

TRANSICIÓN ECOLÓGICA, PRÁCTICAS DESLEALES Y PROTECCIÓN DE CONSUMIDORES, A PROPÓSITO DE LA DIRECTIVA (UE) 2024/825 SOBRE ALEGACIONES Y COMUNICACIONES ECOLÓGICAS (DACE)

GREEN TRANSITION, UNFAIR COMMERCIAL PRACTICES AND CONSUMER PROTECTION: REFLECTIONS ON DIRECTIVE (EU) 2024/825 ON ENVIRONMENTAL CLAIMS AND COMMUNICATIONS (DACE)

Elena F. PÉREZ CARRILLO*

RESUMEN

Este trabajo analiza la transición ecológica desde la perspectiva del Derecho de consumo y de la competencia desleal, situando la reciente reforma introducida por la Directiva (UE) 2024/825 (DACE) en el marco de un proceso más amplio de transformación normativa europea orientado a integrar los objetivos de sostenibilidad en el funcionamiento del mercado interior. DACE responde a la necesidad de evitar distorsiones competitivas derivadas de alegaciones ambientales inexactas y de garantizar decisiones de consumo basadas en información fiable, redefine las prácticas comerciales desleales al incorporar los aspectos medioambientales y de circularidad como características esenciales del producto, reforzando el control sobre acciones y omisiones engañosas, comparaciones y distintivos de sostenibilidad. Asimismo, fortalece el régimen de información precontractual que atribuye relevancia jurídica a la durabilidad, reparabilidad y disponibilidad de recambios, especialmente en bienes con componentes digitales, donde el soporte informático condiciona la vida útil. El estudio concluye que la sostenibilidad se consolida como criterio jurídico de valoración del producto y de disciplina de la competencia, aunque el marco europeo permanece incompleto por la ausencia de un régimen plenamente armonizado sobre alegaciones ecológicas.

PALABRAS CLAVE: Sostenibilidad, Transición ecológica, Competencia desleal, Etiquetas medioambientales, Garantías, Información precontractual, Consumidores

* Profesora Titular de Derecho Mercantil. Universidad de León. Dirección de correo electrónico: elena.perez.carrillo@unileon.es y eperc@unileon.es.

Fecha de recepción: 09/04/2026 // Fecha de aceptación: 11/05/2026

ABSTRACT

This paper analyses the green transition from the perspective of consumer law and unfair competition, placing the recent reform introduced by Directive (EU) 2024/825 (DACE) within the framework of a broader process of European regulatory transformation aimed at integrating sustainability objectives into the functioning of the internal market. DACE responds to the need to prevent competitive distortions arising from inaccurate environmental claims and to ensure consumer decisions are based on reliable information; it redefines unfair commercial practices by incorporating environmental and circularity aspects as essential product characteristics, thereby strengthening control over misleading actions and omissions, comparisons and sustainability labels. It also strengthens the pre-contractual information regime, which gives legal significance to durability, reparability and the availability of spare parts, particularly for goods with digital components, where the IT infrastructure determines the product's lifespan. The study concludes that sustainability is becoming established as a legal criterion for product assessment and competition regulation, although the European framework remains incomplete due to the absence of a fully harmonized regime on environmental claims.

KEYWORDS: Sustainability, Ecological transition, Unfair competition, Environmental labels, Guarantees, Pre-contractual information, Consumers

SUMARIO: I. PANORAMA DE REFORMAS NORMATIVAS EUROPEAS EN EL CONTEXTO DE LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA.— II. REFLEXIONES EN TORNO A LA DIRECTIVA (UE) 2024/825 (DACE): 1. Prácticas comerciales desleales en clave de transición ecológica: 1.1. Características principales de los productos: aspectos medioambientales, sociales y de circularidad. Veracidad; 1.2. Acciones y omisiones engañosas; 1.3. Comparación y distintivos; 1.4. Presión comercial indirecta o agresiva; 1.5. Cláusula general de deslealtad y falseamiento de la competencia; 2. Una nueva aproximación a las informaciones sobre características ecológicas para un consumo sostenible: 2.1. Información precontractual en materia de durabilidad, reparabilidad, disponibilidad y coste de los recambios o reparaciones: 2.1.1. Software y durabilidad: sostenibilidad digital como criterio específico de consumo; 2.1.2. Durabilidad y reparabilidad: instrumentos de sostenibilidad; 2.1.3 Logística, distribución y postventa; 2.1.4 Compensación de emisiones y obsolescencia programada; 2.2 Señalización de sostenibilidad y garantía del valor a largo plazo: 2.2.1 Perspectiva específica de los bienes con componentes digitales; 2.2.2 Signos distintivos voluntarios de sostenibilidad; 2.3 La (abandonada) propuesta de Directiva sobre alegaciones ecológicas: un marco ambicioso pero pendiente.— III. CONCLUSIONES.— IV. BIBLIOGRAFÍA.

CONTENTS: I. OVERVIEW OF EUROPEAN REGULATORY REFORMS IN THE CONTEXT OF THE ECOLOGICAL TRANSITION.— II. REFLECTIONS ON DIRECTIVE (EU) 2024/825 (DACE): 1. Unfair commercial practices in the context of the ecological transition; 1.1. Main product characteristics: environmental, social, and circularity aspects. Truthfulness; 1.2. Misleading actions and omissions; 1.3. Comparisons and labels; 1.4. Indirect and aggressive commercial pressure; 1.5. General clause on unfairness and distortion of competition; 2. A new approach to information on environmental characteristics for sustainable consumption: 2.1. Pre-contractual information on durability, reparability, availability, and cost of spare parts or repairs: 2.1.1. Software and durability: digital sustainability as a specific consumption criterion; 2.1.2. Durability and reparability: instruments of sustainability; 2.1.3. Logistics, distribution, and after-sales; 2.1.4. Greenhouse emissions offsetting and planned obsolescence; 2.2. Sustainability labelling and assurance of long-term value; 2.2.1. Specific perspective for goods with digital components; 2.2.2. Voluntary sustainability labels; 2.3. The (Abandoned) Proposal for a Directive on Green Claims: An Ambitious but Unresolved Framework.— III. CONCLUSIONS.— IV. BIBLIOGRAPHY.

I. PANORAMA DE REFORMAS NORMATIVAS EUROPEAS EN EL CONTEXTO DE LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA

En el contexto de la transición ecológica, la Unión Europea ha ido configurando un entramado normativo cada vez más amplio y sistemático orientado a integrar los objetivos climáticos y ambientales en el funcionamiento de la economía y de los mercados¹. Este proceso se articula mediante instrumentos regulatorios

¹ GUTMAN (2023), págs. 115.

de distinta naturaleza que inciden tanto en la producción y en el consumo, como sobre la energía o la protección del medio ambiente. Entre ellos se encuentran normas recientes como, destacadamente, la Directiva (UE) 2024/1275² destinada a acelerar la descarbonización del parque edificatorio europeo; la Directiva (UE) 2024/1203³ que refuerza el régimen de persecución de los delitos ambientales; o la Directiva (UE) 2022/2464⁴ que amplía las obligaciones de información corporativa sobre sostenibilidad. A estas iniciativas se añaden instrumentos importantes dentro del marco energético europeo, por ejemplo, la Directiva (UE) 2018/2001 que fija objetivos de penetración de energías renovables⁵, así como el Reglamento (UE) 2023/988⁶ y la Directiva (UE) 2024/2853⁷ relativos a la seguridad general de los productos, que modernizan el régimen europeo y lo adaptan a las nuevas cadenas de suministro y de comercialización electrónica y de plataformas digitales. Lugar destacado ocupa en estas reformas la Directiva (UE) 2024/825⁸ para reforzar la protección de los consumidores frente a informaciones engañosas, en particular en materia de alegaciones ambientales y sostenibilidad de los productos (Directiva sobre Alegaciones y Comunicación Ecológicas, en adelante DACE). Sobre esta última nos detenemos a continuación.

II. REFLEXIONES EN TORNO A LA DIRECTIVA (UE) 2024/825 (DACE)

La DACE tiene como finalidad principal la tutela de los consumidores ante la transición ecológica a través de dos ejes normativos complementarios. Por una parte, amplía y precisa el concepto de práctica comercial engañosa previsto en la Directiva 2005/29/CE (DPCD)⁹, incorporando expresamente características medioambientales y sociales del producto —como la durabilidad, reparabilidad, reciclabilidad o impacto climático— dentro de las características principales que deben comunicarse al consumidor de forma veraz y completa. Por otra parte, refuerza la información precontractual exigida por la Directiva 2011/83/UE¹⁰, imponiendo nuevas obligaciones informativas relativas, entre otros aspectos, a la

² Directiva (UE) 2024/1275 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de abril, relativa a la eficiencia energética de los edificios.

