

ANTEPROYECTO DE LEY DE CONSUMO SOSTENIBLE

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I

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

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

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

generan incentivos económicos para que las personas consumidoras, dentro de su libertad de elección, opten por la reparación en lugar de por la sustitución de bienes.

De forma complementaria, la Directiva (UE) 2024/825 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de febrero de 2024, por la que se modifican las Directivas 2005/29/CE y 2011/83/UE en lo que respecta al empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica mediante una mejor protección contra las prácticas desleales y mediante una mejor información (en adelante, Directiva (UE) 2024/825, de 28 de febrero de 2024), refuerza la protección e información de los consumidores. Esta norma introduce medidas dirigidas a empoderar a las personas consumidoras en la transición ecológica, garantizando una información objetiva, veraz y suficiente sobre las características medioambientales de los bienes y servicios que les permita tomar decisiones fundamentadas, abordando la obsolescencia programada temprana, en especial de los contenidos digitales. Para ello, tipifica como prácticas comerciales desleales determinadas prácticas relacionadas con este ámbito, como aquellas que induzcan a error a las personas consumidoras sobre las características medioambientales de los bienes y servicios y las que oculten o proporcionen información engañosa relacionada con la actualización de contenido digital. Asimismo, establece mecanismos para garantizar la verificabilidad de las declaraciones ambientales y para sancionar de manera efectiva las conductas que vulneren los derechos de las personas consumidoras.

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

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

Por otro lado, y relacionado con la sostenibilidad, se aborda prohibición de la publicidad de combustibles fósiles. La publicidad de combustibles fósiles tiene como objetivo que las personas consumidoras adquieran productos o servicios basados en combustibles fósiles, como son el carbón, el petróleo o el gas, lo

cual contribuye a aumentar las emisiones de gases de efecto invernadero y la contaminación del aire. En consecuencia, estas opciones de consumo tienen un efecto perjudicial tanto en la salud de las personas como en la transición hacia una economía sostenible en términos ambientales. Este tipo de publicidad es, por tanto, contraproducente en el contexto actual de transición ecológica, de la cual la transición energética es una de las principales áreas de transformación.

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

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

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

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

Adicionalmente, y en aras de fomentar un consumo consciente y sostenible, se reintroduce en la normativa la prohibición de la conocida como la publicidad del miedo basada en datos engañosos o que puedan generar una percepción errónea sobre el peligro o riesgo sobre la persona consumidora; prohibición que ya se encuentra recogida en el Código de Publicidad y de Comunicaciones de Marketing de la Cámara de Comercio Internacional. La regulación exhaustiva de esta publicidad es esencial para proteger a las personas consumidoras de mensajes manipuladores que explotan emociones como la ansiedad y el temor. Este tipo de publicidad, comúnmente utilizada por

empresas de seguridad, basa su efectividad en presentar escenarios extremos o improbables, como robos violentos o vulnerabilidades catastróficas, con el propósito de generar una sensación de urgencia o vulnerabilidad en las personas. Tal estrategia, aunque efectiva para captar la atención, puede llevar a decisiones precipitadas, desinformadas o basadas en el pánico, afectando a la libertad de elección y el bienestar psicológico de las personas consumidoras. En un entorno publicitario responsable, la promoción de servicios debe centrarse en ofrecer información objetiva, destacando beneficios reales sin apelar a tácticas de manipulación emocional. Es por ello por lo que este tipo de comunicaciones comerciales deberán ir acompañadas de información cuantitativa o estadística que permita a las personas consumidoras hacer una valoración real del riesgo.

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

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

reventa, incorporado en nuestra normativa a través del artículo 27.6 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.

Asimismo, se regula la utilización de sistemas de precios basados en picos de demanda que pueden traducirse durante una situación de emergencia en aumentos desproporcionados y socialmente injustificados del precio. Estos aumentos no solo agravan la posición de necesidad de las personas consumidoras y usuarias, sino que pueden generar efectos de exclusión del acceso a servicios esenciales, como el transporte, afectando a derechos y expectativas básicas protegidos por el ordenamiento jurídico. La fijación de precios por encima de los niveles existentes inmediatamente antes de la emergencia, en ausencia de un incremento real de los costes incurridos, carece de justificación objetiva y genera una situación de vulnerabilidad adicional a la derivada de la emergencia.

Frente a esta problemática, resulta imprescindible introducir una limitación temporal de los precios máximos aplicables durante la vigencia de una situación de emergencia que altere de forma significativa las condiciones de oferta y demanda de un mercado concreto, a fin de proteger la equidad, la transparencia y la confianza de la ciudadanía en el mercado. Dicha limitación consiste en fijar como precio máximo el aplicable con carácter inmediatamente previo al inicio de la situación de emergencia, con sujeción a un criterio objetivo y verificable, evitando así que la discrecionalidad de los sistemas automatizados de fijación de precios derive en incrementos susceptibles de perjudicar gravemente a las personas consumidoras y usuarias en un momento de especial fragilidad.

Por otro lado, esta norma constituye un paso fundamental hacia la construcción de un futuro más sostenible y solidario, alejado de modelos productivos y comerciales basados en el consumo acelerado de bienes de baja durabilidad, en beneficio de las generaciones presentes y futuras.

El consumo acelerado es un modelo de producción y consumo -desde el diseño del bien hasta la entrega al consumidor- basado en la producción, distribución y entrega apresurada, constante y masiva de bienes de baja calidad y escasa durabilidad, caracterizado por la desconexión del consumidor con el ciclo de vida del bien y sus impactos ambientales y sociales.

Es crucial promover modelos de consumo más conscientes y sostenibles, para paliar el gran impacto ambiental y social del consumo acelerado.

Por último, se acometen una serie de modificaciones en el régimen sancionador de consumo para aportar mayor seguridad jurídica y garantías.

En consecuencia, mediante la presente Ley de Consumo Sostenible, el ordenamiento jurídico español no solo se adapta a las exigencias de la Directiva (UE) 2024/1799 y la Directiva (UE) 2024/825, si no que consolida un marco normativo avanzado, comprometido con la sostenibilidad, la equidad y la protección de los consumidores.

II

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

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

En virtud de este artículo se transpone el primer artículo de la Directiva (UE) 2024/825, de 28 de febrero de 2024, por el que se modifica la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 11 de mayo de 2005 relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, que modifica la Directiva 84/450/CEE del Consejo, las Directivas 97/7/CE, 98/27/CE y 2002/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y el Reglamento (CE) no 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo (“Directiva sobre prácticas comerciales desleales”). Esta Directiva se transpuso a nuestro ordenamiento interno mediante la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, ley en la que han encontrado acomodo las diferentes modificaciones que se han ido sucediendo de la Directiva de prácticas comerciales desleales.

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

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

Así las modificaciones que se introducen en la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, persiguen hacer frente a las prácticas comerciales desleales que inducen a error a las personas consumidoras y les impiden tomar decisiones informadas sobre un consumo sostenible. Con este fin, se ha ampliado la lista de las conductas que se consideran prácticas comerciales desleales, en especial las referidas a los actos de engaño, a las prácticas engañosas sobre códigos de conducta u otros distintivos de calidad y a la lista de prácticas engañosas que lo son por sí mismas. Entre las nuevas prácticas

comerciales desleales se encuentran prácticas asociadas a la obsolescencia programada temprana de los bienes, las afirmaciones medioambientales engañosas («ecoimpostura»), la información engañosa sobre las características sociales de los productos o las empresas de los comerciantes, incluyendo el lavado social con alegaciones engañosas, como puedan ser las referidas a las condiciones laborales, la igualdad de género o la ausencia de trabajo infantil, prácticas comerciales desleales relativas a la información sobre el bienestar animal o los distintivos de sostenibilidad poco transparentes y creíbles. De esta manera, se fomentará la competencia orientada hacia productos más sostenibles desde el punto de vista medioambiental.

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

Asimismo, en relación con la indicación del precio, aun cuando no sea posible determinarlo con antelación en la oferta comercial por utilizarse sistemas de precios dinámicos, las personas consumidoras deben poder conocer los límites máximos y mínimos que se utilizaran por estos sistemas, por lo que también se modifica la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal a tal efecto.

También se modifica 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.

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

Esta norma compila la normativa de protección de los derechos de las personas consumidoras, estableciendo su régimen jurídico en el ámbito de las competencias del Estado.

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

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

Estas Directivas responden a la necesidad de mejorar el funcionamiento del mercado interior, potenciando un elevado nivel protección de las personas consumidoras, así como la circularidad dentro de la economía y la protección del medioambiente para avanzar en la transición ecológica.

El contenido armonizado tiene como destacada expresión la etiqueta y el aviso armonizados. La etiqueta armonizada informa a las personas consumidoras sobre la existencia, en su caso, de la garantía comercial de durabilidad de un bien, cuando esta cubra a la totalidad del bien, no tenga costes adicionales, tenga una duración superior a dos años y esta información haya sido comunicada por el productor al empresario, así como recuerda la existencia de su garantía legal de conformidad. Mientras que el aviso armonizado proporciona un recordatorio general sobre la garantía legal de conformidad aplicable a todos los bienes de acuerdo con el régimen recogido en el título IV del libro segundo del texto refundido de la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios. El diseño y el contenido de la etiqueta y aviso armonizados se establecen 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 este contexto de armonización del derecho europeo que contribuye a potenciar la seguridad jurídica del mercado de la Unión Europea, destacan las figuras del formulario europeo de información sobre la reparación y la plataforma europea en línea sobre reparaciones, regulada en la disposición adicional primera de este texto (en adelante, plataforma europea en línea). Ambas figuras persiguen proporcionar a las personas consumidoras información relevante sobre los servicios de reparación. Así, los reparadores pueden, de forma voluntaria, utilizar el formulario europeo de información gratuito sobre la reparación donde figure la naturaleza del defecto, el precio y el plazo para llevar a cabo esa reparación, permitiendo a las personas consumidoras valorar y comparar los diferentes servicios de reparación. Esto,

adicionalmente, otorgará seguridad jurídica a ambos lados de la relación contractual, ya que los reparadores que cumplimenten correctamente el formulario se entenderá que cumplen con sus deberes de información precontractual sobre los servicios de reparación e infundirá a las personas consumidoras confianza en los servicios de reparación.

