

## Anteproyecto de Ley ...../2025..., de consumo sostenible.

### IDENTIFICACIÓN

Nombre de la entidad:

Correo electrónico:

Texto	comentarios	Texto alternativo
Exposición de motivos.	<p>Como comentario general al texto, si bien valoramos positivamente muchas de las disposiciones contempladas en el anteproyecto de ley, nos preocupa enormemente que no aborde sectores cruciales en materia de producción y consumo sostenible. Nos referimos particularmente al <b>textil y alimentación</b>, ambos sectores con enorme potencial para impulsar el consumo sostenible y avanzar hacia la transición ecológica.</p> <p><u>En relación con el sector alimentario</u>, los entornos alimentarios, entre los que se incluye la publicidad y el etiquetado, condicionan las decisiones de compra de la ciudadanía, provocando en muchos casos la toma de decisiones poco saludables y sostenibles.</p> <p>Recomendamos incorporar el sector alimentario en el presente anteproyecto de ley. Este sector es el gran olvidado de todas las políticas referentes al cambio climático, impacto ambiental y social o de sostenibilidad y, con la transición energética en marcha, es sin duda la gran transición pendiente para alcanzar una mejoría ambiental y social de gran calado.</p> <p>El impacto en la salud de una buena alimentación es incuestionable. Por ello, esta Ley es una gran oportunidad para fomentar la transición del sistema alimentario a un sistema alimentario sano y sostenible. Si no se incorporan medidas valientes en este sentido, será una gran oportunidad perdida. Cabe recordar que, según el IPCC, de mantenerse el modelo alimentario actual y predominante, el sector alimentario será el sector a nivel mundial que generará más emisiones de GEI en 2050. Por otro lado, unas 40.000 personas mueren al año en España por enfermedades cardiovasculares derivadas de una mala alimentación.</p> <p><u>Respecto al sector textil</u>, la necesidad de adoptar medidas que impulsen la sostenibilidad y circularidad queda patente en la Estrategia de la UE para la circularidad y sostenibilidad de los productos textiles. Y, de manera más concreta, por iniciativas legislativas cercanas y recientes como la propuesta de</p>	Para proteger a las personas consumidoras y al medioambiente e impulsar un consumo (y producción) responsable y consciente, es necesario y muy urgente incorporar medidas que favorezcan la sostenibilidad de sectores críticos. Recomendamos introducir en el APL medidas que promuevan la sostenibilidad de los <b>sectores textil y de alimentación</b> .

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p>ley francesa para frenar el auge de la moda rápida (aprobada en el Senado francés el 10 de junio). En España, los partidos que conforman el gobierno también han mostrado interés por abordar las problemáticas derivadas del modelo “fast fashion” (registrando sendas proposiciones no de ley ante el Congreso de los Diputados) por lo que sorprende que el texto del APL de consumo sostenible no contemple ninguna medida encaminada a facilitar el acceso al consumo sostenible de productos de moda y contribuir a paliar los altos impactos negativos socioambientales que conlleva el modelo de producción y consumo de moda rápida y ultra-rápida.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El sector textil es considerado por la UE como una cadena de valor clave, con gran potencial para hacer la transición hacia un consumo y modelos de negocio circulares y sostenibles. La UE señala que su transición es urgente por los graves impactos socio-ambientales que genera. Según datos extraídos de la Estrategia para la circularidad y sostenibilidad de los productos textiles de la UE, el sector textil representa el 4º mayor impacto negativo sobre el medioambiente y el cambio climático.</li> <li>- Además, la industria de la moda contribuye al 10% de las emisiones globales anuales de gases de carbono (superando la combinación de las emisiones de la aviación y el transporte marítimo según datos de la ONU).</li> <li>- Dentro del sector textil, destacamos específicamente el sector de la <b>ropa</b> (que representa el 81% del consumo textil en la UE) con una creciente dependencia del uso de <b>fibras sintéticas derivadas de combustibles fósiles</b>. Según cifras del estudio de Changing Markets Foundation (<i>Fashion’s Plastic Paralysis: how brands resist change and fuel microplastic pollution</i>) y del PNUMA entorno al 60% del material empleado para producir ropa son fibras sintéticas (acrílico, poliéster, nailon), con la consiguiente contaminación por microplásticos.</li> </ul> <p>Por tanto, recomendamos integrar disposiciones específicas sobre el sector textil en el APL (tal como extender la prohibición de la publicidad a los productos de moda rápida y ultra-rápida) por ser un sector de producción y consumo masivo que perjudica la senda hacia un futuro sostenible y solidario.</p> <p><u>En relación con los conceptos consumo sostenible, circularidad económica y progreso hacia una transición ecológica, justa y equitativa:</u> Recomendamos precisar en la exposición de motivos I que las <i>medidas dirigidas a empoderar a las personas consumidoras garantizando una información objetiva, veraz y suficiente</i> aplica no solamente a las características medioambientales de los bienes y servicios sino también a las <b>características sociales</b>, (tal y como en parte recoge el artículo I 5.b).</p>	<p>Pag 1. <u>Exposición motivos I:</u> Sustituir <i>características medioambientales</i> por <b>características socio-ambientales</b> o bien, aclarar que las <i>características medioambientales</i> integran <b>las características sociales</b>.</p> <p>Pag 2. <u>Exposición motivos I:</u> Sustituir <i>declaraciones ambientales</i> por <b>declaraciones socio-ambientales</b></p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p>Alternativamente, debería aclararse que las características medioambientales han de entenderse en su sentido más amplio i.e. integrando las características sociales.</p> <p>Considerando el compromiso del APL con la sostenibilidad, su alineamiento con el ODS 12 y con el Pacto Verde Europeo y teniendo en cuenta la voluntad de avanzar hacia la transición ecológica justa, las <b>características medioambientales no pueden considerarse de forma aislada de las características sociales</b> (de las personas que componen la cadena de valor de los bienes y servicios). De hecho, per se, podría constituir un engaño hacia las personas consumidoras ya que, cuando buscan adquirir bienes sostenibles, se preocupan por ambas facetas, ambientales y sociales. Así mismo, debería mantenerse <b>coherencia regulatoria</b> con otras legislaciones recientemente aprobadas por la UE en el marco del Pacto Verde Europeo como la Directiva sobre diligencia debida de las empresas en materia de sostenibilidad que establece disposiciones para avanzar hacia la sostenibilidad tanto en los aspectos ambientales como en los sociales.</p> <p>Siguiendo el mismo razonamiento los <i>mecanismos para garantizar la verificabilidad de las declaraciones ambientales</i> deberían incluir las declaraciones sociales. Los conceptos de transición ecológica y circularidad deben salvaguardar la justicia global, lo que implica no dejar a nadie atrás. El modelo económico lineal actual a menudo conlleva extracción y procesamiento de recursos y bienes en condiciones que vulneran los derechos humanos en distintas fases del ciclo de vida de los bienes. De ahí que haya que incluir en el texto legislativo explícitamente la <b>perspectiva de derechos humanos</b> en la circularidad económica y la transición ecológica.</p> <p><u>Exposición motivos I. En relación con la prohibición de la publicidad de combustibles fósiles:</u> Entendemos que constituye una fuerte contradicción que se reconozca la significativa influencia de la publicidad en el comportamiento de las personas consumidoras y la necesidad de una comunicación comercial más alineada con los objetivos de sostenibilidad y neutralidad climática, sin incluir en la prohibición de publicidad de combustibles fósiles al <b>gas natural</b> y el <b>biogás</b>. En el APL se señala además que este tipo de publicidad contribuye a normalizar y restar importancia a los cambios necesarios en determinados sectores que usan combustibles fósiles. Por eso consideramos necesario incluir en la prohibición al gas natural y al biogás, <u>responsables del 45% del calentamiento neto actual por</u></p>	<p>Pag 3, 7. <u>Exposición motivos I, II:</u> Sustituir <i>comunicaciones engañosas sobre su desempeño ambiental</i> por <b>comunicaciones engañosas sobre su desempeño socio-ambiental</b></p> <p>Pag 6. <u>Exposición motivos II:</u> añadir social: <b>De esta manera, se fomentará la competencia orientada hacia productos más sostenibles desde el punto de vista medioambiental y social</b></p> <p>Pag 7. <u>Exposición motivos II:</u> <b>añadir derechos humanos y cadena de valor. (...) así como la circularidad dentro de la economía, y la protección del medioambiente y los derechos humanos a lo largo de la cadena de valor para avanzar en la transición ecológica.</b></p> <p><u>Exposición motivos I. En relación con la prohibición de la publicidad:</u> Añadir el <b>gas natural y el biogás, por su gran contribución a las emisiones de metano, la alimentación insana y el sector de la moda rápida.</b></p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p><u>emisiones de metano</u>, según recoge el <u>6ª Informe del IPCC</u>. Teniendo en cuenta, además:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• su perjudicial efecto en la <b>salud</b> de las personas.</li> <li>• su efecto en la transición hacia una <b>economía sostenible</b> en términos ambientales.</li> <li>• su contribución a aumentar las emisiones de <b>gases de efecto invernadero</b>.</li> <li>• su efecto en la <b>contaminación del aire</b>.</li> </ul> <p>Porque entendiendo que estamos hablando solo de prohibir publicidad, no de prohibir su uso o comercialización, consideramos confuso establecer que los efectos de la prohibición de publicidad afecte solo a aquellos productos o suministros compuestos exclusivamente por derivados de origen fósil, sin participación de renovables, porque deja abierta la puerta a perpetuar el uso de productos y/o suministros “híbridos” que puedan funcionar con combustibles fósiles y renovables, permitiendo así al sector gasista hacer uso de la publicidad y mantener su status quo. En el momento actual de emergencia climática no podemos permitirnos retrasos o ambigüedades en apoyar soluciones que se puedan considerar solo como menos perjudiciales para el medioambiente.</p> <p>En todo caso, consideramos que sí puede y debe publicarse información en páginas web sobre sus características, funcionamiento y precio, pero no en formato o comunicaciones publicitarias sino meramente informativo con relación a sus características y funciones concretas y reales. Como ejemplo, los GLP (gases licuados) como la bombona de butano o de propano son opciones que no se publicitan, pero de las que sí existe información en la web_Hogar - Aplicaciones del gas   SEDIGAS - Asociación Española del Gas.</p> <p><u>En relación con las prácticas comerciales desleales para proteger a las personas consumidoras de mensajes manipuladores (II Exposición de motivos):</u> Es imprescindible que se fortalezcan los mecanismos contra publicidad falsa e impacto ecológico no comprobado (auditorías, sanciones). Estas mejoras permiten elevar esta norma a instrumento necesario y eficaz para una auténtica economía circular y un modelo sostenible de producción y consumo, promoviendo la reparación como norma, no excepción.</p> <p>Entre las técnicas manipulativas engañosas diseñadas para manipular las emociones y generar percepciones falsas a los consumidores, sugerimos añadir</p>	<p><u>Exposición de motivos I. En relación con las prácticas comerciales desleales para proteger a las personas consumidoras. Pág 1-2</u> Debe hacerse referencia al sistema alimentario en la exposición de motivos, e incluir los artículos correspondientes para que el etiquetado de los alimentos que comemos tampoco engorde la deslealtad en sus afirmaciones ambientales y sanitarias.</p> <p><i>Para ello, tipifica como prácticas comerciales desleales determinadas prácticas (...) y las que <b>oculten o proporcionen información engañosa relacionada con el uso de patrones oscuros y (...)