³ Directiva (UE) 2024/1203 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de abril, relativa a la protección del medio ambiente mediante el Derecho penal y por la que se sustituyen las Directivas 2008/99/CE y 2009/123/CE

⁴ Directiva (UE) 2022/2464 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de diciembre, por la que se modifican el Reglamento (UE) n.º 537/2014, la Directiva 2004/109/CE, la Directiva 2006/43/CE y la Directiva 2013/34/UE, por lo que respecta a la presentación de información sobre sostenibilidad por parte de las empresas.

⁵ Directiva (UE) 2018/2001 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de diciembre, relativa al fomento del uso de energía procedente de fuentes renovables.

⁶ Reglamento (UE) 2023/988 relativo a la seguridad general de los productos.

⁷ Directiva (UE) 2024/2853, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de octubre, que regula la responsabilidad por los daños causados por productos defectuosos y adapta el régimen europeo de responsabilidad objetiva a las nuevas tecnologías.

⁸ Directiva (UE) 2024/825 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de febrero, por la que se modifican las Directivas 2005/29/CE y 2011/83/UE en lo que respecta al empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica mediante una mejor protección contra las prácticas desleales y mediante una mejor información (DACE).

⁹ Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, que modifica la Directiva 84/450/CEE del Consejo, las Directivas 97/7/CE, 98/27/CE y 2002/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y el Reglamento (CE) n.º 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo

¹⁰ Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre, sobre los derechos de los consumidores, por la que se modifican la Directiva 93/13/CEE del Consejo y la Directiva 1999/44/CE del

duración mínima de las actualizaciones de *software* en bienes con elementos digitales, a la existencia de garantías comerciales de durabilidad o a determinadas condiciones relevantes para la vida útil del producto. Contribuye esta Directiva a afrontar el actual panorama de crisis y de debates en torno a la necesidad y al alcance de la tutela del medioambiente en las relaciones entre privados.

Esta Directiva se enmarca en la estrategia de la Unión Europea para promover patrones de consumo responsables, reducir el impacto ambiental de los productos y reforzar la coherencia entre las políticas de mercado y los objetivos públicos de sostenibilidad¹¹. Por ello, va más allá del propio derecho del consumo o de la competencia desleal¹² y se integra en las grandes estrategias de sostenibilidad y responsabilidad social de la Unión Europea¹³. Actualmente se encuentra en vías de incorporación a nuestro país¹⁴.

1. Prácticas comerciales desleales en clave de transición ecológica

La DACE incide directamente en el sistema de competencia desleal. En particular, precisa el estándar de veracidad de las prácticas comerciales: eleva las exigencias de que las alegaciones ambientales puedan comprobarse o verificarse para evitar el abuso de ventajas competitivas indebidas. Puede decirse que sitúa la calidad de la información ambiental en el núcleo de la relación entre los proveedores de bienes y servicios y los consumidores. Exige que la información que los primeros faciliten a los segundos sea clara, relevante y verificable, también en relación con las características de sostenibilidad de productos. Modifica los arts. 2, 6 y 7 y el anexo I de la DPCD para combatir, en concreto, ciertas prácticas comerciales que distorsionan el comportamiento económico del consumidor en aspectos medioambientales relevantes, como la obsolescencia programada y el *greenwashing*. Además, amplía la «lista negra» de prácticas prohibidas introduciendo en ella el recurso a actuaciones que, por su falta de precisión, acaban siendo desleales. Prohíbe, por tanto, las alegaciones ambientales genéricas sin respaldo verificable; las declaraciones globales engañosas o las basadas en compensaciones de emisiones que no reflejan el impacto real del ciclo de vida del producto¹⁵. Asimismo, exige transparencia en las comparacio-

Parlamento Europeo y del Consejo y se derogan la Directiva 85/577/CEE del Consejo y la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo.

¹¹ MICKLITZ (2018), págs. 283-287. La preocupación por el impacto de las alegaciones ambientales sobre el derecho de la competencia desleal ya se hace evidente, entre otros en COMISIÓN EUROPEA, DIRECCIÓN GENERAL DE JUSTICIA Y CONSUMIDORES, (2021) “Comunicación de la Comisión — Guía sobre la interpretación y la aplicación de la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior (Texto pertinente a efectos del EEE) (2021/C 526/01)”, *DOUE*, C 526, págs. 1-129.

¹² DACE contribuye a reforzar la transparencia y la objetividad de las afirmaciones de sostenibilidad mediante exigencias de certificación y evidencia verificable, subrayado, entre otros, por GÓMEZ TRINIDAD (2025), págs. 113-140.

¹³ MARTÍ MOYA (2025), págs. 141-161.

¹⁴ El Anteproyecto de Ley de Consumo Sostenible se formula como vía de transposición al ordenamiento español de la Directiva (UE) 2024/825 y de la Directiva (UE) 2024/1799. En el plano interno, dicha transposición se articula mediante la modificación de la Ley 3/1991, de Competencia Desleal, y del Texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios RD 1/2007, con el objetivo de reforzar la lucha contra el *greenwashing* y otras prácticas desleales vinculadas a la sostenibilidad, así como de garantizar la información y el acceso al derecho a reparar. CASADO NAVARRO (2026), págs. 1-80.

¹⁵ Con anterioridad a la aprobación de DACE, FERNÁNDEZ CARBALLO-CALERO (2022), págs. 1247-1271.

nes sobre características como la durabilidad o la circularidad, imponiendo la identificación de criterios, productos y operadores implicados¹⁶.

1.1. Características principales de los productos: aspectos medioambientales, sociales y de circularidad. Veracidad

La DACE concreta el contenido informativo exigible respecto de las características ambientales, sociales y de circularidad de los productos, ampliando el perímetro de lo que son características principales de los productos, y exigiendo verificación en algunos casos¹⁷. El requisito de veracidad reforzada, que debe ahora concurrir en cualquier declaración de naturaleza medioambiental con relevancia para el consumidor, se reviste, acertadamente, de una exigencia implícita de mayor precisión. La nueva redacción del apartado d) del art. 6 DPCD no solo viene a calificar como engañosa toda práctica comercial que induzca o pueda inducir al consumidor medio a tomar una decisión comercial que no habría adoptado de no haberse realizado dicha manifestación, sino que refuerza la necesidad de que la práctica sea interpretada en su contexto fáctico y a la luz de todas las circunstancias concurrentes.

1.2. Acciones y omisiones engañosas

A mayores de las del régimen precedente¹⁸, se tipifican ahora como prohibidas nuevas prácticas engañosas vinculadas a los aspectos de afección medioambiental: la atribución de beneficios ambientales, sociales o de circularidad irrelevantes o no vinculados al producto; la comunicación de una durabilidad inexistente; la ocultación de limitaciones que la reducen —incluidas las derivadas de software o de defectos conocidos—; la presentación indebida de productos como reparables; la inducción a sustituir componentes antes de lo necesario; o la omisión de información sobre restricciones funcionales ligadas al uso de consumibles o piezas no originales.

Frente a las omisiones engañosas, la DACE añade obligaciones de información precontractual sobre extremos que antes se situaban en una zona de menor exigencia de definición, como se ha señalado doctrinalmente¹⁹. Ahora, la falta de información sobre la durabilidad real del producto, su reparabilidad, la disponibilidad y efectos de las actualizaciones de *software* o la existencia de limitaciones técnicas que condicionen su vida útil pasa a configurarse como una omisión engañosa jurídicamente relevante. Este planteamiento adquiere especial importancia en los productos con componentes digitales, donde la ausencia de información sobre actualizaciones futuras o sobre su impacto funcional puede inducir a decisiones de compra distorsionadas y a generar ventajas competitivas indebidas frente a operadores más transparentes.

¹⁶ SAN MARTÍN CALVO (2024), pág. 387.

¹⁷ La reforma del art. 6 de la DPCD amplía el concepto de «características principales» para incluir expresamente aspectos medioambientales, sociales y de circularidad. Prohíbe las alegaciones sobre tales características —incluidas la durabilidad, la reparabilidad o la reciclabilidad— cuando no estén respaldadas por compromisos claros, objetivos, verificables y accesibles públicamente, que deberán plasmarse en planes de ejecución realistas con asignación de recursos y seguimiento técnico. Para reforzar su credibilidad, dichas afirmaciones deben ser verificadas por terceros independientes con competencia acreditada.

¹⁸ FERNÁNDEZ CARBALLO-CALERO y SALGADO ANDRÉ (2010), págs. 225244.

¹⁹ *Passim*, DÍAZ GÓMEZ (2023).

1.3. Comparación y distintivos

Los actos de comparación relacionados con políticas de responsabilidad social ambiental —alegaciones ambientales— deben centrarse en extremos análogos, relevantes y comprobables. Ello genera dificultades debido a la imprecisión habitual de las actividades de responsabilidad social y la verificación de sus afirmaciones.

La reforma del art. 7 de la DPCD incorporando un nuevo párrafo sobre omisiones engañosas, a las que se acaba de aludir, tiene consecuencias en materia de comparación. Exige que los prestadores de servicios de comparación de productos y servicios proporcionen información sobre el método de comparación, los productos comparados, los proveedores y las medidas para mantener actualizada esta información, especialmente en relación con características medioambientales, sociales o de circularidad como durabilidad, reparabilidad o reciclabilidad²⁰.

