



# **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. Secretaría General de Consumo y Juego. Dirección General de Consumo.	Fecha	22 - diciembre-2025
Título de la norma	Anteproyecto de Ley de Consumo Sostenible		
Tipo de Memoria	Normal <input checked="" type="checkbox"/> Abreviada <input type="checkbox"/>		
OPORTUNIDAD DE LA PROPUESTA			
Situación que se regula	<p>El Anteproyecto de Ley incorpora al ordenamiento jurídico interno de manera íntegra dos Directivas comunitarias: 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 y 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.</p> <p>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.</p>		
Objetivos que se persiguen	<ul style="list-style-type: none"><li>• Reforzar las disposiciones relativas a la reparación de bienes.</li><li>• Contribuir al correcto funcionamiento del mercado interior.</li><li>• Garantizar un elevado nivel de protección de los consumidores y del medio ambiente.</li><li>• Avanzar en la transición ecológica.</li><li>• Permitir que los consumidores puedan tomar decisiones de compra informadas y contribuir así a patrones de consumo más sostenibles.</li><li>• Actualizar el régimen sancionador de consumo.</li></ul>		
Principales alternativas consideradas	<p>No existen alternativas distintas a la aprobación de esta Ley.</p> <p>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.</p> <p>Por otro, es necesario acometer una serie de modificaciones legislativas a fin de mejorar y robustecer los derechos de las personas consumidoras y usuarias.</p> <p>En cuanto al rango legal, éste resulta 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</p>		



	complementarias, aprobado por Real Decreto legislativo 1/2007, de 16 de noviembre y Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal).
<b>CONTENIDO Y ANÁLISIS JURÍDICO</b>	
<b>Tipo de norma</b>	Ley ordinaria.
<b>Estructura de la Norma</b>	El Anteproyecto de Ley se estructura en una exposición de motivos, tres artículos, una disposición adicional, una disposición derogatoria y siete disposiciones finales.
<b>Consulta pública previa (artículo 26.2 Ley 50/1997)</b>	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.
<b>Trámite de audiencia (artículo 26.6 Ley 50/1997)</b>	El anteproyecto de ley se sometió al trámite de audiencia e información 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, del 4 de julio al 31 de agosto de 2025, haciendo accesible el texto a través del portal web del Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030.
<b>Informes recabados (artículo 26 Ley 50/1997)</b>	<p>Se recabarán los siguientes informes:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Secretaría General Técnica del Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, en tanto que Ministerio proponente.</li><li>- Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.</li><li>- Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.</li><li>- Ministerio de Política Territorial y Memoria Democrática.</li><li>- Ministerio de Hacienda.</li><li>- Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible.</li><li>- Ministerio de Industria y Turismo.</li><li>- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.</li><li>- Ministerio de la Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes.</li><li>- Ministerio de Cultura.</li><li>- Agencia Española de Protección de Datos.</li><li>- 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)</li><li>- Oficina de Coordinación y Calidad Normativa.</li><li>- Consejo de Consumidores y Usuarios.</li><li>- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.</li><li>- Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP).</li></ul>



	<ul style="list-style-type: none"><li>- Informe de las Comunidades Autónomas y Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla, a través de la Conferencia Sectorial de Consumo.</li><li>- 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.</li></ul>	
<b>ANÁLISIS DE IMPACTOS</b>		
<b>Adecuación al orden de competencias</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal (149.1. 6ª y 8ª, legislación mercantil y bases de las obligaciones contractuales).</li><li>- 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).</li><li>- Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad (149.1. 6ª y 13ª, bases y coordinación general de la actividad económica).</li><li>- 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).</li></ul>	
<b>Impacto económico y presupuestario</b>	Efectos sobre la economía en general	
	En relación con la competencia	<input type="checkbox"/> la norma no tiene efectos significativos sobre la competencia <input checked="" type="checkbox"/> la norma tiene efectos positivos sobre la competencia <input type="checkbox"/> la norma tiene efectos negativos sobre la competencia
	Desde el punto de vista de las cargas administrativas	<input type="checkbox"/> supone una reducción de cargas administrativas. <input checked="" type="checkbox"/> incorpora nuevas cargas administrativas. <input type="checkbox"/> no afecta a las cargas administrativas
	Desde el punto de vista de los presupuestos, la norma	<input type="checkbox"/> Afecta a los presupuestos de la Administración del Estado <input type="checkbox"/> Afecta a los presupuestos de otras Administraciones Territoriales <input checked="" type="checkbox"/> No afecta a los presupuestos de la Administración del Estado
<b>Impacto de Género</b>	La norma tiene un impacto de género nulo.	Negativo <input type="checkbox"/> Nulo <input checked="" type="checkbox"/> Positivo <input type="checkbox"/>