</b></i></p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p>el uso de <b>patrones oscuros</b> (tales como mensajes insistentes de aparente escasez de existencias, temporizadores de cuenta atrás, jugar con las emociones haciendo sentirse culpable al consumidor, etc) empleados en el comercio en línea. Estas técnicas manipulativas son diseñadas para crear adicción y constituyen <b>prácticas comerciales desleales</b>. Son prácticas que impiden garantizar al consumidor una información veraz, objetiva y suficiente. Además de presionar a los consumidores y usuarios impidiéndoles tomar decisiones informadas, incentivan el consumo inconsciente imposibilitando así una transición hacia una economía circular (como refleja el <u>informe</u> publicado en mayo 2025 por la asociación europea de consumidores BEUC)</p> <p>- Recomendamos incluir una <b>definición amplia</b> de patrones oscuros. Como patrón oscuro debería entenderse cualquier técnica de diseño de arquitectura de la web o de otra índole, que afecte a la capacidad de decisión de la persona consumidora</p> <p>- Recomendamos incorporar en el articulado (“actos de engaño”) la prohibición de emplear patrones oscuros como <b>práctica manipulativa expresamente prohibida</b> y/o requerir a las empresas que empleen mensajes potencialmente manipulativos que <b>aporten pruebas</b> que demuestren que los mensajes de «pocas existencias» o los comentarios de otros clientes, que se muestran repetidamente a los consumidores, son auténticos. En el caso de que las empresas aludidas no tomen medidas, las autoridades de consumo deben intervenir para prevenir el riesgo de graves perjuicios a los consumidores.</p> <p><u>Exposición de motivos I. En relación con la durabilidad de los bienes:</u> Para promover un consumo responsable y consciente y avanzar en la transición ecológica es imprescindible abordar la producción sostenible como elemento esencial de una economía circular. En este sentido, la durabilidad de los productos es fundamental. Cuanto mayor sea la calidad de los bienes, más durarán en funcionamiento y menos necesario será repararlos y/o reemplazarlos prematuramente.</p> <p>En Francia, el índice de reparabilidad está siendo progresivamente ampliado por el índice de durabilidad, que incluye la robustez en la evaluación. La reparabilidad y la durabilidad no son lo mismo: un producto puede ser fácilmente reparable, pero si se estropea constantemente, las consumidoras optarán por reemplazarlo. Así mismo, un producto puede ser duradero, pero no fácilmente reparable. Recomendamos incorporar al APL este enfoque por ser más completo en cuanto</p>	<p><u>Exposición de motivos I. En relación con la durabilidad de los bienes:</u> <i>Además de las novedades introducidas en el texto (...), se introducen otras modificaciones con la finalidad de robustecer la defensa de los derechos de las personas consumidoras respecto de aquellas prácticas empresariales que las ponen en riesgo.</i> <b>Entre otras medidas para fomentar la reparación y la durabilidad de los bienes, se desarrollará un índice de reparabilidad y durabilidad para informar a los consumidores sobre el carácter más o menos duradero de sus bienes, entendido en el sentido de la vida útil, así como la facilidad de repararlo.</b></p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p>a criterios contemplados, ya que, además de criterios de reparabilidad, incluye otros como fiabilidad, robustez o mantenimiento. Recomendamos que además de establecer medidas de promoción de la reparación, el texto recoja disposiciones que favorezcan la durabilidad de los bienes de forma que no necesiten ser reparados de manera temprana. Promoviendo la durabilidad se facilitaría también la promoción de los mercados de segunda mano y de productos reacondicionados y las iniciativas comunitarias de préstamo de bienes, algo que solo puede alcanzarse si los productos son de mejor calidad y duran más tiempo.</p> <p><u>Contratación Pública:</u> Si hablamos del consumo de las administraciones públicas, no hay texto sobre contratación pública y las administraciones también son consumidoras. El propio objeto de la ley es reforzar la protección de las personas consumidoras y del medio ambiente y garantizar el correcto funcionamiento del mercado interior europeo. Si se quiere influir en el mercado interior, debe incluirse en la normativa la obligatoriedad de las administraciones a consumir de forma sostenible a través de la contratación pública. Tienen que ser ejemplarizantes y cumplir con la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, e incorporar criterios ambientales y sociales. En su primer artículo 1.3 deja claro que todos los contratos públicos deberán incorporar criterios de responsabilidad social y medioambiental.</p> <p><u>Medidas fiscales:</u> Sugerimos recoger en un Artículo 4 : <b>Medidas fiscales para fomentar el reacondicionamiento, la reparación de productos y la comercialización de productos reparados o de segunda mano. Modificación del artículo 91 de la Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido</b>, las medidas fiscales que incentiven la reparación y la compra de bienes de segunda mano o reacondicionados, entre otras medidas fiscales descritas más abajo.</p> <p>Es imprescindible la adopción de medidas fiscales que fomenten la reparación de los productos no conformes. Para ello, y aunque las Directivas transpuestas en esta Ley no aborden estos incentivos fiscales, el Anexo IV bis de la Directiva (UE) 2018/851 por la que se modifica la Directiva Marco de Residuos (ejemplos de instrumentos económicos y otras medidas para incentivar la aplicación de la</p>	<p><u>Contratación Pública:</u></p> <p>Debe hacerse referencia a la contratación pública. Esta tiene que ser ejemplarizante y cumplir la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público de incorporar criterios ambientales y sociales. En su primer artículo 1.3 deja claro que todos los contratos públicos deberán incorporar criterios de responsabilidad social y medioambiental</p> <p>Aplicación mejorada de los criterios y herramientas de compra pública responsable que permite la Ley de contratos del sector público 9/2017 a través de la inclusión de cláusulas sociales en la contratación pública que incluya criterios de comercio justo y atención a las condiciones sociales en las cadenas de producción y suministro, así como cláusulas ambientales favoreciendo que en la ejecución contractual los servicios/suministros favorezca un menor impacto ambiental y procesos de reciclado y reutilización.</p> <p><u>Inclusión de las siguientes medidas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Planes de formación y recursos especializados en materia de compra pública responsable para personal político y técnico de las administraciones públicas, así como para agentes sociales y económicos.</li> </ul>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p>jerarquía de residuos a que se refiere el artículo 4, apartado 3) en su apartado 9 los incluye para favorecer la aplicación del principio de jerarquía.</p> <p>Por otra parte, en la respuesta escrita del Gobierno de 29/04/2025 a la pregunta 184/21763 se afirmó que “Por último, se señala que la Directiva no contempla expresamente incentivos fiscales, lo que no excluye que puedan ser estudiados para su inclusión en la redacción final del Proyecto de Ley de Consumo sostenible”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Impulsar espacios y observatorios de participación y control de los procedimientos de contratación pública</li> <li>- Apoyo e impulso a una fiscalidad positiva a todos los productos y servicios que incluyan criterios sociales y medioambientales, entre ellos, los de Comercio Justo, productos de segunda mano, reacondicionados, etc.</li> <li>- Establecer mecanismos para analizar el impacto social de la contratación pública, especificando el porcentaje de “retorno local”. En el caso de grandes licitaciones, establecer la obligatoriedad para los adjudicatarios de elaborar análisis de impacto social, ambiental y económico de los contratos.</li> <li>- Mejorar la valoración de los aspectos de calidad en el diseño de los criterios de adjudicación para conseguir una mejor relación calidad-precio incluyendo criterios de mejor valor (impacto, capacidad transformadora...)</li> <li>- Establecer sistemas de control y verificación de la inclusión de las cláusulas sociales y ambientales contempladas como criterios de adjudicación o condiciones especiales de ejecución, así como sistemas de control de cumplimiento, así como un procedimiento sancionador.</li> <li>- Establecer medidas para la compra pública de productos reacondicionados, y la donación de productos en desuso a iniciativas de reparación.</li> </ul>
<p><b>Artículo primero.</b> <i>Modificación de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.</i></p>	<p>- Consideramos <b>como una técnica legislativa más transparente</b> incluir todas las definiciones relevantes (por ejemplo, funcionalidad, durabilidad, afirmación medioambiental, distintivo de sostenibilidad, sistema de certificación) en un artículo específico con el título “Definiciones” en lugar de referirse a las leyes o normativas específicas o incluir esas definiciones dispersas en el articulado.</p> <p><u>Uno. Art. 5. Actos de engaño</u></p>	<p>- Recomendamos que en la Ley 3/1991 se incluya un nuevo artículo, por ejemplo el artículo 1 bis <b>Definiciones</b>, que incluya todas esas definiciones que se esparcen en los artículos normativos, como funcionalidad, durabilidad, afirmación medioambiental, distintivo de sostenibilidad, y sistema de certificación.</p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p>1.b) <u>Características del bien.</u>  Por los motivos expuestos en el apartado Exposición de motivos, sugerimos sustituir la conjunción “o” por “y” con el fin de incluir las <b>características sociales</b> de manera inequívoca</p> <p><u>Uno. Art. 5. Actos de engaño</u>  Por los motivos que comentamos en el apartado Exposición de motivos en relación con las técnicas manipulativas empleadas en el comercio online (patrones oscuros) para presionar a las personas consumidoras a comprar más de lo previsto al tiempo que agudizan los problemas medioambientales, recomendamos añadir un subpunto i)</p> <p><u>Uno. Art. 5. Actos de engaño</u>  2. <i>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 (...) distorsionar de manera significativa el comportamiento económico de sus destinatarios.</i>  Referente a los <b>códigos de conducta</b>, sugerimos explicitar las consecuencias en caso de incumplimiento y reforzar el derecho a una información transparente. Proponemos añadir características que deben incorporar los códigos de conducta para que su efectividad sea creíble y no una herramienta de lavado verde o engaño al consumidor. Por ejemplo, que los códigos de conducta deben basarse en los estándares internacionales más avanzados, ser de acceso público y que el cumplimiento de los compromisos enunciados por los empresarios en los códigos de conducta debe ser exigible legalmente.</p>	<p><u>Uno. Art. 5. Actos de engaño.1.b):</u>  <i>Las características principales del bien o servicio, tales como (...) sus características medioambientales y <b>sociales</b>, (...)</i></p> <p><u>Uno. Art. 5. Actos de engaño.</u>  1.nueva letra i): <b>el uso de técnicas de diseño manipulativas conocidas como patrones oscuros empleadas en el comercio en línea, ya sea en la arquitectura de la web o de otro tipo (tales como mensajes insistentes de aparente escasez de existencias, temporizadores con cuenta atrás, <i>confirm-shaming</i>, entre otros), y que afectan a la capacidad de decisión de la persona consumidora</b></p> <p><u>Uno. Art. 5. Actos de engaños:</u>  2. <i>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 (...) distorsionar de manera significativa el comportamiento económico de sus destinatarios.</i>  <b>Los códigos de conducta a los que se vinculan los empresarios deben ser de acceso público e incorporar canales de denuncia seguros. El cumplimiento de los compromisos enunciados y publicados por los empresarios en los códigos de conducta deben ser de obligado cumplimiento y vinculantes legalmente. El cumplimiento deberá ser verificado periódicamente por terceros independientes y contar con la participación real de las partes interesadas de la sociedad civil (organizaciones de consumidores, sindicatos, ONGs...). En el caso de que el empresario encargue auditorías sociales y medioambientales para vigilar el cumplimiento del código de conducta, las auditorías sociales deberán ser de acceso público para proteger el derecho a un consumo responsable, a una información veraz,</b></p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p><u>Uno. Art. 5. Actos de engaño</u>  <b>4. Afirmación medioambiental.</b>  Por los motivos explicados en la exposición de motivos, creemos que la perspectiva social debe estar reflejada de manera inequívoca a lo largo de la norma.</p> <p>Sugerimos añadir un párrafo para definir qué entiende la norma por afirmación social y su impacto en las personas y comunidades.</p> <p>Recomendamos que solo puedan realizarse afirmaciones medioambientales y sociales relacionadas con el <b>comportamiento medioambiental presente</b> (no futuro), que se esté poniendo en práctica. Estas afirmaciones deben acompañarse de compromisos claros, objetivos, de acceso público y verificables. Los compromisos a futuro pueden decaer en el tiempo y no ser implementados por lo que no debería permitirse las afirmaciones medioambientales a futuro</p> <p>El texto prohíbe publicidad de durabilidad limitada, obsolescencia programada, y expresiones vagas como “verde” sin verificación, esto es muy positivo para la lucha contra el ecopostureo. Sin embargo se necesitan auditorías ambientales independientes y penalizaciones reales.