

I. DISPOSICIÓN XERAIS

XEFATURA DO ESTADO

21162 *Lei 29/2009, do 30 de decembro, pola que se modifica o réxime legal da competencia desleal e da publicidade para a mellora da protección dos consumidores e usuarios.*

JUAN CARLOS I

REI DE ESPAÑA

Saiban todos os que a viren e a entenderen que as Cortes Xerais aprobaron e eu sanciono a seguinte lei.

PREÁMBULO

I

A actividade normativa da Unión Europea introduce cambios notables en distintos ámbitos do mercado interior que presentan unha intensa interrelación entre si, como son, no que aquí interesa, a competencia desleal, a publicidade, a protección dos consumidores e o comercio retalista.

Estes cambios foron realizados, en primeiro lugar, pola Directiva 2005/29/CE do Parlamento Europeo e do Consello, do 11 de maio de 2005, relativa ás prácticas comerciais desleais das empresas nas súas relacións cos consumidores no mercado interior, que modifica a Directiva 84/450/CEE do Consello, as directivas 97/7/CE, 98/27/CE e 2002/65/CE do Parlamento Europeo e do Consello e o Regulamento (CE) n.º 2006/2004 do Parlamento Europeo e do Consello (Directiva sobre as prácticas comerciais desleais), e, en segundo lugar, pola Directiva 2006/114/CE do Parlamento Europeo e do Consello, do 12 de decembro de 2006, sobre publicidade enganosa e publicidade comparativa, que codifica as modificacións da Directiva 84/450/CE.

A incorporación ao dereito español destas directivas, que leva a cabo esta lei, comportou unha modificación importante de varias leis: a Lei 3/1991, do 10 de xaneiro, de competencia desleal, que regula de maneira unitaria esta materia; o texto refundido da Lei xeral para a defensa dos consumidores e usuarios e outras leis complementarias, aprobado polo Real decreto legislativo 1/2007, do 16 de novembro, que leva esta protección ao ámbito da lei anterior; a Lei 7/1996, do 15 de xaneiro, de ordenación do comercio retalista, e a Lei 34/1988, do 11 de novembro, xeral de publicidade.

II

A Directiva 2005/29/CE regula unha serie de condutas encadrables dentro do marco da competencia desleal, pondo a énfase nos seus efectos indesexables fronte aos consumidores. Esta lei nace co propósito de que a lexislación protectora dos consumidores se integre de maneira coherente dentro da regulación do mercado, constituída aquí pola Lei de competencia desleal, como forma de asegurar que aquela tutela sexa a máis efectiva e que a normativa do mercado non quede desintegrada.

As normas que impoñen a protección da libre competencia ou prohiben a competencia desleal protexen os consumidores da mesma maneira que protexen o funcionamento do mercado e os intereses dos operadores económicos que actúan nel. É por iso polo que esta lei articula a protección dos consumidores tendo en conta as exixencias do propio mercado e os lexítimos intereses dos operadores económicos que actúan nel.

As modificacións que se introducen na Lei de competencia desleal comezan por ter en conta o impacto doutra importante norma da Unión Europea, como é o Regulamento (CE)

n.º 864/2007 do Parlamento Europeo e do Consello, do 11 de xullo de 2007, relativo á lei aplicable ás obrigas extracontractuais («Roma II»), que permite suprimir calquera referencia ao seu ámbito de aplicación territorial.

A cláusula xeral modifícase para aclarar que, nas relacións dos empresarios ou profesionais cos consumidores, a deslealdade dunha conduta virá determinada pola concorrencia de dous elementos: que o comportamento do empresario ou profesional resulte contrario á dilixencia profesional que lle é exigible nas súas relacións cos consumidores, e que este sexa susceptible de distorsionar de maneira significativa o comportamento económico do consumidor medio (entendendo por tal o consumidor ou usuario medio) ou do membro medio do grupo a que se dirixe a práctica.

O concepto de «consumidor medio» foi cuñado pola xurisprudencia do Tribunal de Xustiza das Comunidades Europeas non en termos estatísticos, senón como a reacción típica do consumidor normalmente informado, razoablemente atento e perspicaz, tendo en conta os factores sociais, culturais e lingüísticos. En consecuencia, non é un termo que a lei teña que definir, senón que deben ser os tribunais os que efectúen a súa concreción en cada caso concreto.

