundo. Punto Diez	Artículo 127 bis. 2 TRLGDCU
Artículo 5.8	Artículo Segundo. Punto Diez	Artículo 127 bis. 7 TRLGDCU
Artículo 5.9	Mandato a la Comisión No requiere transposición	



Artículo 6. Información sobre la obligación de reparación		
Artículo 9	Artículo Segundo. Punto Diez	Artículo 127 bis. 8 TRLGDCU
Artículo 7. Plataforma europea en línea sobre reparaciones		
Artículo 7.1	Disposición Adicional Única. Punto 1	
Artículo 7.2	Mandato a la Comisión No requiere transposición	
Artículo 7.3	Disposición Adicional Única. Punto 1	
Artículo 7.4	Disposición Adicional Única. Punto 1	
Artículo 7.5	Disposición Adicional Única. Punto 1	
Artículo 7.6	No requiere transposición	
Artículo 7.7	No requiere transposición	
Artículo 7.8	Disposición Adicional Única Punto.4	
Artículo 8. Grupo de expertos	Mandato a la Comisión No requiere transposición	
Artículo 9. Puntos de contacto nacionales		
Artículo 9.1	Disposición Adicional única. Punto 2	
Artículo 9.2	Libertad para los EEMM. No se ha hecho uso.	
Artículo 9.3	Libertad para los EEMM. No se ha hecho uso.	
Artículo 9.4	Disposición Adicional única. Punto 3	



Artículo 10. Medidas destinadas a las microempresas y pequeñas y medianas empresas	Mandato a la Comisión No requiere transposición	
Artículo 11. Garantía del cumplimiento		
Artículo 11.1	Artículo Tercero	
Artículo 11.2		Artículo 37 c) TRLGDCU Artículo 11 Ley de Enjuiciamiento Civil
Artículo 12. Información al consumidor	Disposición Adicional única. Punto 4	
Artículo 13. Medidas de los Estados miembros de la promoción de la reparación		
Artículo 13.1	Artículo Tercero	
Artículo 13.2	No requiere transposición.	
Artículo 14. Carácter imperativo		
Artículo 14.1		Artículo 86.7 TRLGDCU
Artículo 14.2	No requiere transposición	
Artículo 15. Sanciones		Artículos 47.1 e); 48.2 b) y 49.1 b) TRLGDCU
Artículo 16. Modificación de la Directiva (UE) 2019/771		
Modificación artículo 7.1 d)	Artículo Segundo. Punto Siete	Artículo 115 ter. 1 d) TRLGDCU
Nuevo artículo 10.2 bis	Artículo Segundo. Punto Nueve	Artículo 122.3 TRLGDCU
Modificación artículo 10.3	No requiere transposición	
Nuevo artículo 10.5 bis	No requiere transposición	
Nuevo artículo 13.2 bis	Artículo Segundo. Punto Ocho	Artículo 118.1 TRLGDCU
Modificación artículo 14.1	Artículo Segundo. Punto Ocho	Artículo 118.4 d) y e) TRLGDCU
Artículo 17. Modificación de la Directiva (UE) 2020/1828	No requiere transposición	
Artículo 18. Modificación del Reglamento (UE) 2027/2394	No requiere transposición	
Artículo 19. Información por parte de la Comisión y revisión	Mandato a la Comisión. No requiere transposición.	
Artículo 20. Ejercicio de la Delegación	No requiere transposición	



Artículo 21. Disposiciones transitorias	Disposición final séptima	
Artículo 22. Transposición.	Disposición final séptima	
Artículo 23. Entrada en vigor.	No requiere transposición.	
Artículo 24. Destinatarios.	No requiere transposición.	
Anexo I Formulario Europeo de Información sobre la reparación	Artículo Segundo. Punto Once	Anexo IV TRLGDCU
Anexo II Lista de actos jurídicos de la Unión que establecen requisitos de reparabilidad	Artículo Segundo. Punto Diez	Artículo 127 bis.1 TRLGDCU

3.2. Principios buena regulación

El anteproyecto se adecúa a los principios de buena regulación previstos en el artículo 129 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, esto es, los principios de necesidad, eficacia, proporcionalidad, seguridad jurídica, transparencia y eficiencia.

Así, se cumplen los **principios de necesidad y eficacia**, por cuanto se adecúa a un objetivo de interés general y es necesaria la aprobación de una ley como instrumento necesario tanto para conseguir el fin perseguido como para modificar otras normas del mismo rango.

Se cumple también el **principio de proporcionalidad**, por cuanto la regulación contiene el mínimo imprescindible para alcanzar la consecución de los objetivos previamente mencionados y no existen otras medidas menos restrictivas de derechos, o que impongan menos obligaciones a los destinatarios, para alcanzar estos objetivos.

Respecto al **principio de seguridad jurídica**, se garantiza la coherencia del proyecto normativo con el resto del ordenamiento jurídico nacional, así como con el de la Unión Europea y proporciona el marco adecuado para avanzar hacia un modelo de consumo sostenible.

En lo que se refiere al principio de **transparencia**, se ha garantizado durante el proceso de elaboración del anteproyecto de ley, mediante su publicación, así como la de su Memoria del Análisis de Impacto Normativo, en la sede electrónica asociada del



Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, a efectos de que pudiera ser conocido dicho texto en el trámite de audiencia e información pública por toda la ciudadanía. Previo a la elaboración de esta norma, se sustanció una consulta pública, tal y como indica el artículo 26.2 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno.

Por último, en relación con el principio de **eficiencia**, las cargas que genera la norma son las imprescindibles para alcanzar los objetivos que se pretenden lograr. Es decir, la norma genera las menores cargas administrativas posibles para las personas destinatarias, así como los menores costes asociados a las mismas.

3.3. Normas que quedan derogadas

Quedan derogadas todas las disposiciones de igual o inferior rango que se opongan a esta ley.

3.4. Entrada en vigor

La presente ley entrará en vigor a los veinte días de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado» excepto en las regulaciones que a continuación de especifican:

- a) El artículo primero y los puntos uno; dos; tres, en lo referente al artículo 59 bis apartado 1 letras a), b), n), q) y u) y artículo 59 bis apartado 3); cuatro; siete, en lo referente al artículo 97 letras h), n), w) y x); y ocho del artículo segundo, que entrarán en vigor el 27 de septiembre de 2026.
- b) Los puntos tres, en lo referente al artículo 59 bis apartado 1 letras k), ñ), r), v), w), x), y) y z); nueve; diez; once; doce; trece y catorce del artículo segundo, que entrarán en vigor el 31 de julio de 2026.
- c) Las modificaciones establecidas en el artículo segundo puntos siete, ocho y nueve no se aplicarán a los contratos celebrados antes del 31 de julio de 2026
- d) El artículo tercero, que entrará en vigor a los seis meses de la publicación de la norma en el «Boletín Oficial del Estado»



4. DESCRIPCIÓN DE LA TRAMITACIÓN

4.1. Trámite de consulta pública previa

De conformidad con lo previsto en el artículo 133 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, en relación con el artículo 26 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, se sustanció el trámite de consulta pública a través del portal web del Ministerio, con fecha desde el 15 de marzo de 2024 al 30 de marzo de 2024.

En dicha consulta se indicaba que el Anteproyecto llevaría a cabo la transposición al ordenamiento jurídico español de tres Directivas comunitarias:

1) Directiva Comunitaria (UE) 2024/825 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de febrero de 2024, por la que se modifican las Directivas 2005/29/CE y 2011/83/UE en lo que respecta al empoderamiento de las personas consumidoras para la transición ecológica mediante una mejor protección contra las prácticas desleales y mediante una mejor información.

2) Directiva (UE) 2024/1799 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de junio de 2024, por la que se establecen normas comunes para promover la reparación de bienes y se modifican el Reglamento (UE) 2017/2394 y las Directivas (UE) 2019/771 y (UE) 2020/1828.

3) Directiva sobre alegaciones ecológicas (en trámite).

En la consulta pública participaron particulares, asociaciones de consumidores, organizaciones no gubernamentales, empresas y organizaciones empresariales, habiéndose recibido en total 31 escritos de observaciones.

El contenido de la consulta y el detalle de las aportaciones se desarrolla en el Anexo I de esta MAIN.



4.2. Trámite de audiencia e información pública

En la tramitación del presente real decreto se llevará a cabo el trámite de audiencia e información pública de acuerdo con el artículo 26.6 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre de 1997.

Asimismo, está previsto consultar a las comunidades autónomas y ciudades de Ceuta y Melilla a través de los órganos de cooperación existentes. En este sentido, se realizará dicha consulta en el seno de la Comisión Sectorial de Consumo, a través de la sección de normativa.

Además, serán oídos en audiencia el Consejo de Consumidores y Usuarios, así como las asociaciones empresariales, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 39 del TRLGDCU.