La prohibición de alegaciones medioambientales genéricas no fundamentadas —como «verdes» o «ecológicas»— se reconduce a supuestos de engaño por ambigüedad o falta de precisión relevante al explotar expectativas del consumidor sin base contrastable, afectan también a la comparación. No se oculta que la deslealtad de realizar alegaciones genéricas sin base se intensifica porque, en relación con la sostenibilidad, se dirigen a consumidores especialmente conscientes o responsables cuya confianza en la credibilidad del compromiso social del operador queda defraudada. Los efectos del engaño trascienden el ámbito del producto o fabricante concreto, pudiendo generar un desencanto sobre la solidez de los compromisos medioambientales de los operadores en su conjunto²¹.

En esta línea, la DACE incide de forma directa en el uso de distintivos de sostenibilidad, con proyección inmediata sobre los supuestos de confusión y de aprovechamiento de reputación ajena²². En particular, limita el empleo de sellos, logotipos o certificaciones ambientales que no se basen en sistemas de verificación reconocidos o en esquemas establecidos por autoridades públicas, en la medida en que pueden generar una apariencia infundada de superioridad ambiental y distorsionar la percepción del consumidor²³. Desde la óptica de la propiedad industrial, ello conecta con supuestos de uso parasitario de signos o de creación de distintivos que evocan certificaciones oficiales, alterando la competencia y erosionando la confianza en los sistemas legítimos.

1.4. Presión comercial indirecta o agresiva

La DACE no crea una categoría autónoma de prácticas agresivas ni tampoco refuerza directamente el régimen de éstas tal y como se recogen, en sentido

²⁰ En general, MASSAGUER FUENTES (2006). Más específicamente sobre esta reforma, MARTÍ MOYA (2025), págs. 141-161.

²¹ MARTÍ MOYA (2025), págs. 141-161. TATO PLAZA (2024), págs. 1-31. CAUFFMAN (2024), págs. 110-114.

²² Lo que, entre nosotros, se contemplaría en el art. 6 LCD y en el art. 12 LCD, respectivamente. (Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal).

²³ INSTITUTE OF FINANCIAL SERVICES (IFF) (2020), *Economía circular. Vida útil de los productos: ¿ampliación de garantías legales? (Estudio del IFF para el Parlamento Europeo, Bruselas, disponible en: [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/es/document/IPOL_STU\(2020\)641538](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/es/document/IPOL_STU(2020)641538). (acceso el 10.03.2026).*

estricto, en los arts. 8 y 9 de la DPCD. Más bien, fortalece el régimen de protección frente a prácticas desleales en su conjunto, y en especial el de las prácticas engañosas. Dicho esto, cabe entender que algunos de sus dispositivos atañen a las deslealtades de tipo agresivo y tienen impacto —al menos indirectamente— en ellas. Esta deducción, que se propugna aquí en especial en lo relativo al tratamiento específico de la obsolescencia programada prematuramente y de las actualizaciones de software con efectos perniciosos, no significa desconocer las clásicas diferencias entre unas y otras prácticas. Se formula teniendo en cuenta la influencia especial que determinadas prácticas tienen en entornos altamente tecnificados donde el límite entre un mero engaño y una influencia indebida queda desdibujado porque las inferencias del primero causan un temor que limita la libertad e induce a contratar. Se podría llamar temor o miedo por desconocimiento sobre la tecnología. Un «abismo tecnológico» susceptible de limitar la libertad de los consumidores, de ejercer sobre ellos influencia indebida.

En entornos tecnológicos donde la falta de conocimiento del consumidor medio resulta especialmente relevante, la distinción entre influencia en el conocimiento (engaño) y limitación a la libertad que queda forzada (agresión) tiende a matizarse. Y es que determinadas formas de presentación de la información tecnológica no solo inducen a error sobre elementos esenciales de relevancia económica, sino que condicionan de manera efectiva la capacidad misma del consumidor para adoptar una decisión libre, aproximándose funcionalmente a los efectos propios de las prácticas agresivas, dicho sea con prudencia. En este contexto, una práctica consistente en la rendición de información engañosa sobre la durabilidad de un *software*, aun cuando acabe por limitar gravemente la libertad de decisión del consumidor —por ejemplo, induciéndolo a adquirir un plan de mantenimiento bajo la presión psicológica de quedarse sin ordenador—, sigue encajando, en principio, en el tipo de práctica engañosa, previsto en el art. 6 de la Directiva y art. 5 de la LCD, ya que el núcleo ilícito radica en la información falsa o incompleta acerca de las características del servicio. Solo se aproximaría a la figura de la práctica agresiva, regulada en el art. 8 de la Directiva y art. 8 LCD, cuando al engaño se sume una presión activa —como bloqueos funcionales esenciales, diseño manipulador, presión para aceptar renovaciones automáticas o amenazas implícitas— que afecte directamente a la libertad de elección mediante acoso, coacción o influencia indebida, en cuyo caso la conducta podría ser valorada por ambos tipos de prácticas²⁴.

La reforma DACE de 2024 permite identificar ciertas prácticas que, aunque indirectas, incorporan una presión comercial capaz de limitar la libertad de elección del consumidor y de aproximarse —o incluso superar— la línea divisoria de la agresividad. Así ocurriría, por ejemplo, cuando se afirma que un ordenador perderá toda la información almacenada en pocos días si no se instala

²⁴ Como es sabido, las prácticas engañosas se sitúan y despliegan efectos en el plano del conocimiento: implican información falsa, incorrecta o presentada de modo que pueda inducir a error sobre elementos relevantes de la decisión económica, afectando así al proceso de formación de la voluntad (arts. 6 y 7 de la Directiva; en Derecho español, arts. 5 y 7 LCD, desarrollados en arts. 20 a 27 LCD). En cambio, las prácticas agresivas operan sobre la libertad de decisión: mediante acoso, coacción o influencia indebida, limitan de forma significativa la capacidad del consumidor para decidir con autonomía (arts. 8 y 9 de la Directiva; en España, art. 8 LCD y arts. 28 a 31 LCD). Sobre los matices de esta distinción, por todos MASSAGUER FUENTES (2010), págs. 17-32. Acerca de las conexiones entre las prácticas engañosas y el error-dolo y las prácticas agresivas y la violencia-intimidación, MIRANDA SERRANO y PAGADOR LÓPEZ (2016), págs. 157-185, y MIRANDA SERRANO y PAGADOR LÓPEZ (2015), pág. 112.

una determinada actualización, generando una situación que no solo distorsiona la comprensión del consumidor sobre la necesidad real de la actualización —en términos próximos al engaño—, sino que además puede condicionar intensamente su capacidad de decisión, aproximándose a una restricción de la libertad de elección característica de las prácticas agresivas.

La interrelación entre prácticas agresivas y engañosas se intensifica en los entornos tecnológicos donde las afirmaciones tecnológicas no operan únicamente como mensajes informativos, sino como auténticas alertas susceptibles de limitar de manera intensa y continuada la autonomía decisoria del consumidor —consciente generalmente de su propio desconocimiento y de su dependencia—²⁵.

1.5. Cláusula general de deslealtad y falseamiento de la competencia

Las alegaciones ambientales falsas, ambiguas o no verificables se reconducen, en primer término, a los actos de engaño y a las omisiones engañosas previstos en los arts. 6 y 7 de la Directiva y en los arts. 5 y 7 de la LCD, en la medida en que estos tipos ofrecen un parámetro más preciso de imputación de la deslealtad, basado en su aptitud para inducir a error al consumidor medio sobre elementos relevantes de su decisión económica. Ello, sin perjuicio de que, cuando concurren los presupuestos exigidos por el tipo, determinadas prácticas de *greenwashing* podrían reconducirse a una calificación como prácticas agresivas, en la medida en que, además de engañar, condicionen y ejerzan influencia indebida en la libertad de decisión del consumidor, en coherencia con la sistemática de la Directiva y de la LCD. En efecto, el art. 8 de la LCD permite calificar como prácticas agresivas no solo aquellas conductas físicamente coercitivas o expresamente intimidatorias, sino también las que, mediante influencia indebida, reducen de forma significativa la libertad de elección del consumidor y condicionan su comportamiento económico. En el entorno tecnológico, ciertos mecanismos de persuasión digital pueden superar el ámbito del mero engaño regulado en el art. 7 LCD para convertirse en auténticas formas de presión sobre la voluntad del usuario. Ello sucede, por ejemplo, cuando se explotan circunstancias especialmente sensibles del consumidor mediante la creación artificial de urgencia a través de temporizadores falsos, mensajes de escasez simulada o estrategias de *fear of missing out* (FOMO) dirigidas a precipitar decisiones impulsivas de compra. También puede apreciarse agresividad cuando se imponen obstáculos desproporcionados para el ejercicio de derechos o la terminación de relaciones contractuales, como ocurre con las suscripciones trampa, las cancelaciones deliberadamente complejas mediante interfaces laberínticas o los sistemas de *data lock-in* basados en incompatibilidades técnicas artificiales. Del mismo modo, determinadas prácticas de persistencia comercial, como el envío constante de notificaciones *push*, el *retargeting* invasivo o la saturación