Impacto en la familia		Negativo <input type="checkbox"/> Nulo <input checked="" type="checkbox"/> Positivo <input type="checkbox"/>
Impacto en materia de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad		Negativo <input type="checkbox"/> Positivo <input type="checkbox"/> Nulo <input checked="" type="checkbox"/>
Impacto en la infancia y en la adolescencia		Negativo <input type="checkbox"/> Nulo <input type="checkbox"/> Positivo <input checked="" type="checkbox"/>
Impacto por razón del cambio climático		Negativo <input type="checkbox"/> Nulo <input type="checkbox"/> Positivo <input checked="" type="checkbox"/>
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 <input type="checkbox"/> Nulo <input type="checkbox"/> Positivo <input checked="" type="checkbox"/>
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 del 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 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, lo que hace cada vez más necesario garantizar modelos de consumo responsables y sostenibles a través de la mejora de las prácticas empresariales y el refuerzo de los derechos de las personas consumidoras. Como muestra de ello, entre los Objetivos de Desarrollo Sostenible del Pacto Mundial de las Naciones Unidas se focaliza en el objetivo 12, en la “Producción y Consumo responsables”, que pone el énfasis 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 Europeo<sup>1</sup>, la Comisión

---

<sup>1</sup> 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 Agenda del Consumidor 2020 - 2025, bajo el lema “*reforzar la resiliencia del consumidor para una recuperación sostenible*”, se trazó la hoja de ruta que marcó las reformas a nivel comunitario. Este compromiso sigue vigente en la nueva Agenda del Consumidor 2030. 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 estas directivas 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 o se deteriora es optar por el desecho y adquirir un bien nuevo sin plantearse la 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 el 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 estima 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 Directiva se establecen 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, aplicándose 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 éstas 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:

- Evitar la promoción de productos o servicios realizada por creadores de contenidos en redes sociales sin identificación expresa de su carácter comercial.
- Proporcionar a los consumidores información complementaria de carácter cuantitativo o estadístico que permita al consumidor o usuario valorar la frecuencia, impacto relativo o proporción de una determinada exposición a un riesgo o peligro cuando se use el mismo como argumento principal de persuasión comercial.
- Considerar como práctica comercial desleal las afirmaciones sobre el bienestar animal o empleo de imágenes de los mismos que pudieran generar en las personas consumidoras expectativas superiores al beneficio generado en los productos comercializados.
- Modificar el artículo 32 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, y el artículo 20 bis del texto refundido de la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, para asegurar una transposición más adecuada del artículo 3 apartado 5 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, garantizando así medidas correctoras proporcionadas y eficaces para los consumidores perjudicados por prácticas comerciales desleales.



- Prohibir que se repercutan los gastos de gestión o administrativos, cuando tales gastos correspondan con costes que la empresa debe asumir y no supongan un servicio adicional al consumidor.
- Modificar el régimen sancionador de consumo para aportar mayor seguridad jurídica y garantías.
- 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 Competencia Desleal). Esta modificación afecta a tres artículos de la citada ley y tiene su origen en la necesidad de transponer la parte de la Directiva (UE) 2024/825, de 28 de febrero de 2024, relativa al empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica que modifica la Directiva 2005/29/CE de prácticas comerciales desleales. 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 Competencia Desleal, 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, así como las comunicaciones realizadas por creadores de contenidos en redes sociales sin identificación expresa de su carácter comercial.

Las prácticas comerciales reguladas en los artículos 21 a 31, de la Ley 3/1991, de Competencia Desleal, 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 definir las e identificarlas. En concreto, en el artículo 21 de la Ley 3/1991, de Competencia Desleal, 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 Competencia Desleal, 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. También se reputará desleal por engañosa la práctica de realizar afirmaciones sobre el bienestar animal que pudieran generar en las personas consumidoras expectativas superiores al beneficio generado en los productos



comercializados o emplear imágenes en los envases de productos de origen animal, que no sean neutras – en las que no se distinga si el animal está en el exterior o en el interior o sus condiciones de estabulación – o fieles al sistema de producción empleado.

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.

Se considera necesario, igualmente, dotar de mayor transparencia a la utilización de sistemas de precios dinámicos por parte de las empresas. Para ello, se modifica la Ley de Competencia Desleal con la finalidad de que un consumidor pueda conocer, en el caso de utilizarse estos servicios, cuál será el rango de precios que tendrá que pagar en el momento de la compra.