4.3. Informes recabados

Durante la tramitación, se recabarán los siguientes informes:

- Secretaría General Técnica del Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, en tanto que Ministerio proponente.
- Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.
- Ministerio para la Transición Ecológica y del Reto Demográfico.
- Ministerio de Hacienda.
- Ministerio de Política Territorial y Memoria Democrática
- Ministerio de Industria y Turismo.
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- Ministerio de la Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes.
- Ministerio de Cultura.
- Aprobación previa del Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública (art. 26.5 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno)
- Oficina de Coordinación y Calidad Normativa.
- Consejo de Consumidores y Usuarios
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia
- Informe de las comunidades autónomas y Ciudades de Ceuta y Melilla, a través de la Conferencia Sectorial de Consumo



Asimismo, se recabará Dictamen del Consejo de Estado, en aplicación de lo dispuesto en el artículo 21.2 de la Ley Orgánica 3/1980, de 22 de abril.

5. ANÁLISIS DE IMPACTOS

5.1. Adecuación al orden de distribución de competencias

La delimitación de competencias entre el Estado y las comunidades autónomas en la materia relativa a la defensa de las personas consumidoras y usuarias no se define de manera expresa en los arts. 148 y 149 CE, por lo que se ha configurado como una competencia asumible por las comunidades autónomas en sus Estatutos de Autonomía, las cuales así lo han dispuesto. Por tanto, se trata de una competencia asumida vía estatutaria por parte de las comunidades autónomas, de acuerdo con el artículo 149.3 de la Constitución.

No obstante, y de conformidad con los pronunciamientos del Tribunal Constitucional como en la reciente STC 72/2021, de 18 de marzo, la asunción como exclusiva de esta competencia por parte de las comunidades autónomas no excluye la capacidad estatal de incidir en la materia, dado que la competencia estatutaria tiene que cohonestarse con aquellos títulos competenciales que puedan afectar a la misma y que la Constitución reserva al Estado en el art. 149.1 CE.

Es doctrina consolidada que el ejercicio autonómico de la competencia en materia de protección de los consumidores y usuarios ha de tener presente la regulación relativa a otras materias de competencia del Estado. Según dicha doctrina constitucional (por todas SSTC 26/2012, de 1 de marzo, FJ 3, y 102/2018, de 4 de octubre, FJ 3), las competencias autonómicas en materia de defensa de las personas consumidoras usuarias no pueden dejar de atemperarse a la disciplina establecida por el Estado en el ejercicio de sus competencias propias, lo que significa que las competencias asumidas por las comunidades autónomas han de respetar el legítimo ejercicio de las del Estado relacionadas en el artículo 149.1 CE.



Así, el anteproyecto de ley se fundamenta, en las siguientes competencias exclusivas del Estado previstas en el artículo 149.1. 1ª (igualdad de todos los españoles en el ejercicio de los derechos y en el cumplimiento de los deberes constitucionales), 6ª (legislación mercantil), 8ª (bases para las obligaciones contractuales, 13ª (bases y coordinación de la planificación general de la actividad económica), 23ª (legislación básica sobre protección del medio ambiente).

El reconocimiento y desarrollo de un auténtico derecho a la reparación, exige al Estado regular las condiciones básicas que garanticen su ejercicio en circunstancias de igualdad, en el sentido que prevé el artículo 149.1. 1ª de la Constitución Española, guardando especial relación con derechos el derecho a disfrutar de un medioambiente adecuado previsto en el artículo 45.

El anteproyecto introduce una serie de modificaciones en la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal. La «competencia desleal» constituye una materia reservada a la competencia del Estado. Esta es, en efecto, la conclusión a la que se llega en aplicación del artículo 149 número 1 de la Constitución, tanto en sus apartados 6 y 8 que atribuyen al Estado la competencia exclusiva sobre la «legislación mercantil» y las «bases de las obligaciones contractuales» como, en su apartado 13, que reserva al Estado las «bases y coordinación de la planificación general de la actividad económica». Este punto de vista se refuerza apelando a la doctrina del Tribunal Constitucional a tenor de la cual el límite implícito de la competencia autonómica ha de situarse en la necesidad de garantizar la «unidad de mercado» en el territorio nacional.

El anteproyecto pretende asimismo una afectación transversal de las políticas de protección de las personas consumidoras en el contexto de la transición hacia un modelo de economía circular basado en parámetros de sostenibilidad. Esto permite simultáneamente contribuir a los objetivos de sostenibilidad que redundan en una mejor protección del medio ambiente, por lo que se ampara igualmente en las competencias estatales sobre el medio ambiente (149.1 23ª).

En la redacción del anteproyecto de ley se ha tenido en cuenta la jurisprudencia del Tribunal Constitucional en relación con las competencias del Estado y de las Comunidades Autónomas en materia de cambio climático y medio ambiente, como son,



por ejemplo, la Sentencia 15/2018, de 22 de febrero de 2018, la Sentencia 62/2018, de 7 de junio de 2018, la Sentencia 64/2018, de 7 de junio de 2018, y Sentencia 87/2019, de 20 de junio de 2019.

Las sentencias núm. 15/2018 y 62/2018 hacen referencia a aquellos títulos competenciales y ponen de manifiesto que *“la confluencia de estos dos títulos competenciales, en materia de medio ambiente y economía, resulta esencial para la concreción del principio de desarrollo sostenible, en la lucha contra el cambio climático a través de actuaciones que impulsen modelos de actividad económica baja en carbono en España. Ambos se caracterizan, además, por su carácter transversal”*.

5.2. Impacto económico y presupuestario

5.2.1. Efectos sobre la economía en general

Las medidas de fomento de la reparación de productos en lugar de su sustitución previstas en el anteproyecto derivarán en menores ventas por parte de los fabricantes y comerciantes. En consecuencia, las empresas verán reducidos sus ingresos debido a las ventas no realizadas de productos nuevos y a la reducción de la producción de nuevos bienes, si bien podrán compensar parte de esta reducción de ventas con el previsible aumento de la comercialización de piezas de repuesto. De igual modo, este descenso de facturación por parte de productores se verá compensado con el crecimiento económico del sector de la reparación, que favorecerá principalmente a pequeñas y medianas empresas nacionales.

A estos efectos, la Comisión Europea calcula que la transposición de la Directiva sobre empoderamiento de los consumidores generará en la Unión Europea un coste agregado para las empresas de 9,1-10,4 miles de millones de euros entre 2025-2040 ($\approx 0,6-0,7$ miles de millones de euros al año). El estudio cifra este esfuerzo en un desembolso medio único de 556 - 568 € por empresa y un coste operativo recurrente de 64-79 € anuales. En el caso de las PYMES la horquilla baja a 525-536 € iniciales y 52-62 € anuales, mientras que para los grandes fabricantes se sitúa en torno a 13.301-13.656 € y 4.919-6.965 € respectivamente.



Estos costes adicionales para las empresas se derivarán de las obligaciones de suministro de información sobre las garantías comerciales de durabilidad, los períodos gratuitos de actualización de los programas informáticos (software) y las reparaciones. Sin embargo, estos deberían ser limitados, pero no se espera que afecten negativamente a la demanda, sobre todo porque las personas consumidoras tendrán mayor predisposición a comprar aquellos productos más duraderos o que sean más fáciles de reparar y cuya información sea veraz.

En el ámbito concreto de España, si se toma como referencia el peso del PIB español en la economía de la UE-27, el coste estimado para el tejido empresarial español sería de entre 792 y 905 millones de euros en el periodo 2025-2040, lo que equivale a 52,8–60,3 millones de euros anuales si se distribuye linealmente en 15 años.

A su vez, en cuanto a los beneficios agregados para los consumidores en la UE-27 durante el mismo período (2025-2040), la Comisión anticipa un aumento significativo del bienestar del consumidor, estimado en un mínimo de €12,5 a 19,4 miles de millones, o entre 0,8 y 1,3 miles de millones de euros anuales. Estos ahorros provendrían principalmente de la prolongación de la vida útil de los productos y de una mayor reparabilidad, lo que reduciría la frecuencia de las compras de reemplazo.

Más allá del efecto agregado, y como ya se ha señalado, se prevé que el impacto en costes sobre las empresas a nivel individual sea muy reducido. Dado el tejido productivo español, con una estructura muy intensiva en pymes y microempresas, la carga se diluye entre varios millares de operadores distribuidos por todo el territorio, de modo que ningún actor soporta, por sí solo, un peso regulatorio elevado.

Esa dispersión se aprecia ya en los sectores más directamente concernidos. Las obligaciones de reparación contempladas en el Artículo 5 de la Directiva (UE) 2024/1799, transpuesta por la Ley, se aplican a los productos enumerados en su Anexo II, en concreto, grandes electrodomésticos (lavadoras, lavadoras-secadoras, lavavajillas, secadoras), aparatos de refrigeración, equipos electrónicos (teléfonos móviles, tabletas, pantallas electrónicas, servidores y productos de almacenamiento de datos), aspiradoras y equipos de soldadura.