</p> <p><u>Dos. Art. 21. Prácticas engañosas sobre códigos de conducta u otros distintivos de calidad</u>  El cumplimiento de las disposiciones estipuladas en los códigos de conducta suele entrar en <b>contradicción con las prácticas comerciales</b> y con los modelos de negocio de las empresas, particularmente en <b>sectores con cadenas de valor globales y de alto riesgo en materia medioambiental y social</b>. Así, las disposiciones relativas a medioambiente (uso sostenible del agua y sustancias químicas, gestión de residuos...) y las relativas a derechos laborales (prohibición trabajo forzoso, derechos a libertad sindical, salario digno, salud y seguridad</p>	<p><b>objetiva y suficiente. Los códigos de conducta deberán ser verificados periódicamente por un tercero independiente cuyas conclusiones se pondrán a disposición de los consumidores o usuarios.</b></p> <p><u>Uno. Art. 5. Actos de engaño.</u>  <i>4. Las afirmaciones medioambientales relacionadas con el comportamiento medioambiental deben estar respaldadas con acciones que estén ejecutándose cuando se realiza la afirmación y contener compromisos claros, objetivos, de acceso público y verificables, que se encuentren incluidos en un plan de ejecución detallado y realista (...)</i>  <i>asignación efectiva de recursos.</i></p> <p><b>5.</b> Se deberá disponer de una auditoría ambiental previa a la comercialización del producto, así como la obligatoriedad de inscripción pública de todas las declaraciones ambientales y anuncio de renovación de etiquetas ecológicas verificadas y penalización de al menos un 2 % de ingresos por publicidad con afirmaciones medioambientales desleales y no acordes con la auditoría.</p> <p><u>Dos. Art. 21. Prácticas engañosas sobre códigos de conducta u otros distintivos de calidad</u>  <b>Los códigos de conducta que apelen a la sostenibilidad o que se utilicen para hacer publicidad sostenible de una empresa deben cumplir con los siguientes criterios mínimos para evitar trasladar al consumidor información engañosa sobre las características sociales o medioambientales del producto o de la empresa:</b></p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p>laboral, existencia de contrato...) suelen estar recogidas en los códigos de conducta voluntarios de las empresas, pero su <b>incumplimiento es sistémico</b> en sectores con complejas cadenas de producción como el <b>textil</b>, la <b>electrónica</b> o la <b>alimentación</b>.</p> <p>Sugerimos reforzar el texto de la norma incorporando criterios y requisitos mínimos para que el código de conducta no sea una mera declaración de buenas intenciones y una herramienta de eco-postureo. En la columna derecha incluimos algunos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* <b>Participación de las partes interesadas</b> pertinentes: los códigos deben desarrollarse consultando con las partes interesadas (organizaciones de consumidores, sindicatos, ONGs) en las fases de elaboración, implementación y supervisión</li> <li>* <b>Canal de denuncias seguro</b>: el código debe incorporar un sistema seguro y confiable para denunciar potenciales incumplimientos</li> <li>* <b>Estándares internacionales</b>: debe recoger los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo y los estándares más altos sociales y medioambientales que existan en la industria correspondiente</li> <li>* <b>Transparencia y trazabilidad</b>: el código debe informar acerca de la cadena de suministro de la empresa, incluidas subcontratas, lugares de producción, número de trabajadores, existencia de sindicato independiente</li> <li>* <b>Ámbito de aplicación</b>: el código debe aplicarse a lo largo de toda la cadena de valor (incluidas subcontratas de los proveedores)</li> <li>* <b>Responsabilidad</b>: la empresa asume responsabilidades legales y económicas en caso de vulneración de su código de conducta cuando haya causado perjuicios a las personas, comunidades y el medioambiente y se obliga a reparar el daño causado en colaboración con las partes interesadas.</li> <li>* <b>En caso de incumplimiento</b> del código de conducta o de alguna de sus disposiciones, la empresa informará públicamente sobre los compromisos vulnerados, las razones del incumplimiento y las medidas adoptadas. No se afirmará el cumplimiento del código hasta que se demuestre que se cumple con todas las disposiciones.</li> <li>* <b>Vigilancia del cumplimiento</b>: la empresa debe rendir cuentas a las partes interesadas (organización de consumidores, sindicatos, Ongs...) y a las autoridades competentes facilitando información</li> </ul>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p><u>Dos. Art. 21. Prácticas engañosas sobre códigos de conducta u otros distintivos de calidad.</u>            En relación con los alegatos verdes en el sector de la alimentación, los mensajes y sellos de envases reciclables o similares en alimentos envasados generan confusión a las personas consumidoras, haciéndolas entender que el alimento en sí es sostenible, cuando realmente no lo es. Estos sellos y mensajes no deben llevar a la confusión y no deben ocupar un espacio principal (por disposición o tamaño) en el envase.</p> <p>- Recomendamos que el etiquetado de sostenibilidad (o nutricional) para los alimentos esté basado en la evidencia científica independiente, sea de obligado cumplimiento para todos los alimentos que se comercializan en la UE y que sea sencillo de interpretar para las personas consumidoras</p> <p>-Identificación de modelo de producción animal: Actualmente, vemos proliferar los sellos de “bienestar animal”, muchos de carácter voluntario y otros, pese al sello, esconden detrás prácticas realmente escabrosas de falta de respeto a los animales. Los sellos de bienestar animal - que cualquiera puede tener a día de hoy - son un absoluto engaño a las personas consumidoras y deben ser regulados. Incluir un certificado (con criterios científicos</p> <p><u>Dos. Art 27. Otras prácticas engañosas. Punto 9.</u>            9.f) Proponemos añadir subpunto nº9 (bis) para considerar práctica desleal por engañosa aquella en la que el empresario o fabricante introduzca artificialmente <u>elementos</u> o características en el <b>diseño</b> que limiten la <b>durabilidad</b> del bien.</p> <p>Ejemplos: tornillería no estándar que obliga a la persona consumidora o reparadora a comprar herramientas muy específicas de difícil acceso; el fabricante incluye adhesivos que no permiten la reparabilidad, o carcasas que se rompen si se abren, o sellos de garantía que no permiten abrir el dispositivo para el recambio de fungibles (como por ejemplo baterías).</p> <p>Otros ejemplos son los obstáculos artificiales a la reparación sancionables por el bloqueo digital (part pairing, DRM) de piezas de repuesto, componentes o accesorios compatibles (cuando los haya de terceros) que impidan la reparación.</p>	<p>cuando le sea requerido y contando con su participación</p> <p><u>Dos. Art. 21. Prácticas engañosas sobre códigos de conducta u otros distintivos de calidad.</u>            En relación con la alimentación;</p> <p><b>- Desarrollo e implantación de un etiquetado de sostenibilidad para alimentos, basado en criterios científicos independientes, que incorpore aspectos ambientales y de justicia social.</b></p> <p><b>- Para los productos de origen animal, desarrollo e implantación de un etiquetado que permita conocer el modelo de cría.</b></p> <p><u>Añadir la línea c)</u>            c) La exhibición de un distintivo de bienestar animal que no esté basado en un sistema de certificación independiente y perfectamente acreditado o no haya sido establecido por las administraciones públicas.</p> <p><u>Dos. Art 27. Otras prácticas engañosas. Punto 9.</u>            9. <i>Faciliten información engañosa al consumidor o usuario sobre el desempeño medioambiental y <b>social</b> del producto o servicio o sobre aspectos que afecten a su vida útil.</i>            9.f) <b>bis. Introducir artificialmente en el diseño del bien una característica o elemento que limite su durabilidad o reparabilidad</b></p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p>Se debe explicitar en la Ley que el producto en uso es propiedad del comprador, no del fabricante.</p> <p><u>Tres. Artículo 27. Otras prácticas engañosas. Punto 9.</u> También recomendamos añadir, dentro del punto 9, las prácticas comerciales que inducen a las personas consumidoras a creer que sus bienes no son reparables debido a una reparación o inspección previa por parte de un reparador independiente.</p> <p><u>«Artículo 27. Otras prácticas engañosas. Apartado Dos:</u> Aunque el texto hace referencia indirecta, se menciona que habrá etiquetas y plataformas informativas, pero sin escala estandarizada. Por ello es necesario aplicar un índice de reparabilidad y durabilidad visiblemente en etiqueta, escala 0-10, comparable y auditado por una entidad independiente. Recomendamos añadir esto en un décimo apartado.</p> <p>El texto prohíbe publicidad de durabilidad limitada, obsolescencia programada, y expresiones vagas como “verde” sin verificación, esto es muy positivo para la lucha contra el ecopostureo. Sin embargo, se necesitan auditorías ambientales independientes y penalizaciones reales.</p>	<p><u>Tres. Artículo 27. Otras prácticas engañosas. Añadir letra k dentro del punto 9:</u></p> <p>“k. Las prácticas comerciales que inducen a los consumidores a creer que sus bienes no pueden repararse debido a una reparación o inspección previas por parte de un reparador independiente, un reparador no profesional 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.”</p> <p><u>Añadir un punto 10 con el siguiente texto:</u></p> <p>10. Todos los aparatos incluidos en el anexo II estarán obligados a llevar un índice de reparabilidad y durabilidad en una escala homogeneizada (0-10), auditado por terceros autorizados. Las etiquetas deberán estar visibles y actualizadas. Asimismo, se establecerá un régimen sancionador, con multas de hasta el 4 % de facturación, por falseamiento o incumplimiento del índice.</p>
<p><b>Artículo segundo.</b> <i>Modificación del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado mediante el</i></p>	<p>Para reforzar las herramientas <b>contra el lavado verde y contra las prácticas comerciales desleales</b>. Retomamos la demanda de crear un Observatorio para el control del lavado verde que más de <u>20 organizaciones de la sociedad civil</u> plantearon en 2023 cuyas competencias quedarían recogidas en un punto nuevo. Solicitamos añadir un nuevo artículo (1. Bis) o una nueva disposición. Dicho organismo público de ámbito estatal tendría las siguientes competencias: 1/ Elaborar campañas de sensibilización para la identificación del marketing verde. 2/ Denunciar ante las autoridades administrativas o judiciales oportunas la publicidad falsa o engañosa que confunda a las personas consumidoras. Este deberá contar con la guía de las organizaciones sociales (de consumidores,</p>	<p><u>Nuevo punto 1. Bis. Creación de un Observatorio para el control del lavado verde y las prácticas comerciales desleales como medida participativa de defensa de los derechos de los consumidores con las siguientes competencias:</u> 1/ <b>Elaborar campañas de sensibilización para la identificación del marketing verde.</b> 2/ <b>Denunciar ante las autoridades administrativas o judiciales oportunas la publicidad falsa o engañosa que confunda a las personas consumidoras.</b> Este</p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