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 que se ajustará al diseño y contenido establecidos en el anexo II del Reglamento de Ejecución (UE) 2025/1960 de la Comisión, de 25 de septiembre de 2025, sobre el diseño y el contenido del aviso armonizado sobre la garantía legal de conformidad y de la etiqueta armonizada para la garantía comercial de durabilidad.

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.

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 la prohibición de repercutir los gastos de gestión o administrativos, cuando tales gastos correspondan con costes que la empresa debe asumir y no supongan un servicio adicional al consumidor, siendo correlativos a un servicio adicional para el consumidor e indicándose desde el principio del proceso de compra de manera transparente y detallada, desglosando los gastos y gestiones que se cobran por cada una de las compras o servicios contratados.

También se ha incluido, para el supuesto de reventa de entradas para espectáculos públicos y actividades recreativas, una limitación en el precio final de las mismas, que 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 que 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.

Se trata de una medida ya contemplada en la normativa 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.

De igual modo, y para garantizar una aplicación efectiva de la medida y evitar una monitorización desproporcionada por parte de los distribuidores minoristas, cuando se produzcan estas modificaciones de cantidad será el fabricante quien deba informar al distribuidor de tal circunstancia, con la suficiente antelación para que este pueda trasladar la información al consumidor en caso de que tal modificación suponga un incremento del precio por unidad de medida.

Por otra parte, se modifica el artículo 32 de la Ley 3/1991, de Competencia Desleal, y el artículo 20 bis del texto refundido de la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, para asegurar una transposición más



adecuada del artículo 3 apartado 5 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, para garantizar así medidas correctoras proporcionadas y eficaces para los consumidores perjudicados por prácticas comerciales desleales.

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.

Asimismo, se acometen una serie de modificaciones en los artículos relativos al régimen sancionador de consumo en los artículos 46 y siguientes. Estas modificaciones traen causa de la experiencia acumulada en los últimos años respecto de la tramitación de estos procedimientos.

Estas modificaciones suponen, por un lado, prever la realización de llamamiento público para la aportación de evidencias para garantizar el correcto ejercicio de la potestad sancionadora, la limitación del acceso a los expedientes en la fase de actuaciones previas para que no quede comprometida la investigación y la recopilación de pruebas, así como la exigencia del deber de confidencialidad de los interesados en los procedimientos.

Por otro lado, en lo que se refiere a la calificación y graduación de las infracciones, es necesario acometer una modificación en su regulación ya que la práctica ha evidenciado que determinadas infracciones frecuentes en los procedimientos sancionadores instruidos en el ámbito de la Administración General del Estado, como pueda ser el uso de prácticas comerciales desleales, tipificado como leve en el apartado m) del artículo



47.1 del Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, tendrían una calificación que no se corresponde con su impacto real en los consumidores y usuarios.

Asimismo, en relación con el beneficio ilícito y a fin de reforzar la seguridad jurídica de los administrados y de contribuir a la eficiencia administrativa, se estima más adecuado establecer un elenco sancionador cuyo nivel máximo conste definido con mayor certeza, al vincularse a magnitudes objetivas de ámbito público, el volumen de negocio anual, que ha de constar en las cuentas anuales de las mercantiles. El sistema de sanciones previsto se asimila al regulado tanto a nivel nacional como de la Unión Europea en materia de infracciones del derecho de la competencia, recogido en el artículo 63.1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia y en el artículo 23 del Reglamento (CE) n° 1/2003 del Consejo, de 16 de diciembre de 2002, relativo a la aplicación de las normas sobre competencia previstas en los artículos 81 y 82 del Tratado.

Adicionalmente, con las referencias a la interrupción de la prescripción de las infracciones en materia de consumo por la realización de actuaciones en fase de información, las actuaciones previas con conocimiento del presunto responsable o por la iniciación de una acción coordinada en el marco de la Red de Cooperación en materia de Protección de los Consumidores (red CPC), se pretende evitar limitar el ejercicio del ius puniendi a la Administración. En cuanto a la modificación del plazo para resolver expedientes sancionadores en materia de consumo, el actual plazo de nueve meses no se adecua a la complejidad y a las actuaciones necesarias para resolver determinados procedimientos sancionadores. Se ha constatado que los plazos en determinados procedimientos son insuficientes para la persecución de algunas infracciones y la instrucción y resolución de expedientes sancionadores cada vez más complejos. Es preciso disponer de un plazo suficiente para poder llevar a cabo el estudio y la eficaz resolución de los procedimientos. El plazo de un año se equipara al conferido a otros órganos que tienen atribuida la competencia en materia sancionadora, como la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones o la Agencia Española de Protección de Datos.