En 2022, el comercio de electrodomésticos en España alcanzó una facturación total estimada de 2.733 millones de euros, lo que supone alrededor del 0,20% del PIB, con un total de 5.118 puntos de venta y 19.676 empleados directos, además de 10.000 empleos indirectos en logística (FECE, 2023). La línea blanca dominó con 1.721 millones de euros (62,99% del total), seguida por la línea marrón con 386 millones (14,14%), informática, telecomunicaciones y fotografía con 267 millones (9,78%), pequeño aparato electrodoméstico con 247 millones (9,07%) y climatización con 109 millones (4,02%). La base industrial es igualmente variada: el CNAE 275 («Fabricación de aparatos domésticos») registraba 47 fabricantes de línea blanca de cierto tamaño cuya facturación agregada ronda 2.096 millones de euros (Ranking sectorial de empresas, elnforma), a los que hay que añadir medio centenar de ensambladores locales de PAE y decenas de marcas importadoras (en total 172 empresas según la explotación estadística del DIRCE, 2024).

La electrónica de consumo personal refuerza ese mosaico: en 2024 se vendieron 10,41 millones de teléfonos inteligentes en España, con un precio medio de 316 euros, lo que equivale a unos ingresos de 3.290 millones de euros (IT Reseller Tech & Consulting). El sector de la electrónica de consumo, especialmente en el segmento de los smartphones, se ha caracterizado históricamente por ciclos de innovación rápidos y actualizaciones frecuentes por parte de los consumidores. El impulso de la durabilidad, el soporte de software extendido, la reparación obligatoria para ciertos dispositivos y la prohibición de actualizaciones que degraden el rendimiento genera una tensión directa con este modelo de negocio establecido.

La rotación anual de smartphones, tabletas y portátiles es hoy el principal vector de sustitución rápida; un alargamiento modesto del ciclo de renovación (por ejemplo, de 32 a 36 meses) ya reduciría varios puntos el volumen anual de terminales nuevos sin que desaparezca la innovación, simplemente se espaciaría. A nivel global, el mercado de reparación y mantenimiento de productos electrónicos de consumo alcanzó los 145.470 millones de dólares en 2023 y se proyecta un crecimiento con una tasa anual compuesta (TCAC) del 6,4% entre 2024 y 2032 (S. Akre, 2025). Si bien estas cifras son globales, indican el potencial de crecimiento del segmento de reparación dentro de la electrónica de consumo, un mercado que en España también se verá influenciado por la nueva Ley.



En este sentido, los servicios de reparación constituyen el polo ganador. En paralelo emergerán nichos de economía circular (refabricación de piezas, seguros de extensión de garantía, logística inversa de recogida-reparación-reentrega) que retendrán valor añadido en el territorio y generarán empleo cualificado de proximidad. La UE sugiere un aumento de la demanda de servicios de reparación e indica que un aumento del 1% en el uso de los sectores de mantenimiento y reparación podría tener un efecto de 6.300 millones de euros para la UE. Además, dichos servicios en España son prestados en gran medida por PYMES, tal y como sugieren los datos del DIRCE (en concreto, de las 26.928 empresas registradas en el CNAE-95 sobre reparación de ordenadores, efectos personales y artículos de uso doméstico, más del 99% son PYMES).

Según datos de la Comisión Europea, cuando un bien se avería dentro del periodo de garantía legal, el 64% de los consumidores opta por la sustitución gratuita y sólo el 32% pide la reparación; el 4% restante no sabe qué remedio elegir. Las decisiones de reemplazo tienen un coste económico directo. Sólo el grupo de los “sustituyentes renuentes” (aquellos que intentan reparar pero acaban reemplazando, un 9,2% según datos de la Comisión) genera un fallo de mercado valorado en 5 100 millones de euros al año; proyectado a 15 años equivale, como mínimo, a 62 000 millones euros y podría alcanzar 307.000 millones de euros según los escenarios más realistas. Uno de los motivos clave es el precio: los usuarios consideran aceptable pagar por la reparación alrededor del 20% del precio de compra original; por encima de ese umbral tienden a comprar un producto nuevo.

Frente a esta problemática, el paquete de opciones para fomentar la reparación incluidas directamente en la Directiva (UE) 2024/1799 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de junio de 2024 generaría beneficios económicos sustanciales. Para los consumidores, se estiman unos ahorros totales de 176.500 millones de euros en 15 años, lo que se traduce en unos 25 euros de ahorro por consumidor al año. Las empresas se beneficiarían de un ahorro en los costes de producción de 15.600 millones de euros al evitar el reemplazo de una parte de los bienes defectuosos por productos nuevos. A su vez, se prevé un crecimiento e inversión (valor añadido bruto para comerciantes, productores y reparadores en Europa) de 4.800 millones de euros. Los beneficios medioambientales monetizados provenientes de estas medidas ascienden a un total de 4.900 millones de euros en 15 años, desglosados en ahorros de CO2 de 18,5



millones de toneladas (equivalentes a 3.300 millones de euros), ahorros de recursos de 1,8 millones de toneladas (equivalentes a 1.100 millones de euros) y ahorros de residuos de 3 millones de toneladas (equivalentes a 493,4 millones de euros). En el ámbito social, se espera un impacto positivo neto en el empleo, con la creación de más de 8.872 puestos de trabajo, lo que corresponde a unos 3.300 millones de euros en costes de personal.

Extrapolando estos datos al caso español, los consumidores españoles podrían experimentar unos ahorros totales de aproximadamente 15.355,5 millones de euros, lo que, manteniendo una proporcionalidad similar a la media europea, se traduciría en unos 25 euros de ahorro por consumidor al año. Esa liberación de gasto tenderá a reorientarse hacia otros bienes y servicios locales (hostelería, ocio, cultura), de modo que la menor venta de productos nuevos se compensará por un incremento de la demanda de servicios y por el efecto multiplicador interno. Las empresas en España se beneficiarían de un ahorro en los costes de producción de unos 1.357,2 millones de euros al evitar el reemplazo de bienes defectuosos. Asimismo, se proyectaría un crecimiento e inversión (valor añadido bruto para comerciantes, productores y reparadores) en el país de alrededor de 417,6 millones de euros.

El saldo neto agregado se proyecta, por tanto, como ligeramente positivo a medio plazo: se contrae de forma contenida la producción y el retail de bienes nuevos, pero crece una cadena de valor de reparación, actualización y reutilización que crea más empleo por euro facturado y mejora la balanza comercial al sustituir importaciones.

Respecto de las PYMES, si bien también incurrirán en los costes empresariales antes mencionados, que serán proporcionalmente más elevados para este tipo de empresas, se espera que el balance global de costes y beneficios de las medidas sea ligeramente beneficioso para el conjunto de las PYMES, puesto que las PYMES del sector de la reparación saldrán beneficiadas.

De forma adicional al impacto de las medidas relacionadas con la reparabilidad derivadas de la transposición a España de la Directiva (UE) 2024/1799 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de junio de 2024, la medida prevista en el artículo 3 del



Anteproyecto de Ley relativa a la cofinanciación de las reparaciones tendrá igualmente impacto económico en fabricantes, reparadores y consumidores.

De acuerdo con el estudio realizado por GFK para HomeServe a través de entrevistas telefónicas a una muestra de 7403 usuarios (*Estudio de consumidor sobre reparaciones en el hogar*, GFK), el coste medio de reparar un electrodoméstico en España se situaba en torno a los 108 € en julio de 2021, unos 128 € a fecha actual teniendo en cuenta la evolución del IPC. De estos 128 €, los productores soportarían un 20% del precio final, unos 25 € por reparación, disminuyendo progresivamente hasta el 5% en el cuarto año posterior al fin de la garantía legal.

Este precio medio por reparación es análogo al bono otorgado en Francia para frigoríficos y teléfonos móviles, encontrándose por debajo del otorgado para la reparación de lavadoras, lavavajillas u ordenadores, que asciende a 50 Euros. Con estos datos, en Francia se registraron 574.163 reparaciones bonificadas entre finales de 2023 y finales de 2024.

Si bien no se dispone de datos sobre número total de reparaciones efectuadas en España anualmente, se puede esperar un nivel similar al caso francés. Aunque el modelo que prevé el artículo 3 del Anteproyecto de Ley es más flexible que el modelo francés, tanto desde el punto de vista de los consumidores como de las empresas de reparación, lo que permite esperar un mayor desarrollo del mismo, es preciso tener en cuenta que este sector es más maduro en Francia, con consumidores más familiarizados con la cultura de la reparación. A esto ha contribuido una mayor institucionalización de la reparación en Francia, habiendo sido pioneros en incorporar el índice de reparabilidad en 2021.