<p><i>Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre.</i></p>	<p>ecologistas, de periodistas y movimientos sociales) y expertas independientes. Garantizando así un espacio de gobernanza donde todas puedan participar en la implementación y el seguimiento de las medidas y en su adecuada aplicación frente a los lobbies empresariales. 3/ Sugerir la creación de normas o capacidad para intervenir en la modificación de las existentes que tengan relación con el lavado verde 4/ Cualquier otra que fuera precisa en defensa del interés general de las personas consumidoras</p> <p>«Artículo 20. Información necesaria en la oferta comercial de bienes y servicios. Punto 1. Consumo Alimentario: Consideramos que la propuesta de Ley de Consumo Sostenible no tiene en consideración de forma adecuada el consumo de alimentos.</p> <p>Debido al elevado impacto ambiental y social del sector alimentario - según el IPCC, de no hacerse nada y seguir la senda actual el sector alimentario será en 2050 el mayor emisor de GEI - es fundamental que esta Ley lo tenga en muy buena consideración.</p> <p>Según datos recientes, contenidos en el informe “Revolución Alimentaria” [<a href="https://es.greenpeace.org/es/wp-content/uploads/sites/3/2025/06/BIO-web-1.pdf">https://es.greenpeace.org/es/wp-content/uploads/sites/3/2025/06/BIO-web-1.pdf</a>], una reducción del 116% de las emisiones de GEI asociadas al sistema alimentario español y a un incremento del 35% del empleo.</p> <p>Respecto a los cultivos modificados genéticamente - y los alimentos que provienen de ellos - su insostenibilidad está más que demostrada, por lo que una legislación como esta puede y debe dar respuesta a la gran laguna que dejaron abierta los reglamentos (CE) 1829 y 1830 de 2003 en lo que se refiere al etiquetado y trazabilidad de alimentos modificados genéticamente.</p> <p><u>Dos. Art. 20. Información necesaria en la oferta comercial de bienes y servicios. Punto 5.</u> Para mejorar la información que reciben los consumidores, su claridad y fiabilidad, recomendamos que los empresarios que proporcionen información</p>	<p><b>deberá contar con la guía de las organizaciones sociales (de consumidores, ecologistas, de periodistas y movimientos sociales) y expertas independientes. Garantizando así un espacio de gobernanza donde todas puedan participar en la implementación y el seguimiento de las medidas y en su adecuada aplicación frente a los lobbies empresariales. 3/ Sugerir la creación de normas o capacidad para intervenir en la modificación de las existentes que tengan relación con el lavado verde 4/ Cualquier otra que fuera precisa en defensa del interés general de las personas consumidoras</b></p> <p>«Artículo 20. Información necesaria en la oferta comercial de bienes y servicios. Punto 1 Añadir la línea h) con el siguiente texto:</p> <p>h) Medidas para el etiquetado sostenible de alimentos. Se utilizará un etiquetado Eco-Score (similar al Nutriscore) que visibilizara fácilmente el comportamiento ambiental de cada producto alimentario, basado en un análisis de ciclo de vida. En el caso de alimentos cárnicos, el etiquetado debe permitir diferenciar los alimentos que provienen de la ganadería intensiva y los que provienen de la extensiva, y todos los alimentos sin excepción deben indicar si contienen organismos modificados genéticamente o derivan de cultivos transgénicos. Los alimentos derivados (carne, pescado, leche y huevos) de animales alimentados con cultivos transgénicos también lo deben indicar en la etiqueta del producto.</p> <p><u>Dos. Art. 20. Información necesaria en la oferta comercial de bienes y servicios. Punto 5.</u></p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p>acerca de las <b>características medioambientales, sociales o de circularidad</b> deban garantizar el cumplimiento de dichas características y rendir cuentas en caso de prácticas desleales.</p> <p>Recomendamos requerir que el empresario que proporcione información acerca de los criterios de valoración o calificación (especialmente cuando la sostenibilidad se basa en diferentes aspectos de los productos comparados, como por ejemplo una camiseta de algodón ecológico fabricada en Asia frente a otra de algodón no ecológico fabricada en España; una puede considerarse sostenible por el tipo de material y la otra por la cercanía en el transporte)</p> <p><u>Tres, Art. 59 bis. Definiciones</u> Por las razones expuestas anteriormente (Artículo primero. Uno. Art. 5), recomendamos añadir una definición (amplia) de patrones oscuros.</p> <p><u>Tres, Art. 59 bis. Definiciones</u> El texto incluye la definición de Durabilidad. 3.d) puntuación de durabilidad. Tomando de referencia el modelo francés explicado anteriormente, sugerimos añadir definiciones de <b>Práctica Comercial, Índice de Durabilidad, Puntuación de Durabilidad y Requisitos de Durabilidad.</b></p> <p><u>Tres, Art. 59 bis. Definiciones</u> Se propone añadir la definición de <b>Economía Circular</b> para incorporar la idea de reducción de la producción de bienes nuevos como pilar esencial, tal y como recogen las políticas de reducción del impacto ambiental a nivel de la UE y los principios del IPCC.</p>	<p><i>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. <b>El empresario deberá facilitar información sobre las medidas establecidas para garantizar al consumidor la veracidad del cumplimiento de las referidas características (medioambientales, sociales o aspectos de circularidad) e información acerca de los criterios de valoración o calificación.</b></i></p> <p><u>Tres, Art. 59 bis. Definiciones</u></p> <p>Añadir definiciones: <b>Patrones Oscuros, Práctica Comercial, Índice de Durabilidad, Índice de Reparabilidad, Puntuación de Durabilidad y Requisitos de Durabilidad.</b></p> <p><u>Tres, Art. 59 bis. Definiciones</u> Añadir definición <b>Economía circular:</b> sistema económico orientado a reducir el consumo de recursos naturales mediante la minimización de la producción de nuevos bienes, la maximización de la durabilidad, reutilización, reparación y refabricación, así como el reciclaje efectivo de materiales al final de su vida útil.</p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p><b>Cuatro. Art. 60. Apartado 2.</b>  <i>“Cuatro. Se modifica el apartado 2 del artículo 60, que queda redactado de la siguiente forma:  «2. Serán relevantes las obligaciones de información sobre los bienes o servicios establecidas en esta norma y cualesquiera otras que resulten de aplicación y, además:  (...) 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.»”</i></p> <p><u>Cuatro. Art. 60. Apartado 2. n)</u>  A la hora de optar por reparar un producto el <b>precio de las piezas de repuesto y el plazo de recepción</b> son informaciones esenciales para los consumidores por lo que solicitamos que el precio de los recambios y el plazo de recepción sean incluidos en la <b>información obligatoria</b> que debe ser proporcionada a los consumidores.  Recomendamos también ofrecer <b>referencias del coste de las reparaciones más habituales</b> (como cambiar la pantalla de un dispositivo) que sea pública y de fácil acceso. De esta forma se favorecería la transparencia y se equilibraría la asimetría de información (en perjuicio del consumidor) a la hora de optar por reparar un bien.  Recomendamos que la responsabilidad y obligación de proporcionar la información referida sea tanto del distribuidor como del productor.</p> <p>Dicha información podría ser incorporada también en la parte II del Anexo IV <b>Formulario Europeo de Información sobre la Reparación</b></p> <p>Por los motivos expuestos anteriormente entorno a la <b>durabilidad</b> (exposición de motivos y Art.59 bis), recomendamos añadir un apartado o) sobre la <b>puntuación de durabilidad</b></p> <p>Identificamos la ausencia del despliegue de un índice de reparabilidad y durabilidad español en el presente Anteproyecto de Ley de Consumo Sostenible.</p>	<p><u>Cuatro. Art. 60. Apartado 2.</u></p> <p>Modificar la línea m) con el siguiente texto:  m) Cuando proceda, la puntuación de reparabilidad y durabilidad de los bienes deberá ser incluida utilizando una escala estandarizada del 0 al 10, auditado por entidades acreditadas.</p> <p><u>Cuatro. Art. 60. Apartado 2. n)</u>  <i>Cuando no haya puntuación de reparabilidad sobre un bien, información sobre la disponibilidad, el coste estimado, el precio de las piezas de recambio, el plazo estimado de recepción de las piezas, así como el precio de referencia de las reparaciones más habituales y el procedimiento para pedir 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</i> <b>La responsabilidad y obligación de facilitar dicha información será tanto del distribuidor como del fabricante.</b></p> <p><u>Cuatro. Art. 60. Apartado o)</u> <b>Cuando proceda, la puntuación de durabilidad de los bienes</b></p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p>El sistema de puntuación de reparabilidad de la UE que aparecerá en la nueva etiqueta energética de la UE que acompaña a los dispositivos electrónicos tendrá en cuenta varios factores como los componentes clave del producto, los pasos y herramientas necesarios para desactivar un dispositivo y acceder a los componentes reemplazables, y la disponibilidad de información sobre la sustitución y piezas de repuesto. Este sistema de puntuación, a parte de no incluir criterios de durabilidad, no incluye el precio de las piezas de repuesto. Cualquier puntuación de reparabilidad que no incluya el precio de las piezas de repuesto corre el riesgo de tener un efecto de «greenwashing». Si un consumidor compra un producto con una puntuación de reparación «A», esperará que sea realmente reparable cuando se produzca una avería. Si la pieza averiada es demasiado cara de sustituir, el producto será, de facto, irreparable. Los consumidores corren entonces el riesgo de perder la confianza en la puntuación de reparabilidad. Los fabricantes podrían aprovechar fácilmente esta laguna para atraer a los consumidores con productos con una puntuación alta, al tiempo que mantienen el control de la tasa de reparación —y, por lo tanto, de la tasa de sustitución— de sus productos fijando precios prohibitivos para las piezas de repuesto. Un compromiso de precios por parte de los fabricantes sobre los repuestos originales y sus precios declarados evitaría este problema y haría viable la inclusión del precio como criterio.</p> <p>Por este motivo, se recomienda desarrollar un índice de reparabilidad y durabilidad español, que sí incluya el precio de las piezas de recambio, y que abarque aparatos eléctricos que todavía no están cubiertos por el sistema de puntuación de reparabilidad de la UE.</p> <p>Por otro lado, si se reconoce que el precio de los repuestos es efectivamente uno de los criterios más decisivos para las consumidoras a la hora de escoger la reparación, la fórmula de agregación podría adaptarse fácilmente para aumentar la ponderación del criterio combinado del precio. Proponemos asignar una ponderación de al menos el 20 % de la puntuación total al criterio del precio de las piezas de recambio, lo que sería suficiente para que un producto subiera o bajara un nivel en la puntuación en el índice.</p> <p>Podría ser recomendable en cuanto a la puntuación de durabilidad que esté respaldada por informes de análisis de fiabilidad (RAMS) con cálculos de MTBF (Mean Time Between Failures) y ensayos de vida acelerada para tener cálculos de la durabilidad del producto que sean fundamentados.</p> <p>Podría ser también recomendable también añadir un canal de denuncia en cuanto a la durabilidad y reparabilidad, donde las personas consumidoras</p>	

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p>podiesen por ejemplo denunciar prácticas de diseño por parte de los fabricantes que van en contra de ello.</p> <p>Segun el RD 110/2015 de RAEE, el “Artículo 10. Información para los centros de preparación para la reutilización y las instalaciones de tratamiento” contempla que:</p> <p>“Con el fin de facilitar la preparación para la reutilización y el tratamiento correcto y respetuoso con el medio ambiente de los RAEE, incluidos su mantenimiento, mejora, reacondicionamiento y reciclado, la información deberá contener, la identificación de los diferentes componentes y materiales, la información necesaria para su correcta preparación para la reutilización; así como la localización de las sustancias y mezclas peligrosas de los AEE y de las exenciones que se aplican según los anexos III y IV del Real Decreto 219/2013, de 22 de marzo. La información se facilitará en forma de manuales, o por vía electrónica, como a través de CDROM o de servicios en línea”</p> <p>Por lo tanto, ha de haber coherencia entre el RD 110/2015 de RAEE y la presente Proposición de Ley cuanto a la información obligatoria.</p> <p><u>Cinco. Art 97. Información precontractual de los contratos a distancia y los contratos celebrados fuera del establecimiento mercantil. 1. x)</u>  Por los mismos motivos expuestos anteriormente (en relación con el Artículo 60. Apartado 2.n), proponemos añadir proporcionar información al consumidor sobre los <b>precios de las piezas de repuestos, plazos de recepción</b> así como referencias de precios públicas y accesibles para las <b>reparaciones más habituales</b>.</p> <p>Para ello, recomendamos añadir al artículo 97 que los fabricantes deberán publicar en sus sitios web listas de los servicios de reparación, precios de referencia del coste de las reparaciones más habituales y los precios de las piezas de recambio disponibles</p>	<p><u>Cinco. Art 97. Información precontractual de los contratos a distancia y los contratos celebrados fuera del establecimiento mercantil 1.x)</u>  <i>Cuando no haya puntuación de reparabilidad sobre un bien, información sobre la disponibilidad, el coste estimado, el <b>precio de las piezas de recambio, el plazo estimado de recepción de las piezas, así como el precio de referencia de las reparaciones más habituales</b> y el procedimiento para pedir 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</i></p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p><u>Cinco. Art 97. n) en relación con las garantías</u>            Para algunos productos, como por ejemplo grandes electrodomésticos (con alto ciclo de vida esperado y generalmente desembolso elevado para el consumidor), la <b>garantía legal</b> no refleja su ciclo de vida esperado y es insuficiente. <b>Proponemos extender la garantía legal en base al tipo de producto.