De manera adicional y a fin de garantizar la proporcionalidad de las sanciones que impongan los órganos competentes en materia de consumo de la Administración General del Estado en los procedimientos sancionadores de su competencia, deberán



tenerse en cuenta las sanciones impuestas por las restantes autoridades de consumo españolas. De esta forma se contribuye a reforzar el principio de seguridad jurídica consagrado en el artículo 9.3 de la Constitución Española, al precisar las sanciones previamente impuestas que deben ser tenidas en cuenta por los órganos competentes en materia de consumo de la Administración General del Estado y el carácter preceptivo del informe que las concreta.

Por último, la modificación propuesta sobre la priorización de denuncias pretende que pueda cumplirse con el mandato del legislador mediante el uso eficiente de recursos.

En definitiva, con todas estas modificaciones se pretende dotar al régimen sancionador de consumo de mayor eficacia y seguridad jurídica, en beneficio de las personas consumidoras y los operadores jurídicos.

En el artículo 59 bis 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, se 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 bien 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 se ha determinado por la Comisión Europea mediante el Reglamento de Ejecución (UE) 2025/1960 de la Comisión, de 25 de septiembre de 2025, sobre el diseño y el contenido del aviso armonizado sobre la garantía legal de conformidad y de la etiqueta armonizada para la garantía comercial de durabilidad.

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 al 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 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 bienes, 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 bien, 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 bienes.

En Francia, desde diciembre de 2022, se ofrecen descuentos directos en talleres certificados (etiqueta *QualiRepar*) para la reparación de bienes 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 exitoso piloto 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 bienes 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 bienes 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 mayor 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 bien 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 bienes una empresa solo puede negarse a reparar un bien 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 bien 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 bien. Por encima de estos umbrales, tienden a comprar un bien 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 bien (entre el 17% y el 27% del bien 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 bien nuevo en el mercado.



La parte final de la Ley de Consumo Sostenible cierra 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. 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.

De acuerdo con lo previsto en el Considerando 26 de la Directiva (UE) 2024/1799, y en aras de garantizar la profesionalización del sector de la reparación, se prevé que mediante orden ministerial se establezcan condiciones específicas proporcionales para que los reparadores puedan acceder a la sección española de la Plataforma, a fin de proporcionar una protección adecuada de los derechos de las personas consumidoras que acudan a la Plataforma.

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 productos 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 con 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 productos 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, relativo a la 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 tercera se refiere a la salvaguardia del rango 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.

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 en 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.**

<b>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.</b>	<b>Ley de Consumo Sostenible</b>	<b>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)</b>
<b>Artículo 1. Modificación de la Directiva 2005/29/CE</b>		





Nuevo artículo 2 c) bis	Artículo Segundo. Punto Cuatro	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 27.11 a) LCD
Nuevo artículo 2 letra q)	Artículo Primero. Punto Dos	Artículo 21.2 b) LCD
Nuevo artículo 2 letra r)	Artículo Primero. Punto Dos	Artículo 21.2 b) LCD
Nuevo artículo 2 letra s)	Artículo Primero. Punto Tres	Artículo 27.11 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 27.11 e) LCD
Nuevo artículo 2 letra v)	Artículo Primero. Punto Tres	Artículo 27.11 k) LCD
Nuevo artículo 2 letra w)	Artículo Primero. Punto Tres.	Artículo 27.11 f) 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 Tres.	Artículo 20.5 TRLGDCU
<u>Modificación Anexo Directiva 2005/29/CE:</u>		
Nuevo punto 2 bis	Artículo Primero. Punto Dos	Artículo 21.2 b) LCD
Nuevo punto 4 bis	Artículo Primero. Punto Tres	Artículo 27.11 a) LCD
Nuevo punto 4 ter	Artículo Primero. Punto Tres	Artículo 27.11 b) LCD
Nuevo punto 4 quater	Artículo Primero. Punto Tres	Artículo 27.11 c) LCD
Nuevo punto 10 bis	Artículo Primero. Punto Tres	Artículo 27.1 LCD
Nuevo punto 23 quinquies	Artículo Primero. Punto Tres	Artículo 27.11 e) LCD
Nuevo punto 23 sexies	Artículo Primero. Punto Tres	Artículo 27.11 f) LCD
Nuevo punto 23 septies	Artículo Primero. Punto Tres	Artículo 27.11 g) LCD
Nuevo punto 23 octies	Artículo Primero. Punto Tres	Artículo 27.11 h) LCD
Nuevo punto 23 nonies	Artículo Primero. Punto Tres	Artículo 27.11 i) LCD