Persiguiendo incrementar la durabilidad de los bienes, se favorece la opción de reparar sobre la opción de sustituir bienes en aquellos supuestos de falta de conformidad y se completa esta medida con la obligación de reparación impuesta a los fabricantes respecto de los bienes para los que los actos jurídicos de la Unión enumerados en el anexo II de la Directiva (UE) 2024/1799 establezcan requisitos de reparabilidad, lo que viene a complementar el régimen de servicios de posventa ya existente en nuestra legislación.

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

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

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

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

La práctica conocida como reduflación, entendida como la práctica empresarial consistente en reducir la cantidad de producto manteniendo el mismo precio, puede inducir a error a las personas consumidoras, quienes creen estar adquiriendo la misma cantidad de un producto que venían adquiriendo con

anterioridad por el mismo valor. Esta estrategia, aunque legal en muchos contextos, afecta la transparencia en las relaciones de consumo y debilita el principio de información veraz y clara. Por ello, es necesario regular de forma específica la información que debe facilitarse en estos casos, garantizando que las personas consumidoras sean conscientes de los cambios en el contenido de los productos y puedan tomar decisiones de compra informadas y conscientes. Una regulación adecuada en este ámbito no solo protege a las personas consumidoras frente a posibles prácticas engañosas, sino que también fomenta una competencia más leal entre las empresas.

Para garantizar la aplicación efectiva de esta medida, el fabricante deberá informar a los distribuidores minoristas de las potenciales modificaciones cuantitativas que pueda realizar en el contenido de sus productos, con la suficiente antelación para que estos puedan informar de forma adecuada a los consumidores finales si dichas modificaciones suponen un aumento del precio por unidad de medida.

El Ministerio con competencias en materia de consumo podrá regular mediante orden ministerial el formato en el que esta información debe suministrarse al consumidor final.

La norma también modifica el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios con el objetivo de incorporar un límite máximo de precios en situaciones de emergencia de carácter extraordinario, reforzando así la protección de los legítimos intereses económicos de las personas consumidoras y usuarias y prohibiendo expresamente prácticas que puedan revestir carácter abusivo en contextos de emergencia. Esta modificación se alinea con los principios y técnicas normativas observados en reales decretos-ley que han incorporado medidas temporales de protección social y económica, con criterios claros y proporcionales destinados a preservar el interés general sin alterar de forma permanente los mecanismos ordinarios de formación de precios.

A efectos de la determinación del precio máximo aplicable durante la vigencia de una situación de emergencia, la norma establece como referencia el precio medio efectivamente aplicado durante los treinta días naturales inmediatamente anteriores a la fecha de inicio de dicha situación. Este periodo de referencia resulta adecuado y proporcionado, en la medida en que permite reflejar de forma fiel el precio ordinario del bien o servicio en condiciones normales de mercado, evitando tanto la toma en consideración de valores puntuales o anómalos como posibles prácticas de elevación artificial de precios en momentos inmediatamente previos a la situación de emergencia, en caso de poder preverse. Asimismo, la utilización de un periodo de treinta días se alinea con el criterio objetivo y consolidado recogido en el artículo 20 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, relativo a la determinación del precio anterior en supuestos de reducción de precios, reforzando así la coherencia del ordenamiento jurídico y la seguridad jurídica tanto para las personas consumidoras y usuarias como para los operadores

económicos. De igual modo, se prevé que, para servicios con altos índices de estacionalidad, se usen como referencia los precios medios aplicados en el año anterior, actualizados de acuerdo con el Índice de Precios al Consumo.

La limitación de los incrementos de precios debe mantenerse vigente durante todo el tiempo en que persistan las condiciones de demanda anómala directamente vinculadas a la situación de emergencia, en tanto que es dicha alteración extraordinaria del mercado —y no únicamente el momento inicial de la situación de emergencia— la que genera el riesgo de incrementos desproporcionados y socialmente injustificados de los precios.

De igual modo, resulta necesario para garantizar la aplicabilidad de la norma aumentar la transparencia por parte de los operadores cuando utilicen, para la conformación del precio, un sistema de precios dinámicos. En estas situaciones, resulta esencial que, tanto las autoridades, como las personas consumidoras, puedan conocer, de antemano, los precios mínimos y máximos que un bien o servicio, cuyo precio se ha conformado siguiendo un sistema de precios dinámicos, puede llegar a tener.

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 equipará 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.

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

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

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

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

Esta Ley de Consumo Sostenible cierra con dos disposiciones adicionales, una disposición derogatoria única y siete disposiciones finales que cierran el contenido de la ley regulando cuestiones distintas, aunque conectadas con esta.

La disposición adicional primera aborda la plataforma europea en línea sobre reparación que constituye un instrumento útil para acercar los servicios de reparación a todas las personas consumidoras sin menoscabo de su localización geográfica, ya que incluirá herramientas para geolocalizar reparadores en cada Estado miembro. En su incorporación a la normativa

española, se ha optado por contar con una sección nacional en la interfaz común de la plataforma europea en línea en la que se acogerá no solo a reparadores, sino también a vendedores de bienes reacondicionados, compradores de bienes defectuosos para su reacondicionamiento e iniciativas de reparación participativas como los “repair café”, iniciativas que cada vez surgen con mayor profusión contribuyendo a alargar la vida útil de los bienes y favoreciendo que se generen menos residuos de naturaleza electrónica.

Para garantizar la solvencia técnica de los reparadores inscritos en la sección española de la plataforma europea en línea y una protección efectiva de los derechos de las personas consumidoras, se prevé que mediante orden ministerial se establezcan condiciones específicas proporcionales para que los reparadores puedan acceder a esta sección en dicha plataforma.

Por su parte, la disposición adicional segunda busca garantizar la aplicabilidad de todas las medidas recogidas en esta ley que puedan afectar a la libertad de precios en el transporte aéreo respecto del Derecho de la Unión Europea, previendo su aplicación al sector del transporte aéreo tras aval expreso de la Comisión Europea.

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

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

Adicionalmente, se prevé que resultará ilícita la publicidad que genere discriminación vinculada con la edad con el fin de evitar que se fomente una percepción negativa de las personas mayores. Ello estaría alineado con la definición recogida por la Organización Mundial de la Salud sobre el “edadismo” como fenómeno social referido a los estereotipos negativos (prejuicios) que influyen en nuestra percepción, nuestras actitudes (valores y sentimientos) y nuestros comportamientos hacia otras personas en función de su edad.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

En lo que se refiere al principio de transparencia, con carácter previo a la elaboración de esta norma, se sustanció consulta pública en cumplimiento del artículo 26.2 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno. Durante el proceso de elaboración del anteproyecto de ley, éste se sometió al trámite de audiencia e información pública mediante su publicación, así como la de la 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 por toda la ciudadanía. De la misma manera se han recabado los informes preceptivos previstos en el artículo 26.5 y dictamen del Consejo de Estado según las previsiones de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno.

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

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

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

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

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

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

* * * * *

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

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

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

«Artículo 5. Actos de engaño.

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

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

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

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

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

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

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

f) La necesidad de un servicio o de una pieza, sustitución o reparación.

g) La naturaleza, las características y los derechos del empresario o profesional o su agente, tales como su identidad y su solvencia, sus cualificaciones, su situación, su aprobación, su afiliación o sus conexiones y sus derechos de propiedad industrial, comercial o intelectual, o los premios y distinciones que haya recibido.

h) Los derechos legales o convencionales del consumidor o los riesgos que éste pueda correr.

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

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

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

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

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

6. Se reputa engañosa la promoción de productos o servicios realizada por creadores de contenidos en plataformas y redes sociales sin identificación expresa de su carácter comercial.

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

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

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

a) Que el empresario o profesional está adherido a un código de conducta.

b) Que un código de conducta ha recibido el refrendo de un organismo público o cualquier otro tipo de acreditación.

c) Que un empresario o profesional, sus prácticas comerciales, o un bien o servicio ha sido aprobado, aceptado o autorizado por un organismo público o privado, o hacer esa afirmación sin cumplir las condiciones de la aprobación, aceptación o autorización.

2. Son igualmente prácticas comerciales desleales por engañosas:

a) La exhibición de un sello de confianza o de calidad o de un distintivo equivalente, sin haber obtenido la necesaria autorización.

b) La exhibición de un distintivo de sostenibilidad que no esté basado en un sistema de certificación o no haya sido establecido por las administraciones públicas.