</b> La duración de la garantía legal de ciertos productos podría definirse teniendo en cuenta la vida útil del producto y los requisitos de durabilidad en virtud del diseño ecológico para los diferentes tipos de productos. La diferenciación de los periodos de garantía legal para productos con un alto ciclo de vida esperado favorece la sostenibilidad, crearía incentivos para producir bienes más duraderos, de mejor calidad, y beneficiaría a los consumidores que tendrían acceso a reparaciones gratuitas cubiertas por la garantía legal extendida. Los consumidores no deberían de soportar el coste potencialmente alto de reparaciones causadas por fallos en el diseño de productos con un ciclo de vida esperado elevado. Adicionalmente, los empresarios podrían extender la garantía legal voluntariamente para competir en el mercado con productos más duraderos.</p> <p><u>Ocho. Art. 118. Régimen jurídico de la puesta en conformidad. Punto 4. 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</u>            Recomendamos establecer <b>incentivos para fomentar que los consumidores elijan bienes reacondicionados en el supuesto de sustitución del bien;</b> podrían consistir en una devolución parcial del desembolso realizado en la adquisición del bien o una extensión mayor de la garantía.</p> <p><u>Ocho. Art. 118. Régimen jurídico de la puesta en conformidad. Nueve.</u>  <i>En los bienes de segunda mano, el empresario y el consumidor <u>podrán pactar un plazo menor (...)</u> que no podrá ser inferior a un año desde la entrega.</i></p> <p>Con el fin de fomentar el mercado de <b>segunda mano</b> y aumentar la confianza de los consumidores a la hora de adquirir bienes usados, recomendamos suprimir esta disposición relativa a los bienes de segunda mano.</p>	<p><i>empresario que distribuye el bien por parte del productor.</i>  <b>Los fabricantes deberán publicar en sus sitios web listas de los servicios de reparación, precios de referencia del coste de las reparaciones más habituales y los precios de las piezas de recambio disponibles</b></p> <p><u>Cinco. Art 97. n) en relación con las garantías</u>            Punto nuevo. <b>Para algunos productos con alto ciclo de vida esperado y (generalmente) desembolso elevado para el consumidor), se extenderá la garantía legal en base al tipo de producto. La duración de la garantía legal de ciertos productos se definirá teniendo en cuenta la vida útil del producto y los requisitos de durabilidad en virtud del diseño ecológico para los diferentes tipos de productos.</b></p> <p><u>Ocho. Art. 118. Régimen jurídico de la puesta en conformidad. Nueve. Se modifica el apartado 1 del artículo 120,</u>  <i>Este plazo se ampliará en doce meses adicionales, una única vez, cuando el consumidor o usuario opte, como medida correctora para restablecer en conformidad, por la reparación del bien o la sustitución por un bien reacondicionado</i></p> <p><u>Ocho. Art. 118. Régimen jurídico de la puesta en conformidad. Nueve.</u></p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p><u>Nueve. Se modifica el apartado 1 del artículo 120.</u> El periodo de la <b>carga de la prueba</b> debe guardar la misma duración que el periodo de la garantía legal (3 años en el caso de bienes o de 2 en el caso de contenidos o servicios digitales). Adicionalmente, cuando el consumidor opte por la reparación y la <b>garantía se extienda a 12 meses</b>, el periodo de la carga de la prueba también debe extenderse por el mismo periodo (12 meses).</p> <p><u>Diez. Art. 127 Bis. Reparación y servicios posventa</u> La lista de bienes del <b>Anexo II</b> de la Directiva 2024/1799 es demasiado restrictiva. Recomendamos promover la reparación a otros bienes y ampliarlo al menos a <b>toda la gama de productos digitales, a los pequeños electrodomésticos y a los bienes textiles</b> (en línea con lo expresado anteriormente en el apartado exposición de motivos). De forma más amplia, en lugar de basarse en los bienes recogidos en el Anexo II de la directiva 2024/1799, la obligación de reparación del APL podría ser más ambiciosa y abarcar los <b>bienes incluidos en el ámbito de aplicación del Reglamento UE 2024/1781 de ecodiseño productos sostenibles</b> (que será aplicable a casi todos los tipos de producto con algunas excepciones como alimentos o medicamentos)</p>	<p>Ver comentario. Suprimir disposición relativa a bienes de segunda mano</p> <p><u>Nueve. Se modifica el apartado 1 del artículo 120.</u> <b>El periodo de la carga de la prueba tendrá la misma duración que el periodo de garantía legal para los distintos bienes (3 años en el caso de bienes o de 2 en el caso de contenidos o servicios digitales).</b> <i>Cuando el consumidor opte por la reparación o la sustitución por un bien reacondicionado y la garantía se extienda a 12 meses, el periodo de la carga de la prueba también debe extenderse por el mismo periodo.</i></p> <p><u>Diez. Art. 127 Bis. Reparación y servicios posventa</u> <b>La reparación se promoverá a los bienes incluidos en el ámbito de aplicación del Reglamento UE 2024/1781 de ecodiseño productos sostenibles</b></p> <p><u>Diez. Art. 127 Bis. Reparación y servicios posventa</u> 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</p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p><b><u>Punto 3</u></b></p> <p><i>“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:</i></p> <p><i>a) El valor que tendrían los bienes o los contenidos o servicios digitales si no hubiera existido falta de conformidad.</i></p> <p><i>b) La relevancia de la falta de conformidad”</i></p> <p>Recomendamos que dicha imposibilidad o costes desproporcionados tengan que ser justificados de alguna manera a la persona consumidora que escoja la reparación; y que sea posible poner una reclamación por parte de la persona consumidora en caso de que la justificación se perciba como una manera de saltarse la presente regulación y evitar los costes de reparación por parte del empresario.</p> <p><b><u>Punto 4.</u></b></p> <p><i>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</i></p> <p>Recomendamos establecer <b>incentivos para fomentar que los consumidores elijan bienes reacondicionados en el supuesto de sustitución del bien;</b> podrían consistir en una devolución parcial del desembolso realizado en la adquisición del bien o una extensión mayor de la garantía.</p> <p>Recomendamos que sea obligación del vendedor informar sobre la posibilidad de sustituir el bien por un bien reacondicionado. Recomendamos también especificar como funcionará la garantía del producto de sustitución en este caso, y que también sea extendida en el caso de optar por un bien reacondicionado, al igual que al optar por la reparación.</p>	<p>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. Asimismo se fomentará el respaldo a distribuidores o reparación local, para evitar monopolios y precios elevados</p> <p><b><u>Punto 3</u></b></p> <p><i>“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:</i></p> <p><i>a) El valor que tendrían los bienes o los contenidos o servicios digitales si no hubiera existido falta de conformidad.</i></p> <p><i>b) La relevancia de la falta de conformidad”</i></p> <p><b><i>El empresario deberá justificar la imposibilidad de poner los bienes o contenidos o servicios digitales en conformidad a la persona consumidora con un informe.</i></b></p> <p><b><u>Punto 4.</u></b></p> <p><i>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.</i></p> <p><b><i>El vendedor dará incentivos para fomentar que los consumidores elijan bienes reacondicionados en el supuesto de sustitución del bien, y será obligatorio informar sobre la posibilidad de</i></b></p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p><b><u>Diez. Art. 127. Bis. 3.a) Será gratuita o a un precio razonable</u></b>  Una de las barreras principales que disuaden a los consumidores a reparar un bien, suele ser el coste de la reparación.  Sugerimos que la norma sea más concreta respecto a qué considera “un precio razonable”. Pese a que no hay un umbral universal por encima del cual se disuade la reparación, el movimiento por el Derecho a Reparar sugiere que la mayoría de los consumidores no repararán un producto si el coste de la reparación supera el 50% del precio de un bien nuevo.</p> <p><b><u>Diez. Art. 127. Bis. 3.c)</u></b>  El productor ha de prestar al consumidor o usuario un bien de sustitución de manera gratuita mientras dure la reparación, sin que el bien de sustitución implique un gasto para el consumidor o usuario.</p> <p><b><u>Diez. Art. 127. Bis. 5</u></b></p> <p>Se propone incluir obligaciones concretas de recuperación de piezas y componentes, así como incentivos a la <i>refabricación</i>. Promoviendo la responsabilidad ampliada del productor (RAP) y estableciendo criterios generales de RAP.</p> <p>Consideramos positiva la obligación de mantener repuestos y asistencia durante 10 años, aunque no se menciona el respaldo a distribuidores o la reparación local, lo que puede derivar en monopolios y precios elevados. También es positiva la transparencia de precios obligando a publicar los precios de repuestos y reparaciones, pero hace falta una estandarización y comparabilidad entre fabricantes. Asimismo el acceso para reparadores independientes es importante, y se debe asegurar la efectividad y facilitar acceso real (documentación, herramientas, piezas). Es positivo que el precio de los repuestos "no disuada de la reparación", para ello recomendamos establecer un índice máximo (e.g., &lt;30% del nuevo producto) y obligar a un reporte comparativo con promedio europeo. La extensión de garantía tras reparación podría ser automática si se opta por reparación en garantía.</p>	<p><b><i>sustituir el bien por un bien reacondicionado, así como especificar como funcionará la garantía del producto de sustitución en este caso, y que también sea extendida en el caso de optar por un bien reacondicionado, al igual que al optar por la reparación.</i></b></p> <p><b><u>Diez. Art. 127. Bis. 3.a) Será gratuita o a un precio razonable</u></b></p> <p><i>La reparación en virtud del apartado anterior se efectuará en las siguientes condiciones:</i>  a) <b><i>Será gratuita o a un precio razonable, que no supere el 50% del precio de compra de un bien nuevo.</i></b></p> <p><b><u>Diez. Art. 127. Bis. 3.c)</u></b>  Modificar el redactado de la siguiente manera:  “El productor podrá prestar al consumidor o usuario un bien de sustitución gratuitamente mientras dure la reparación”</p> <p><b><u>Diez. Art. 127. Bis. 5</u></b></p> <p>“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</p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p>Para que las personas consumidoras puedan tomar una decisión informada en el momento de la compra, teniendo en cuenta reparaciones futuras, recomendamos que el fabricante declare, en la documentación del producto i en su sitio web de acceso público, el precio máximo antes de impuestos (sin gastos de envío) de cada pieza de recambio que comercializa, en una lista en la que se pueda buscar por modelo de producto. La lista permanecerá disponible durante todo el tiempo que el fabricante declare que la pieza estará disponible para el cálculo de la puntuación. Los valores declarados actuarán como límite máximo. La lista de precios podrá actualizarse anualmente para tener en cuenta la inflación, basándose en el índice de precios al consumo de la zona del euro.</p> <p>Se deben aplicar sanciones a las empresas que incumplan la normativa, ya sea directamente mediante una multa o mediante el derecho de los consumidores a obtener una indemnización. El fabricante puede hacer su propia estimación y evaluación de riesgos con respecto a la evolución del coste de producción de las piezas de recambio, tal y como hacen con las variables de producción del producto completo. Por lo tanto, puede declarar un rango de precios que deje un margen suficiente para un aumento razonable de los precios; sin embargo, una vez que declare un precio determinado, estará obligado a mantenerlo, al igual que hacen con otros valores declarados. Varios fabricantes ya han demostrado que el compromiso con la estabilidad de los precios de las piezas de recambio es perfectamente viable. Son ejemplos Fairphone, o la etiqueta «reparable durante 15 años a un precio justo», que implica el compromiso de reparar cualquier defecto por menos de 1/3 del precio de un producto nuevo equivalente, la cual cubre actualmente el 90 % de los electrodomésticos de las marcas del grupo Tefal, Rowenta, Moulinex y Krups en Europa.</p> <p>Recomendamos que los fabricantes estén obligados a ofrecer repuestos de “bajo nivel” a nivel de componente, o al menos ofrecer a la persona consumidora información sobre referencias de estos componentes en su diseño en el caso de que el repuesto del fabricante englobe varias partes en un subconjunto mayor (ejemplo: en un dispositivo electrónico el fabricante muchas veces ofrece como repuesto la controladora y no los componentes que forman parte de la misma, siendo el precio de la controladora de mucho mayor peso que el de un posible componente de la misma como por ejemplo un condensador típicamente cuyo peso es mucho menor).