Nuevo punto 23 decies	Artículo Punto Tres	Primero.	Artículo 27.11 k) LCD
Nuevo punto 23 undecies	Artículo Punto Tres	Primero.	Artículo 27.11 l) LCD
<b>Artículo 2. Modificación de la Directiva 2011/83/UE</b>			
Nuevo artículo 2.14 bis	Artículo Punto Diez	Segundo.	Artículo 59 bis.1 q) TRLGDCU
Nuevo artículo 2.14 ter	Artículo Punto Diez	Segundo.	Artículo 59.bis 3 d) TRLGDCU
Nuevo artículo 14 quater			Artículo 5 TRLGDCU
Nuevo artículo 14 quinquies	Artículo Punto Diez	Segundo.	Artículo 59 bis.1 u) TRLGDCU
Nuevo artículo 14 sexies	Artículo Punto Diez	Segundo.	Artículo 59 bis.1 a) TRLGDCU
Modificación del artículo 5.1 e)	Artículo Punto Once	Segundo.	Artículo 60.2 e) 1º TRLGDCU
Nuevo artículo 5.1 e) bis	Artículo Punto Once	Segundo.	Artículo 60.2 e) 2º TRLGDCU
Nuevo artículo 5.1 e) ter	Artículo Punto Once	Segundo.	Artículo 60.2 e) 3º TRLGDCU
Nuevo artículo 5.1 e) quater	Artículo Punto Once	Segundo.	Artículo 60.2 e) 4º TRLGDCU
Nuevo artículo 5.1 e) quinquies	Artículo Punto Once	Segundo.	Artículo 60.2 f) TRLGDCU
Nuevo artículo 5.1 i)	Artículo Punto Once	Segundo.	Artículo 60.2 m) TRLGDCU
Nuevo artículo 5.1 j)	Artículo Punto Once	Segundo.	Artículo 60.2 n) TRLGDCU
Modificación artículo 6.1 g)	Artículo Punto Doce	Segundo.	Artículo 97.1 h) TRLGDCU
Modificación artículo 6.1 l)	Artículo Punto Doce	Segundo.	Artículo 97.1 n) 1º TRLGDCU
Nuevo artículo 6.1 l) bis	Artículo Punto Doce	Segundo.	Artículo 97.1 n) 2º TRLGDCU
Nuevo artículo 6.1 l) ter	Artículo Punto Doce	Segundo.	Artículo 97.1 n) 3º TRLGDCU
Nuevo artículo 6.1 l) quater	Artículo Punto Doce	Segundo.	Artículo 97.1 ñ) TRLGDCU
Nuevo artículo 6.1 u)	Artículo Punto Doce	Segundo.	Artículo 97.1 w) TRLGDCU
Nuevo artículo 6.1 v)	Artículo Punto Doce	Segundo.	Artículo 97.1 x) TRLGDCU
Modificación del artículo 8.2	Artículo Punto Trece	Segundo.	Artículo 98. 2 TRLGDCU
Nuevo artículo 22 bis			
Artículo 22 bis 1	Artículo Punto Dos Artículo Punto Diez	Segundo.  Segundo.	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	
<b>Artículo 3. Información por parte de la Comisión y revisión</b>	No requiere transposición	
<b>Artículo 4 Transposición</b>		
Artículo 4.1	Disposición Final séptima	
Artículo 4.2	No requiere transposición	
<b>Artículo 5. Entrada en vigor</b>	No requiere transposición	
<b>Artículo 6 Destinatarios</b>	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.**



<b>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</b>	<b>Ley de Consumo Sostenible</b>	<b>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)</b>
<b>Artículo 1. Objeto, objetivo y ámbito de aplicación</b>		
Artículo 1.1	No requiere transposición	
Artículo 1.2	No requiere transposición	
Artículo 3	Artículo Segundo. Punto Diecisiete.	Artículo 127 bis.2 TRLGDCU
Artículo.4	No requiere transposición	
<b>Artículo 2. Definiciones</b>		
Artículo 2.1		Artículo 3 TRLGDCU
Artículo 2.2	Artículo Segundo. Punto Diez.	Artículo 59 bis.1 x) TRLGDCU
Artículo 2.3	Artículo Segundo. Punto Diez.	Artículo 59 bis.1 w) TRLGDCU
Artículo 2.4		Artículo 4 TRLGDCU
Artículo 2.5	Artículo Segundo. Punto Diez.	Artículo 59 bis.1 ñ) TRLGDCU
Artículo 2.6	Artículo Segundo. Punto Diez.	Artículo 59 bis.1 y) TRLGDCU
Artículo 2.7	Artículo Segundo. Punto Diez.	Artículo 59 bis.1 r) TRLGDCU
Artículo 2.8	Artículo Segundo. Punto Diez.	Artículo 59 bis.1 k) TRLGDCU
Artículo 2.9		Artículo 6 TRLGDCU Artículo 59 bis.2 TRLGDCU
Artículo 2.10	Artículo Segundo. Punto Diez.	Artículo 59 bis. 1 v) TRLGDCU
Artículo 2.11	Artículo Segundo. Punto Diez.	Artículo 59 bis.1 z) TRLGDCU
Artículo 2.12		Artículo 59 bis.1 ac) TRLGDCU
<b>Artículo 3. Armonización</b>	No requiere transposición	
<b>Artículo 4. Formulario Europeo de información sobre la reparación</b>		Artículo 127 ter TRLGDCU