A los efectos de esta norma, se considera distintivo de sostenibilidad toda marca de confianza, marca de calidad o equivalente, de naturaleza pública o privada que, con carácter voluntario, tenga por objeto diferenciar y promocionar un producto, un proceso o una empresa mediante una referencia a sus características medioambientales o sociales, o a ambas, excluido cualquier distintivo obligatorio que exija la legislación vigente. Se habilita al Ministerio con competencias en Consumo para desarrollar reglamentariamente los procedimientos para documentar, justificar y comunicar las alegaciones medioambientales y los distintivos de sostenibilidad.

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

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

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

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

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

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

«Artículo 27. Otras prácticas engañosas.

Igualmente se consideran desleales por engañosas las prácticas que:

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

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

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

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

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

5. Afirman de forma fraudulenta o creen la impresión falsa de que un empresario o profesional no actúa en el marco de su actividad

empresarial o profesional, o presentarse de forma fraudulenta como un consumidor o usuario.

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

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

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

9. Se dirijan a las personas consumidoras de forma individualizada, habiéndose personalizado sobre la base de una toma de decisiones automatizada, sin informar sobre los parámetros utilizados para tal personalización o sobre las fuentes de datos utilizadas en los casos de ofertas relativas a contratos por productos o servicios del sector financiero.

10. Consistan en la utilización de un sistema de precios dinámicos para la comercialización de bienes o servicios que se entreguen o presten en una fecha concreta sin informar previamente al consumidor de la utilización de dicho sistema para el mismo producto en la misma fecha, así como del precio mínimo y máximo al que se va a ofertar y su evolución completa en el tiempo desde el inicio de la comercialización hasta la fecha de entrega o prestación.

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

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

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

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

b) Realicen una afirmación medioambiental sobre la totalidad del bien o servicio, o sobre toda la empresa, cuando solo se refiera a un determinado aspecto del bien o servicio o a una actividad específica de la empresa.-

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

d) Realicen afirmaciones sobre el bienestar animal que pudieran generar en los consumidores expectativas superiores al beneficio generado en los productos comercializados. Igualmente, se considerarán desleales por engañosas las prácticas que consistan en el empleo de 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.

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

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

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

Por su parte, a los efectos de esta norma, se entenderá por funcionalidad, la cualidad así prevista en la letra o) del apartado 1 del artículo 59.bis del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

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

h) Afirman falsamente que, en condiciones normales de uso, un bien tiene una durabilidad determinada en términos de tiempo o intensidad de uso, o presenten un bien como no susceptible de reutilización o no apto para la segunda mano sin ser cierto.

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

j) Induzcan a los consumidores a creer que sus bienes no pueden repararse debido a una reparación o inspección previas por parte de un reparador independiente o un usuario final, o a falsas afirmaciones de que dicha reparación o inspección genera riesgos relacionados con la seguridad, lo que les induce a error.

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

A los efectos de esta norma, se considerará elemento fungible todo componente de un bien que se agote repetidamente y que deba sustituirse, rellenarse o reponerse para que el bien funcione según lo previsto.

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

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

Cuatro. Se modifica el artículo 32, apartado 1, que queda redactado de la siguiente forma:

«Artículo 32. Acciones.

1. Contra los actos de competencia desleal, incluida la publicidad ilícita, podrán ejercitarse las siguientes acciones:

1.^a Acción declarativa de deslealtad.

2.^a Acción de cesación de la conducta desleal o de prohibición de su reiteración futura. Asimismo, podrá ejercerse la acción de prohibición, si la conducta todavía no se ha puesto en práctica.

3.^a Acción de remoción de los efectos producidos por la conducta desleal.

4.^a Acción de rectificación de las informaciones engañosas, incorrectas o falsas.

5.^a Acción de resarcimiento de los daños y perjuicios ocasionados por la conducta desleal sufridos por el consumidor y, cuando proceda, una reducción del precio o resolución del contrato.

6.^a Acción de enriquecimiento injusto, que sólo procederá cuando la conducta desleal lesione una posición jurídica amparada por un derecho de exclusiva u otra de análogo contenido económico.

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

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

Uno. Se añade una letra g) al artículo 8, apartado 1, con la siguiente redacción:

g) El acceso a un consumo sostenible, entendido como el derecho a que los bienes y servicios se ofrezcan de manera que fomenten, la economía circular, la eficiencia en el uso de recursos, la reducción del impacto ambiental y la durabilidad, reparabilidad y reutilización de los productos, así como la información vinculada al mismo.»

Dos. Se modifica el artículo 17, apartado 1, que queda redactado de la siguiente forma:

«Artículo 17. Información, formación y educación de los consumidores y usuarios

1. Los poderes públicos, en el ámbito de sus respectivas competencias, fomentarán la formación y educación de los consumidores y usuarios, asegurarán que estos dispongan de la información precisa para el eficaz ejercicio de sus derechos y velarán para que se les preste la información comprensible sobre el adecuado uso y consumo de los bienes y servicios puestos a su disposición en el mercado, así como la huella ecológica de los diferentes productos y servicios.»

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

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

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

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

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

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

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

c) El precio final completo, incluidos los impuestos, desglosando, en su caso, el importe de los incrementos o descuentos que sean de aplicación a la oferta y los gastos adicionales, incluidos los potenciales gastos de gestión, que se repercutan al consumidor o usuario.

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

El comerciante facilitará de forma clara y comprensible información sobre el precio cuando este haya sido configurado a partir de un sistema

de precios dinámicos o precios personalizados, sobre la base de una toma de decisiones automatizada.

En todo caso, queda prohibido repercutir al consumidor gastos de gestión o administrativos, cuando tales gastos correspondan con costes que la empresa debe asumir y no supongan un servicio adicional al consumidor.

En todo caso, el precio final ofertado deberá respetar la normativa reguladora de precios que resulte de aplicación, en su caso, con referencia expresa a dicha normativa y los parámetros utilizados para la fijación del precio final conforme a la misma.

En el supuesto de reventa de contratos de provisión de bienes o prestación de servicios a consumidores o usuarios finales, el precio final será, como máximo, el mismo precio al que se adquirió el contrato, sin poderse incrementar el precio por ningún otro tipo de cargo.

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

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

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

g) Cuando se ponga a la venta un producto de consumo preenvasado con una cantidad nominal constante, o varias unidades de producto de forma empaquetada con unidades de producto constantes, deberá informarse de forma clara y comprensible a las personas consumidoras cuando se reduzca dicha cantidad o número de unidades incluidas en el paquete y esta reducción se traduzca en un aumento del precio por unidad de medida, manteniendo el mismo o similar diseño en su envase o empaquetado.

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

A los efectos del cumplimiento de lo previsto en los párrafos anteriores, el fabricante informará al distribuidor, con suficiente antelación, de la modificación de la cantidad de producto o número de unidades empaquetadas de los productos que comercialice, siendo responsable del incumplimiento de lo previsto en este apartado en caso contrario.

El Ministerio con competencias en materia de consumo podrá regular mediante orden ministerial el formato en el que esta información debe suministrarse al consumidor final.

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

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

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

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

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

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

En cualquier caso, a efectos del apartado anterior, las reseñas emitidas deberán referirse a servicios disfrutados en los treinta días naturales anteriores a la fecha de la reseña, o a productos sobre los que todavía siga vigente su garantía legal o comercial de conformidad, y el empresario que comercialice el bien o servicio al que se refiera una

reseña estará facultado para responder a la misma a través del mismo canal.

En el supuesto de que una o varias reseñas no sean formuladas por un consumidor o usuario que haya adquirido o utilizado efectivamente el bien o servicio al que se refiere o sea engañosa, el empresario a cuyo bien o servicio se refiera la reseña estará facultado para solicitar la eliminación de esta, para lo que deberá acreditar, de forma fehaciente, que la reseña no ha sido publicada por un consumidor o usuario que haya comprado o utilizado el bien o servicio.

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

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

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

Cinco. Se modifica el artículo 20 bis, apartado 1, que queda redactado de la siguiente forma:

«Artículo 20 bis. Medidas correctoras como consecuencia de las prácticas comerciales desleales a disposición de los consumidores y usuarios perjudicados.»

1. Para el ejercicio de las acciones contempladas en el artículo 32.1, 1.^a a 5.^a de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, se considerará acreditado, salvo prueba en contrario, el uso de prácticas comerciales desleales contra los consumidores y usuarios que haya sido constatado en una resolución firme de una autoridad competente o de un órgano jurisdiccional.»

Seis. Se introduce un nuevo artículo 20 ter, que queda redactado de la siguiente forma:

«Artículo 20 ter. Limitación del incremento del precio final en contextos de urgencia, riesgo o necesidad de los consumidores y usuarios.

1. No se podrán producir incrementos del precio final de venta de los bienes y servicios que se determinen conforme a este artículo en contextos de urgencia, riesgo o necesidad de los consumidores y usuarios. A estos efectos, se entenderá por incrementos de precio final cualquier precio superior al precio máximo al que se haya ofertado el bien o servicio, o aquellos bienes o servicios de análoga naturaleza, durante los treinta días previos a la situación sobrevenida que deriva en la urgencia, riesgo o necesidad.

Excepcionalmente, en caso de que el precio máximo ofertado sea superior en un cincuenta por ciento al precio medio ofertado en los treinta días previos a la situación sobrevenida en relación con el mismo bien o servicio, o en relación con bienes y servicios de naturaleza análoga, el precio de referencia, de acuerdo con lo previsto en el párrafo anterior, será dicho precio medio incrementado en un cincuenta por ciento.