Que a referencia para cualificar un comportamento como desleal sexa a reacción típica do consumidor medio non supón, porén, que grupos de consumidores máis vulnerables queden desprotexidos, xa que a lei exige que se teña en conta a reacción típica do consumidor medio a que se dirixe a práctica, ou a reacción típica do consumidor medio dun grupo especialmente vulnerable, cando o acto de competencia só é susceptible de alterar o comportamento económico dun grupo concreto de consumidores especialmente vulnerables, xa por circunstancias persoais ou sociais.

Establécese un réxime xurídico unitario sobre a deslealdade dos actos de engano e agresivos, sendo exigible igual nivel de corrección con independencia de que os seus destinatarios sexan consumidores ou empresarios. Supérase desta maneira a tradicional distinción entre os actos desleais e a regulación da publicidade ilícita por desleal ou enganosa.

É importante resaltar a opción adoptada de manter a Lei xeral de publicidade, máis alá dunha norma simplemente contractual. A relevancia da publicidade no proceso de toma de decisións dos cidadáns é cada vez maior e transcende do mero ámbito consumerista ou concorrencial, polo que unha norma con vocación xeneralista devén imprescindible, respectando, en todo caso, os obxectivos de harmonización das directivas europeas que esta lei incorpora ao noso ordenamento xurídico.

Por iso, cobra especial sentido a pervivencia do concepto de publicidade ilícita no ámbito da Lei xeral de publicidade garantindo as accións e remedios que posibilitan a súa represión, especialmente fronte á publicidade que atente contra a dignidade da persoa ou vulnere os dereitos e valores recoñecidos na Constitución, significativamente no que se refire á infancia, á xuventude e á muller.

O problema xorde en ocasións polo concurso entre a Lei xeral de publicidade e a Lei de competencia desleal, que fai necesario, e así o recolle a xurisprudencia, a introdución de mecanismos de coordinación. Nese sentido, modifícase a Lei xeral de publicidade, con obxecto de dispor dun mesmo corpo de accións e remedios contra todas as prácticas comerciais que prexudiquen os intereses económicos dos consumidores, sen renunciar á regulación específica da publicidade e sen menoscabo da lexitimación especial que na Lei xeral de publicidade se establece fronte á publicidade ilícita por utilizar de forma vexatoria ou discriminatoria a imaxe da muller.

En coherencia con esta exposición procédese a derogar o título IV da norma, que queda baleiro de contido.

Por outra parte, dedícase un capítulo completo da lei a regular os actos de competencia desleal que, afectando tamén os competidores, se considera que só son susceptibles de prexudicar os seus destinatarios cando estes son consumidores e usuarios. Tal é o caso das omisións enganosas ou das prácticas que a norma comunitaria establece que son desleais en todo caso e calquera que sexa a circunstancia en que se produzan.

Introdúcese un novo capítulo destinado a regular os códigos de conduta que, con pleno respecto ás normas sobre competencia, contribúen a elevar o nivel de protección dos consumidores e usuarios, mediante o acceso a sistemas eficaces de resolución extraxudicial de reclamacións que cumpran os requisitos establecidos pola normativa comunitaria, actualmente contida nas recomendacións da Comisión Europea 98/257/CE e 2001/310/CE e, como tales, notificados á Comisión Europea de conformidade co previsto na Resolución do Consello do 25 de maio de 2000, relativa á rede comunitaria de órganos nacionais da solución extraxudicial de litixios en materia de consumo ou calquera disposición equivalente. Esta regulación inclúe o exercicio de accións fronte aos empresarios adheridos publicamente a códigos de conduta que infrinxan as obrigas libremente asumidas ou incorran en actos de competencia desleal e fronte aos responsables de tales códigos cando estes fomenten actos desleais.

Por último, modifícase o capítulo da Lei de competencia desleal dedicado a normas de carácter procesual, para incorporar as regras sobre a carga da proba en relación coa veracidade e exactitude das afirmacións de feito realizadas polos empresarios ou profesionais e para incorporar as accións de cesación fronte ás prácticas desleais que prexudican os intereses económicos dos consumidores e, en coherencia coa regulación adoptada sobre os códigos de conduta, as accións fronte aos empresarios adheridos publicamente a códigos de conduta que infrinxan as obrigas libremente asumidas ou incorran en actos de competencia desleal e fronte aos responsables de tales códigos cando estes fomenten actos desleais.