²⁵ La distinción entre prácticas engañosas y prácticas agresivas, fundamental en derecho de la competencia desleal, no es, sin embargo, rígida. Ambas categorías se orientan a la protección de la libertad de decisión del consumidor, diferenciándose principalmente por el modo en que inciden sobre su comportamiento económico: las primeras mediante la alteración de la formación de la voluntad a través de información falsa o incompleta, y las segundas mediante la presión, el acoso o la influencia indebida. En la práctica, ambas pueden concurrir en un mismo supuesto, de modo que su calificación depende del elemento predominante de afectación de la libertad de decisión. Entre otros, ver MARCO ARCALÁ y RUS ALBA (2010), «El nuevo marco jurídico de los argumentos ecológicos y medioambientales en la publicidad. Entre la regulación y la autorregulación», *ADI*, n.º 30, 2009-2010, págs. 323-350.

mediante recordatorios automatizados, pueden erosionar progresivamente la capacidad de decisión autónoma del consumidor. A ello se añaden supuestos de amenazas implícitas o advertencias técnicamente engañosas, como los mensajes que anuncian la pérdida irreversible de fotografías, archivos o datos personales si el usuario no acepta una actualización inmediata, pese a existir mecanismos técnicamente viables de migración o conservación de la información. Un ejemplo paradigmático se observa en aquellas plataformas digitales que dificultan la portabilidad de datos reconocida en el art. 20 del Reglamento (UE) 2016/679, mientras despliegan mensajes alarmistas sobre posibles pérdidas irreversibles de contenido personal. En estos casos, la práctica ya no se limita a proporcionar información engañosa, sino que aprovecha la posición de poder técnico de la plataforma y la dependencia psicológica del usuario respecto de sus datos personales para condicionar de manera intensa su conducta económica. Así, el art. 8 LCD adquiere especial relevancia frente a prácticas tecnológicas que no solo desinforman, sino que alteran la capacidad de discernimiento del consumidor mediante complejidad artificial, asimetrías informativas extremas y mecanismos digitales de presión conductual.

Solo de forma subsidiaria, cuando la conducta no pueda subsumirse adecuadamente en los anteriores, cabría acudir a la cláusula general del art. 5 de la Directiva y del art. 4 de la LCD. La cláusula general sigue siendo un mecanismo de cierre del sistema, ahora aún más residual en relación con el *greenwashing*, que se interpreta y articula prioritariamente desde una lógica tipológica estricta²⁶.

2. Una nueva aproximación a las informaciones sobre características ecológicas para un consumo sostenible

Según estudios internos de la Comisión Europea y diversas evaluaciones independientes, más de la mitad de las prácticas publicitarias presentadas como «verdes» resultan ser engañosas o carecen de una fundamentación suficiente. Este fenómeno, conocido como *greenwashing*, exigía corrección²⁷ y dio lugar a reformas legislativas importantes en el ámbito de la competencia desleal y de la protección de los consumidores. En esta línea, la DACE de 2024 refuerza las obligaciones informativas de los proveedores de bienes y servicios, y las prohibiciones de enviar mensajes potencialmente engañosos al mercado. Fomenta el consumo basado en información contrastable y fiable, también en lo relativo a la

²⁶ El art. 4 LCD actúa como cláusula general de deslealtad, cuando la conducta empresarial es contraria a la diligencia profesional y distorsiona significativamente el comportamiento económico del consumidor, reduciendo su capacidad para adoptar una decisión con pleno conocimiento de causa. No exige necesariamente presión intensa, coacción o intimidación. Por ello, permite controlar muchas prácticas digitales manipulativas basadas en opacidad algorítmica, arquitecturas de elección sesgadas, hiperpersonalización o *dark patterns* que condicionan la decisión del usuario sin llegar todavía a restringir de forma grave su libertad de elección. En cambio, el art. 8 LCD regula una categoría específica y agravada de deslealtad: las prácticas agresivas. Aquí se requiere un plus cualitativo de presión sobre el consumidor mediante acoso, coacción o influencia indebida que limite de forma relevante su libertad de elección o conducta. En el entorno tecnológico, ello puede apreciarse cuando las plataformas explotan vulnerabilidades psicológicas, generan urgencia artificial, dificultan deliberadamente el ejercicio de derechos, imponen obstáculos desproporcionados o utilizan mecanismos persistentes de presión digital capaces de erosionar efectivamente la autonomía del usuario.

²⁷ DELRE; LA PLACA; ALFIERI; FARACA; KOWALSKA; VIDAL ABARCA GARRIDO; WOLF (2022), págs. 1-52. COMISIÓN EUROPEA (2023), *Impact Assessment Report Accompanying the Proposal for a Directive on Green Claims*, SWD 139 final, Brussels, *passim*. COMISIÓN EUROPEA, (2020), *Nueva Agenda del Consumidor. Reforzar la resiliencia del consumidor para una recuperación sostenible*, Bruselas, COM (2020) 696 final.

sostenibilidad, promoviendo la integración de la economía circular y la durabilidad de los bienes. Al mismo tiempo, amplía la noción de «producto», que pasa a incluir, entre otros elementos, el *software*, los sistemas basados en inteligencia artificial y servicios digitales relacionados con el funcionamiento del bien.

La información ambiental proporcionada en los contratos con consumidores adquiere con esta DACE una importancia estratégica en la transición hacia modelos de consumo sostenibles. Esta Directiva modifica los arts. 2, 6 y 7, así como el anexo I de la DPCD, para favorecer la transparencia y fiabilidad de la información precontractual relativa a la durabilidad, reparabilidad, reciclabilidad, circularidad y disponibilidad de actualizaciones de productos y servicios. También incorpora explícitamente las características medioambientales, sociales y de circularidad a la lista de principales características de los productos prevista en el art. 6 de esa DPCD; y prohíbe realizar afirmaciones sobre estas propiedades cuando no estén respaldadas por compromisos claros, objetivos, públicos y verificables, sustentados en planes de ejecución detallados y adecuados²⁸.

En el ámbito de la comparación de productos, la reforma exige plena transparencia respecto del método de comparación, los productos comparados, la identidad de los proveedores y las medidas adoptadas para mantener la información actualizada. Y en el anexo I, incorpora prohibiciones específicas que fortalecen la protección del consumidor y la credibilidad de las alegaciones ecológicas. Entre ellas, la prohibición de atribuir neutralidad climática a un producto mediante mecanismos de compensación que no reflejen su impacto real, y la prohibición de resaltar como virtud comercial un atributo que, en realidad, constituye el cumplimiento de una obligación legal impuesta por el Derecho. Estas disposiciones consolidan un enfoque integral de sostenibilidad, fomentando prácticas empresariales responsables y la confianza del consumidor en la veracidad de las alegaciones ambientales.

Desde una perspectiva de política legislativa, la DACE de 2024 debe interpretarse no como una mera actualización técnica del catálogo de prácticas desleales, sino como un nuevo estadio en la evolución del Derecho europeo de la competencia desleal, caracterizado por una creciente intensificación de la tutela del consumidor en entornos digitales y por la consolidación de un modelo normativo más analítico y tipificado. Esta evolución refuerza la tendencia a desplazar la función estructural de la cláusula general hacia un papel progresivamente más residual, en favor de categorías específicas de engaño y agresividad dotadas de mayor precisión dogmática, lo que incrementa la seguridad jurídica, pero puede generar tensiones en la adaptación del sistema a nuevas formas de deslealtad no anticipadas normativamente. La regulación del *greenwashing* y de las prácticas digitales ilustra bien esta dinámica, al evidenciar una voluntad legislativa de objetivación del juicio de deslealtad, especialmente a través del refuerzo de los supuestos de engaño y omisión engañosa. Esta línea de evolución responde a una estrategia más amplia de tecnificación y sectorialización del Derecho de la competencia desleal, que exige ser valorada críticamente tanto desde la perspectiva de la coherencia interna del sistema como desde la función de flexibilidad que tradicionalmente ha cumplido la cláusula general²⁹

²⁸ MARTÍ MOYA (2025), págs. 141-161.

²⁹ MIRANDA SERRANO (2026), págs. 27 y ss.

2.1. Información precontractual en materia de durabilidad, reparabilidad, la disponibilidad y coste de los recambios o reparaciones

En materia de información precontractual, la DACE refuerza de manera significativa las obligaciones vinculadas a la sostenibilidad de los productos, situando en el centro del sistema la durabilidad, la reparabilidad y la disponibilidad de recambios y servicios de reparación, que pasan a integrarse en el estándar de transparencia precontractual³⁰. Se consolida así la idea de que la durabilidad, la reparabilidad y la disponibilidad de recambios no son elementos accesorios, sino componentes esenciales de la conformidad informativa del producto. Se introduce, así mismo, una etiqueta armonizada relativa a la garantía comercial de durabilidad, destinada a identificar los productos cuya garantía supera el mínimo legal. Cuando la durabilidad efectiva no se corresponde con la prometida, esta circunstancia será un indicio de falta de conformidad e incluso, según la transposición al Derecho interno, un elemento relevante para apreciar el carácter defectuoso del producto.