Lo dispuesto en los párrafos anteriores se realizará sin perjuicio de los incrementos de precio que deriven de un aumento acreditable de los costes para la puesta en el mercado de dicho bien o servicio, o que sean demostrablemente necesarios para la puesta en el mercado de nuevos bienes o servicios por parte de los operadores económicos, que puedan mitigar la alteración de oferta y demanda derivada de la situación de emergencia o fuerza mayor.

En aquellos servicios cuyos precios tengan un marcado carácter estacional, se tomará como referencia el precio medio del mismo periodo del año anterior, actualizado de acuerdo con el Índice de Precios al Consumo.

En aquellos servicios que cuentan con tarifas o precios regulados, o que están sujetos a contratos entre el operador y la administración pública, al no fijarse estos libremente por el operador, se considerará que se cumple la condición de no incremento de precio por parte del operador.

2. Lo previsto en el apartado anterior será de aplicación tras la declaración de zona afectada gravemente por una emergencia de protección civil regulada en la Ley 17/2015, de 9 de julio, del Sistema Nacional de Protección Civil. Adicionalmente, lo previsto en el apartado anterior también será de aplicación en contextos de urgencia, riesgo o necesidad de las personas consumidoras derivados de accidente, emergencia técnica, fuerza mayor u otras circunstancias sobrevenidas no imputables a las personas usuarias y que alteren la situación de

oferta y demanda de forma excepcional, que se determinen en cada caso mediante Acuerdo de Consejo de Ministros.

El Acuerdo correspondiente precisará la fecha de inicio y final de la medida, los bienes o servicios afectados y la referencia aplicable para la limitación de precios de los bienes o servicios cubiertos por esta conforme a las bases establecidas en el apartado primero. Asimismo, el citado Acuerdo podrá establecer, por parte de los comercializadores afectados por esta limitación, la obligación de facilitar información al consumidor o usuario, en la oferta comercial, del precio medio y máximo al que se haya ofertado el bien o servicio en, al menos, los treinta días previos a la oferta. Esta obligación de información será aplicable durante la vigencia de la medida o, en su caso, durante el periodo adicional que establezca expresamente el correspondiente Acuerdo.

3. El incumplimiento de las obligaciones previstas en este artículo dará derecho al consumidor o usuario a la devolución automática de cualquier cantidad cobrada en exceso sobre el precio máximo aplicable, sin perjuicio del régimen sancionador que resulte de aplicación».

Siete. Se modifica el artículo 46, que queda redactado de la siguiente forma:

«Artículo 46. Principios generales.

1. Las infracciones en materia de consumo serán objeto de las sanciones administrativas correspondientes, previa instrucción del oportuno expediente, sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales o de otro orden que pudiesen corresponder.

2. Los órganos competentes para la tramitación de expedientes administrativos sancionadores en materia de consumo podrán efectuar un llamamiento público para la aportación de evidencias sobre determinadas prácticas. Dicho llamamiento podrá efectuarse durante el periodo de información o actuaciones previas o tras la iniciación del procedimiento sancionador.

3. Las actuaciones que se realicen durante el período de información o actuaciones previas por el órgano competente para la inspección e investigación en materia de consumo tendrán carácter confidencial hasta la adopción del acuerdo de iniciación.

Una vez acordada la iniciación del expediente sancionador, los interesados podrán acceder al mismo y obtener copias individualizadas de los documentos que lo integren, para lo que se tendrán en cuenta las limitaciones previstas, en su caso, en la ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno.

4. En los supuestos en que las infracciones tipificadas en esta ley pudieran ser constitutivas de delito, el órgano competente comunicará tal

extremo a la autoridad judicial o al Ministerio Fiscal. La autoridad judicial y el Ministerio Fiscal comunicarán al órgano competente la resolución o acuerdo que hubieran adoptado. De no haberse estimado la existencia de ilícito penal, o en el caso de haberse dictado resolución de otro tipo que ponga fin al procedimiento penal, podrá iniciarse o proseguir el procedimiento sancionador. En todo caso, el órgano competente quedará vinculado por los hechos declarados probados en vía judicial.

5. La instrucción de causa penal ante los tribunales de Justicia suspenderá la tramitación del expediente administrativo sancionador que hubiere sido incoado por los mismos hechos y, en su caso, la eficacia de los actos administrativos de imposición de sanción. No obstante, la instrucción de causa penal no será obstáculo para que la Administración adopte las medidas necesarias para salvaguardar la salud, seguridad y otros intereses de los consumidores en virtud de las potestades no sancionadoras que tenga conferidas.

6. En ningún caso se producirá una doble sanción por los mismos hechos y en función de los mismos intereses públicos protegidos, si bien deberán exigirse las demás responsabilidades que se deduzcan de otros hechos o infracciones concurrentes.

7. Cuando el mismo hecho y en función de idéntico ataque a los intereses públicos pueda ser calificado como infracción con arreglo a dos o más preceptos de esta ley o de otras normas sancionadoras, se aplicará el que prevea más específicamente la conducta realizada y, si todos ofrecieran los mismos caracteres, el que establezca mayor sanción, sin perjuicio de que prevalezcan y sean de aplicación preferente las disposiciones sectoriales respecto de aquellos aspectos expresamente previstos en las disposiciones del derecho de la Unión Europea de las que traigan causa.

8. Cuando de la comisión de una infracción derive necesariamente la comisión de otra u otras, se deberá imponer únicamente la sanción correspondiente a la infracción más grave cometida, sin perjuicio de que, al calificar la infracción o al fijar la extensión de la sanción, se tengan en cuenta todas las circunstancias.

9. Cuando se trate de hechos concurrentes constitutivos de infracción, procederá la imposición de todas las sanciones o multas previstas en esta y las otras leyes aplicables para cada una de las infracciones. No obstante, al imponer las sanciones, se tendrán en cuenta, a efectos de su graduación, las otras sanciones recaídas para que conjuntamente resulten proporcionadas a la gravedad de la conducta del infractor.

Se considerará que hay hechos concurrentes constitutivos de infracción cuando el mismo sujeto haya incumplido diversos deberes que supongan diferentes lesiones del mismo o de distintos intereses públicos sin que una de las infracciones conlleve necesariamente la otra, aunque

haya servido para facilitarla o encubirla, y ello con independencia de que se refieran a los mismos productos o servicios, o que esos incumplimientos sean sancionables conforme al mismo tipo de infracción.

10. No obstante lo dispuesto en el apartado anterior, se sancionará como única infracción, aunque valorando la totalidad de la conducta, la pluralidad continuada de acciones u omisiones idénticas o similares realizadas por un sujeto en relación con una serie de productos o prestaciones del mismo tipo.

11. Cuando se vean afectados los intereses generales, colectivos o difusos de los consumidores y usuarios, las asociaciones de consumidores y usuarios constituidas conforme a lo previsto en esta norma, o en la normativa autonómica que les resulte de aplicación, se podrán personar en el procedimiento administrativo sancionador, en tanto no haya recaído resolución definitiva, y tendrán la consideración de partes interesadas en el mismo cuando el objeto de las actuaciones administrativas coincida con los fines establecidos en sus respectivos Estatutos y prueben la afectación concreta de los derechos e intereses legítimos de alguno de sus socios por las prácticas objeto del procedimiento.

12. En aquellos procesos en los que la parte actora alegue discriminación y aporte indicios fundados sobre su existencia corresponderá a la parte contra la que se dirija la queja o la demanda la aportación de una justificación objetiva y razonable, suficientemente probada, de las medidas adoptadas y de proporcionalidad. A los efectos de lo dispuesto en el párrafo anterior, la administración competente en materia de consumo, así como los órganos judiciales de oficio o a instancia de parte podrán recabar informe de los organismos públicos competentes en materia de igualdad.

13. Lo establecido en este título lo es con plena garantía de las competencias de las comunidades autónomas en materia de protección de los consumidores, pudiendo estas establecer la regulación necesaria para el pleno ejercicio de dichas competencias.

En concreto, mediante norma con rango de ley podrán preverse otras circunstancias o supuestos adicionales a los previstos en los artículos 48.3, 48.4, 49.2 y 50. Igualmente, las sanciones previstas en el artículo 49 y los plazos de prescripción y caducidad establecidos en el artículo 52 serán considerados como mínimos, pudiendo ser desarrollados y ampliados por normas con rango de ley.

14. Quien ostente la condición de interesado en el procedimiento administrativo sancionador deberá guardar sigilo sobre los hechos de que haya tenido conocimiento y secreto sobre cuantas informaciones de naturaleza confidencial haya tenido conocimiento en el marco de dicho

procedimiento, estando prohibida su divulgación, incluso después de su finalización, salvo, en este caso, por parte del empresario sancionado.»

Ocho. Se modifica el artículo 48, que queda redactado de la siguiente forma:

«Artículo 48. Calificación y Graduación de las infracciones.

2. Cuando no sea de aplicación lo previsto en el apartado anterior, las infracciones se calificarán inicialmente por los caracteres de la acción u omisión y de la culpabilidad del responsable conforme a las siguientes reglas:

a) Las infracciones de los apartados f), g), i), k), m), n), ñ), p), q) y t) del artículo 47 se calificarán como leves, salvo que tengan la consideración de graves de acuerdo con el apartado tercero de este artículo.

b) Las infracciones de los apartados d), e), h), j), l) o), r) y s) se calificarán como graves, salvo que tengan la consideración de muy graves de acuerdo con el apartado tercero de este artículo.

c) Los reglamentos de los diferentes productos, actividades y servicios podrán concretar la gravedad de las especificaciones de infracción que prevean atendiendo a los criterios señalados en esta ley, sin que en ningún caso puedan constituir nuevas infracciones o sanciones, ni alterar la naturaleza o límites que esta ley contiene.