III

Modifícase o texto refundido da Lei xeral para a defensa dos consumidores e usuarios e outras leis complementarias, co obxecto de establecer claramente nel que, conforme a preeminencia do dereito comunitario, as prácticas comerciais dos empresarios dirixidas aos consumidores se rexen unicamente polo disposto na Lei de competencia desleal e no propio texto refundido da Lei xeral para a defensa dos consumidores e usuarios e outras leis complementarias, sen que caiba impoer aos empresarios ou profesionais outras obrigas, exixencias ou prohibicións distintas das previstas nas ditas normas cando o título en que estas se fundan é a protección dos lexítimos intereses económicos dos consumidores.

Establecida esta regra xeral, aclárase, nos termos previstos na norma comunitaria, a compatibilidade deste réxime coa regulación específica ditada por razóns alleas á protección dos lexítimos intereses económicos dos consumidores, coas regras concretas que regulan as prácticas comerciais nas normas que constitúen transposición de directivas comunitarias ditadas en materia de protección dos consumidores e usuarios e, por último, coas disposicións máis protectoras ditadas en materia de servizos financeiros ou bens inmóviles.

Igualmente se incorporan ao texto refundido da Lei xeral para a defensa dos consumidores e usuarios e outras leis complementarias as obrigas de información aos consumidores naquelas prácticas comerciais que inclúan información sobre as características do ben ou servizo e o seu prezo, posibilitando que o consumidor ou usuario tome unha decisión sobre a contratación.

Adáptase, por outra parte, a regulación contractual sobre a información do prezo para adecuala en maior medida ás exixencias da norma sobre a información que se debe prestar nas prácticas comerciais; incorpórase un réxime xeral relativo á obriga de facilitar ao consumidor un orzamento previo naqueles servizos en que o prezo final só se poida fixar deste modo, un xustificante de depósito cando a execución da prestación contratada exixa o depósito do ben, e a xustificación documental da entrega do produto, nos supostos de falta de conformidade co contrato, para asegurar o exercicio dos dereitos dos consumidores.

Así mesmo, introdúcese a tipificación como infracción de consumo das prácticas comerciais desleais, sen que esta previsión teña efectos de atribución ou modificación das competencias administrativas atribuídas pola normativa, estatal ou autonómica, a outras administracións públicas sectoriais.

Modifícase a Lei de ordenación do comercio retalista co obxecto de adecuar a regulación sobre as vendas promocionais ás disposicións da directiva, mantendo a regulación substantiva ditada en materia de ordenación da actividade comercial e facendo unha remisión expresa á Lei de competencia desleal para o tratamento da súa incidencia nos lexítimos intereses económicos dos consumidores.

IV

Desde o punto de vista da distribución territorial de competencias, a competencia desleal é materia reservada á competencia estatal de conformidade co previsto no artigo 149.1, regras 6.^a, 8.^a e 13.^a, da Constitución, que lle atribúen ao Estado a competencia exclusiva en materia de lexislación mercantil, as bases das obrigas contractuais e as bases e coordinación da planificación da actividade económica xeral.

O resto das disposicións da lei, relativas á regulación das accións derivadas da competencia desleal e ao réxime común en materia de dereitos básicos dos consumidores e infraccións e sancións, dítanse ao abeiro das competencias exclusivas do Estado en materia de lexislación procesual, condicións básicas que garantan a igualdade de todos os españois no exercicio dos dereitos e no cumprimento dos deberes constitucionais, e as bases e coordinación da planificación xeral da actividade económica, de conformidade co previsto no artigo 149.1.1.^a, 6.^a e 13.^a da Constitución.

Artigo primeiro. *Modificación da Lei 3/1991, do 10 de xaneiro, de competencia desleal.*

Modifícanse os artigos 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11 e dáse nova redacción aos capítulos III e IV, pasando, ademais, o artigo 18 ao capítulo II da Lei 3/1991, do 10 de xaneiro, de competencia desleal, á cal se engade un novo capítulo V. Así mesmo, introdúcese unha disposición adicional única.