Artículo 4.1	Artículo Segundo. Punto Dieciocho	Artículo 127 ter.1 TRLGDCU
Artículo 4.2	Artículo Segundo. Punto Dieciocho	Artículo 127 ter.1 TRLGDCU
Artículo 4.3	Artículo Segundo. Punto Dieciocho	Artículo 127 ter.2 TRLGDCU
Artículo 4.4	Artículo Segundo. Punto Dieciocho	Artículo 127 ter 1 y Anexo IV TRLGDCU
Artículo 4.5	Artículo Segundo. Punto Dieciocho	Artículo 127 ter.3 TRLGDCU
Artículo 4.6	Artículo Segundo. Punto Dieciocho	Artículo 127 ter.4 TRLGDCU
<b>Artículo 5. Obligación de reparación</b>		
Artículo 5.1	Artículo Segundo. Punto Diecisiete	Artículo 127 bis. 2 TRLGDCU
Artículo 5.2	Artículo Segundo. Punto Diecisiete	Artículo 127 bis. 3 TRLGDCU
Artículo 5.3	Artículo Segundo. Punto Diecisiete	Artículo 127 bis. 4 TRLGDCU
Artículo 5.4	Artículo Segundo. Punto Diecisiete	Artículo 127 bis. 5 TRLGDCU
Artículo 5.5	Artículo Segundo. Punto Diecisiete	Artículo 127 bis. 5 TRLGDCU
Artículo 5.6	Artículo Segundo. Punto Diecisiete	Artículo 127 bis. 6 TRLGDCU
Artículo 5.7	Artículo Segundo. Punto Diecisiete	Artículo 127 bis. 2 TRLGDCU
Artículo 5.8	Artículo Segundo. Punto Diecisiete	Artículo 127 bis. 7 TRLGDCU
Artículo 5.9	Mandato a la Comisión No requiere transposición	
<b>Artículo 6. Información sobre la obligación de reparación</b>		
Artículo 6	Artículo Segundo. Punto Diecisiete	Artículo 127 bis. 8 TRLGDCU
<b>Artículo 7. Plataforma europea en línea sobre reparaciones</b>		
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 5	
<b>Artículo 8. Grupo de expertos</b>	Mandato a la Comisión No requiere transposición	
<b>Artículo 9. Puntos de contacto nacionales</b>		
Artículo 9.1	Disposición Adicional única. Punto 3	
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 4	
<b>Artículo 10. Medidas destinadas a las microempresas y pequeñas y medianas empresas</b>	Mandato a la Comisión No requiere transposición	
<b>Artículo 11. Garantía del cumplimiento</b>		
Artículo 11.1	Artículo Tercero	
Artículo 11.2		Artículo 37 c) TRLGDCU Artículo 11 Ley de Enjuiciamiento Civil
<b>Artículo 12. Información al consumidor</b>	Disposición Adicional única. Punto 5	
<b>Artículo 13. Medidas de los Estados miembros de la promoción de la reparación</b>		
Artículo 13.1	Artículo Tercero	
Artículo 13.2	No requiere transposición.	
<b>Artículo 14. Carácter imperativo</b>		