En caso de infracciones que produzcan lesiones o riesgos para los intereses de los consumidores o usuarios de forma generalizada en el territorio de más de una comunidad autónoma, de tal forma que se pueda ver afectada la unidad de mercado nacional y la competencia en el mismo, en el sentido del apartado 5 del artículo 52 bis, las infracciones leves o graves se calificarán en su escala superior.»

Nueve. Se modifica el artículo 49, que queda redactado de la siguiente forma:

«Artículo 49. Sanciones.

1. La imposición de sanciones deberá garantizar, en cualquier circunstancia, que la comisión de una infracción no resulte más beneficiosa para la parte infractora que el cumplimiento de las normas infringidas. Sobre esta base, las infracciones serán sancionadas con multa comprendida entre los siguientes importes máximos y mínimos:

a) Infracciones leves: entre 150 y 10.000 euros, pudiéndose sobrepasar esas cantidades hasta alcanzar el 2 % del volumen de negocios total anual global del último ejercicio financiero disponible de la empresa infractora.

b) Infracciones graves: entre 10.001 y 100.000 euros pudiéndose sobrepasar esas cantidades hasta alcanzar el 4 % del volumen de negocios total anual global del último ejercicio financiero disponible de la empresa infractora.

c) Infracciones muy graves: ente 100.001 y 1.000.000 de euros, pudiéndose sobrepasar esas cantidades hasta alcanzar el 6 % del volumen de negocios total anual global del último ejercicio financiero disponible de la empresa infractora.

No obstante, cuando la aplicación de los rangos indicados anteriormente conlleve la imposición de una sanción desproporcionada en relación con la capacidad económica del infractor se podrá utilizar el rango asignado a la calificación de un menor nivel de gravedad para el cálculo de la sanción.

2. Para determinar, dentro de los mínimos y máximos establecidos, el importe de la multa correspondiente a cada infracción, se atenderá especialmente a la concurrencia de alguna de las circunstancias de los apartados 3 o 4 del artículo anterior que no hubieran podido ser tenidas en cuenta para alterar la calificación de la infracción o que no se dieran con todos sus requisitos, además de la naturaleza de la infracción, el grado de culpabilidad o la existencia de intencionalidad, el carácter continuado de la infracción, el número de consumidores afectados, el nivel de los daños y perjuicios que hayan sufrido, las sanciones impuestas por la misma infracción a su autor en otros Estados miembros en casos transfronterizos así como el volumen de negocio anual o cualquier otro indicador de su capacidad económica.

3. La clausura o cierre de establecimientos, instalaciones o servicios que no cuenten con las autorizaciones o registros sanitarios preceptivos, o la suspensión de su funcionamiento hasta tanto se rectifiquen los defectos o se cumplan los requisitos exigidos por razones de sanidad, higiene o seguridad y la retirada del mercado precautoria o definitiva de bienes o servicios por razones de salud y seguridad, no tienen el carácter de sanción.

4. Cuando se impongan sanciones con arreglo al artículo 21 del Reglamento (UE) 2017/2394, su importe máximo para infracciones muy graves equivaldrá al 4 % del volumen de negocio anual del empresario en España o en los Estados miembros afectados por la infracción. En caso de no disponerse de esta información, se podrán imponer multas cuyo importe máximo equivaldrá a dos millones de euros.

5. El órgano competente para imponer la sanción podrá resolver la terminación del procedimiento sancionador cuando los presuntos infractores propongan compromisos que resuelvan los efectos sobre los consumidores y usuarios derivados de las conductas objeto del

expediente y quede garantizado suficientemente el interés público. Los compromisos serán vinculantes y surtirán plenos efectos una vez incorporados a la resolución que ponga fin al procedimiento.

6. Cuando hayan adquirido firmeza en vía administrativa, las resoluciones por la que se ponga fin al procedimiento sancionador en relación con infracciones que tengan la calificación de muy graves conforme a esta norma, así como aquellas que se dicten con arreglo al artículo 21 del Reglamento (UE) 2017/2394, serán de libre acceso y publicadas en la página web de la autoridad correspondiente, una vez sea notificada a los interesados. Dicha publicación se llevará a cabo tras resolver, en su caso, sobre los aspectos confidenciales de su contenido y previa disociación de los datos de carácter personal a los que se refiere el artículo 4.1 Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y el Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de sus datos personales y a la libre circulación de estos datos, salvo en lo que se refiere al nombre de los infractores.»

Diez. Se modifica el artículo 52, que queda redactado de la siguiente forma:

«Artículo 52. Prescripción y caducidad.

“1. Las infracciones muy graves prescribirán a los cinco años, las graves a los tres años y las leves al año. Las sanciones impuestas por la comisión de infracciones muy graves prescribirán a los cinco años, las impuestas por la comisión de infracciones graves a los tres años y las impuestas por infracciones leves al año.

2. El plazo de prescripción de la infracción de la normativa de consumo no comenzará a computar hasta que esta se manifieste o exteriorice y, en el caso de infracciones continuadas, solo cuando finalice la acción infractora o el último acto con que la infracción se consume.

3. Interrumpirá la prescripción de las infracciones de la normativa de consumo la realización de cualquier acto de la Administración con conocimiento del presunto sujeto infractor tendente al cumplimiento de la ley, incluidas las actuaciones realizadas en fase de información o actuaciones previas. En este supuesto, se reiniciará el cómputo del plazo de prescripción si el expediente sancionador estuviera paralizado durante más de tres meses por causa no imputable al presunto sujeto infractor.

4. Asimismo, interrumpirá la prescripción de las infracciones de la normativa de consumo la puesta en marcha de una acción coordinada en el marco de la Red de Cooperación en materia de Protección de los Consumidores o en el marco de otros mecanismos de cooperación de las autoridades designadas por los Estados miembros como

responsables de la aplicación de la legislación de la Unión que protege los intereses de los consumidores entre sí y con la Comisión, con conocimiento del presunto sujeto infractor.

5. Interrumpirán la prescripción las actuaciones judiciales en el ámbito penal sobre los mismos hechos o sobre otros hechos conexos cuya separación de los constitutivos de la infracción de la normativa de consumo sea jurídicamente imposible, de manera que la sentencia que pudiera recaer vinculara a la Administración actuante.

6. Igualmente interrumpirá la prescripción de las infracciones de la normativa de consumo la iniciación de procedimientos administrativos de naturaleza sancionadora por los mismos hechos, con conocimiento del interesado, sobre la base de normativa sectorial si, finalmente, apreciándose identidad de fundamento, procediese la aplicación preferente de la normativa de consumo. En estos supuestos, se reiniciará el cómputo del plazo de prescripción si el expediente sancionador estuviera paralizado durante más de un mes por causa no imputable al presunto responsable.

7. El plazo de prescripción de las sanciones comenzará a contarse desde el día siguiente a aquel en que sea ejecutable la resolución por la que se impone la sanción o haya transcurrido el plazo para recurrirla. Interrumpirá la prescripción en estos supuestos la iniciación, con conocimiento del interesado, del procedimiento de ejecución, volviendo a transcurrir el plazo si aquél está paralizado durante más de un mes por causa no imputable al infractor. En el caso de desestimación presunta del recurso de alzada o de reposición interpuesto contra la resolución por la que se imponga la sanción, el plazo de prescripción de la sanción comenzará a contarse desde el día siguiente a aquél en que finalice el plazo legalmente previsto para la resolución de dichos recursos.

8. Se producirá la caducidad del procedimiento sancionador en caso de no haber recaído resolución transcurridos doce meses desde su iniciación. La falta de impulso de alguno de los trámites seguidos en el procedimiento no producirá por sí misma su caducidad. Si se acuerda la acumulación en un único procedimiento de infracciones que hasta entonces se tramitaban separadamente, el plazo para dictar resolución se contará desde el acuerdo de iniciación del último de los procedimientos incoado.

Las actuaciones realizadas en el curso de un procedimiento caducado, así como los documentos y otros elementos de prueba obtenidos en dicho procedimiento, conservarán su validez y eficacia a efectos probatorios en otros procedimientos iniciados o que puedan iniciarse con posterioridad en relación con el mismo u otro responsable.

En cualquier caso, podrá iniciarse un procedimiento sancionador en tanto no haya prescrito la infracción, con independencia del momento en

que hubieran finalizado las diligencias preliminares dirigidas al esclarecimiento de los hechos o la caducidad de un procedimiento previo sobre los mismos hechos.

9. De forma complementaria a los supuestos recogidos en el artículo 22 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, el transcurso del plazo de doce meses previsto para resolver el procedimiento se podrá suspender, mediante resolución motivada, cuando deba solicitarse a terceros la aportación de documentos y otros elementos de juicio necesarios o cuando se requiera la cooperación o coordinación con otras autoridades de consumo de otras comunidades autónomas o de la Unión Europea. A tales efectos, el tiempo de suspensión abarcará el tiempo que transcurra desde la remisión de la solicitud hasta la recepción de la información solicitada por el órgano competente para continuar el procedimiento.

10. La muerte del infractor extingue la responsabilidad. En caso de sanciones pecuniarias impuestas sobre entidades disueltas y liquidadas, la administración correspondiente podrá dirigirse, para el cobro de las sanciones pecuniarias impuestas a dichas entidades, contra los socios o partícipes que responderán solidariamente del importe de la deuda y hasta el límite del valor de la cuota de liquidación que se les hubiera adjudicado.»