En consecuencia, una estimación prudente de la aplicación de esta medida en España llevaría a valorar su coste para las empresas productoras en unos 15 millones de euros anuales, siendo decreciente según transcurran los años de los productos. No obstante, es preciso tener en cuenta que este coste para las empresas sería directamente un beneficio para los consumidores, así como, de forma indirecta, un incentivo para el crecimiento y maduración del sector de la reparación, principalmente representado por pequeñas y medianas empresas nacionales.



No existe evidencia económica de que en ninguno de los países donde se han implementado medidas destinadas a cofinanciar la reparación de productos, independientemente de que la fuente de financiación fuese pública o privada, se haya llevado a cabo un incremento significativo de los precios de los productos nuevos o un desplazamiento de la oferta.

A pesar de que en países como Francia la financiación de los bonos de reparación proviene, en parte, de los propios fabricantes a través de mecanismos de Responsabilidad Ampliada del Productor (RAP), su aplicación no ha generado un encarecimiento significativo del precio de los productos nuevos. Esto se debe a que el coste unitario del bono representa una fracción mínima del precio final del producto y se diluye en grandes volúmenes de producción. Además, la existencia del bono introduce una presión competitiva a la baja, ya que los productos nuevos deben seguir siendo económicamente atractivos frente a la alternativa reparada.

Por otro lado, no existe evidencia de un desplazamiento de la oferta de productos nuevos hacia países sin políticas de reparación incentivada. Esto se explica por la progresiva armonización normativa a nivel europeo —que incluye requisitos sobre reparabilidad, disponibilidad de piezas y etiquetado obligatorio—, así como por la necesidad estratégica de los fabricantes de mantener cuota de mercado y reputación en sostenibilidad. En lugar de desincentivar su presencia, estas medidas han llevado a muchas marcas a adaptar su oferta, incorporando productos más duraderos y reparables, e incluso posicionando la reparabilidad como una ventaja comercial, lo que se verá incentivado con la incorporación del índice de reparabilidad previsto en el Reglamento de Ecodiseño. Todo ello refuerza la viabilidad de implementar una medida similar en España sin consecuencias inflacionarias relevantes ni riesgo de fuga de oferta.

Por su parte, la medida destinada a limitar el precio de reventa de entradas también va a suponer un importante ahorro para las economías domésticas. De acuerdo con información de la compañía de investigación de mercados y consultoría Verified Market Research (*Secondary Tickets Market Size, Potential, Market Share & Forecast*) la proyección del valor del mercado de reventa de entradas en Europa para 2030 es de unos 7.769 millones de Euros, partiendo de una estimación de 1.817 millones de Euros en 2024. Teniendo en cuenta que España representa habitualmente entre el 10 % y el



15 % del mercado secundario europeo de tickets, la evolución del valor de este sector en España será de los 322 millones en 2024 a 932,3 millones de Euros anuales en 2030. Con la limitación del precio de reventa por parte de empresas, una parte muy importante de este importe permanecería disponible para gasto por parte de las familias, en lugar de estar destinado a una actividad improductiva y que no aporta valor añadido.

En relación con las nuevas obligaciones de información a las personas consumidoras en el punto de venta sobre la práctica conocida como “reduflación” no se considera que las mismas vayan a tener un impacto significativo sobre los costes de información ya asumidos por las empresas distribuidoras, por cuanto ya tienen la obligación de informar en el punto de venta sobre precio de venta final y precio por unidad de medida. Simplemente deberán añadir a estos supuestos, cuando resulte de aplicación, información adicional sobre la modificación de las características de los envases que resultan en un incremento del precio por unidad de medida. Estas obligaciones, asimismo, estarán limitadas en el tiempo a 90 días tras la modificación de las características del producto.

Por último, en relación con la limitación de la publicidad, y según las series sectoriales de Infoadex, firma auditora que monitoriza la compra de espacios en medios españoles, la inversión del sector automoción pasó de 375,4 M € en 2014 a 411,4 M € en 2015, creció hasta 469,7 M € en 2016 y, tras ese máximo, se ha retraído hasta los 353,3 M € en 2024, lo que supone un descenso absoluto de 116,4 M € frente a 2016 y deja la partida por debajo incluso del nivel de 2014. Paralelamente, el estudio académico más reciente (Bonales-Daimiel, G., Giraldo-Dávila, A. y Gil-Jerez, M. [2024], La sostenibilidad como valor de marca en la publicidad automotriz de España) sobre 1.438 creatividades digitales muestra que la publicidad de vehículos alternativos (eléctricos, híbridos o de gas) ya representa el 45 % del total, rozando así la mitad del total frente al 55 % que aún impulsa modelos de combustión fósil, evidencia de que el relato “verde” gana terreno aunque todavía coexiste con la narrativa tradicional centrada en prestaciones y precio.

En consecuencia, en el ámbito de la automoción, la medida afectaría a una inversión publicitaria anual de, en torno a, 194 millones de Euros. No obstante, este hecho no tendría un efecto directo de reserva de dichos importes para otras actividades, sino que



tendrá un efecto de arrastre positivo al incentivar a las marcas a promocionar productos más sostenibles (coches eléctricos, biocombustibles, etc.). De igual modo, es previsible un cambio estructural en el mercado publicitario, debiendo adaptarse las agencias creativas, medios y espacios publicitarios.

Por su parte, esta medida no se espera que tenga un impacto directo en los sectores que comercializan directamente productos del gas o del petróleo, por cuanto la inversión publicitaria de estos sectores se centra en imagen de marca o incluso en productos sostenibles novedosos, no en combustibles directamente ya estables en el mercado.

5.2.2. Efectos sobre la competencia

Por último, desde el punto de vista de la competencia, la creación e implementación en España de la Plataforma europea en línea sobre reparaciones aporta al sector de la reparación una serie de herramientas pro competitivas clave que ayudarán a dinamizar el mismo. En concreto, esta mayor transparencia procompetitiva se desprende de los siguientes elementos:

- Reducción de costes de búsqueda e información por parte de las personas consumidoras:

Al concentrar en un único portal la oferta de reparadores —incluyendo su ubicación, tiempos de reparación, disponibilidad de piezas de sustitución temporal y condiciones de servicio— las personas consumidoras podrán comparar rápidamente varias opciones sin necesidad de búsquedas dispersas. Esta mayor transparencia reduce asimetrías informativas y estimula a los reparadores a ajustar precios y mejorar la calidad para captar clientes.

- Facilitación del acceso para nuevos entrantes y PYMEs

La interfaz común y el registro voluntario, pero accesible, permite a pequeños talleres, iniciativas de reparación participativas (repair cafés) o vendedores de bienes reacondicionados darse a conocer sin grandes inversiones en marketing. Al eliminar barreras de visibilidad, se favorece la competencia de empresas más ágiles y especializadas

- Impulso al comercio transfronterizo

Con funciones de búsqueda que incluyen servicios transfronterizos, la plataforma amplía el radio de acción de los reparadores más allá de sus fronteras nacionales. Esto no solo



aumenta la competencia en mercados locales saturados, sino que puede abrir oportunidades de colaboración y especialización entre Estados miembros, principalmente en relación con aquellos productos cuya reparación pueda resultar más sofisticada.

- Armonización de estándares de calidad

Al obligar a los reparadores a indicar si cumplen normas de calidad europeas o nacionales y permitir filtros por dichos indicadores, se eleva el nivel medio de servicio. Los reparadores se verán incentivados a certificarse o adherirse a sistemas voluntarios de calidad para diferenciarse positivamente frente a la competencia

- Generación de datos y regulación proactiva

La plataforma recogerá datos no personales sobre número de reparadores y uso por parte de las personas consumidoras. Esa información permitirá a autoridades y asociaciones sectoriales monitorizar la evolución del mercado, detectar desequilibrios o prácticas desleales, y diseñar medidas de apoyo —por ejemplo, formativas o financieras— orientadas a mejorar la competitividad

En conjunto, estos elementos contribuirán a un ecosistema de reparación más transparente, dinámico y orientado a las personas consumidoras, impulsando la competencia y la innovación en todo el Espacio Único de Mercado.

5.2.3. Análisis de impacto sobre cargas administrativas

A continuación, se incluye una estimación de las diferentes tareas de naturaleza administrativa que deberán llevar a cabo los operadores económicos a los que resulte de aplicación la norma.

5.2.3.1. Verificación ex ante de comunicación de comportamientos medioambientales futuros

En virtud del artículo 5 de la Ley 3/1991, se incluye la obligación a los operadores económicos realicen alegaciones medioambientales sobre comportamientos futuros de realizar de forma previa un plan de ejecución detallado y realista que incluya metas medibles y acotadas en el tiempo y otros elementos pertinentes necesarios para apoyar su utilización, como la asignación efectiva de recursos. Estos planes deberán ser



verificados periódicamente por un tercero experto independiente, cuyas conclusiones se pondrán a disposición de los consumidores o usuarios.”