Artículo 14.1		Artículo 86.7 TRLGDCU
Artículo 14.2	No requiere transposición	
<b>Artículo 15. Sanciones</b>		Artículos 47.1 e); 48.2 b) y 49.1 b) TRLGDCU
<b>Artículo 16. Modificación de la Directiva (UE) 2019/771</b>		
Modificación artículo 7.1 d)	Artículo Segundo. Punto Catorce	Artículo 115 ter. 1 d) TRLGDCU
Nuevo artículo 10.2 bis	Artículo Segundo. Punto Dieciséis	Artículo 120.1 TRLGDCU
Modificación artículo 10.3	No requiere transposición	
Nuevo artículo 10.5 bis	No requiere transposición	
Nuevo artículo 13.2 bis	Artículo Segundo. Punto Quince	Artículo 118.1 TRLGDCU
Modificación artículo 14.1	Artículo Segundo. Punto Quince	Artículo 118.4 d) y e) TRLGDCU
<b>Artículo 17. Modificación de la Directiva (UE) 2020/1828</b>	No requiere transposición	
<b>Artículo 18. Modificación del Reglamento (UE) 2027/2394</b>	No requiere transposición	
<b>Artículo 19. Información por parte de la Comisión y revisión</b>	Mandato a la Comisión. No requiere transposición.	
<b>Artículo 20. Ejercicio de la Delegación</b>	No requiere transposición	
<b>Artículo 21. Disposiciones transitorias</b>	Disposición final séptima	
<b>Artículo 22. Transposición.</b>	Disposición final séptima	
<b>Artículo 23. Entrada en vigor.</b>	No requiere transposición.	
<b>Artículo 24. Destinatarios.</b>	No requiere transposición.	
<b>Anexo I Formulario Europeo de Información sobre la reparación</b>	Artículo Segundo. Punto Diecinueve	Anexo IV TRLGDCU
<b>Anexo II Lista de actos jurídicos de la Unión que establecen requisitos de reparabilidad</b>	Artículo Segundo. Punto Diecisiete	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 el portal web 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) Los puntos uno, dos y tres del artículo primero y los puntos dos; tres, en lo referente al artículo 20 apartado 5; diez, en lo referente al artículo 59 bis apartado 1 letras a), b), n), q) y u) y artículo 59 bis apartado 3); once, doce y trece; del artículo segundo, que entrarán en vigor el 27 de septiembre de 2026.
- b) Los puntos diez, en lo referente al artículo 59 bis apartado 1 letras k), ñ), r), v), w), x), y) y z); catorce; quince; dieciséis; diecisiete; dieciocho y diecinueve del artículo segundo, que entrarán en vigor el 31 de julio de 2026.
- c) Las modificaciones establecidas en el artículo segundo, puntos catorce, quince y dieciséis no se aplicarán a los contratos celebrados antes del 31 de julio de 2026.
- d) El artículo tercero, que entrará en vigor a los tres meses de la puesta en marcha de la sección española de la Plataforma europea en línea sobre reparaciones.

## **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 Anteproyecto de Ley se llevó 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, entre los días 4 de julio y 31 de agosto de 2025.

En el trámite de audiencia e información pública participaron particulares, asociaciones de consumidores, organizaciones no gubernamentales, empresas y organizaciones empresariales, habiéndose recibido en total 249 escritos de observaciones.

#### **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 el Reto Demográfico.
- Ministerio de Política Territorial y Memoria Democrática.
- Ministerio de Hacienda.
- Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible.
- Ministerio de Industria y Turismo.
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- Ministerio de la Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes.
- Ministerio de Cultura.
- Agencia Española de Protección de Datos.
- 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
- Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP).
- 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 coexistir 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 bienes 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 bienes 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 bienes 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 bienes 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 bienes 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 de 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 bien 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 bienes 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 CO<sub>2</sub> 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 bienes 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 tercero 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 bienes. 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 bienes, independientemente de que la fuente de financiación fuese pública o privada, se haya llevado a cabo un incremento significativo de los precios de los bienes 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 bienes nuevos. Esto se debe a que el coste unitario del bono representa una fracción mínima del precio final del bien y se diluye en grandes volúmenes de producción. Además, la existencia del bono introduce una presión competitiva a la baja, ya que los bienes nuevos deben seguir siendo económicamente atractivos frente a la alternativa reparada.

Por otro lado, no existe evidencia de un desplazamiento de la oferta de bienes 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 bienes 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 bienes cuya reparación pueda resultar más sofisticada.

- Armonización de estándares de calidad

Al prever que los reparadores cumplan con una serie de condiciones específicas para que los reparadores puedan acceder a la sección española de la Plataforma, a fin de proporcionar una protección adecuada de los derechos de las personas consumidoras que acudan a la Plataforma. 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, de 10 de enero, de Competencia Desleal, 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.

El aviso armonizado queda definido como la información precontractual facilitada a los consumidores y usuarios, sobre los principales elementos de la garantía legal de conformidad ajustándose al diseño y contenido establecidos en el anexo I del Reglamento de Ejecución (UE) 2025/1960 de la Comisión, de 25 de septiembre de 2025, sobre el diseño y el contenido del aviso armonizado sobre la garantía legal de conformidad y de la etiqueta armonizada para la garantía comercial de durabilidad.