Once. Se modifica el apartado 5 del artículo 52 bis y se añade un apartado 6, que queda redactado de la siguiente forma:

«Artículo 52 bis. Administración competente.

“5. No obstante, cuando la infracción produzca lesiones o riesgos para los intereses de los consumidores o usuarios de forma generalizada en el territorio de más de una comunidad autónoma, de tal forma que se pueda ver afectada la unidad de mercado nacional y la competencia en el mismo de acuerdo con lo establecido en este precepto, la competencia corresponderá a los órganos competentes en materia de consumo de la Administración General del Estado.

A estos efectos, cuando los órganos competentes en materia de consumo de la Administración General del Estado inicien un procedimiento sancionador sobre la base de la competencia establecida en este apartado, deberán comunicarlo motivadamente a las autoridades de consumo de las comunidades autónomas, y de las Ciudades de Ceuta y Melilla. Con independencia de lo anterior, las autoridades de consumo de las comunidades autónomas, y de las Ciudades de Ceuta y Melilla, tendrán competencia para los expedientes sancionadores de acuerdo con los apartados 1 a 4 de este artículo, y los órganos competentes en materia de consumo de la Administración General del Estado deberán tener en cuenta las sanciones no prescritas impuestas por estas autoridades con carácter previo, a efectos de graduar la que,

en su caso, deba imponer en aras de garantizar su proporcionalidad, sin perjuicio de declarar la comisión de la infracción.

Para ello, los órganos competentes en materia de consumo de la Administración General del Estado solicitarán un informe preceptivo sobre las sanciones impuestas previamente por las mismas prácticas por las autoridades de consumo de las comunidades autónomas, y de las Ciudades de Ceuta y Melilla.

En caso de que sea competente la Administración General del Estado, la competencia corresponderá a la Dirección General competente en materia de consumo de la Administración General del Estado cuando la sanción impuesta no supere los 100.000 euros ni implique el cierre temporal del establecimiento, instalación o servicio y a la Secretaría General competente en materia de consumo de la Administración General del Estado en el resto de supuestos. En todo caso, la competencia de la Secretaría General competente en materia de consumo de la Administración General del Estado se extenderá de acuerdo con lo previsto en este apartado a las infracciones generalizadas o generalizadas con dimensión en la Unión Europea, previstas en el Reglamento (UE) 2017/2394, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2017, y a las cometidas a través de internet cuando la residencia o domicilio del responsable, siempre que coincida con el lugar en que se realice efectivamente la gestión administrativa y dirección del negocio, esté fuera de la Unión Europea.

Para considerar que una infracción de la normativa de consumo produce lesiones o riesgos para los intereses de los consumidores o usuarios de forma generalizada, de tal forma que se pueda ver afectada la unidad de mercado nacional y la competencia en el mismo, se tendrán en cuenta, entre otras circunstancias, el número de consumidores y usuarios afectados, la dimensión del mercado donde opere la compañía infractora, la cuota de mercado de la entidad correspondiente o los efectos de la conducta sobre los competidores efectivos o potenciales y sobre los consumidores y usuarios.

6. Priorización de denuncias.

Se podrán considerar que no son prioritarias, entre otras, aquellas denuncias en materia de consumo que:

- a) Aporten escasos elementos de prueba o indicios débiles, siendo reducida la probabilidad de que la autoridad competente en materia de consumo, dedicando recursos a ello, puedan probar la conducta ilícita.
- b) Se refieran a conductas ilícitas cuyo alcance potencial es limitado o el daño potencial que pueden conllevar para el consumidor sea escaso.
- c) Se refieran a conductas cuya prevención o erradicación sea más idónea a través de otros instrumentos legales para preservar y promover

la protección de los consumidores y usuarios o a través de otras autoridades de consumo autonómicas, sectoriales o de ámbito de la Unión Europea.

Reglamentariamente se desarrollará el procedimiento para la priorización de denuncias en materia de consumo.»

Doce. Se introduce un nuevo apartado tercero en el artículo 58, que queda redactado de la siguiente forma:

«3. En el supuesto de reclamaciones derivadas del artículo 20 ter.4 o 97 f) de esta norma, se presumirá que existe sumisión de las partes al Sistema Arbitral del Consumo siempre que la cuantía de la controversia no exceda de 2.000 euros y ninguna de las partes intervinientes en el contrato hubiera manifestado expresamente a la otra su voluntad en contra antes del momento en que se suministre o inicie o debiera haberse suministrado o iniciado el bien o la realización del servicio contratado».

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

«Artículo 59 bis. Definiciones.

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

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

b) “Aviso armonizado”: Información precontractual facilitada a los consumidores y usuarios, 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.

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

d) “Bienes elaborados conforme a las especificaciones del consumidor y usuario”: todo bien no prefabricado para cuya elaboración

sea determinante una elección o decisión individual por parte del consumidor y usuario.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

n) “Etiqueta armonizada”: etiqueta 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.

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

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

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

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

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

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

- t) “Interoperabilidad”: la capacidad de los bienes o de los contenidos o servicios digitales de funcionar con aparatos (hardware) o programas (software) distintos de aquellos con los cuales se utilizan normalmente los bienes o los contenidos o servicios digitales del mismo tipo.
- u) “Puntuación de reparabilidad”: una puntuación que expresa la aptitud de un bien de ser reparado, basada en requisitos armonizados establecidos a nivel de la Unión Europea.
- v) “Reacondicionamiento”: las acciones llevadas a cabo para preparar, limpiar, probar, hacer mantenimiento y, en caso necesario, reparar un bien o un bien desechado para restablecer su rendimiento o funcionalidad dentro del uso previsto y el intervalo de rendimiento concebidos originalmente en la fase de diseño en el momento en que el bien sea introducido en el mercado.
- w) “Reparación”: una o varias acciones llevadas a cabo para devolver un bien defectuoso, o un residuo, a una condición en la que sirva para su finalidad prevista.
- x) “Reparador”: toda persona física o jurídica que, en relación con su actividad comercial, negocio, oficio o profesión, presta un servicio de reparación, incluidos los fabricantes y vendedores que prestan servicios de reparación y los prestadores de servicios de reparación, tanto si son independientes, como si están asociados a dichos fabricantes o vendedores.
- y) “Representante autorizado”: Toda persona física o jurídica establecida en la Unión Europea que ha recibido un mandato escrito del fabricante para actuar en su nombre en relación con tareas específicas relacionadas con las obligaciones previstas respecto del fabricante.
- z) “Requisitos de reparabilidad”: los requisitos legalmente establecidos que permiten la reparación del bien, incluidos los requisitos para mejorar la facilidad de desmontaje y los requisitos relativos al acceso a las piezas de repuesto, la información y las herramientas relacionadas con la reparación aplicables a bienes o componentes específicos de los bienes de que se trate.
- aa) “Servicio digital”: un servicio que permite al consumidor o usuario crear, tratar, almacenar o consultar datos en formato digital, o un servicio que permite compartir datos en formato digital cargados o creados por el consumidor o usuario u otros usuarios de ese servicio, o interactuar de cualquier otra forma con dichos datos.
- ab) “Servicio financiero”: todo servicio en el ámbito bancario, de crédito, de seguros, de pensión privada, de inversión o de pago.

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

ad) “Subasta pública”: método de venta en el que el empresario ofrece bienes o servicios a los consumidores o usuarios, que asisten o se les da la posibilidad de asistir a la subasta en persona, aunque sea por medios telemáticos, mediante un procedimiento de puja transparente y competitivo, dirigido por un subastador y en el que el adjudicatario esté obligado a comprar los bienes o servicios.

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

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

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

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

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

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

e) “Precio dinámico”: precio cuyo importe se determina o modifica de forma automatizada y en tiempo real a partir de variables externas y objetivas ajenas al consumidor individual, tales como las condiciones de oferta y demanda, la disponibilidad del bien o servicio, los costes de mercado, el momento de contratación o factores comparables; siempre que dichas variaciones no se basen en el perfil, características personales o comportamiento individual del consumidor.

f) “Precio personalizado”: precio cuyo importe se determina o ajusta específicamente para un consumidor concreto mediante el uso de datos personales, perfiles de comportamiento u otros sistemas automatizados que permitan identificar o inferir características, preferencias o probabilidad de compra del consumidor, de modo que el precio ofrecido pueda diferir del ofrecido a otros consumidores en circunstancias equivalentes.»

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

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

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

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

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

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

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

e) En relación con las garantías:

1.º El aviso armonizado, de manera destacada;

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

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

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

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

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

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

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

j) La funcionalidad de los bienes con elementos digitales, el contenido digital y los servicios digitales, incluidas las medidas técnicas de protección aplicables, como son, entre otras, la protección a través de la gestión de los derechos digitales o la codificación regional.

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

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

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

n) Cuando no haya puntuación de reparabilidad sobre un bien, información sobre la disponibilidad, el coste estimado y el procedimiento para pedir las piezas de recambio que sean necesarias para mantener la conformidad del bien, así como la disponibilidad de instrucciones de

reparación y mantenimiento y sobre las restricciones de reparación, siempre que toda esta información sea puesta en conocimiento del empresario que distribuye el bien por parte del productor.»