La DACE califica como práctica comercial desleal la omisión de información esencial sobre la durabilidad prevista, las condiciones de reparación o la disponibilidad de actualizaciones necesarias para el correcto funcionamiento del producto, en el sentido de que esa ausencia de información puede inducir al consumidor a adoptar decisiones económicas basadas en expectativas que no se corresponden con las prestaciones reales del bien.

2.1.1. *Software y durabilidad: sostenibilidad digital como criterio específico de consumo*

Como se acaba de indicar, la DACE integra la sostenibilidad dentro de las obligaciones de información precontractual que debe darse a los consumidores. Su mandato presta especial atención a los bienes que incorporan *software* o dependen de él para su funcionamiento. La DACE prohíbe ocultar información relevante sobre el impacto de las actualizaciones de software cuando estas afectan a la durabilidad, el rendimiento o la funcionalidad del producto (art. 1). También sanciona las prácticas que limiten deliberadamente la vida útil de los bienes, así como las afirmaciones engañosas sobre su reparabilidad o aquellas que fomenten la sustitución prematura de componentes (art. 1). La transparencia sobre el ciclo de vida digital del producto, incluidas las actualizaciones gratuitas, se convierte así en un elemento esencial para evitar la obsolescencia programada y permitir decisiones de compra informadas y sostenibles.

³⁰ El núcleo de este régimen se encuentra en el art. 6 de la Directiva 2011/83/UE, en su redacción modificada por el art. 2 de la DACE, que amplía de forma sustancial el contenido de la información que debe facilitarse al consumidor antes de la celebración del contrato. Este marco se completa con el art. 2 de la DACE, que introduce definiciones clave como «durabilidad», «garantía comercial de durabilidad» y «puntuación de reparabilidad». Estas categorías permiten estructurar y dotar de mayor objetividad a las nuevas obligaciones informativas, reforzando su carácter verificable. Estas obligaciones se articulan de forma coordinada con la Directiva (UE) 2024/2853 sobre responsabilidad por daños causados por productos defectuosos, que sustituye a la Directiva 85/374/CEE.

2.1.2. *Durabilidad y reparabilidad como instrumentos de sostenibilidad*

El refuerzo de la sostenibilidad a través de la información al consumidor se articula de manera sistemática mediante la modificación de los arts. 2, 5, 6 y 8 de la Directiva 2011/83/UE y la incorporación de los nuevos arts. 22 bis y 27 bis, que configuran un conjunto coherente de obligaciones precontractuales orientadas a integrar la lógica de la economía circular en la relación de consumo.

Con la DACE se exige a los comerciantes que proporcionen información clara, comprensible y accesible sobre la durabilidad y, de forma destacada, sobre la reparabilidad de los bienes. Ambos rasgos evidencian un cambio de paradigma legislativo donde, frente a la anterior cultura del «usar y tirar», se aboga ahora por prolongar la vida útil de los productos, reducir la generación de residuos y limitar la extracción de recursos.

Incluir la durabilidad y reparabilidad en la información precontractual representa un cambio cualitativo en el contenido del deber de información. Cuando exista, además, una puntuación de reparabilidad a nivel de la Unión, deberá comunicarse; y, en su defecto, los comerciantes deberán facilitar otros datos relevantes proporcionados por el productor, como la disponibilidad de piezas de recambio, su coste estimado, los procedimientos para su adquisición, la existencia de instrucciones de reparación y mantenimiento, y posibles restricciones técnicas o jurídicas a la reparación.

En el entorno digital, esta obligación de informar sobre la durabilidad se extiende, en los bienes con elementos digitales, al período durante el cual van a estar disponibles actualizaciones de software. Esta dimensión resulta decisiva desde la perspectiva de la sostenibilidad, dado que la gestión de actualizaciones influye directamente en la durabilidad funcional del producto y previene prácticas de obsolescencia inducida. Así, el consumidor puede valorar no solo el coste inicial del bien, sino también su comportamiento a lo largo del tiempo, incorporando criterios de ciclo de vida en su decisión de compra.

Este régimen informativo se complementa con la ampliación del concepto de características principales del producto de la DCPD en su art. 6, apartado 1, para incluir expresamente características medioambientales y sociales, así como aspectos de circularidad, destacando durabilidad, reparabilidad y reciclabilidad. Además, la modificación del art. 7 de la DPCD impone a los comerciantes la obligación de informar sobre el método de comparación, los productos y los operadores implicados, y sobre las medidas adoptadas para mantener la información actualizada, garantizando objetividad y verificabilidad, así como para evitar que las comparaciones se conviertan en un instrumento de desinformación.

La integración de la reparabilidad como eje central se conecta además con las obligaciones sobre servicios posventa. Según la Directiva 2011/83/UE, los comerciantes deben informar, antes de la celebración del contrato, sobre la existencia y condiciones de los servicios de reparación, así como, cuando proceda, sobre la puntuación de reparabilidad del bien. Esto permite al consumidor anticipar la facilidad de reparación, los costes y condiciones asociados, y dota de nuevos criterios a su capacidad de decisión en clave de sostenibilidad.

2.1.3. *Logística, distribución y postventa*

La DACE incorpora explícitamente la sostenibilidad en la logística y la distribución de los bienes. Reconoce así, implícitamente, que la dimensión ambiental del consumo se extiende a todo su ciclo de vida, incluida la entrega al consumidor final. En este marco, establece la obligación de proporcionar información clara y comprensible sobre las opciones de transporte y distribución con menor impacto ambiental, tales como el envío agrupado de varios pedidos, la utilización de vehículos eléctricos o de bajas emisiones, rutas optimizadas que reduzcan la huella de carbono, y alternativas logísticas que prioricen la eficiencia energética.

La modificación del art. 6, apartado 1, letra g) de la Directiva 2011/83/UE, pone de relieve la importancia de la entrega dentro de la experiencia de consumo y su vínculo con la sostenibilidad. Al exigir información clara sobre los procedimientos de entrega e incluir, cuando estén disponibles, opciones respetuosas con el medio ambiente, la norma no solo fortalece la transparencia para el consumidor, sino que también favorece la optimización de los ciclos de distribución, al incentivar rutas más eficientes y menos contaminantes.

Coherentemente con lo anterior, la reforma incorpora, además, obligaciones específicas en materia de servicios posventa, incluyendo la información sobre su existencia y condiciones, así como sobre opciones de entrega que reduzcan el impacto ambiental cuando estén disponibles. Con ello, amplía el foco desde el momento de la adquisición a todo el ciclo de vida completo del producto, integrando en la decisión de consumo variables vinculadas al uso, mantenimiento y eventual sustitución del bien.

2.1.4. *Compensación de emisiones y obsolescencia programada*

En el preámbulo de DACE, los apartados 12 y 19 desarrollan dos líneas regulatorias en una misma lógica climática. El apartado 12 se centra en las afirmaciones medioambientales basadas en la compensación de emisiones de gases de efecto invernadero, y subraya la importancia de prohibir las declaraciones que atribuyen a un producto un impacto neutro, reducido o positivo en el medio ambiente cuando tales afirmaciones se fundamentan en mecanismos de compensación externos a la cadena de valor del producto. Estas declaraciones se considerarían —conforme al preámbulo— engañosas porque pueden inducir a los consumidores a creer que el producto en sí mismo o su proceso de producción carece de impacto ambiental o lo reduce de forma efectiva. Así, estas afirmaciones solo deberían admitirse cuando se basen en el impacto real del ciclo de vida del producto y no en compensaciones externas, subrayándose que ambos supuestos no son equivalentes desde la perspectiva de la protección del consumidor y de la credibilidad de las políticas climáticas.

Por su parte, el apartado 19 aborda las comunicaciones comerciales relativas a bienes que incorporan características destinadas a limitar su durabilidad, introduciendo de forma expresa un enfoque basado en las emisiones de gases de efecto invernadero. El texto señala que estas prácticas fomentan la sustitución prematura de productos, lo que genera costes más elevados para los consumi-

res, un uso innecesario de recursos y la producción de residuos, y contribuyen a la emisión adicional de gases de efecto invernadero asociada a la fabricación, transporte y eliminación de nuevos bienes. De este modo, la limitación artificial de la durabilidad se presenta como un factor que incide indirectamente en el cambio climático, en la medida en que multiplica los ciclos productivos y, con ellos, las emisiones asociadas. Según el preámbulo, las comunicaciones comerciales relativas a bienes que incorporen características de obsolescencia programada deben prohibirse cuando el comerciante disponga de información sobre su existencia y sobre sus efectos en la durabilidad del producto. A título ilustrativo, se mencionan supuestos como el software que reduce la funcionalidad del bien tras un determinado período, los componentes diseñados para fallar o los defectos de diseño que provocan fallos prematuros si no se corrigen una vez conocidos. Asimismo, se aclara que el concepto de comunicación comercial comprende cualquier mensaje destinado a promocionar directa o indirectamente los bienes, mientras que la mera fabricación o comercialización del producto no constituye, por sí sola, una comunicación comercial.