</p>	<p>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, estandarizado y que pueda ser comparado con el de otros fabricantes y estableciendo un índice máximo y obligando a un reporte comparativo con promedio europeo. Se podrá establecer un tope legal para el precio de los repuestos de menos o igual al 30 % del coste de un producto nuevo.”</p> <p><b><u>Diez. Art. 127. Bis. 6</u></b>  “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) Trámite de información pública N-25-051-DCA 35 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</p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p data-bbox="450 1321 1384 1347"><b><u>Once. Art.127 ter. Formulario europeo de información sobre la reparación</u></b></p>	<p data-bbox="1444 181 2078 405">requisitos en materia de seguridad de los productos o en cumplimiento de la propiedad intelectual, asegurando la efectividad de las mismas y facilitando el acceso mediante documentación, piezas, etc. Los fabricantes deberán facilitar manuales, diagnósticos y herramientas gratuitas o asequibles para reparadores externos.”</p> <p data-bbox="1444 491 2051 549">«Artículo 127 bis. Reparación y servicios posventa. Añadir un punto 10 con el siguiente texto:</p> <p data-bbox="1444 592 2078 715">10. Los incumplimientos sobre el índice de reparabilidad y durabilidad se considerarán infracción grave y serán sancionados conforme al régimen establecido en esta Ley.</p> <p data-bbox="1444 778 2051 1018">Añadir un punto 11 con el siguiente texto: 11. Los productores deberán implementar sistemas propios o integrados para la recogida, reparación, reutilización y refabricación de bienes comercializados. Podrán acogerse a beneficios fiscales aquellas empresas que acrediten la reincorporación efectiva de componentes al ciclo productivo.</p> <p data-bbox="1444 1058 2078 1265">12. Se deberá ofrecer la extensión de la garantía del producto tras su reparación, sólo aplicable si se opta por reparación en garantía. En este supuesto se podrá incluir un porcentaje máximo exento de IVA (4 %) para reparaciones certificadas. Asimismo se podrá ampliar el plazo de garantía al menos 12 meses por reparación debidamente acreditada.</p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p>A la hora de optar por reparar un producto el <b>precio y el plazo de recepción de las piezas de recambio</b> es una información fundamental para los consumidores por lo que solicitamos que el precio de los repuestos sea una información obligatoria que debe ser proporcionada a los consumidores.</p> <p>Así como disponer de <b>referencias del coste de las reparaciones más habituales</b> que sea pública y de fácil acceso.</p> <p>Recomendamos añadir al formulario <b>información sobre la vida útil restante prevista del bien específico que necesita reparación</b> para permitir al consumidor tomar una decisión mejor informada</p> <p>Dicha información podría ser incorporada en la parte II del Anexo IV Formulario Europeo de Información sobre la Reparación</p> <p><b>Artículo 127 ter. Punto 4. c)</b> <i>“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.”</i></p> <p>Recomendamos que el precio de la reparación aparezca desglosado, para poder garantizar la transparencia respecto al precio de las piezas de recambio.</p>	<p><b><u>Once. Art.127 ter. Formulario europeo de información sobre la reparación</u></b></p> <p>Añadir un punto 6 con el siguiente texto:</p> <p>6. Se tiene que registrar la reparación en el Registro Nacional de Trazabilidad de Bienes Duraderos..</p> <p><u>Once. Art.127 ter. Formulario europeo de información sobre la reparación</u>  <b>El formulario de la sección nacional facilitará información a los consumidores y reparadores sobre el precio de las piezas de recambio, el plazo de recepción, referencia sobre estimaciones del coste de las reparaciones más habituales e información sobre la vida útil restante estimada del bien que necesita reparación</b></p>
<p><b>Artículo tercero.</b>  <i>Medidas de promoción de las reparaciones cubiertas por el Derecho a Reparar.</i></p>	<p>Además de la cofinanciación prevista en la norma (Artículo tercero, punto 2), recomendamos introducir medidas fiscales (exención o aplicación de IVA reducido) para empresas de la economía social y reparadores autónomos con el fin de promover los servicios de reparación de bienes usados y fomentar la economía circular.</p> <p>Con el fin de promover un consumo responsable, recomendamos que además de establecer medidas de promoción de la reparación, el texto recoja <b>disposiciones que favorezcan la durabilidad</b> de los bienes de forma que no necesiten ser reparados de manera temprana. Promoviendo la durabilidad se facilitaría también la promoción de los <b>mercados de segunda mano y reacondicionados y las iniciativas comunitarias de préstamo de bienes</b>, algo que solo puede alcanzarse si los productos son de mejor calidad y duran más tiempo</p> <p>Economía social y solidaria: Apoyo e impulso a una fiscalidad positiva a todos los productos y servicios que incluyan criterios sociales y medioambientales, entre ellos, los de Comercio Justo.</p>	<p><b>El Ministerio con competencias en materia de consumo impulsará e implementará junto con las comunidades autónomas y las partes interesadas de la sociedad civil el índice de reparabilidad y durabilidad</b></p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p><b>Punto 2:</b> Recomendamos no discriminar entre productos de más o menos antigüedad, y mantener la contribución a la financiación de los costes de reparación en un 20 por ciento durante los 4 años posteriores al vencimiento del plazo de garantía legal de conformidad o garantía comercial correspondiente. De esta manera, se promueve el alargamiento de la vida de los productos a través de la reparación para un mayor número de productos. Consideramos que bajar a un 10 o 5 por ciento puede disuadir a la persona consumidora de reparar el bien, y disminuir la efectividad de la medida en su objetivo de promover una cultura de la reparación en la sociedad española.</p> <p>Las reparaciones subvencionadas tras la garantía son del 20 %, 10 %, 5 %, esto es una buena iniciativa pero limitada porque se basa en decrementos, no en criterio de sostenibilidad o circularidad. Por ello proponemos que estas ayudas sean mayores y vinculadas al índice de reparabilidad y durabilidad del producto.</p>	<p><b>Punto 2:</b> <i>“2. Los operadores descritos en el apartado anterior contribuirán a la financiación de los costes de reparación de sus productos en los que incurran las personas consumidoras. Durante los cuatro 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.”</i></p> <p>Modificar los puntos a) y b) del apartado 2 de la siguiente manera:</p> <p><i>Los operadores descritos en el apartado anterior contribuirán a la financiación de los costes de reparación de sus productos en los que incurran las personas consumidoras:</i></p> <p><b>a) Durante los cuatro 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 30 por ciento de estos.</b></p> <p><b>b) Pasados estos cuatro 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. Las ayudas serán mayores (incremento del 10 %) si el producto tiene una puntuación de 7 o más sobre 10 en el índice de reparabilidad y durabilidad.</b></p> <p>Recomendamos la reformulación de este párrafo completo porque no se entiende:</p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p><b>Punto 7:</b>  <i>“7. Anualmente, los obligados en virtud de este artículo publicarán los importes destinados a financiar las reparaciones, la lista de reparadores a los que han transferido los importes y la cantidad de productos reparados en consecuencia.”</i></p> <p>Se recomienda establecer un sistema de recopilación y registro de datos que permita evaluar la efectividad de la medida de financiación de reparaciones. Este sistema debería incluir tanto las reparaciones financiadas como las que fueron rechazadas, de acuerdo con los criterios de exclusión (antigüedad superior a cuatro años desde el fin de la garantía o uso no previsto del producto). Para ello, se propone que los reparadores estén obligados a presentar al Ministerio de Consumo copia de todos los Formularios Europeos gestionados, o bien utilizar una plataforma web que centralice la información y facilite la trazabilidad.</p> <p>Por lo tanto, además de entregar al consumidor un formulario gratuito con los detalles de la reparación —lo cual refuerza la transparencia y la profesionalización—, se considera necesario que los reparadores registren electrónicamente cada reparación en un sistema estatal pertinente gestionado por el Ministerio de Consumo, con el fin de generar un historial digital del producto.</p> <p>Para promover las reparaciones pueden utilizarse medidas fiscales, como por ejemplo sería la reducción del IVA en actividades de reparación, segunda mano, intercambio, una medida que ya ha sido aplicada en otros países como Suecia, que en 2017 aplicó una reforma fiscal ecológica con el objetivo de fomentar la reparación de bienes y reducir el consumo de recursos naturales. Redujo el IVA del 21% al 4% para servicios de reparación de bicicletas, ropa, calzado y</p>	<p><i>“En el supuesto de que el coste de reparación supere el cincuenta por ciento del precio de venta del producto en el mercado, por parte del mismo obligado, o del precio al que fue comercializado por última vez el producto por el mismo obligado, en caso de que ya no lo comercialice, será este el coste que se deba tener en cuenta a los efectos de aplicar la contribución prevista en el párrafo anterior.”</i></p> <p><b>Punto 7:</b>  <i>7. Anualmente, los obligados en virtud de este artículo publicarán los importes destinados a financiar las reparaciones, la lista de reparadores a los que han transferido los importes y la cantidad de productos reparados en consecuencia. <b>Asimismo, se recopilará información digitalmente tanto sobre las reparaciones financiadas como las que fueron rechazadas, de acuerdo con los criterios de exclusión (antigüedad superior a cuatro años desde el fin de la garantía o uso no previsto del producto), a través de los Formularios Europeos gestionados por los reparadores.</b></i></p> <p>Añadir un apartado 8 de la siguiente manera:</p> <p>8. Para fomentar actividades que contribuyan a la protección del medio ambiente, se implementarán medidas que generen incentivos y reduzcan la carga fiscal. Las actividades actividades de reparación, segunda mano, intercambio tendrán una reducción del 21% al 4% de IVA así como deducción por parte de usuarios de deducir de sus impuestos parte del coste de reparación de electrodomésticos más grandes.</p> <p>Añadir un apartado 9 de la siguiente manera:</p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p>electrodomésticos menores; y además, permitió que los ciudadanos pudieran deducir de sus impuestos parte del coste de reparación de electrodomésticos más grandes (como frigoríficos, lavadoras, etc.). Sugerimos también la aplicación de incentivos fiscales por donación de productos en desuso a iniciativas sociales para reutilización, y la obligación de inclusión de productos reacondicionados en la compra pública responsable.</p> <p>De la misma manera, sugerimos la introducción de medidas fiscales que favorezcan aquellos centros de reparación de la economía social y solidaria registrados en la futura plataforma europea en línea que contraten mujeres, personas en situación de vulnerabilidad y/o personas con discapacidad, con el objetivo de que la generación de empleo que se espera con la presente Ley y transposición de las Directivas Europeas en el sector de la reparación beneficie a estos colectivos.</p> <p>Para promover reparaciones cubiertas por el Derecho a Reparar se pueden realizar campañas institucionales de promoción de actividades de reparación.</p> <p>El sector de la reparación es un sector masculinizado, para el cual no hay un recorrido formativo formal oficial. Es imprescindible invertir en la capacitación y el fomento del empleo verde, en todas aquellas actividades que promuevan una prevención de residuos. Se detecta una ausencia de programas formativos públicos y titulaciones específicas sobre reparación de AEEs. Actualmente, no hay una formación reglada específica en la reparación de AEEs dentro del sistema público de FP. La falta de técnicos especializados limita la capacidad de reparar y alarga los tiempos de espera para la reparación de dispositivos.</p> <p>Un circuito formativo específico sería clave para consolidar la figura profesional del y la reparadora, en un momento en que va a haber una creciente demanda de servicios de reparación si las campañas de sensibilización sobre prevención de RAEE y el fondo a la reparación consiguen el impacto que se espera. Un sector bien desarrollado de reparación de RAEE puede generar miles de empleos, especialmente en economía social, beneficiando a colectivos vulnerables y favoreciendo la inserción laboral en sectores como la electrónica, la informática y la energía.