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

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

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

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

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

c) La dirección completa del establecimiento del empresario, número de teléfono y dirección de correo electrónico. Asimismo, cuando el empresario facilite otros medios de comunicación en línea que garanticen que el consumidor o usuario puede mantener cualquier tipo de correspondencia escrita, incluida la fecha y el horario de dicha correspondencia, con el empresario en un soporte duradero, la información también incluirá detalles sobre esos otros medios. Todos estos medios de comunicación facilitados por el empresario permitirán al consumidor o usuario ponerse en contacto y comunicarse con el empresario de forma rápida y eficaz. Cuando proceda, el empresario facilitará también la dirección completa y la identidad del empresario por cuya cuenta actúa.

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

e) El precio total de los bienes o servicios, incluidos los impuestos y tasas, o, si el precio no puede calcularse razonablemente de antemano por la naturaleza de los bienes o de los servicios, la forma en que se

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

f) Cuando proceda, se informará de que el precio se ha configurado mediante un sistema de precios dinámicos o personalizados, sobre la base de una toma de decisiones automatizada, que debe mantenerse invariable durante todo el proceso de compra, así como los parámetros que se han tenido en cuenta para llevar a cabo tal configuración del precio, o sobre las fuentes de datos utilizadas en los casos de contratación de productos o servicios del sector financiero, que, en ningún caso, podrán ser discriminatorios ni explotar situaciones de urgencia o necesidad. Una vez iniciado el proceso de compra no podrá realizarse una variación del precio en ningún momento para dicha compra.

Asimismo, para la comercialización de bienes o servicios que se entreguen o presten en una fecha concreta y que sean ofertados al consumidor con antelación, se deberá informar al consumidor del precio o rango de precios aplicable en ese momento, del precio o rango razonablemente estimado para cada fecha de contratación posterior hasta la fecha de entrega o prestación, así como del precio medio al que el mismo bien o servicio haya sido ofertado en los treinta días anteriores. En el caso de bienes o servicios puestos a la venta por primera vez, se tomará como referencia, a estos efectos, el precio medio al que hayan sido comercializados, por el mismo operador, bienes o servicios de análoga naturaleza en los treinta días anteriores. En estos supuestos, las variaciones de precio fuera de esta referencia o rango solo podrán establecerse como promociones o descuentos, siempre con un precio inferior al precio mínimo absoluto indicado.

El empresario deberá conservar durante un plazo mínimo de tres años el histórico de los rangos de precios de referencia publicados para cada fecha de prestación, a disposición de las autoridades competentes. En cualquier caso, resulta de aplicación la normativa sobre configuración temporal del precio durante situaciones de urgencia, riesgo o necesidad del consumidor o usuario previstas en el artículo 20 ter de la norma.

El incumplimiento de las obligaciones previstas en esta letra dará derecho al consumidor o usuario a la devolución automática de cualquier cantidad cobrada en exceso sobre el precio máximo aplicable, sin perjuicio del régimen sancionador que resulte de aplicación.

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

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

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

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

k) Cuando proceda, la indicación de que el consumidor o usuario tendrá que asumir el coste de la devolución de los bienes en caso de desistimiento y, para los contratos a distancia, cuando los bienes, por su naturaleza, no puedan devolverse normalmente por correo postal, el coste de la devolución de los mismos.

l) En caso de que el consumidor o usuario ejercite el derecho de desistimiento tras la presentación de una solicitud con arreglo al artículo 98.8 o al artículo 99.3, la información de que en tal caso el consumidor o usuario deberá abonar al empresario unos gastos razonables de conformidad con el artículo 108.3.

m) Cuando con arreglo al artículo 103 no proceda el derecho de desistimiento, la indicación de que al consumidor o usuario no le asiste dicho derecho, o las circunstancias en las que lo perderá cuando sí le corresponda.

n) En relación con las garantías:

1.º El aviso armonizado, de manera destacada.

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

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

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

o) Cuando proceda, la existencia de asistencia posventa al consumidor y usuario, servicios posventa y garantías comerciales, así como sus condiciones.

p) La existencia de códigos de conducta pertinentes y la forma de conseguir ejemplares de los mismos, en su caso. A tal efecto, se entiende por código de conducta el acuerdo o conjunto de normas no impuestas por disposiciones legales, reglamentarias o administrativas, en el que se define el comportamiento de aquellos empresarios que se comprometen a cumplir el código en relación con una o más prácticas comerciales o sectores económicos.

q) La duración del contrato, cuando proceda, o, si el contrato es de duración indeterminada o se prolonga de forma automática, las condiciones de resolución.

En aquellos contratos de duración determinada, sujetos a renovación, se informará al consumidor o usuario, con quince días de antelación de forma previa al vencimiento del plazo para comunicar la voluntad de no renovación, del vencimiento de dicho plazo y de las consecuencias de no comunicar la cancelación de la renovación.

r) Cuando proceda, la duración mínima de las obligaciones del consumidor o usuario derivadas del contrato.

s) Cuando proceda, la existencia y las condiciones de los depósitos u otras garantías financieras que el consumidor o usuario tenga que pagar o aportar a solicitud del empresario.

t) Cuando proceda, la funcionalidad de los bienes con elementos digitales, el contenido digital o los servicios digitales, incluidas las medidas técnicas de protección aplicables.

u) Cuando proceda, toda compatibilidad e interoperabilidad relevante de los bienes con elementos digitales, el contenido digital o los servicios digitales conocidos por el empresario o que quepa esperar razonablemente que este pueda conocer.

v) Cuando proceda, la posibilidad de recurrir a un mecanismo extrajudicial de resolución de conflictos al que esté sujeto el empresario y los métodos para tener acceso al mismo.

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

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

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

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

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

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

- 1.º Que desconocía y no cabía razonablemente esperar que conociera la declaración en cuestión.
- 2.º Que, en el momento de la celebración del contrato, la declaración pública había sido corregida del mismo o similar modo en el que había sido realizada.
- 3.º Que la declaración pública no pudo influir en la decisión de adquirir el bien o el contenido o servicio digital.»

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

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

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

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

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

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

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

b) La relevancia de la falta de conformidad.

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

a) Serán gratuitas para el consumidor o usuario. Dicha gratuidad comprenderá los gastos necesarios en que se incurra para que los

bienes sean puestos en conformidad, especialmente los gastos de envío, transporte, mano de obra o materiales.

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

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

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

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

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

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

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

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

«1. En el caso de contrato de compraventa de bienes o de suministro de contenidos o servicios digitales suministrados en un acto único o en una serie de actos individuales, el empresario será responsable de las faltas de conformidad que existan en el momento de la entrega o del

suministro y se manifiesten en un plazo de tres años desde la entrega en el caso de bienes o de dos años en el caso de contenidos o servicios digitales, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 115 ter, apartado 2, letras a) y b).

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

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

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

«Artículo 127 bis. Reparación y servicios posventa.

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

El productor remitirá información a los Servicios de Asistencia Técnica (SAT), cuando así lo soliciten, sobre la fecha en que el bien haya dejado de fabricarse y, en todo caso, publicará esa fecha en su sitio web.

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

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

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

a) Será gratuita o a un precio razonable;

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

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

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

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

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

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

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

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

6. Los fabricantes no recurrirán a cláusulas contractuales, ni a técnicas relacionadas con los equipos o los programas informáticos, que impidan la reparación de bienes para los que los actos jurídicos de la Unión Europea enumerados en el anexo II de la Directiva (UE) 2024/1799 del Parlamento Europeo y del Consejo de 13 de junio de 2024 por la que se establecen normas comunes para promover la reparación de bienes y se modifican el Reglamento (UE) 2017/2394 y las Directivas (UE) 2019/771 y (UE) 2020/1828, establezcan la obligación de reparar. Únicamente se podrá limitar esta obligación sobre la base de factores legítimos y objetivos, incluida la protección de los derechos de propiedad intelectual.

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

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

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

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

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

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

1. Los reparadores, sin perjuicio de la obligación legal o reglamentaria de confeccionar presupuesto previo que rija en cada caso, podrán proporcionar al consumidor o usuario el formulario europeo de información sobre la reparación que figura en el anexo IV, que se

proporcionará, de forma gratuita, en un soporte duradero y en un plazo razonable tras la solicitud por parte del consumidor o usuario y antes de que este quede vinculado por un contrato para la prestación de servicios de reparación.

2. No obstante lo dispuesto en el apartado anterior, cuando sea necesario un servicio de diagnóstico, incluido un examen físico o a distancia, para determinar la naturaleza del defecto y el tipo de reparación y estimar el precio de la reparación, el reparador podrá solicitar al consumidor o usuario que abone los costes necesarios de dicho servicio, debiendo informar previamente de los gastos del servicio de diagnóstico.

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

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

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

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

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

c) Los requisitos de información relativos al precio establecidos en el artículo 60, apartado 2, letra c), y el artículo 97 apartado 1, letra e), de esta ley y en el artículo 22, apartado 2, letra g), y apartado 3, letra a), de

la de la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.

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

5. A los exclusivos efectos de aplicarse el sistema de financiación de la reparación, el apartado «Naturaleza del defecto» del formulario europeo de información sobre la reparación deberá contener un juicio de diligencia en el uso del bien susceptible de reparación, donde el reparador debe explicitar si considera que la necesidad de reparación procede del mal uso del bien por parte del consumidor o de una reparación previa deficiente. Para ello, deberá adjuntar a la explicación del juicio de diligencia elementos que permitan una valoración autónoma, entre los cuales se presentarán material gráfico y una descripción de la disfunción que precisa reparación».