Si bien no se puede especificar el número exacto de empresas que hacen este tipo de afirmaciones medioambientales, se puede llevar a cabo una estimación sobre el número de empresas que informan sobre sostenibilidad, en el contexto de la Directiva *Corporate Sustainability Reporting Directive* – CSRD- (Directiva (UE) 2022/2464 del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de diciembre de 2022 por la que se modifican el Reglamento (UE) n.º 537/2014, la Directiva 2004/109/CE, la Directiva 2006/43/CE y la Directiva 2013/34/UE, por lo que respecta a la presentación de información sobre sostenibilidad por parte de las empresas).

De acuerdo con información de la consultora Margube, en torno a 5.500 empresas españolas que deben emitir reportes de sostenibilidad sobre la base de la CSRD, de las cuales en torno al 50% estarían presentes en el sector B2C y, por tanto, potencialmente afectadas por el requerimiento de verificación ex ante de sus alegaciones medioambientales sobre comportamientos medioambientales futuros. No obstante, se trata de una estimación prudencial, puesto que no todas las empresas potencialmente afectadas llevarán a cabo este tipo de comunicaciones.

Esta es la magnitud o alcance la población que se toma como referencia para hacer el cálculo.

- Tipo de carga: 16.- Auditoría o controles por organizaciones o profesionales externos
- Coste unitario: 1.500, 00
- Frecuencia: anual (1)
- Población: 2.250
- Coste anual en euros: 3.375.000 euros

5.2.3.2. Información a terceros en servicios de comparación de bienes y servicios



Se introduce un nuevo apartado 5 del artículo 20 del TRLGDCU en relación con los servicios de comparación de bienes y servicios en aspectos de circularidad y desempeño medioambiental.

Las empresas de servicios de comparación de bienes y servicios, también conocidas como comparadoras de precios, son plataformas en línea que permiten a los usuarios comparar precios de diferentes proveedores para productos y servicios. Estas plataformas buscan ofrecer a los consumidores una forma eficiente de encontrar las mejores ofertas y tomar decisiones de compra informadas.

No existe un número único y preciso de empresas comparadoras de precios en España. La lista de comparadores es amplia y puede variar en función de la categoría de productos que se comparan y de la presencia en diferentes países, si bien en el ámbito del desempeño medioambiental se pueden encontrar 8 como principales agentes:

1. Good On You
2. Ecolabel Index
3. Carbon Trust
4. Environmental Working Group (EWG)
5. Sustainalytics (parte de Morningstar)
6. Compare Ethics
7. Green Seal
8. Think Dirty

Por lo tanto, estaríamos hablando de una magnitud próxima a 8 empresas que se dedican ofrecer servicios de comparación de bienes y servicios.

- Tipo de carga: 17.- Información a terceros
- Coste unitario: 100,00
- Frecuencia: anual (1)
- Población: 8
- Coste anual en euros: 800,00 euros



5.2.3.3. Información a terceros sobre garantías de los productos

Se modifica el apartado 2 del art. 60 del TRLGDCU, en relación con la información que se debe facilitar a los consumidores sobre las garantías de los productos.

La obligación de informar sobre las garantías y los servicios posventa ya venían contemplados en la legislación vigente. La novedad que se introduce con la transposición de la Directiva es la relativa al aviso armonizado y la etiqueta armonizada, es decir, la novedad radica en el medio o la forma en la que se facilitará la información sobre las garantías.

Respecto al aviso armonizado y la etiqueta armonizada aún no se ha concretado la forma en la que ésta se hará, por lo tanto, no se puede cuantificar de forma exacta porque dependerá de la forma en la que finalmente se adopte por la Comisión Europea.

El cálculo debe hacerse considerando la magnitud “líneas de producto único” como población, debido a que la puntuación de reparabilidad es la misma para todos los productos de una misma línea.

Atendiendo a categorías de productos nos encontramos con la siguiente clasificación:

- Electrodomésticos: ~ 200 marcas $\times$ ~ 50 productos cada una = 10.000 líneas
- Smartphones y electrónica: ~ 100 marcas $\times$ ~ 20 -100 modelos activos = ~ 5.000 líneas
- Automóviles: ~ 40 marcas $\times$ ~ 20 modelos $\times$ variantes = ~ 1.000 líneas
- Bricolaje y jardín: taladros, sierras, herramientas = ~ 20.000 líneas
- Juguetes: ~ 10.000 líneas con garantía si son electrónicos o complejos

No obstante, esta etiqueta únicamente deberá ser utilizada sobre aquellos productos sobre los que se ofrezca a las personas consumidoras una garantía comercial de durabilidad adicional a la garantía legal. En consecuencia, para estimar sobre cuántas líneas de producto recaería esta nueva etiqueta armonizada, se pueden extrapolar los datos de garantías comerciales actualmente ofrecidas en los distintos sectores, teniendo



en cuenta que, sobre electrodomésticos, un 70% de los productos llevan este tipo de garantía, casi el 100% de los automóviles, y el 50% de la electrónica, lo que permite estimar que nos encontraríamos con

Teniendo en cuenta estas estimaciones de productos que pueden ser susceptibles de reparación por el fabricante, en España se venden 46.000 líneas de productos únicas, y, por lo tanto, esta será la población tenida en cuenta.

- Tipo de carga: 8.- Aportación de datos
- Coste unitario: 2,00 euros.
- Frecuencia: anual (1)
- Población: 22.500
- Coste anual en euros: 45.000 euros

5.2.3.4. Información a terceros sobre importes asignados a financiar la reparación de productos

El artículo tercero del Anteproyecto incluye una obligación anual de comunicar o publicar anualmente información sobre los importes destinados a financiar las reparaciones, la lista de reparadores a los que han transferido los importes y la cantidad de productos reparados en consecuencia.

En España, a 1 de enero de 2024, existían 3.255.276 empresas económicamente activas, según el Directorio Central de Empresas (DIRCE) del Instituto Nacional de Estadística (INE).

De estas, el sector industrial, que incluye a los fabricantes, representaba el 5,4% del total, lo que equivale a 175.806 empresas.

Dentro del sector industrial, las empresas manufactureras concentraron el 80,5% de la facturación total de la industria en 2023, unas 160.000 empresas. Dentro del sector manufacturero, los fabricantes más representativos que son susceptibles de reparar



bienes son los de otros sectores, que representan el 12% de 160.000 empresas, dando una población total de 19.200 empresas.

- Tipo de carga: 19.- Obligación de comunicar o publicar alguna información
- Coste unitario: 100,00 euros
- Frecuencia: anual (1)
- Población: 19.200
- Coste anual en euros: 1.920.000 euros

En consecuencia, la valoración de cargas administrativas de la norma examinada es la siguiente:

APL CONSUMO SOSTENIBLE						
<u>Obligaciones de tipo administrativo.</u> <u>Tramitación presencial.</u>	Artículo	Tipo carga	Coste unitario	Frecuencia	Población	Coste anual en €
Obligación de control ex ante de alegaciones sobre comportamientos futuros	Primero. Uno	16	1.500 €	1	2.250	3.375.000
Información servicio de comparación de bienes	Segundo. Dos.	17	100 €	1	8	800
Información precontractual	Segundo. Cuatro y Cinco	8	2 €	1	22.500	45.000
información obligados a reparar	Tercero	19	100	1	42.880	4.288.000
Total						7.708.800 €

5.2.4. Análisis de impacto presupuestario



Desde una perspectiva estrictamente presupuestaria, este Anteproyecto de Ley no implica incremento de gasto, ni disminución de ingreso alguno para la Hacienda Pública estatal.

La carga administrativa que deberá asumir la administración española como consecuencia de la gestión de la sección nacional de la Plataforma europea en línea de reparaciones, así como los derivados de labores de vigilancia de mercado, guías técnicas y procedimientos sancionadores se asumirán con los recursos actuales del Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030.

En particular, el Anteproyecto de Ley prevé la creación de una Plataforma europea en línea de reparaciones en los términos desarrollados por la Directiva (UE) 2024/1799: “A más tardar el 31 de julio de 2027, la Comisión desarrollará una interfaz común en línea para la plataforma europea en línea. Dicha interfaz común en línea cumplirá los requisitos establecidos en el apartado 6 y estará disponible en todas las lenguas oficiales de la Unión. Posteriormente, la Comisión se hará cargo del mantenimiento técnico de la interfaz común en línea.”

Asimismo, este Anteproyecto también prevé la creación de una etiqueta armonizada y un aviso armonizado, con información referente a las garantías legal de conformidad y comercial de durabilidad, contemplada en la Directiva (UE) 2024/825, en el nuevo artículo 22bis que incorpora en la Directiva 2011/83/UE, dejando su diseño y contenido preciso a detallar por la Comisión más adelante, en los siguientes términos según los apartados 2 y 4 de dicho artículo:

“2. A más tardar el 27 de septiembre de 2025, la Comisión especificará, mediante actos de ejecución, el diseño y el contenido del aviso armonizado a que se refiere el apartado 1.”