Mientras que la etiqueta armonizada se define como aquella que proporciona 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, ajustándose al diseño y contenido establecidos en el anexo II del Reglamento de Ejecución (UE) 2025/1960 de la Comisión, de 25 de septiembre de 2025, sobre el diseño y el contenido del aviso armonizado sobre la



garantía legal de conformidad y de la etiqueta armonizada para la garantía comercial de durabilidad.

Respecto a la etiqueta armonizada, 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:  $\sim 200$  marcas  $\times$   $\sim 50$  productos cada una = 10.000 líneas
- Smartphones y electrónica:  $\sim 100$  marcas  $\times$   $\sim 20$ -100 modelos activos =  $\sim 5.000$  líneas
- Automóviles:  $\sim 40$  marcas  $\times$   $\sim 20$  modelos  $\times$  variantes =  $\sim 1.000$  líneas
- Bricolaje y jardín: taladros, sierras, herramientas =  $\sim 20.000$  líneas
- Juguetes:  $\sim 10.000$  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.

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

Por su parte, el cálculo del coste del aviso armonizado debe realizarse atendiendo al número total de locales activos de las empresas del comercio minorista, ya que cada



establecimiento deberá poner a disposición de los consumidores de manera destacada el aviso armonizado, mediante el cual se informará de los principales elementos de la garantía legal de conformidad.

Teniendo en cuenta que las estimaciones del número de locales activos de las empresas del comercio minorista que hay España en 2023 son de 543.658 locales, ésta será la población tenida en cuenta, la cual nos permite estimar el coste.

- Tipo de carga: 8.- Aportación de datos
- Coste unitario: 2,00 euros.
- Frecuencia: anual (1)
- Población<sup>2</sup>: 543.658
- Coste anual en euros: 1.087.316 euros

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

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 bienes 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

---

<sup>2</sup> Según datos del cuaderno de indicadores de comercio interior, publicado por el Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.



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

5.2.3.5. Información de carácter cuantitativo o estadístico que permita al consumidor o usuario valorar la frecuencia, impacto relativo o proporción de un riesgo.

El apartado tercero del artículo primero modifica el artículo 27.2 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal. En virtud de esta modificación, cuando en las comunicaciones comerciales se utilicen afirmaciones que 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.

En el ámbito de la publicidad, a partir de datos incluidos en la base de datos de Infoadex, en 2024 se emitieron 5.966 creatividades bajo los epígrafes “alarmas”, “seguridad”, “antirrobo”, “líneas sistemas de seguridad”, “otros sistemas de seguridad” y “seguros del hogar”. Se puede entender que el total de estas creatividades, al tener como finalidad la persuasión comercial tendente a la adquisición de productos o servicios que eviten riesgos o peligros, entrarían dentro del ámbito de aplicación de la modificación.

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

- Tipo de carga: 19.- Obligación de comunicar o publicar alguna información
- Coste unitario: 100,00 euros



- Frecuencia: anual (1)
- Población: 5.966
- Coste anual en euros: 596.600 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 comunicaciones comerciales sobre riesgos o peligros	Primero. Tres.	19	100 €	1	5.966	596.600
Información servicio de comparación de bienes	Segundo. Tres.	17	100 €	1	8	800
Información precontractual – Aviso armonizado	Segundo. Seis y Siete	8	2 €	1	543.658	1.087.316
Información precontractual – Etiqueta armonizada	Segundo. Seis y Siete	8	2 €	1	22.500	45.000
Información obligados a reparar	Tercero	19	100	1	42.880	4.288.000
<b>Total</b>						<b>9.392.716 €</b>

#### **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. 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.

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, detallando su diseño y contenido preciso en los anexos I y II del Reglamento de Ejecución (UE) 2025/1960 de la Comisión, de 25 de septiembre de 2025, sobre el diseño y el contenido del aviso armonizado sobre la garantía legal de conformidad y de la etiqueta armonizada para la garantía comercial de durabilidad.

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 bienes más duraderos, así como a fomentar su reparación en lugar de sustitución y luchar contra la obsolescencia temprana de los bienes 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 bienes, en coherencia con el avance hacia una economía circular, contribuye al mantenimiento del valor de los bienes, 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 bienes. A su vez, dado que buena parte de los impactos ambientales asociados al consumo suceden en las fases de fabricación y vertido de los bienes consumidos, especialmente en el caso de los productos que utilizan en energía, el incremento de la vida útil de los bienes contribuirá a menores impactos ambientales.

Por todo lo anterior se estima que la norma tendrá un 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)