Un. Modifícase o artigo 1, que queda redactado nos seguintes termos:

«Esta lei ten por obxecto a protección da competencia en interese de todos os que participan no mercado, e para tal fin establece a prohibición dos actos de competencia desleal, incluída a publicidade ilícita nos termos da Lei xeral de publicidade.»

Dous. Modifícase o artigo 2, engadíndolle un novo número 3 do seguinte teor:

«3. A lei será de aplicación a calquera acto de competencia desleal, realizado antes, durante ou despois dunha operación comercial ou contrato, independentemente de que este se chegue a celebrar ou non.»

Tres. O artigo 3.1 queda redactado da seguinte forma:

«1. A lei será de aplicación aos empresarios, profesionais e a calquera outra persoa física ou xurídica que participe no mercado.»

Catro. O artigo 4, que se incorpora ao capítulo II, quedará redactado nos seguintes termos:

«Artigo 4. *Cláusula xeral.*

1. Repútase desleal todo comportamento que resulte obxectivamente contrario ás exigencias da boa fe.

Nas relacións con consumidores e usuarios entenderase contrario ás exigencias da boa fe o comportamento dun empresario ou profesional contrario á dilixencia profesional, entendida esta como o nivel de competencia e coidados especiais que cabe esperar dun empresario conforme as prácticas honestas do mercado, que distorsione ou poida distorsionar de maneira significativa o comportamento económico do consumidor medio ou do membro medio do grupo destinatario da

práctica, se se trata dunha práctica comercial dirixida a un grupo concreto de consumidores.

Para os efectos desta lei enténdese por comportamento económico do consumidor ou usuario toda decisión pola que este opta por actuar ou por se abster de facelo en relación con:

- a) A selección dunha oferta ou oferente.
- b) A contratación dun ben ou servizo, así como, de ser o caso, de que maneira e en que condicións contratalo.
- c) O pagamento do prezo, total ou parcial, ou calquera outra forma de pagamento.
- d) A conservación do ben ou servizo.
- e) O exercicio dos dereitos contractuais en relación cos bens e servizos.

Igualmente, para os efectos desta lei enténdese por distorsionar de maneira significativa o comportamento económico do consumidor medio utilizar unha práctica comercial para minguar de maneira apreciable a súa capacidade de adoptar unha decisión con pleno coñecemento de causa, facendo así que tome unha decisión sobre o seu comportamento económico que doutro modo non tomaría.

2. Para a valoración das condutas cuxos destinatarios sexan consumidores, terase en conta o consumidor medio.

3. As prácticas comerciais que, dirixidas aos consumidores ou usuarios en xeral, unicamente sexan susceptibles de distorsionar de forma significativa, nun sentido que o empresario ou profesional poida prever razoablemente, o comportamento económico dun grupo claramente identificable de consumidores ou usuarios especialmente vulnerables a tales prácticas ou ao ben ou servizo a que se refiran, por presentar unha discapacidade, por ter afectada a súa capacidade de comprensión ou pola súa idade ou a súa credulidade, avaliaranse desde a perspectiva do membro medio dese grupo. Iso entenderase sen prexuízo da práctica publicitaria habitual e lexítima de efectuar afirmacións exaxeradas ou respecto das que non se pretenda unha interpretación literal.»

Cinco. O artigo 5 queda redactado da seguinte forma:

«Artigo 5. *Actos de engano.*

1. Considérase desleal por enganosa calquera conduta que conteña información falsa ou información que, aínda sendo veraz, polo seu contido ou presentación induza ou poida inducir a erro os destinatarios, sendo susceptible de alterar o seu comportamento económico, sempre que incida sobre algún dos seguintes aspectos:

- a) A existencia ou a natureza do ben ou servizo.
- b) As características principais do ben ou servizo, tales como a súa dispoñibilidade, os seus beneficios, os seus riscos, a súa execución, a súa composición, os seus accesorios, o procedemento e a data da súa fabricación ou subministración, a súa entrega, o seu carácter apropiado, a súa utilización, a súa cantidade, as súas especificacións, a súa orixe xeográfica ou comercial ou os resultados que se poden esperar da súa utilización, ou os resultados e características esenciais das probas ou controis efectuados ao ben ou servizo.
- c) A asistencia posvenda ao cliente e o tratamento das reclamacións.
- d) O alcance dos compromisos do empresario ou profesional, os motivos da conduta comercial e a natureza da operación comercial ou o contrato, así como calquera afirmación ou símbolo que indique que o empresario ou profesional ou o ben ou servizo son obxecto dun patrocinio ou unha aprobación directa ou indirecta.
- e) O prezo ou o seu modo de fixación, ou a existencia dunha vantaxe específica con respecto ao prezo.

f) A necesidade dun servizo ou dunha peza, substitución ou reparación, e a modificación do prezo inicialmente informado, salvo que exista un pacto posterior entre as partes en que acepten tal modificación.

g) A natureza, as características e os dereitos do empresario ou profesional ou o seu axente, tales como a súa identidade e a súa solvencia, as súas cualificacións, a súa situación, a súa aprobación, a súa afiliación ou as súas conexións e os seus dereitos de propiedade industrial, comercial ou intelectual, ou os premios e distincións que recibiu.

h) Os dereitos legais ou convencionais do consumidor ou os riscos que este poida correr.

2. Cando o empresario ou profesional indique nunha práctica comercial que está vinculado a un código de conduta, o incumprimento dos compromisos asumidos no dito código considérase desleal, sempre que o compromiso sexa firme e poida ser verificado, e, no seu contexto fáctico, esta conduta sexa susceptible de distorsionar de maneira significativa o comportamento económico dos seus destinatarios.»

Seis. O artigo 7 pasa a ter a seguinte redacción:

«Artigo 7. *Omisións enganosas.*

1. Considérase desleal a omisión ou ocultación da información necesaria para que o destinatario adopte ou poida adoptar unha decisión relativa ao seu comportamento económico co debido coñecemento de causa. É tamén desleal se a información que se ofrece é pouco clara, inintelixible, ambigua, non se ofrece no momento adecuado, ou non se dá a coñecer o propósito comercial desa práctica, cando non resulte evidente polo contexto.

2. Para a determinación do carácter enganoso dos actos a que se refire o punto anterior, atenderase ao contexto fáctico en que se producen, tendo en conta todas as súas características e circunstancias e as limitacións do medio de comunicación utilizado.

Cando o medio de comunicación utilizado impoña limitacións de espazo ou de tempo, para valorar a existencia dunha omisión de información teranse en conta estas limitacións e todas as medidas adoptadas polo empresario ou profesional para transmitir a información necesaria por outros medios.»

Sete. Modifícase o artigo 8, que queda redactado da seguinte forma:

«Artigo 8. *Prácticas agresivas.*

1. Considérase desleal todo comportamento que, tendo en conta as súas características e circunstancias, sexa susceptible de minguar de maneira significativa, mediante acoso, coacción, incluído o uso da forza, ou influencia indebida, a liberdade de elección ou conduta do destinatario en relación ao ben ou servizo e, por conseguinte, afecte ou poida afectar o seu comportamento económico.

Para estes efectos, considérase influencia indebida a utilización dunha posición de poder en relación co destinatario da práctica para exercer presión, incluso sen usar forza física nin ameazar co seu uso.

2. Para determinar se unha conduta fai uso do acoso, a coacción ou a influencia indebida teranse en conta:

a) O momento e o lugar en que se produce, a súa natureza ou a súa persistencia.

b) O emprego dunha linguaxe ou un comportamento ameazador ou insultante.

c) A explotación por parte do empresario ou profesional de calquera infortunio ou circunstancia específicos o suficientemente graves como para minguar a

capacidade de discernimento do destinatario, dos cales aquel teña coñecemento, para influír na súa decisión con respecto ao ben ou servizo.

d) Calquera obstáculo non contractual oneroso ou desproporcionado imposto polo empresario ou profesional cando a outra parte desexe exercer dereitos legais ou contractuais, incluída calquera forma de pór fin ao contrato ou de cambiar de ben ou servizo ou de subministrador.

e) A comunicación de que se vai realizar calquera acción que, legalmente, non se poida exercer.»