En el texto articulado, estas orientaciones pueden considerarse concretadas —parcialmente— mediante la modificación del anexo I de la Directiva 2005/29/CE, que incorpora nuevas prácticas comerciales desleales consideradas prohibidas en toda circunstancia. Entre ellas se incluyen, en primer lugar, la exhibición de distintivos de sostenibilidad que no estén basados en un sistema de certificación o no hayan sido establecidos por autoridades públicas; en segundo término, la realización de afirmaciones medioambientales genéricas cuando el comerciante no pueda demostrar un comportamiento medioambiental excelente reconocido que respalde la afirmación; en tercer lugar, la formulación de afirmaciones medioambientales referidas a la totalidad del producto o de la empresa cuando solo se refieran a un aspecto específico de su actividad; y, de manera expresa, la afirmación de que un producto tiene un impacto neutro, reducido o positivo en el medio ambiente basándose en la compensación de emisiones de gases de efecto invernadero.

2.2. Señalización de sostenibilidad y garantía del valor a largo plazo

La DACE refuerza el papel de las garantías. Teniendo en cuenta la definición de durabilidad como capacidad de los bienes de mantener sus funciones y rendimiento requeridos en condiciones normales de utilización³¹, la DACE incorpora nuevos apartados 14 bis y 14 ter al art. 2 de la Directiva 2011/83/UE y modifica el art. 5, apartado 1, del mismo cuerpo legal. La reforma incorpora una garantía comercial de durabilidad que cubre la totalidad del bien durante un período superior a los dos años de la garantía legal obligatoria.

La información sobre la existencia y alcance de la garantía comercial de durabilidad debe comunicarse de manera clara mediante una etiqueta armonizada, acompañada de un aviso, también armonizado, que recuerde al consumidor la garantía legal, evitando confusiones entre ambos regímenes y facilitando la comparabilidad de productos en toda la Unión³². Desde una perspectiva funcio-

³¹ Definición conforme al art. 2 apartado 13 de la Directiva UE 2019/771.

³² La Comisión ejerce competencias de ejecución para definir el diseño y contenido de la etiqueta y del aviso, dentro de lo establecido en el Reglamento (UE) n.º 182/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo,

nal, esta garantía se configura como un auténtico indicador de sostenibilidad y calidad, en la medida en que visibiliza la durabilidad como atributo competitivo y desplaza progresivamente el foco desde el precio inicial hacia el valor a largo plazo del producto. A través de la información reforzada los consumidores pueden anticipar la durabilidad funcional del bien no sólo en el momento de contratar sino a lo largo del tiempo; así como adoptar decisiones informadas acerca de su reparación, mantenimiento o eventual sustitución. Con ello, los operadores económicos tendrán un nuevo vector de competencia relacionado con la longevidad y calidad en el tiempo y se orienta el mercado hacia patrones de producción y consumo más sostenibles.

Por otra parte, la DACE añade nuevas exigencias relativas a la sostenibilidad y a la economía circular, en especial por cuanto que exige indicar, cuando proceda, la puntuación de reparabilidad de los bienes o, en su defecto, información sobre la disponibilidad, el coste estimado y el procedimiento para solicitar las piezas de recambio necesarias para mantener la conformidad del bien, así como sobre la disponibilidad de instrucciones de reparación y mantenimiento y las posibles restricciones a la reparación.

La garantía comercial de durabilidad se articula, como es lógico, con obligaciones de información relativas a la reparabilidad del bien, incluyendo la eventual puntuación de reparabilidad a nivel de la Unión o, en su defecto, otros datos relevantes proporcionados por el productor, como la disponibilidad de piezas de recambio, su coste estimado, los procedimientos para su adquisición y las posibles restricciones a la reparación. Esta combinación configura un marco normativo integrado que permite a los consumidores evaluar no solo el coste inicial de adquisición, sino también el impacto económico y ambiental del producto a lo largo de todo su ciclo de vida. Y favorece la adopción de decisiones de compra coherentes con los principios de sostenibilidad y de economía circular.

Desde la perspectiva de la supervisión, el establecimiento del doble régimen de garantía que incorpora información —legal de conformidad y comercial de durabilidad— dota a las autoridades de protección de los consumidores de instrumentos adicionales para vigilar el cumplimiento de las obligaciones empresariales, especialmente en aquellos supuestos en los que los operadores no respeten los estándares de durabilidad anunciados o generen expectativas infundadas sobre la vida útil del producto. De este modo, se refuerza la coherencia del marco regulatorio europeo en materia de consumo y sostenibilidad y se consolida progresivamente un modelo de mercado orientado hacia la responsabilidad empresarial y el consumo sostenible.

2.2.1. Perspectiva específica de los bienes con componentes digitales

En el caso de los bienes que incorporan componentes digitales o software integrado, conforme a la DACE la durabilidad incluye la disponibilidad de actualizaciones de software gratuitas necesarias para mantener la conformidad del bien. En virtud de las modificaciones introducidas por esta reforma en la Directiva 2011/83/UE el comerciante debe facilitar al consumidor, antes de que que-

de 16 de febrero, por el que se establecen las normas y los principios generales relativos a las modalidades de control por parte de los Estados miembros del ejercicio de las competencias de ejecución por la Comisión.

de vinculado por el contrato, información relativa al período durante el cual el productor o proveedor se compromete a proporcionar dichas actualizaciones de software, expresado mediante un plazo temporal o una fecha de referencia, siempre que esa información haya sido puesta a disposición del comerciante. Esta obligación se conjuga con las exigencias de información sobre la garantía legal de conformidad y la garantía comercial de durabilidad, integrándose en la etiqueta armonizada o en la información precontractual exigida para todos los bienes.

Por otra parte, también reformula el régimen de prácticas comerciales desleales en relación con estos productos. La DACE refuerza el régimen de prácticas comerciales desleales introducido por la DPCD y prohíbe cualquier comunicación que oculte información relevante sobre actualizaciones de software necesarias para mantener la conformidad o que presente indebidamente como «necesarias» actualizaciones que solo mejoran características funcionales no esenciales³³.

2.2.2. *Signos distintivos voluntarios de sostenibilidad*

DACE introduce una noción precisa de los signos distintivos de sostenibilidad, que son distintivos de confianza, marcas de calidad o equivalentes, de carácter voluntario, tanto si tienen naturaleza pública como privada. Deben estar destinados a diferenciar y promocionar un producto, un proceso o una empresa mediante referencias a sus características medioambientales, sociales o ambas, con exclusión de aquellos cuya utilización sea obligatoria conforme al Derecho de la Unión o al Derecho nacional. Se trata, con ello, de combatir el uso de estos distintivos para distorsionar las decisiones de consumo sostenible, en particular aquellas vinculadas al fenómeno del *greenwashing*, ampliamente documentado³⁴.

Dada la heterogeneidad de los distintivos voluntarios de sostenibilidad y su potencial para referirse a múltiples características de productos, procesos o empresas, el legislador europeo establece exigencias estrictas de transparencia, credibilidad y verificabilidad. Y prohíbe, a través del nuevo anexo I de la DPCD, su exhibición cuando no estén basados en un sistema de certificación o no hayan sido establecidos por autoridades. Ahora, antes de utilizar un distintivo de sostenibilidad, el comerciante debe asegurarse de que este cumple las condiciones del sistema de certificación correspondiente, - que deben ser accesibles por parte del público y garantizar un nivel adecuado de transparencia y fiabilidad. Los marcos de estos distintivos deben ahora contar con mecanismos de supervisión objetiva del cumplimiento de los criterios, llevados a cabo por terceros independientes cuya competencia técnica e imparcialidad se aseguren conforme a normas y procedimientos reconocidos a nivel internacional, europeo o nacional. En este contexto, adquieren especial relevancia los estándares de evaluación de la conformidad, como la norma ISO 17065, así como los sistemas de acreditación previstos en el Reglamento (CE) n.º 765/2008³⁵.

³³ Los considerandos 16 y 17 de la DACE enfatizan que estas prohibiciones buscan proteger al consumidor frente a prácticas de obsolescencia programada o inducida, asegurando que la comunicación comercial y la información precontractual reflejen de forma veraz la durabilidad digital y las condiciones de actualización de software, contribuyendo a una transición ecológica responsable y a decisiones de compra informadas.

³⁴ Mišćenić (2024), págs. 89125.

³⁵ Reglamento (CE) n.º 765/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 9 de julio, por el que se establecen los requisitos de acreditación y vigilancia del mercado relativos a la comercialización de los productos y por el que se deroga el Reglamento (CEE) n.º 339/93.