“4. A más tardar el 27 de septiembre de 2025, la Comisión especificará, mediante actos de ejecución, el diseño y el contenido de la etiqueta armonizada a que se refiere el apartado 1.”

Tal y como especifican ambas directivas, estas disposiciones serán objeto de un desarrollo a nivel comunitario y, por lo tanto, en este momento no es posible definir y cuantificar con precisión las cargas administrativas que llevarán aparejadas.



No obstante, como prevé el artículo 7.2 de la Directiva (UE) 2024/1799, la Comisión se hará cargo del mantenimiento técnico de la interfaz común en línea, por lo que no generará cargas para las administraciones españolas.

En cuanto a los costes que deberán asumir las administraciones españolas en labores de vigilancia de mercado, guías técnicas y procedimientos sancionadores para garantizar el cumplimiento de estas Directivas, en las memorias de impacto elaboradas por la Comisión se estima un coste administrativo adicional de 441.800 - 502.200 € anuales por Estado miembro. Aplicando la banda media, España tendría que consignar unos 0,45-0,50 M € al año —aproximadamente 6-7 M € en el periodo 2025-2040— destinados a:

- Refuerzo de los servicios de inspección autonómicos y de la Dirección General de Consumo para verificar información de durabilidad y reparabilidad.
- Ensayos puntuales sobre productos sospechosos de obsolescencia prematura y contrastes de alegaciones medioambientales.
- Actualización de los sistemas informáticos de alertas (RAPEX/Safety Gate), módulos de tramitación sancionadora y capacitación temática de los técnicos.

Estos importes son muy reducidos frente al presupuesto acumulado de las 17 direcciones generales de consumo autonómicas y pueden minimizarse gracias a la cooperación europea: la directiva homogeneiza metodologías y provee plantillas de formularios, con lo que gran parte del material se compartirá entre Estados. Además, España parte con ventaja: la Ley 7/2023 contra la obsolescencia programada ya obligó a desarrollar protocolos de ensayo de durabilidad; ese know-how y los laboratorios acreditados servirán ahora de base, evitando inversiones duplicadas.

En cuanto a los costes asumibles derivados de los cambios en materia de reparabilidad, la Comisión cuantifica la carga administrativa para cada Estado miembro con un esquema muy sencillo: dos inspectores equivalentes a tiempo completo dedicados a la nueva obligación de supervisar el derecho a la reparación. El coste unitario aplicado es de 50.000 euros anuales por cada trabajador a tiempo completo en tareas de inspección, al que se añaden 8 horas de familiarización por persona a 29 € la hora. El resultado es



un desembolso recurrente de 68 378 € al año por país y un coste puntual de 464 € cuando la norma entre en vigor. Más allá de esta vigilancia básica, los únicos gastos adicionales recaen en la Comisión (campañas paneuropeas, plataforma web, etc.), de modo que el montante que cada administración nacional debe prever en su presupuesto de transposición se limita prácticamente a esos 68 000 € anuales.

5.3. Impacto por razón de género

Esta Ley tiene un impacto nulo en materia de igualdad de género.

5.4. Impacto en materia de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad

Esta Ley tiene un impacto nulo en materia de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.

5.5. Impacto en la infancia, adolescencia y familia

La medida destinada a limitar el precio de reventa de entradas por parte de empresas se estima que tenga un efecto positivo en la adolescencia. La reventa de entradas penaliza a los adolescentes, que suelen tener recursos limitados y menor capacidad de maniobra frente a precios inflados, fraudes y dinámicas de mercado opacas.

Esto se traduce en exclusión de experiencias culturales, incremento de endeudamiento y potencial impacto negativo en su bienestar emocional. En concreto, la sensación de “Fear of Missing Out” (FOMO) se intensifica en este colectivo, puesto que la presión social y el deseo de compartir la experiencia en redes empujan a algunos jóvenes a pagar sobreprecio en el mercado secundario, aunque eso suponga un gran esfuerzo económico. De acuerdo con el estudio de “Cash App Sound Investments Report”, publicado por Cash App, más de la mitad de los asistentes de la Generación Z ha recurrido a servicios de “compra ahora, paga después” para costear entradas y gastos



asociados (viaje, alojamiento, vestuario), y uno de cada cinco ha gastado por encima de sus posibilidades en los últimos dos años

Estos efectos se verán mitigados con la limitación del precio de reventa, garantizando un acceso más equitativo a eventos culturales para este colectivo.

5.6. Impacto por razón del cambio climático

El establecimiento de medidas que contribuyen a fomentar la elección de productos más duraderos, así como a fomentar su reparación en lugar de sustitución y luchar contra la obsolescencia temprana de los productos tendrá efectos positivos en la lucha contra el cambio climático y la reducción de múltiples impactos medioambientales.

Por otra parte, la lucha contra la obsolescencia temprana mediante el fomento de la mayor durabilidad y reparabilidad de los productos, en coherencia con el avance hacia una economía circular, contribuye al mantenimiento del valor de los productos, materiales y recursos en la economía el mayor tiempo posible.

En suma, se prevé que la presente normativa contribuya a la reducción del uso de recursos naturales y de la generación de residuos, al fomentar una mayor duración y posibilidad de reparación de los productos. A su vez, dado que buena parte de los impactos ambientales asociados al consumo suceden en las fases de fabricación y vertido de los productos consumidos, especialmente en el caso de los productos que utilizan en energía, el incremento de la vida útil de los productos contribuirá a menores impactos ambientales.

Por todo lo anterior se estima que la norma tendrá un significativo y positivo por razón del cambio climático, valorado en términos de mitigación y adaptación al mismo.

5.7. Impacto para la ciudadanía y para la Administración desde la perspectiva del desarrollo o uso de los medios y servicios de la Administración Digital

Como se ha especificado anteriormente, esta Ley prevé la creación de una Plataforma europea en línea de reparaciones en los términos desarrollados por la Directiva (UE)



2024/1799: *“A más tardar el 31 de julio de 2027, la Comisión desarrollará una interfaz común en línea para la plataforma europea en línea. Dicha interfaz común en línea cumplirá los requisitos establecidos en el apartado 6 y estará disponible en todas las lenguas oficiales de la Unión. Posteriormente, la Comisión se hará cargo del mantenimiento técnico de la interfaz común en línea.”*

Dado que esta Plataforma será objeto de un posterior desarrollo a nivel comunitario, no es posible evaluar con precisión en este momento concreto el impacto que tendrá para la ciudadanía y para la Administración desde la perspectiva del desarrollo o uso de los medios y servicios de la Administración Digital.



ANEXO I

CONSULTA PÚBLICA ANTEPROYECTO DE LEY DE CONSUMO SOSTENIBLE

La consulta pública sobre el APL se llevó a cabo desde el 15 al 30 de marzo de 2024, a través de la web del Ministerio.

En el Anteproyecto se llevará a cabo la transposición al ordenamiento jurídico español de tres Directivas comunitarias:

1) Directiva Comunitaria (UE) 2024/825 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de febrero de 2024, por la que se modifican las Directivas 2005/29/CE y 2011/83/UE en lo que respecta al empoderamiento de las personas consumidoras para la transición ecológica mediante una mejor protección contra las prácticas desleales y mediante una mejor información.

2) Directiva (UE) 2024/1799 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de junio de 2024, por la que se establecen normas comunes para promover la reparación de bienes y se modifican el Reglamento (UE) 2017/2394 y las Directivas (UE) 2019/771 y (UE) 2020/1828.

3) Directiva sobre alegaciones ecológicas (en trámite).

En la consulta pública han participado particulares, asociaciones de consumidores, organizaciones no gubernamentales, empresas y organizaciones empresariales, habiéndose recibido en total 31 escritos de observaciones.

En el caso de los PARTICULARES U ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES las propuestas formuladas de forma mayoritaria son:

- Necesidad de incorporar a la información el origen de los productos.
- Conocer el salario de los trabajadores que intervienen en el proceso de producción.
- Trazabilidad de los productos.

Además, se refieren en las observaciones los siguientes aspectos a tener en cuenta:

- Exigencia de la huella ambiental de los productos.



- Necesidad de “airear” todo secreto industrial.
- Que la información permita que el consumidor pueda entender el impacto global de sus compras, y lo que conlleva elegir un producto u otro, también medido en como incide el producto en la calidad de vida de personas en otros lugares del planeta, diferentes al que se produce.
- Etiquetado de aquellos productos que promuevan actitudes regenerativas.
- Garantizar la circularidad y reparabilidad ilimitada de todo lo material.
- Garantía ilimitada de los productos para una mayor sostenibilidad.

En el resto de las alegaciones se observa que, en su gran mayoría, LAS EMPRESAS O ENTIDADES reivindican la regulación de aspectos que inciden, convienen o favorecen a su propia actividad.