Oito. O artigo 10 queda redactado do seguinte modo:

«Artigo 10. *Actos de comparación.*

A comparación pública, incluída a publicidade comparativa, mediante unha alusión explícita ou implícita a un competidor estará permitida se cumpre os seguintes requisitos:

a) Os bens ou servizos comparados deberán ter a mesma finalidade ou satisfacer as mesmas necesidades.

b) A comparación realizarase de modo obxectivo entre unha ou máis características esenciais, pertinentes, verificables e representativas dos bens ou servizos, entre as cales se poderá incluír o prezo.

c) No suposto de produtos amparados por unha denominación de orixe ou indicación xeográfica, denominación específica ou especialidade tradicional garantida, a comparación só se poderá efectuar con outros produtos da mesma denominación.

d) Non se poderán presentar bens ou servizos como imitacións ou réplicas doutros aos cales se aplique unha marca ou nome comercial protexido.

e) A comparación non poderá contravir o establecido polos artigos 5, 7, 9, 12 e 20 en materia de actos de engano, denigración e explotación da reputación allea.»

Nove. Modifícase o artigo 11, que pasa a ter a seguinte redacción:

«Artigo 11. *Actos de imitación.*

1. A imitación de prestacións e iniciativas empresariais ou profesionais alleas é libre, salvo que estean amparadas por un dereito de exclusiva recoñecido pola lei.

2. Non obstante, a imitación de prestacións dun terceiro reputarase desleal cando resulte idónea para xerar a asociación por parte dos consumidores respecto á prestación ou comporte un aproveitamento indebido da reputación ou o esforzo alleo.

A inevitabilidade dos indicados riscos de asociación ou de aproveitamento da reputación allea exclúe a deslealdade da práctica.

3. Así mesmo, terá a consideración de desleal a imitación sistemática das prestacións e iniciativas empresariais ou profesionais dun competidor cando esa estratexia estea directamente encamiñada a impedir ou obstaculizar a súa afirmación no mercado e exceda o que, segundo as circunstancias, se poida reputar unha resposta natural do mercado.»

Dez. O artigo 18 queda redactado do seguinte modo:

«Artigo 18. *Publicidade ilícita.*

A publicidade considerada ilícita pola Lei xeral de publicidade reputarase desleal.»

Once. Modifícanse os capítulos III e IV, coa seguinte redacción:

«CAPÍTULO III

Prácticas comerciais cos consumidores ou usuarios

Artigo 19. *Prácticas comerciais desleais cos consumidores.*

1. Sen prexuízo do establecido nos artigos 19 e 20 do texto refundido da Lei xeral para a defensa dos consumidores e usuarios e outras leis complementarias, unicamente terán a consideración de prácticas comerciais desleais cos consumidores e usuarios as previstas neste capítulo e nos artigos 4, 5, 7 e 8 desta lei.

2. As prácticas comerciais reguladas nos artigos 21 a 31, ambos inclusive, son en todo caso e en calquera circunstancia prácticas comerciais desleais cos consumidores.

Artigo 20. *Prácticas enganosas por confusión para os consumidores.*

Nas relacións con consumidores e usuarios, repútanse desleais aquelas prácticas comerciais, incluída a publicidade comparativa, que, no seu contexto fáctico e tendo en conta todas as súas características e circunstancias, creen confusión, incluído o risco de asociación, con calquera ben ou servizo, marca rexistrada, nome comercial ou outra marca distintiva dun competidor, sempre que sexan susceptibles de afectar o comportamento económico dos consumidores e usuarios.

Artigo 21. *Prácticas enganosas sobre códigos de conduta ou outros distintivos de calidade.*

1. Repútanse desleais, por enganosas, as prácticas comerciais que afirmen sen ser certo:

- a) Que o empresario ou profesional está adherido a un código de conduta.
- b) Que un código de conduta recibiu o referendo dun organismo público ou calquera outro tipo de acreditación.
- c) Que un empresario ou profesional, as súas prácticas comerciais, ou un ben ou servizo foi aprobado, aceptado ou autorizado por un organismo público ou privado, ou facer esa afirmación sen cumprir as condicións da aprobación, aceptación ou autorización.

2. A exhibición dun selo de confianza ou de calidade ou dun distintivo equivalente, sen ter obtido a necesaria autorización, é igualmente, en todo caso, unha práctica comercial desleal por enganosa.