</p> <p>Esta formación así mismo sería una oportunidad para fomentar el acceso a este empleo verde a mujeres en situación de vulnerabilidad. Ejemplos europeos de referencia:</p>	<p>9. Para fomentar actividades que contribuyan a la protección del medio ambiente, se realizarán campañas institucionales de promoción de actividades de reparación.</p> <p>Añadir un apartado 10 de la siguiente manera:</p> <p>10. Para fortalecer el sector de la reparación como fuente de empleo verde, se desarrollará un recorrido formativo formal de reparación de aparatos eléctricos y electrónicos, e incentivos fiscales para la contratación de mujeres y personas en situación de vulnerabilidad en el sector de la reparación.</p> <p>Añadir un apartado 11 de la siguiente manera:</p> <p>11. La plataforma europea en línea será accesible para reparadores/reacondicionadores independientes, así como la información técnica y los recambios.</p> <p>Proponemos añadir a ese artículo tercero un nuevo apartado 12.</p> <p>“12. En los puntos limpios de competencia municipal o autonómica <b>se habilitará un espacio dedicado a la reparación de electrodomésticos y RAEEs</b>, que proporcionará un servicio de reparación a la ciudadanía, operado por empresas autorizadas de economía social.</p> <p>Las entidades locales apoyarán y ayudarán a las iniciativas ciudadanas de los centros de “repair café”, contribuyendo a alargar la vida útil de los bienes y favoreciendo que se generen menos residuos de naturaleza electrónica.”</p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Francia dispone de una formación certificada por el estado para técnicos de reparación de RAEE (CQP Réparateur/trice de Produits Électroniques Grand Public), que incluye formación en diagnóstico, mantenimiento y reutilización.</li> <li>● Alemania dispone de una formación que se integra dentro de la FP dual alemana, combinando formación teórica con prácticas en empresas, y se vincula a centros de economía circular y redes de reparación.</li> <li>● Austria ha apostado por la promoción de la reparación a través de subsidios para la formación en talleres municipales y en colaboración con empresas, dando apoyo público a iniciativas como "Reparaturbonus", que subvenciona reparaciones y fomenta la capacitación en este ámbito.</li> <li>● Países Bajos ha habilitado una formación en reparación como parte de su Estrategia Nacional de Residuos, integrando módulos específicos en programas de formación profesional.</li> </ul> <p>Por último, no se recoge en este artículo de manera clara y precisa el acceso no discriminatorio a reparadores/reacondicionadores independientes a la sección nacional de la plataforma europea en línea, a la información técnica y a los recambios.</p> <p>La Directiva (UE) 2024/1799 obliga en su artículo 16 a los Estados miembros a establecer al menos una medida de promoción de la reparación. En este Anteproyecto se establece la obligación a los fabricantes o empresarios obligados a reparar a hacerse cargo como mínimo del 20% de los costes de la reparación.</p> <p>En nuestra opinión para promocionar la reparación es necesario impulsar otras medidas adicionales, como la de la habilitación en los puntos limpios de un espacio dedicado a la reparación, gestionado por empresas autorizadas de economía social que brinden ese servicio a la ciudadanía o el apoyo a los centros de "repair café".</p> <p>En varias CC.AA. como Cataluña ya existen experiencias en ese sentido en las "deixalleries", donde se prevén actividades de reparación y reutilización de RAEEs.</p> <p>En Europa se pueden citar los kringloopcentra y kringloopcentrum en Bélgica, donde trabajan personas en riesgo de exclusión para reutilizar y reparar los RAEEs.</p> <p>El Parque de Reciclaje de Alelyckan en Göteborg (Suecia), una instalación municipal, que repara y recicla electrodomésticos. El proyecto SOFA en Bristol,</p>	

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p>donde se recogen y reparan electrodomésticos y muebles, y se venden a precios bajos.</p> <p>El artículo 18 de la Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular establece en su apartado 1.d) la siguiente medida a adoptar por las autoridades competentes:</p> <p>“Fomentar la reutilización de los productos y componentes de productos, entre otros, mediante donación, y la implantación de sistemas que promuevan actividades de reparación, reutilización y actualización, en particular para los aparatos eléctricos y electrónicos, pilas y acumuladores, textiles y muebles, envases y materiales y productos de construcción.”</p>	
<p><b>Disposición adicional única.</b> <i>Plataforma europea en línea sobre reparaciones.</i></p>	<p>Recomendamos incorporar a la sección nacional la <b>posibilidad de plantear quejas</b> por parte de los consumidores cuando se produzcan reparaciones defectuosas, la posibilidad de que los consumidores dejen <b>comentarios o reseñas</b> contrastadas acerca de su experiencia con el servicio de reparación. Además, la sección nacional de la plataforma podría proporcionar también un espacio para detectar <b>fallos recurrentes de diseño</b> en los bienes y denunciar <b>prácticas fraudulentas</b> por parte de los fabricantes.</p> <p>Sugerimos añadir un nuevo punto 1. Bis</p> <p>Para promover el consumo sostenible y la economía circular recomendamos que el APL contemple medidas para <b>promover la reutilización de bienes</b>. Acogemos muy positivamente que la plataforma contemple la inclusión de iniciativas de reparación participativas. En la misma línea, sugerimos que la sección nacional de la Plataforma incluya también información acerca de las <b>iniciativas participativas de préstamos de bienes de uso ocasional</b>. Las experiencias puestas en marcha hasta el momento han demostrado ser una herramienta útil y muy necesaria para fomentar la circularidad y la reducción de generación de residuos. La primera “biblioteca de las cosas” (impulsada por la organización Rezero en Sant Martí) ha inspirado iniciativas similares en Cataluña, Aragón, Málaga, Navarra, Huesca, Getafe...</p> <p>Recomendamos que se lleven a cabo <b>campañas de información</b> tanto para <b>incentivar el registro de reparadores</b> como para <b>fomentar la reparación</b> y para dar a conocer la sección nacional de la plataforma hacia los <b>consumidores y usuarios</b>.</p>	<p>1. Bis. (nuevo) <b>La sección nacional de la plataforma en línea sobre reparaciones permitirá a los consumidores plantear quejas en caso de reparaciones defectuosas y reflejar comentarios o reseñas acerca de su experiencia con el servicio de reparación. La sección nacional facilitará un espacio para que reparadores independientes y consumidores reflejen prácticas fraudulentas por parte de los fabricantes, como fallos recurrentes en determinados bienes o baja calidad en componentes clave para el correcto funcionamiento de un bien</b></p> <p>1. <i>El Ministerio con competencias en materia de consumo gestionará la sección nacional dentro de la interfaz común (...) que permitirá a los consumidores y usuarios, de forma gratuita, encontrar reparadores, así como vendedores de bienes reacondicionados, compradores de bienes defectuosos para su reacondicionamiento o iniciativas de reparación participativas e iniciativas de préstamos de bienes de uso esporádico, quienes podrán registrarse en la misma de forma voluntaria</i></p> <p>4. <i>Las administraciones públicas nacionales y autonómicas (...). Asimismo, realizarán campañas</i></p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p><u>Punto 4:</u></p> <p>Recomendamos la integración de la plataforma europea en línea con redes de reparación comunitarias. Además debería estar vinculada con la trazabilidad digital y facilitar formación a nuevos reparadores.</p> <p><u>Punto 5</u></p> <p>Solicitamos la creación de una Red Estatal de Puntos Verdes de Reparación, de acceso gratuito o subvencionado, especialmente en zonas rurales.</p>	<p><b>institucionales masivas de información y sensibilización hacia los consumidores y usuarios, y hacia los reparadores registrados sobre el derecho a la reparación de los bienes y de las vías para hacerlo valer.</b></p> <p><u>Punto 4:</u></p> <p>Modificar el punto 4 de la siguiente manera:</p> <p>4. Las administraciones públicas nacionales y autonómicas con competencia en materia de consumo adoptarán medidas adecuadas para informar a los consumidores o usuarios, a los agentes económicos pertinentes y a los vendedores sobre la disponibilidad de la plataforma europea en línea. Asimismo, informarán por medios adecuados a los consumidores o usuarios sobre el derecho a la reparación de los bienes y de las vías para hacerlo valer. Además las CCAA promoverán, en coordinación con el Estado, la creación de espacios de reparación colaborativa y centros técnicos en municipios de menos de 20.000 habitantes, con dotación mínima de herramientas, personal técnico y piezas reutilizadas, apoyando iniciativas de economía social.</p> <p><u>Punto 5</u></p> <p>Añadir el punto 5 con el siguiente texto:</p> <p>5. La plataforma integrará también a Puntos Verdes de Reparación (RED) y talleres comunitarios, y permitirá el registro de todas las reparaciones. Se ofrecerán módulos formativos y certificaciones para reparadores.</p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
<p><b>Disposición derogatoria única.</b> <i>Derogación normativa.</i></p>		
<p><b>Disposición final primera.</b> <i>Modificación de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.</i></p>	<p>f) <u>Publicidad de combustibles fósiles</u> (...) cuando sea emitida por empresas del sector del carbón o del petróleo. Recomendamos que la prohibición sobre la publicidad de combustibles fósiles se extienda al <b>gas natural</b> y al biogás. Su exclusión puede inducir a error a los consumidores y se corre el riesgo de contribuir al lavado verde de la industria. La introducción de conceptos como “gas renovable” o “gas verde” y el fomento a través de la publicidad de su uso como alternativa al suministro con gas natural retrasa el proceso de descarbonización y mantiene la idea de que las infraestructuras de gas siguen siendo necesarias, lo que las mantendrá activas por más tiempo del que la emergencia climática aconseja y la transición energética necesita.</p> <p>Los biocombustibles como el biogás u otros deben ser considerados como la solución a la eliminación de residuos y una opción que permite reutilizarlos, pero no como una fuente de producción de energía que obligue a producir más residuos para suministrar una posible demanda creciente. Porque, además, aunque los biocombustibles pueden en teoría ser considerados neutros en carbono, en la práctica las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas a su producción no lo son, por el CO2 emitido durante el cultivo de las materias primas, el procesamiento del biocombustible y su transporte, entre otras circunstancias.</p> <p>f): <u>La prohibición se extenderá igualmente a comunicaciones comerciales relativas a productos o servicios de transporte propulsados exclusivamente mediante carburantes fósiles</u> Recomendamos eliminar “exclusivamente” en el 2º párrafo del punto f) dado que induce a pensar que la prohibición no aplica en el caso de que las compañías aéreas utilicen el reclamo de contribuciones a los “combustibles sostenibles para la aviación” y ofrezcan añadir biocombustibles para reducir las emisiones de CO2. Como refleja el informe “<i>Green (F)lying: two years on</i>” de la plataforma europea de consumidores, BEUC, las aerolíneas suelen vender a los pasajeros una contribución a los costes de los combustibles alternativos como una forma de “reducir” o “compensar” el impacto de sus vuelos.</p> <p><u>En relación con el sector de la alimentación</u>, Con el fin de evitar la sobrepromoción de los alimentos menos sanos y sostenibles, especialmente</p>	<p>Pag. 41. <u>Disposición final primera. Modificación de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.</u> 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: <b>f) La publicidad de combustibles fósiles, entendiéndose por tal toda comunicación comercial destinada a promover la contratación o adquisición de productos energéticos compuestos por derivados de origen fósil, aunque utilicen algún componente renovable, siempre que existan opciones completamente renovables.</b></p> <p><u>f) (...) cuando sea emitida por empresas del sector energético, carbón, petróleo, gas natural y biogás..</u></p> <p>f) <i>La prohibición se extenderá igualmente a comunicaciones comerciales relativas a productos o servicios de transporte propulsados mediante carburantes fósiles</i></p> <p><u>En relación con el sector de la alimentación:</u></p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p>aquella dirigida a los colectivos más vulnerables, recomendamos regular por ley la publicidad de alimentos. Sugerimos añadir letras g), h) e i) en relación con la publicidad en el sector de la alimentación</p> <p><u>En relación con el sector textil:</u> Los influencers se han convertido en una parte esencial del marketing digital que está creciendo exponencialmente. Las previsiones indican que las empresas invertirán aún más en esta modalidad publicitaria en los próximos años (<u>estudio para el Comité IMCO</u>). Tanto es así que se considera la forma más eficaz de marketing online. Sin embargo, este tipo de marketing no está exento de problemas (publicidad oculta entre otros) para los consumidores, especialmente para los más jóvenes.