No obstante, se admite la utilización de distintivos sin sistema de certificación cuando estos hayan sido establecidos por autoridades públicas o en supuestos específicos previstos por normativa sectorial, como ocurre en el ámbito alimentario conforme al art. 35 del Reglamento (UE) n.º 1169/2011³⁶. Ejemplos paradigmáticos de distintivos públicos son los logotipos derivados del Reglamento (CE) n.º 1221/2009 (EMAS)³⁷ y del Reglamento (CE) n.º 66/2010 relativo a la etiqueta ecológica de la Unión Europea³⁸. Asimismo, determinadas marcas de certificación (basadas en iniciativas públicas) en el sentido de la Directiva (UE) 2015/2436³⁹ pueden desempeñar esta función⁴⁰.

La Directiva introduce, además, un criterio esencial de correspondencia entre el contenido del distintivo y las alegaciones realizadas. Desde esta perspectiva, una certificación solo puede respaldar afirmaciones directamente vinculadas con los criterios efectivamente evaluados. El uso expansivo o extrapolado de distintivos para justificar alegaciones más amplias —como «sostenible» o «responsable»— puede ahora constituir una práctica engañosa, si proyecta sobre el producto o la empresa cualidades no verificadas⁴¹. En el mismo sentido, la comparación de productos basada en características medioambientales, sociales o de circularidad exige transparencia metodológica, de conformidad con la reforma del art. 7 de la DPCD, garantizando la objetividad, verificabilidad y actualización de la información utilizada. En este contexto, se subraya también la necesidad de que los poderes públicos faciliten el acceso de las pequeñas y medianas empresas a los sistemas de certificación, evitando que sus costes se conviertan en barreras de entrada en la economía sostenible.

En sentido contrario, el uso de marcas de certificación ambientales sin un control efectivo o en contradicción con su reglamento puede constituir no solo una infracción marcaria, sino también un acto de competencia desleal. Asimismo, desde la perspectiva del registro, las marcas de certificación ambientales deben definir con precisión las características certificadas, evitando formulaciones genéricas o ambiguas —como «verde» o «sostenible»— que carezcan de contenido verificable. El uso del signo en la práctica comercial debe mantenerse dentro de los límites del reglamento aprobado, ya que cualquier extrapolación puede dar lugar a prácticas engañosas autónomas⁴².

³⁶ Reglamento (UE) n.º 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor y por el que se modifican los Reglamentos (CE) n.º 1924/2006 y (CE) n.º 1925/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, y por el que se derogan la Directiva 87/250/CEE de la Comisión, la Directiva 90/496/CEE del Consejo, la Directiva 1999/10/CE de la Comisión, la Directiva 2000/13/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, las Directivas 2002/67/CE, y 2008/5/CE de la Comisión, y el Reglamento (CE) n.º 608/2004 de la Comisión.

³⁷ Reglamento (CE) n.º 1221/2009 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre, relativo a la participación voluntaria de organizaciones en un sistema comunitario de gestión y auditoría medioambientales (EMAS), y por el que se derogan el Reglamento (CE) núm. 761/2001 y las Decisiones 2001/681/CE y 2006/193/CE de la Comisión.

³⁸ Reglamento (CE) n.º 66/2010 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre de 2009, relativo a la etiqueta ecológica de la UE.

³⁹ Directiva (UE) 2015/2436 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de diciembre, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de marca

⁴⁰ PÉREZ CARRILLO (2017), págs. 109-130.

⁴¹ DÍAZ GÓMEZ (2023), págs. 25 y siguientes.

⁴² La utilización de una marca colectiva como si fuera un distintivo de certificación puede inducir a error sobre la existencia de controles objetivos, cuando no están incorporados a su reglamento. OTERO LASTRES, (2002), págs. 95120.

2.3. La (abandonada) propuesta de Directiva sobre alegaciones ecológicas: un marco ambicioso pero pendiente

La Propuesta de Directiva sobre alegaciones ecológicas COM (2023) 166 final, presentada por la Comisión el 22 de marzo de 2023, formaba parte del conjunto de iniciativas destinadas a reforzar la fiabilidad y la transparencia de la información ambiental dirigida a los consumidores en el mercado interior. Su objetivo principal fue establecer reglas comunes sobre la justificación y comunicación de las alegaciones medioambientales explícitas utilizadas en comunicaciones comerciales, complementando a la DACE aquí analizada. Mientras esta última constituye una norma general de disciplina del mercado, la propuesta sobre alegaciones ecológicas se concebía como una *lex specialis*, destinada a fijar requisitos técnicos y metodológicos para la verificación de afirmaciones ambientales voluntarias.

La propuesta contemplaba la proliferación de afirmaciones ambientales ambiguas o no verificadas como un obstáculo significativo para el funcionamiento del mercado interior y para la promoción de patrones de consumo sostenibles. Pero además se integraba en un marco más amplio de políticas europeas orientadas a promover el consumo sostenible y la economía circular.

En términos sustantivos, la iniciativa imponía a las empresas obligaciones de justificación científica de las alegaciones ambientales. Las afirmaciones sobre el impacto ambiental de un producto o de una actividad empresarial deberían basarse en metodologías reconocidas, evaluando el impacto a lo largo de todo el ciclo de vida, considerando factores como el uso de recursos, emisiones, contaminación y generación de residuos. Además, las empresas debían precisar el alcance de cada afirmación —por ejemplo, si se refería al producto completo o solo a un componente— y evitar formulaciones genéricas o ambiguas que pudieran inducir a error a los consumidores⁴³.

Un elemento central de la propuesta era la verificación previa de las alegaciones, por parte de terceros independientes. Antes de utilizar una alegación ambiental en el mercado, el operador económico debía someter la información a un procedimiento de verificación realizado por organismos acreditados, que comprobarían el cumplimiento de los requisitos metodológicos establecidos y emitirían un certificado que habilitara su uso en comunicaciones comerciales. Este mecanismo buscaba reforzar la credibilidad de las afirmaciones y garantizar su comparabilidad en todo el mercado interior.

La propuesta también prestaba especial atención a las etiquetas medioambientales, debido a la proliferación de sellos, logotipos y sistemas de certificación con niveles muy diversos de rigor, transparencia y control. Más de doscientas etiquetas activas en el mercado europeo generaban confusión entre los consumidores y dificultaban la comparación entre productos. La iniciativa pretendía establecer reglas más estrictas para la creación y funcionamiento de estos sistemas de etiquetado, incluyendo requisitos de transparencia, supervisión y control independiente.

⁴³ MIRANDA ANGUITA (2024), págs. 489-531.

Asimismo, la propuesta perseguía mejorar la igualdad de condiciones en el mercado interior. Las empresas que invierten en mejorar el desempeño ambiental de sus productos podrían verse perjudicadas por competidores que utilizan alegaciones poco rigurosas para atraer a los consumidores. La armonización de criterios para fundamentar y comunicar las alegaciones ambientales se planteaba, por tanto, como un instrumento para garantizar la competencia leal y evitar la fragmentación normativa entre los Estados miembros.

Esta propuesta no llegó a aprobarse. En junio de 2025 la Comisión anunció su intención de retirarla, ante críticas sobre la complejidad y las cargas administrativas que podría llegar a imponer, especialmente a pequeñas y microempresas.

III. CONCLUSIONES

La acumulación de legislación europea que en materia de sostenibilidad se ha aprobado en la última década implica que las empresas que operan en el viejo continente han quedado sometidas a un marco amplio y complejo de derecho positivo ambiental. Muchos consumidores valoran positivamente el compromiso ambiental europeo. Pero muchos otros priorizan el precio de los bienes y servicios, así como la claridad y la verificabilidad de las afirmaciones comerciales, también en este ámbito.

La UE se viene planteando reformas para facilitar la transición ecológica, simplificándola y dotándola de transparencia. En el ámbito de la competencia desleal y de la protección de consumidores, la Directiva (UE) 2024/825, DACE, supone un paso importante en esta evolución mediante criterios claros y comprobables para la comunicación de afirmaciones sobre medio ambiente y sostenibilidad. Al proyectarse en dos direcciones clásicas (derecho de la competencia desleal y protección de consumidores), permite abordar de forma integrada tanto la veracidad de las afirmaciones sobre sostenibilidad, como la información que debe recibir el comprador.

Desde la perspectiva prioritariamente concurrencial, DACE refuerza la exigencia de claridad en relación con las afirmaciones relativas a durabilidad, reparación, reciclaje, circularidad y sostenibilidad; al tiempo que prohíbe afirmaciones genéricas o sin fundamento, y exige que algunas alegaciones referentes a la sostenibilidad sean validadas por entidades independientes.

El impacto de la reforma en el derecho de los consumidores es notable en lo relativo a la información precontractual sobre la vida útil de los productos, disponibilidad de repuestos, coste de reparaciones y actualizaciones de *software* necesarias para su correcto uso. Así, facilita la adopción de decisiones de compra responsables y basadas en datos verificables. Además, regula la comparación de productos, obligando a los prestadores de servicios de comparación a informar sobre métodos usados, productos comparados y medidas para mantener la información actualizada.