Artigo 22. *Prácticas reclamo e prácticas promocionais enganosas.*

Considérase desleal por enganoso:

1. Realizar unha oferta comercial de bens ou servizos a un prezo determinado sen revelar a existencia de motivos razoables que fagan pensar ao empresario ou profesional que os ditos bens ou servizos ou outros equivalentes non estarán dispoñibles ao prezo ofertado durante un período suficiente e en cantidades razoables, tendo en conta o tipo de ben ou servizo, o alcance da publicidade que se lle deu e o prezo de que se trate.

2. Realizar unha oferta comercial de bens ou servizos a un prezo determinado para logo, coa intención de promocionar un ben ou servizo diferente, negarse a mostrar o ben ou servizo ofertado, non aceptar pedidos ou solicitudes de subministración, negarse a subministralo nun período de tempo razoable, ensinar unha mostra defectuosa do ben ou servizo promocionado ou desprestixialo.

3. As prácticas comerciais relativas ás vendas en liquidación cando sexa incerto que o empresario ou profesional se encontre nalgún dos supostos previstos no artigo 30.1 da Lei 7/1996, do 15 de xaneiro, de ordenación do comercio retalista ou que, en calquera outro suposto, afirmen que o empresario ou profesional está a punto de cesar nas súas actividades ou de trasladarse sen que o vaia facer.

4. As prácticas comerciais que ofrezan un premio, de forma automática, ou nun concurso ou sorteo, sen conceder os premios descritos ou outros de calidade e valor equivalente.

5. Describir un ben ou servizo como «gratuíto», «regalo», «sen gastos» ou calquera fórmula equivalente, se o consumidor ou usuario ten que aboar diñeiro por calquera concepto distinto do custo inevitable da resposta á práctica comercial e a recollida do produto ou do pagamento pola entrega deste.

6. Crear a impresión falsa, incluso mediante o uso de prácticas agresivas, de que o consumidor ou usuario xa gañou, gañará ou conseguirá un premio ou calquera outra vantaxe equivalente se realiza un acto determinado, cando en realidade:

- a) Non existe tal premio ou vantaxe equivalente.
- b) Ou a realización do acto relacionado coa obtención do premio ou vantaxe equivalente está suxeito á obriga, por parte do consumidor ou usuario, de efectuar un pagamento ou incorrer nun gasto.

Artigo 23. *Prácticas enganosas sobre a natureza e propiedades dos bens ou servizos, a súa dispoñibilidade e os servizos posvenda.*

Repútase desleal, por enganoso:

1. Afirmar ou crear por outro medio a impresión de que un ben ou servizo pode ser comercializado legalmente non sendo certo.

2. Alegar que os bens ou servizos poden facilitar a obtención de premios en xogos de azar.

3. Proclamar, falsamente, que un ben ou servizo pode curar enfermidades, disfuncións ou malformacións.

4. Afirmar, non sendo certo, que o ben ou servizo só estará dispoñible durante un período de tempo moi limitado ou que só estará dispoñible en determinadas condicións durante un período de tempo moi limitado co fin de inducir o consumidor ou usuario a tomar unha decisión inmediata, privándoo así da oportunidade ou o tempo suficiente para facer a súa elección co debido coñecemento de causa.

5. Comprometerse a proporcionar un servizo posvenda aos consumidores ou usuarios sen advertilos claramente antes de contratar que o idioma en que este servizo estará dispoñible non é o utilizado na operación comercial.

6. Crear a impresión falsa de que o servizo posvenda do ben ou servizo promocionado está dispoñible nun Estado membro distinto daquel en que se contratou a súa subministración.

Artigo 24. *Prácticas de venda piramidal.*

Considérase desleal por enganoso, en calquera circunstancia, crear, dirixir ou promocionar un plan de venda piramidal no cal o consumidor ou usuario realice unha contraprestación a cambio da oportunidade de recibir unha compensación derivada fundamentalmente da entrada doutros consumidores ou usuarios no plan, e non da venda ou subministración de bens ou servizos.

Artigo 25. *Prácticas enganosas por confusión.*

Repútase desleal por enganoso promocionar un ben ou servizo similar ao comercializado por un determinado empresario ou profesional para inducir de maneira deliberada o consumidor ou usuario a crer que o ben ou servizo procede deste empresario ou profesional, non sendo certo.