</p> <p>Sugerimos añadir letra k) en relación con la prohibición de la publicidad que incite al consumo de moda rápida y ultra-rápida en espacios públicos y redes sociales de empresas y otros agentes, incluyendo promociones por parte de influencers y agencias de influencers.</p> <p>Recomendamos incluir en el APL que todos los actores de la cadena de valor de los <i>influencers</i> (influencers, agencias, marcas) tienen una responsabilidad solidaria. Esto es para garantizar el cumplimiento de la legislación nacional aplicable y la responsabilidad por cualquier daño causado a los consumidores.</p>	<p>Añadir letra <b>g) Prohibición de publicidad de alimentos poco saludables (ultra-procesados, azucarados, con determinados aditivos, etc)</b></p> <p>Añadir letra <b>h) Prohibición de publicidad engañosa en la que se visualiza por textos o imágenes un modelo de ganadería extensiva cuando realmente es intensiva</b></p> <p>Añadir letra <b>i) Prohibición de publicidad engañosa o comunicación comercial en la que se presenta carne blanca de cerdo cuando realmente es carne roja</b></p> <p>Añadir letra <b>j) Prohibición, en los envases o en la publicidad asociada, de uso de sellos, certificados u otros alegatos sobre sostenibilidad que no tienen que ver con características directamente relacionadas con el modelo de cría o producción del alimento; tales como envase sostenible, envase 100% reciclable.</b></p> <p><u>En relación con textil:</u> Añadir letra <b>k) Prohibición de la publicidad en espacios públicos y redes sociales que incite al consumo de moda rápida y ultra-rápida, incluyendo promociones por parte de <i>influencers</i> y su cadena valor (<i>influencers</i>, agencias, marcas), quienes tendrán responsabilidad solidaria en el caso de incumplimiento de la legislación aplicable y responsabilidad por daño causado a los consumidores</b></p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p>Consideramos que la nueva norma supone un avance respecto a la actual Ley General de Publicidad, en cuanto a la limitación de la publicidad de los combustibles fósiles. Sin embargo, hay que recordar que la comunidad internacional acordó en la COP28 pedir a los gobiernos una transición para dejar atrás los combustibles fósiles, motivo suficiente para impedir cualquier promoción de los mismos. Por ello, consideramos que esta ley aún queda lejos de la propuesta planteada en la Iniciativa Ciudadana Europea para poner fin a la publicidad de los combustibles fósiles.</p> <p>Uno de los principales problemas del proyecto de ley es la ambigüedad en su redacción. Por ejemplo, se refiere a que la limitación publicitaria se aplicará cuando los anuncios sean emitidos por empresas del sector del carbón o del petróleo quedando excluida de esta prohibición el gas. Esto permite que este tipo de combustible siga siendo promocionado como combustible alternativo, siendo un combustible fósil.</p> <p>Además, el texto tampoco define qué tipo de empresas del sector del carbón y del petróleo serán las afectadas. Lo que abre la puerta a interpretaciones erróneas y que pueden limitar el alcance de la medida.</p> <p>Ya que esta modificación de la Ley 34/1988 tiene por objetivo reducir la presencia de productos o servicios basados en energías fósiles que contribuyen a aumentar las emisiones de gases de efecto invernadero y la contaminación del aire, resulta fundamental que el gas fósil sea también incluido en la prohibición.</p> <p>Según la Memoria técnica del Anteproyecto de Ley, página 67 del documento, se define que esta prohibición no abarcaría comunicaciones comerciales referidas a productos y servicios que utilicen combustibles fósiles sólo de forma parcial; las referidas a productos y servicios que utilicen únicamente combustibles fósiles, pero no cuenten una alternativa menos contaminante; así como las comunicaciones comerciales que no se refieran a un producto o servicio concreto.</p> <p>Esta falta de concreción en la norma se podrá convertir en un resquicio legal por el que numerosos servicios ofertados por las empresas de combustibles fósiles puedan ser publicitados.</p> <p>La ley también contempla la prohibición de la publicidad de los vuelos cortos cuando existe una alternativa más limpia y que no suponga un aumento de más de dos horas y media del trayecto, únicamente cuando el trayecto tenga origen y</p>	<p>Se añaden dos nuevas letras f) y g) en el artículo 3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, con la siguiente redacción:</p> <p>g) La publicidad de alimentos insanos o con un elevado impacto ambiental, entendiéndose por tal toda comunicación comercial destinada a promover el consumo de alimentos que provienen de la ganadería intensiva, ya sea haciendo alusión a la ganadería extensiva a través de textos engañosos o imágenes, cuando el producto proviene de la intensiva, así como haciendo referencia de que se trata de una carne blanca cuando se trata de carne roja (clasificada como probablemente cancerígena por la OMS), queda totalmente prohibida. Asimismo, queda también prohibida toda la publicidad de carne procesada (clasificada como cancerígena por la OMS).</p> <p>GP Añadir y modificar el texto de la nueva letra f) en el artículo 3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, con las modificaciones marcadas en rojo.</p> <p>f) La publicidad de combustibles fósiles, directa o indirecta, así como cualquier distribución promocional o gratuita, entendiéndose por tal toda comunicación comercial destinada a promover la contratación o adquisición de productos energéticos compuestos por derivados de origen fósil, sin participación de componentes renovables, cuando sea emitida por empresas y sub-marcas asociadas, u organizaciones empresariales en las que participen dichas empresas, que extraen, refinan, producen, suministran, distribuyen o venden combustibles fósiles. La prohibición se extenderá igualmente a las comunicaciones comerciales relativas a productos o servicios de transporte, aéreos, terrestres o marítimos, propulsados con combustibles fósiles, con</p>

Texto	comentarios	Texto alternativo
	<p>destino dentro del territorio peninsular. Si bien esta medida representa un paso en la buena dirección en cuanto a medidas de limitación de la oferta, el establecimiento de un umbral de 2,5 horas para la alternativa ferroviaria constituyen importantes limitaciones a la eficacia de la norma, como han puesto de manifiesto algunas entidades sociales francesas. Se debería plantear al menos la prohibición de publicidad de rutas en tren frente a avión que pueden hacerse en menos de 3 horas, ya que esto marcaría una gran diferencia. Lo ideal sería suprimir la publicidad de vuelos con una alternativa en tren por debajo de las 4 horas, que supondría una reducción significativa de emisiones.</p> <p>Por último, la prohibición también afectará a la publicidad de los vehículos que sean impulsados exclusivamente por combustibles fósiles, en este caso, aunque esta medida es positiva la ley no siempre abarca toda la gama de productos y servicios altamente contaminantes. Por ejemplo, algunos vehículos híbridos que en muchos casos son igual de contaminantes que los vehículos de combustión. La propuesta sería, que la ley esté vinculada a la publicidad de vehículos cero emisiones conforme al nuevo <u>etiquetado ambiental</u> que debe implantarse, que se contempla en la futura ley de movilidad sostenible y en el que ya se está trabajando en distintos ministerios.</p> <p>En último lugar habría que añadir al artículo la prohibición de patrocinio por parte de cualquier empresa que opere en el mercado de los combustibles fósiles, en particular en el ámbito de la extracción, el refinado, el suministro, la distribución o la venta de combustibles fósiles o la utilización de marcas comerciales o denominaciones comerciales utilizadas para los combustibles fósiles</p>	<p>la excepción de los vehículos dedicados a servicios de transporte de interés económico general, y siempre que existan alternativas total o parcialmente impulsadas por fuentes de energía renovable, disponibles para el mismo trayecto y cuya duración estimada no supere en más de cuatro horas la del servicio equivalente propulsado exclusivamente mediante carburantes fósiles, teniendo en cuenta el tiempo total en que el pasajero debe permanecer en el medio de transporte. Esta prohibición se aplicará únicamente a servicios de transporte cuyo trayecto tenga origen y destino dentro del territorio peninsular, excluyendo los servicios de transporte ferroviario de viajeros con finalidad prioritariamente turística y las circulaciones de trenes históricos. En el caso particular de los vehículos afectará a la publicidad de aquellos que no sean etiquetados como cero emisiones.</p> <p>Asimismo esta prohibición será aplicable a cualquier empresa que comercialice dispositivos de producción de calor que utilicen combustibles fósiles.</p> <p>Esta prohibición es extensible a los patrocinios por parte de cualquier empresa que opere en el mercado de los combustibles fósiles, en particular en el ámbito de la extracción, el refinado, el suministro, la distribución o la venta de combustibles fósiles o la utilización de marcas comerciales o denominaciones comerciales utilizadas para los combustibles fósiles.</p> <p>Estas prohibiciones se aplicarán en particular en las siguientes áreas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicidad física: cualquier anuncio en medios impresos, televisión, vallas publicitarias, radio, SRI o publicaciones académicas</li> <li>- Publicidad "online": cualquier anuncio de redes sociales o contenido de marca en todas las plataformas de redes sociales o tradicionales</li> </ul>

Texto	comentarios	Texto alternativo
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Patrocinio deportivo: cualquier patrocinio de clubes deportivos o eventos.</li> <li>- Patrocinio cultural: cualquier patrocinio de museos, instituciones artísticas, teatros, locales de música, festivales, eventos o artistas.</li> <li>- Patrocinio de instituciones educativas: universidades públicas, escuelas o cualquier institución educativa pública.</li> <li>- Patrocinio de ciencia: cualquier festival de ciencia pública o financiación para institutos científicos públicos y publicaciones educativas.</li> <li>- Patrocinio de eventos públicos, en particular relacionados con el clima, la salud, la biodiversidad, el medio ambiente y la sostenibilidad ecológica.</li> <li>- Patrocinio de medios de comunicación.</li> </ul>
<p><b>Disposición final segunda.</b> <i>Modificación del Reglamento del Registro Mercantil, aprobado por el Real Decreto 1784/1996, de 19 de julio.</i></p>		
<p><b>Disposición final tercera.</b> <i>Salvaguarda del rango de ciertas disposiciones reglamentarias.</i></p>		
<p><b>Disposición final cuarta.</b> <i>Incorporación del Derecho de la Unión Europea.</i></p>		
<p><b>Disposición final quinta.</b> <i>Habilitación normativa.</i></p>		

Texto	comentarios	Texto alternativo
<p><b>Disposición final sexta.</b> <i>Títulos competenciales.</i></p>		
<p><b>Disposición final séptima.</b> <i>Entrada en vigor.</i></p>		
<p><b>MEMORIA DEL ANÁLISIS DE IMPACTO NORMATIVO.</b> Análisis de impactos, impacto de género</p>	<p>Se indica que el impacto de género de la norma es nulo, pero el consumo y sus implicaciones (durabilidad, reparabilidad, publicidad, decisiones de compra) afectan de forma diferenciada a mujeres y hombres debido a la división sexual del trabajo, los roles de cuidado, las brechas económicas y tecnológicas, y el impacto sectorial. La ley debería incorporar un análisis de impacto de género riguroso para que el marco normativo no perpetúe ni profundice desigualdades existentes. El consumo tecnológico tiene dinámicas diferenciadas por género. Esto afecta desde el acceso y uso, hasta la representación y habilidades necesarias para ejercer plenamente derechos como el de reparación, acceso digital o transparencia.</p>	
<p><b>Título.</b> ANTEPROYECTO DE LEY DE CONSUMO SOSTENIBLE</p>	<p>Resulta confuso el propio título de la ley, teniendo en cuenta que no incorpora nada temas clave como el consumo alimentario, la industria textil o el impacto del consumo en sectores de alto impacto ambiental, como la moda o la agricultura, no están desarrollados. Esto limita muchísimo la amplitud del concepto de “consumo sostenible”.</p> <p>En caso de no cambiar el título se debería incluir en la exposición de motivos, porqué no se incluyen sectores ausentes y referenciar las normativas relacionadas.</p>	<p>Propuestas de títulos alternativos más precisos.</p> <p>Ley de Fomento de la Reparabilidad y Transparencia en el Consumo.</p> <p>Ley para la Mejora de la Información al Consumidor e Impulso de la Reparación Sostenible</p>