Casi de forma unánime solicitan:

- Armonización total de la transposición de las Directivas en los diferentes Estados Miembros de la Unión Europea o alinearse de forma completa con el índice de Francia.
- Demora del APL hasta tanto no sean aprobadas las tres directivas.
- Transposición de las normas comunitaria en el límite del periodo establecido o *“lo más tarde posible”*.
- Establecer procedimientos de verificación de las alegaciones ambientales.

En menor medida, pero en varios casos solicitan el establecimiento de un régimen sancionador, aunque con diferentes matices. Así, Autocontrol de la Publicidad defiende que, si la empresa que va a ser sancionada se ha sometido a un informe de consulta previo de carácter positivo, emitido por un sistema de autorregulación publicitaria la actuación del infractor ha de ser considerada en todo caso como “de buena fe”. En el caso de FEIQUE (Federación Empresarial de la Industria Química Española se refiere a una aplicación proporcionada de las sanciones.

Otras alegaciones, hechas de forma individual por cada participante son:

AUTOCONTROL: Fomento de los códigos de conducta y autorregulación e inclusión de un artículo en el que se regule la autorregulación y sus requisitos.



AMETIC: Permitir las declaraciones de neutralidad de carbono siempre que se den ciertos criterios.

ACES: Potenciar campañas de concienciación continuas.

ACE IBERIA: Presunción de conformidad para determinadas alegaciones ambientales; suficiencia del cumplimiento de la normativa ISO.

ANGED: Apoyo de la transición verde y de la digital, pero a través de una regulación que mantenga la productividad y competitividad de las empresas.

ASOBIO: Que se realice un análisis y una regulación específica para el sector alimentario y en particular, para el sector certificado en ecológico por la UE.

Establecimiento de mismas obligaciones para los alimentos importados con independencia del EM de origen.

Favorecer la identificación y reconocimiento de productos de cercanía, obligando, entre otros, a que el etiquetado de exposición de un producto indique su origen en letras en tamaño grande e incluso con bandera de la comunidad autónoma o el país de procedencia.

DECATHLON: Definir e implementar un índice de reparabilidad que permita comparar las características de circularidad de productos en su propio etiquetado, ofreciendo transparencia e información para la toma de decisiones de las personas consumidoras, y que suponga además un incentivo para las compañías; incluir la reparabilidad de un producto en su pasaporte digital.

OCU: Solicita el fomento de la adopción de hábitos de consumo más sostenibles y de una normativa más exigente ante las alegaciones medioambientales y que sea susceptible de comprobación el cumplimiento de los requisitos mínimos establecidos en las normas: ampliación de la obligación de reparar a más productos de los señalados en la Directiva; establecimiento de la obligatoriedad del empleo del Formulario Europeo de Información sobre Reparaciones, cuya entrega la Directiva deja a discreción de los reparadores; disponibilidad de piezas de repuesto durante un periodo de más de diez años; limitar el precio de las reparaciones.



ADELMA (Asociación de Empresas de Detergentes y Productos de Limpieza, Mantenimiento y Afines):

Retrasar la capacidad de introducir nuevas declaraciones en el mercado;

Oposición a la introducción de un componente de aprobación previa para reclamaciones ecológicas.

Establecer la posibilidad de impugnación de la verificación previa por parte del comerciante; impedir declaraciones medioambientales sobre productos que contienen determinadas sustancias peligrosas es desproporcionado y va en contra de muchos de los objetivos del Pacto Verde de la UE.

SEOBirdLife: Se deben perseguir cinco grandes objetivos:

Asegurar que la mayoría de los productos disponibles para los consumidores son sostenibles.

Esto incluye fomentar en los puntos de venta los productos más sostenibles, prohibición de empaquetados sostenibles y prohibir los insostenibles.

Implementar un sistema de etiquetado claro, educativo y transparente.

Eliminar el “greenwashing” mediante la exigencia de pruebas de sostenibilidad. Rigurosos mecanismos de verificación y establecimiento de sanciones.

Prohibir la publicidad que incite al consumo excesivo e insostenible y difundir la necesidad de adquirir productos reutilizables o reparables.

Promover la compra sostenible por parte de las administraciones públicas y sus proveedores.

FIAB: Homogeneidad de las normas de transposición en los diferentes EEMM, con el fin de evitar la libre competencia y la discriminación entre operadores.

Establecer la voluntariedad de las alegaciones medioambientales.

Garantía de requisitos fáciles y accesibles para todo tipo de empresas, grandes y pequeñas.



Verificación de alegaciones por terceros independientes; inclusión e implementación en toda la cadena alimentaria.

Considerar todas las alternativas de comunicación y posibles canales de información al consumidor (webs, QR, punto de ventas) y no imponerlas en el etiquetado.

MULTINACIONALES: Establecer definiciones claras de comunicación de mensaje o etiquetado y que estén verificadas por terceros certificadores.

Información sencilla y directa, garantizando al mismo tiempo una total transparencia y ofreciéndoles una imagen completa de las evaluaciones realizadas; crear una infraestructura fiable y eficaz para la validación de alegaciones y etiquetas; mayor certidumbre sobre las obligaciones y la responsabilidad de las partes interesadas.

Armonización en la transposición de todos los EEMM. Normativo. Debe tenerse en cuenta que la situación actual normativa en Europa sobre el embalaje del producto, que no está exigido, con carácter general, en el territorio de la Unión Europea (en Francia es voluntario), lo que supondría la ruptura con el mercado único comunitario y se restringiría la competencia.

Dar relevancia a los productos reacondicionados; que cualquier normativa de derecho a reparar esté alineada con la de ecodiseño: que la garantía legal no se extienda más allá de la reparación y sea aplicable de forma uniforme a todos los sectores.

El índice deberá figurar, exclusivamente, en los puntos de venta al lado del precio del producto, ya sea en la tienda o en la web; no establecer índices específicos para las piezas consumibles que incorpore el producto ya que puede producirse un exceso de información y la comunicación de mensajes erróneos.

WALLAPOP: Introducir la definición de productos de segunda mano; incentivar la compraventa de segunda mano para promover el alargamiento de la vida útil de los productos y su reutilización, fomentando la durabilidad de los productos.

Digitales: Modificación del Real Decreto 58/1988, de 29 de enero, sobre protección de los derechos del consumidor en el servicio de reparación de aparatos de uso doméstico.



Reconocer el papel de la sustitución por productos reacondicionados;

Limitar y acotar las reparaciones y la disponibilidad de repuestos para evitar efectos indeseados para la sostenibilidad de la propuesta.

Garantizar que las transacciones entre empresas queden fuera del ámbito de aplicación;

Evitar la proliferación de múltiples plataformas de información sobre reparaciones en línea por país.

Fijación de dos años para la garantía legal.

Limitación a la obligación de disponer de repuestos durante 10 años y cuales son aquellos que tienen que estar disponibles, teniendo en cuenta la eficiencia energética.

Plataforma única de información sobre reparación e incluir en ellas solo a los fabricantes de equipos originales, proveedores de servicios autorizados o proveedores de reparaciones independientes cualificados.

Permitir a las empresas proporcionar toda la información pertinente a los consumidores de forma digital, para impulsar la sostenibilidad.

Seguir permitiendo las etiquetas medioambientales de la industria que cumplan altos estándares de sostenibilidad basados en la verificación de terceros;

Garantizar que las disposiciones sobre actualización de software no desincentiven las actualizaciones de seguridad, exponiendo a los consumidores a amenazas de ciberseguridad o a un mal funcionamiento

Aclarar que la prohibición propuesta de la "obsolescencia prematura" se refiere a prácticas intencionadas, y no a efectos no deseados.

Permitir que el índice de reparabilidad influya de forma decisiva en las decisiones de compra de los consumidores, incluyéndolo junto con el precio en el punto de venta físico o de la web.

Optar por el semáforo de colores para el índice como Francia.

**IBERDROLA:**

La transposición de la Directiva sobre empoderamiento de las personas consumidoras para la transición ecológica debería incluir la definición de afirmación medioambiental y la obligación de sustanciar debidamente las afirmaciones medioambientales, así como incluir la prohibición de realización de afirmaciones medioambientales genéricas, el uso de distintivo de sostenibilidad no certificados, así como uso de “compensación de emisiones” de forma genérica.

La Directiva sobre alegaciones ecológicas (green claims), es complementaria a la anterior y debe definir las metodologías para la oportuna substanciación, verificación y certificación de las afirmaciones medioambientales. Esta directiva, que no resultará de aplicación a los esquemas de etiquetado medioambiental existentes, caso de los que aplican al sector eléctrico (formato de factura y garantías de origen), debe garantizar que las empresas sustancien debidamente sus anuncios medioambientales, con un procedimiento verificado y sujeto a sanciones en caso de incumplimiento.