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

ANEXO IV

Formulario Europeo de Información sobre la reparación

Parte I Identidad y datos de contacto del reparador que presta el servicio de reparación.	
Reparador	[Identidad, con la indicación del nombre o la razón social y el número de identificación fiscal]
Dirección	[Dirección geográfica que deberá utilizar el consumidor]
Número de teléfono	
Correo electrónico	
Otros medios de comunicación en línea que permitan al consumidor ponerse en contacto con el reparador y comunicarse con él de forma rápida, eficiente y accesible.	
Parte II	

Información sobre el servicio de reparación.	
Bien que debe repararse	[Identificación del bien, con indicación, en su caso, de la marca, el modelo y el número de serie;]
Naturaleza del defecto	[Descripción del defecto]
Tipo de reparación sugerida	[Qué tipo de medidas se tomarán para reparar el defecto]
Precio de la reparación o, si no puede calcularse, método de cálculo aplicable y precio máximo de la reparación	[Esto significa el importe total o, si no es posible calcularlo de antemano, el método de cálculo y el importe máximo del servicio de reparación, en EUR]
Plazo para completar la reparación	[Plazo en el que el reparador se compromete a prestar el servicio, expresado en días]
Disponibilidad de bienes de sustitución temporal	[Un bien de sustitución temporal implica que el consumidor reciba un bien equivalente para utilizarlo durante el período de reparación; el reparador debe indicar «Sí» o «No»]
En caso afirmativo, indíquense los costes correspondientes, de haberlos:	[EUR]
Lugar de entrega de los bienes	[El lugar donde el consumidor entrega los bienes para su reparación]
En su caso, la disponibilidad de servicios auxiliares	[Indíquese si, y en qué medida, se ofrecen servicios auxiliares tales como la retirada, la instalación y el transporte, o bien indíquese «Ninguno» si no se ofrece ningún servicio auxiliar a la reparación de que se trate]
En caso afirmativo, indíquense los costes correspondientes, de haberlos:	[En EUR por servicio ofrecido]
Período de validez del formulario europeo de información sobre la reparación	[Período de validez de al menos treinta días]

En su caso, información adicional.	

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

4. Los reparadores, que deberán estar registrados en la plataforma europea en línea sobre reparaciones, descontarán directamente el coste de reparación financiado por los obligados en virtud de este artículo en el formulario europeo de información sobre la reparación.

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

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

Con vistas a asegurar lo previsto en este apartado, los obligados a la contribución tendrán derecho a requerir al reparador una copia del formulario europeo de información sobre la reparación proporcionado al consumidor, así como a solicitar información adicional en caso de resultar necesario.

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

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

consecuencia, así como el número de solicitudes de contribución rechazadas sobre la base del apartado quinto.

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

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

2. Los requisitos de la inscripción en la sección nacional de la plataforma europea en línea sobre reparaciones por parte de los reparadores se desarrollarán por orden ministerial, la cual requerirá de la presentación de al menos la siguiente documentación con el fin de garantizar la capacitación técnica necesaria:

- a) Certificado de alta en el Censo de Empresarios, Profesionales o Retenedores en alguno de los grupos o epígrafes de las Tarifas del Impuesto sobre Actividades Económicas que faculden para la reparación de bienes o productos;
- b) Declaración responsable acreditativa de la adhesión a normas de calidad europeas o españolas, si las hubiese, aplicables en materia de reparación;
- c) Seguro de responsabilidad civil obligatorio que cubra sus actividades profesionales;
- d) Acreditación de hallarse al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y frente a la Seguridad Social.

No será precisa la presentación de los certificados de estar al corriente en las obligaciones tributarias y de Seguridad Social si el reparador autoriza expresamente que sus datos sean recabados de las Administraciones Públicas competentes por el Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030.

3. El Ministerio con competencias en materia de consumo actuará como punto de contacto nacional para la plataforma europea en línea. Las autoridades autonómicas competentes en esta materia llevarán a cabo el control de los reparadores, de los vendedores de bienes reacondicionados, de los compradores de bienes defectuosos para su reacondicionamiento y de las

iniciativas de reparación participativas que estén establecidos en sus correspondientes comunidades autónomas y cuyo ámbito de actuación se limite a su territorio, y notificarán sus datos a través del punto de contacto central a los demás Estados miembros y a la Comisión Europea.

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

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

b) Asistir a la Comisión Europea en el funcionamiento de la sección nacional de la plataforma europea en línea.

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

Disposición adicional segunda. Notificación de medidas relativas al transporte aéreo o ferroviario.

Todas las medidas recogidas en esta ley que puedan afectar a la libertad de precios en el transporte aéreo o ferroviario deberán cumplir con la normativa de la Unión Europea en dicha materia, debiendo ser comunicadas, de forma previa a su implementación, a la Comisión Europea.

Disposición derogatoria única. *Derogación normativa.*

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

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

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

«a) La publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución Española,

especialmente a los que se refieren sus artículos 14, 18 y 20, apartado 4. Se entenderán incluidos en la previsión anterior los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulneren los fundamentos de nuestro ordenamiento, coadyuvando a generar las violencias a que se refieren la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género y la Ley Orgánica 10/2022, de 6 de septiembre, de garantía integral de la libertad sexual.

Asimismo, se entenderá incluida en la previsión anterior cualquier forma de publicidad que coadyuve a generar violencia o discriminación en cualquiera de sus manifestaciones sobre las personas menores de edad, o fomento estereotipos de carácter sexista, racista, estético, vinculado a la edad o de carácter homofóbico o transfóbico o por razones de discapacidad, así como la que promueva la prostitución.

Igualmente, se considerará incluida en la previsión anterior la publicidad que promueva las prácticas comerciales para la gestación por sustitución.

f) La publicidad de combustibles fósiles, entendiéndose por tal toda comunicación comercial destinada a promover la contratación o adquisición de productos energéticos compuestos exclusivamente por derivados de origen fósil, con una participación de componentes renovables inferior al doble de la fijada por el Real Decreto 1085/2015, de 4 de diciembre, de fomento de los Biocarburantes, cuando sea emitida por empresas del sector del carbón o del petróleo.

La prohibición se extenderá igualmente a las comunicaciones comerciales relativas a productos o servicios de transporte propulsados exclusivamente mediante carburantes fósiles, siempre que existan alternativas total o parcialmente impulsadas por fuentes de energía no fósil, disponibles para el mismo trayecto y cuya duración estimada no supere en más de dos horas y media la del servicio equivalente propulsado exclusivamente mediante carburantes fósiles, teniendo en cuenta el tiempo total en que el pasajero debe permanecer en el medio de transporte. Esta prohibición se aplicará únicamente a servicios de transporte cuyo trayecto tenga origen y destino dentro del territorio peninsular, excluyendo los servicios públicos de transporte regular permanente y de uso general de viajeros por carretera de titularidad de las Administraciones Públicas, los servicios de transporte ferroviario de viajeros con finalidad prioritariamente turística y las circulaciones de trenes históricos.»

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

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

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

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

No se considerará que inducen a error o confusión las denominaciones sociales que incluyan referencias medioambientales, ecológicas o sostenibles, cuando dichas referencias estén respaldadas por certificaciones reconocidas internacionalmente, tales como ISO 14021, ISO 14024, EPEAT u otras equivalentes.»

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

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

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

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

Disposición final quinta. *Habilitación normativa.*

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

Disposición final sexta. Títulos competenciales.

La presente ley se fundamenta en los apartados 1.^a, 13.^a y 23.^a del artículo 149.1 de la Constitución Española, que atribuyen al Estado las competencias sobre la regulación de las condiciones básicas que garanticen la igualdad de todos los españoles en el ejercicio de los derechos y en el cumplimiento de los deberes constitucionales bases, coordinación de la planificación general de la actividad económica y legislación básica sobre protección del medio ambiente, sin perjuicio de las facultades de las Comunidades Autónomas de establecer normas adicionales de protección, respectivamente.

De ello se exceptúan los siguientes preceptos:

El artículo primero se dicta al amparo de los apartados 6.^a, 8.^a y 13.^a del artículo 149.1 de la Constitución Española, que atribuyen al Estado la competencia sobre legislación mercantil, legislación civil, y bases y coordinación de la planificación general de la actividad económica, respectivamente. Estos títulos competenciales fundamentan, asimismo, el apartado diecinueve del artículo segundo y el artículo tercero.

El artículo segundo se ampara en los mismos títulos competenciales recogidos en la disposición final primera de la norma que modifica.

La disposición final segunda se dicta de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 149.1.6.^a de la Constitución Española, que atribuye al Estado la competencia sobre legislación mercantil.

Disposición final séptima. *Entrada en vigor.*

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

- a) Los apartados uno, dos y tres del artículo primero y los apartados tres; cuatro, en lo referente al artículo 20 apartado 5; trece, en lo referente al artículo 59 bis apartado 1 letras a), b), n), q) y u) y artículo 59 bis apartado 3); catorce, quince y dieciséis; del artículo segundo, que entrarán en vigor el 27 de septiembre de 2026.
- b) Los apartados trece, en lo referente al artículo 59 bis apartado 1 letras k), ñ), r), v), w), x), y) y z); diecisiete; dieciocho; diecinueve; veinte; veintiuno y veintidós del artículo segundo, que entrarán en vigor el 31 de julio de 2026.
- c) Las modificaciones establecidas en el artículo segundo, apartados diecisiete, dieciocho y diecinueve 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.