Una de las aportaciones más relevantes de la DACE es su dimensión digital. Exige transparencia sobre actualizaciones de *software*, compatibilidad futura y soporte técnico, lo que permite prevenir la obsolescencia inducida y reforzar la economía circular. Incentiva que los productos más vinculados a la digitalización duren más y que se generen menos residuos. Contribuye a lograr en Europa un consumo más consciente y sostenible.

Por otra parte, avanza en la integración de la sostenibilidad en el comercio en lo relativo a la logística. Obliga a informar sobre los procedimientos de entrega e incluir, cuando estén disponibles, opciones respetuosas con el medio ambiente. Esto incentiva la planificación de rutas eficientes y la adopción de ciclos de distribución más cortos. Se reducen así las emisiones y el impacto ambiental del transporte; y la entrega deja de ser un aspecto operativo secundario para convertirse en un instrumento estratégico para la sostenibilidad empresarial y la toma de decisiones responsables de consumo.

Otro elemento central es la garantía comercial de durabilidad ofrecida por el productor, prevista en el art. 17 de la Directiva (UE) 2019/771, que garantiza que el bien mantendrá sus funciones esenciales en condiciones normales de uso. DACE refuerza este mecanismo al exigir que la información se transmita mediante una etiqueta armonizada, facilitando que los consumidores identifiquen qué bienes cuentan con esta cobertura y su duración. Para evitar confusiones, la etiqueta debe recordar la existencia de la garantía legal de conformidad, su duración mínima de dos años y la posibilidad de que los Estados miembros amplíen este periodo. La doble información —garantía comercial de durabilidad y garantía legal de conformidad— refuerza la transparencia y permite comparar productos de forma informada, fomentando decisiones de compra responsables y sostenibles. La etiqueta armonizada debe ser visible y accesible. Puede colocarse directamente sobre el producto o su envase, destacarse en el estante o mostrarse junto a la imagen del bien en ventas en línea. Mejora la visibilidad de los productos más duraderos y sirve como recordatorio de la garantía legal de conformidad, contribuyendo a una comunicación clara, a la confianza del consumidor y un mercado más consciente de durabilidad y economía circular.

Para concluir, cabe insistir en que DACE representa un nuevo estadio en la evolución del Derecho europeo de la competencia desleal, caracterizado por una creciente intensificación de la tutela del consumidor en entornos digitales y por la consolidación de un modelo normativo más analítico y tipificado. Esta evolución refuerza la tendencia a desplazar la función estructural de la cláusula general hacia un papel progresivamente más residual, en favor de categorías específicas dotadas de mayor precisión dogmática, lo que incrementa la seguridad jurídica. Persiste, no obstante, una tensión entre la cantidad de normas y su aplicación práctica, pues la tipificación detallada de casos de prácticas desleales a la que contribuye la DACE es susceptible de incrementar la rigidez regulatoria; y generar incoherencias ante la innovación tecnológica y el mercado digital en constante evolución. Y es que, quizá no sea la ausencia de normas lo que limita la protección frente a prácticas engañosas, sino la ausencia de mecanismos eficaces para detectar y sancionar su incumplimiento.

IV. BIBLIOGRAFÍA

- CASADO NAVARRO, Antonio (2026), «El *greenwashing* como práctica desleal: análisis crítico de su regulación (vigente y proyectada) en la Unión Europea y España», *Revista Lex Mercatoria*, vol. 32, págs. 1-80.
- CAUFFMAN, Caroline (2024), «De Consumer empowermentrichtlijn. Over groene claims, zwarte handelspraktijken en grijze zones», *Tijdschrift voor Consumentenrecht en Handelspraktijken*, núm. 3, págs. 110114.
- DELRE, Andrea; LA PLACA, Maria Grazia; ALFIERI, Francesco; FARACA, Giuseppe; KOWALSKA, Marta Anna; VIDAL ABARCA GARRIDO, Cristina; WOLF, Oliver, (2022)

- Assessment of the European Union Green Public Procurement criteria for four product groups*, Luxembourg, Publications Office of the European Union
- DÍAZ GÓMEZ, Elicio (2023), *Prácticas comerciales engañosas y su represión por el derecho de la competencia desleal: especial referencia al ámbito publicitario*, Colex, A Coruña.
- FERNÁNDEZ CARBALLO-CALERO, Pablo (2022), «La lista negra de prácticas comerciales desleales en la cadena de suministro agrícola y alimentario en la Directiva (UE) 2019/633 y su incorporación al ordenamiento jurídico español», en JIMÉNEZ SERRANÍA, Vanessa (coord.); CARBAJO CASCÓN, Fernando (dir.), *Competencia, propiedad intelectual y tutela de consumidores en el sector agroalimentario*, Tirant lo Blanch, Valencia, págs. 1247-1271.
- FERNÁNDEZ CARBALLO-CALERO, Pablo; SALGADO ANDRÉ, Elena (2010), «Actos de engaño y omisiones engañosas en la Ley de Competencia Desleal (análisis de los arts. 5 y 7 LCD)», *ADI*, vol. 30, 20092010, págs. 225244.
- GÓMEZ TRINIDAD, Sílvia (2025), «Sostenibilidad y Derecho de la competencia: una aproximación a los beneficios de sostenibilidad en los acuerdos entre empresas», *ADI*, vol. 45, págs. 113140.
- GUTMAN, Kathleen (2023), «Green Claims and Unfair Commercial Practices in EU Law», *Journal of European Consumer and Market Law*, págs. 115.
- MARCO ARCALÁ, Luis Alberto / RUS ALBA, Elena (2010), «El nuevo marco jurídico de los argumentos ecológicos y medioambientales en la publicidad. Entre la regulación y la autorregulación», *ADI* n.º 30, 20092010, págs. 323350.
- MASSAGUER FUENTES, José (2010), «Las prácticas agresivas como acto de competencia desleal», *Actualidad jurídica Uría Menéndez*, núm. 27, 2010, págs. 17–32.
- (2006), *El nuevo Derecho contra la competencia desleal. La Directiva 2005/29/CE sobre las prácticas comerciales desleales*, Civitas, Madrid.
- MARTÍ MOYA, Vanessa (2025), «De la responsabilidad social de la empresa al consumo responsable. Las afirmaciones ambientales tras la Directiva 2024/825», *ADI*, vol. 45, págs. 141161.
- MICKLITZ, HansWolfgang, (2018), *The Politics of Justice in European Private Law: Social Justice, Access Justice, Societal Justice*, Cambridge University Press, Cambridge.
- MIRANDA ANGUITA, Ana (2024), «Principales novedades de las iniciativas regulatorias del greenwashing de carácter armonizador en la Unión Europea», en TATO PLAZA, ANXO; COSTAS COMESAÑA, Julio; FERNÁNDEZ CARBALLO-CALERO, Pablo; LOUREDO CASADO, Sara; TORRES PÉREZ, Francisco José (coords.), *Nuevas tendencias en el Derecho de la Competencia y de la Propiedad Industrial e Intelectual IV*, Valencia, Tirant lo Blanch, págs. 489-531.
- MIRANDA SERRANO, Luis M. (2026), «Reformas de la Ley de Competencia Desleal en materia de protección de consumidores y prácticas digitales: valoración y tendencias de política legislativa», *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, núm. 57, págs. 27 y siguientes.
- MIRANDA SERRANO, Luis y PAGADOR LÓPEZ, Javier (2016), «Misleading and aggressive practices and the defects of transactional consent», en SCHULZE, Reiner y PERALES VISCASILLAS, Pilar (dirs.), *The Formation of Contract. New Features and Developments in Contracting*, Nomos, págs. 157185
- (2015), «La necesidad de establecer conexiones entre el Derecho de la competencia desleal y el Derecho de contratos», *Diario La Ley*, núm. 8464, págs. 112.
- MIŠČENIĆ, Emilia (2024), «Information, Transparency and Fairness for Consumers in the Digital Environment», en CREA, C.; DE FRANCESCHI, A. (eds.), *The New Shapes of Digital Vulnerability in European Private Law*, Nomos, BadenBaden, págs. 89125.
- OTERO LASTRES, José Manuel (2002), «Las marcas de garantía y de certificación en la Ley de Marcas», *ADI*, págs. 95120.

- PÉREZ CARRILLO, Elena Fátima (2017), «El medio ambiente en la responsabilidad corporativa. Perspectivas jurídico-mercantiles», en AGRA VIFORCOS, B. (dir.), *Empleos verdes y prevención de riesgos laborales*, 2017, Tirant lo Blanch, Valencia, págs. 109-130.
- SAN MARTÍN CALVO, Marina (2024), «Consumo sostenible y transición ecológica. La acción normativa de la Unión Europea contra el greenwashing», *Revista de Estudios Europeos*, núm. 84, págs. 364-390
- TATO PLAZA, Anxo (2024), «Sobre el uso de alegaciones medioambientales en la publicidad: estado actual y perspectivas de futuro», *RDM*, núm. 332, págs. 1-31 (plataforma Legalteca-Aranzadi).