En cuanto al consumo de energía:

Prohibición de ofertas combinadas/vinculadas de productos elegibles como “verdes” y cualquier forma de energía fósil.

Prohibición de publicidad de productos que sean lesivos/contrarios a la sostenibilidad medioambiental y la salud, con especial mención a la prohibición de publicidad de combustibles fósiles

Homogenización de criterios de información sobre los productos/servicios para hacer comparables los productos/servicios sustitutivos.

Obligación de informar de la procedencia de las materias primas utilizada en la producción de los productos o servicios.

Otras propuestas referentes a la Ley de Consumo Sostenible:



En cuanto a la Directiva sobre empoderamiento de las personas consumidoras para la transición ecológica.

Aprobación de medidas concretas que obliguen a las empresas a ofrecer información clara y fiable sobre la sostenibilidad de los productos o servicios ofrecidos.

En coherencia con el nuevo texto del Anexo I, incorporar al listado de prácticas engañosas las siguientes:

- a) Exhibir algún distintivo de sostenibilidad no certificado por autoridades públicas.
- b) Realizar afirmaciones genéricas no demostrables (por ejemplo, afirmar, sin evidencia alguna, que un producto es renovable);
- c) Realizar afirmaciones sobre la totalidad del producto o empresa, mientras solo se corresponda la afirmación con una parte del producto o sobre una actividad de la empresa;
- d) Afirmer, basándose en la compensación de emisiones de gases de efecto invernadero, que un producto tiene un impacto neutro, reducido o positivo en el medio ambiente en términos de emisiones de gases de efecto invernadero.

En cuanto a la Directiva sobre alegaciones ecológicas (Green Claims)

Excluir de su ámbito de aplicación los esquemas de etiquetado medioambiental existentes o que incorporen afirmaciones medioambientales explícitas. Este es el caso, por ejemplo, de las ofertas de energía verde, ampliamente reguladas por el Reglamento de etiquetado energético. Tampoco resultará de aplicación a todos aquellos aspectos que ya se encuentran regulados por la normativa específica en materia de electricidad.

Considerar los elementos necesarios y metodología aplicada para respaldar la sustanciación de una afirmación “verde” de un producto o servicio (esto es, evidencia científica y técnica, aspectos e impactos de su funcionamiento en parte o la totalidad de su vida útil, garantías de cumplir los criterios de sostenibilidad de la normativa



europea, origen y emisiones asociadas de las materias primas, si cumplen o exceden requisitos legales básicos, comparativa con los efectos de los consumidores, si cumple el principio DNSH “do not significant harm”, no provocar daño significativo, reporte transparente de emisiones, etc.).

Aspectos para considerar en afirmaciones comparativas con otros productos o servicios.

Formas autorizadas para comunicar y publicitar las afirmaciones medioambientales (tanto las individuales como las comparativas).

Se deberá incluir de manera detallada los requisitos para el diseño, uso y autorización de etiquetas medioambientales públicas (y en su caso, criterios para permitir etiquetas privadas). Sobre este particular, sería necesario que el legislador regulase de manera minuciosa la obligación de los productores de incluir en el etiquetado de los productos información clara, suficiente (no excesiva) y de tal manera que la misma pueda ser comprendida sin mayores esfuerzos por el público general sin necesidad de tener conocimientos técnicos y específicos sobre la materia. (optar por información tipo semáforo)

Procedimientos de revisión, verificación y certificación de las afirmaciones medioambientales y de las ecoetiquetas. Entre otros aspectos, se deberá regular la figura del verificador independiente y designar la autoridad pública española que será responsable de velar por su cumplimiento con expreso detalle de su ámbito competencia.

Por último, el Proyecto de Ley de Consumo Sostenible deberá contener el correspondiente régimen sancionador:

Consideraciones adicionales al margen de la transposición de las directivas europeas

Prohibición de ofertas combinadas/vinculadas de productos elegibles como “verdes” y cualquier forma de energía fósil.



Prohibición de publicidad de productos que sean lesivos/contrarios a la sostenibilidad medioambiental y la salud (especialmente combustibles fósiles)

Homogenización de criterios de información sobre los productos/servicios para hacer comparables los productos/servicios sustitutivos.

Homogenización de criterios de información sobre los productos/servicios para hacer comparables los productos/servicios sustitutivos.

A efectos de conseguir una mayor trazabilidad de los productos y no inducir a error en los consumidores, consideran que el Proyecto de Ley de Consumo Sostenible deberá reforzar las obligaciones de los productores en lo que se refiere a la información sobre los productos y servicios ofrecidos. En concreto, entre dicha información, consideran necesario e imprescindible que los productores aporten información clara sobre la materia prima utilizada para la producción de dichos bienes, con expresa mención al país de origen de tal manera que no induzca a error a los consumidores

FEIQUE:

Alineamiento de los métodos utilizados para la justificación de las alegaciones ecológicas con las normas internacionales existentes.

Revisión de la metodología PEF para incorporar el uso de residuos reciclados, biomasa y captura de carbono.

FAIRTRADE IBÉRICA (CERTIFICADOR DE PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO)

No centrar la norma en alegaciones medioambientales engañosas y tener en cuenta las alegaciones sociales: prohibición del trabajo infantil, promoción igualdad de género, condiciones laborales y salarios justos y dignos, seguridad y salud de los trabajadores.

Que se recurran a certificaciones como medio de garantía de la veracidad y credibilidad de las alegaciones.

Establecimiento de altos estándares de Códigos de Buenas Prácticas.

Establecer una autoridad centralizada para los procedimientos de aprobación previa.



ETICA ANIMAL

Objetivo. Alcanzar el máximo nivel de protección y bienestar de los animales.

La oposición al greenwashing debe poner freno a las estrategias agresivas y manipuladoras que lleva a cabo la industria de la explotación animal.

DECATHLON

Armonización de los EEMM en el establecimiento del índice de la reparabilidad, ofreciendo transparencia e información para la toma de decisiones de las personas consumidora.

Incluir el “derecho a reparar” como principio básico, permitiendo que, siempre que sea posible, se pueda optar por reparar un producto cuando se estropee durante su garantía, e incluso posteriormente.

FORO MERCADO LIBRE

Que en la introducción de la definición de acciones engañosas” se añada que concurra la inexistencia de datos científicos corroborables por un tercero experto que den soporte a dicha afirmación y se extienda a la comunicación de beneficios para los consumidores que sean irrelevantes y que no se deriven de ninguna característica del producto o de la empresa”.

Que el concepto del anuncio de beneficios no sea únicamente aplicable a los consumidores, sino al conjunto de la sociedad, ampliando el foco hacia los productos anunciados como “beneficiosos para el medio ambiente, la economía circular y la transición energética”.

Sobre las afirmaciones medioambientales de productos energéticos, recuerdan que las disposiciones normativas aprobadas por el Gobierno deben seguir las directrices de las normas comunitarias contenidas en el Pacto Verde Europeo.

Por ello, es especialmente relevante un punto concreto de la Directiva (UE) 2024/825, que en su exposición de motivos estipula que *“otra práctica comercial engañosa, que debe prohibirse en cualquier circunstancia”, es la de realizar una afirmación*



medioambiental sobre la totalidad de producto o sobre toda la empresa del comercializador, cuando solo se refiera a un aspecto determinado o a una actividad concreta de la compañía, no aplicable al conjunto de la misma.

Apoyan la inclusión de disposiciones concretas en el Proyecto de Ley enfocadas en materia energética, al tratarse de uno de los sectores que más margen tienen para contribuir a acelerar la transición hacia una economía descarbonizada cumpliendo con los objetivos del Acuerdo de París.

Sobre las prácticas comerciales desleales

Tomando como referencia la Directiva (UE) 2024/825, el Proyecto de Ley deberá contener una serie de premisas en materia de información veraz y transparente para los consumidores en el ámbito de la sostenibilidad:

El futuro Proyecto de Ley debería contener un artículo donde se incluya una categoría específica de prácticas comerciales desleales.

Sobre la venta cruzada de productos con impacto medioambiental

Que el Proyecto de Ley debería incluir preceptos relativos al fenómeno conocido como “cross-selling” o venta cruzada de productos. Este fenómeno consiste en comercializar una serie de productos a partir de un presunto valor añadido, como podría ser una afirmación medioambiental de carácter general, que a su vez pueda servir para obtener beneficios para el consumidor en otras actividades de la compañía que sí implican consecuencias lesivas para el medio ambiente.

Inclusión en el artículo destinado a las definiciones del concepto “venta cruzada”, siguiendo la acepción expuesta y, además, que esta sea prohibida mediante su incorporación a la lista de prácticas comerciales desleales.

VISUALFI Incorporación del concepto de accesibilidad acústica. Avisar directamente a la persona con discapacidad auditiva para que la notificación realmente sea accesible. (vibración del teléfono móvil)