Artigo 26. *Prácticas comerciais encubertas.*

Considérase desleal por enganoso incluír como información, nos medios de comunicación, comunicacións para promocionar un ben ou servizo, pagando o empresario ou profesional pola dita promoción, sen que quede claramente especificado no contido ou mediante imaxes e sons claramente identificables para o consumidor ou usuario que se trata dun contido publicitario.

Artigo 27. *Outras prácticas enganosas.*

Igualmente se consideran desleais por enganosas as prácticas que:

1. Presenten os dereitos que outorga a lexislación aos consumidores ou usuarios coma se fosen unha característica distintiva da oferta do empresario ou profesional.

2. Realicen afirmacións inexactas ou falsas en canto á natureza e á extensión do perigo que suporía para a seguridade persoal do consumidor e usuario ou da súa familia o feito de que o consumidor ou usuario non contrate o ben ou servizo.

3. Transmitan información inexacta ou falsa sobre as condicións de mercado ou sobre a posibilidade de encontrar o ben ou servizo, coa intención de inducir o consumidor ou usuario a contratalo en condicións menos favorables que as condicións normais de mercado.

4. Inclúan na documentación de comercialización unha factura ou un documento similar de pagamento que dea ao consumidor ou usuario a impresión de que xa contratou o ben ou servizo comercializado, sen que este o solicítase.

5. Afirman de forma fraudulenta ou creen a impresión falsa de que un empresario ou profesional non actúa no marco da súa actividade empresarial ou profesional, ou presentarse de forma fraudulenta como un consumidor ou usuario.

Artigo 28. *Prácticas agresivas por coacción.*

Repútanse desleais por agresivas as prácticas comerciais que fagan crer ao consumidor ou usuario que non pode abandonar o establecemento do empresario ou profesional ou o local en que se realice a práctica comercial ata ter contratado, salvo que esa conduta sexa constitutiva de infracción penal.

Artigo 29. *Prácticas agresivas por acoso.*

1. Considérase desleal por agresivo realizar visitas en persoa ao domicilio do consumidor ou usuario, ignorando as súas peticións para que o empresario ou profesional abandone a súa casa ou non se volva presentar nela.

2. Igualmente se reputa desleal realizar propostas non desexadas e reiteradas por teléfono, fax, correo electrónico ou outros medios de comunicación a distancia, salvo nas circunstancias e na medida en que estea xustificado legalmente para facer cumprir unha obriga contractual.

O empresario ou profesional deberá utilizar nestas comunicacións sistemas que lle permitan ao consumidor deixar constancia da súa oposición a seguir recibindo propostas comerciais do dito empresario ou profesional.

Para que o consumidor ou usuario poida exercer o seu dereito a manifestar a súa oposición a recibir propostas comerciais non desexadas, cando estas se realicen por vía telefónica, as chamadas deberanse realizar desde un número de teléfono identificable.

Este suposto entenderase sen prexuízo do establecido na normativa vixente sobre protección de datos persoais, servizos da sociedade da información, telecomunicacións e contratación a distancia cos consumidores ou usuarios, incluída a contratación a distancia de servizos financeiros.

Artigo 30. *Prácticas agresivas en relación cos menores.*

Repútase desleal por agresivo incluír na publicidade unha exhortación directa aos nenos para que adquiran bens ou usen servizos ou convenzan os seus pais ou outros adultos de que contraten os bens ou servizos anunciados.

Artigo 31. *Outras prácticas agresivas.*

Considérase desleal por agresivo:

1. Exixir ao consumidor ou usuario, xa sexa tomador, beneficiario ou terceiro prexudicado, que desexe reclamar unha indemnización ao abeiro dun contrato de seguro, a presentación de documentos que non sexan razoablemente necesarios para determinar a existencia do sinistro e, de ser o caso, o importe dos danos que resulten deste ou deixar sistematicamente sen responder a correspondencia ao respecto, co fin de disuadirlo de exercer os seus dereitos.

2. Exixir o pagamento inmediato ou aprazado, a devolución ou a custodia de bens ou servizos subministrados polo comerciante, que non fosen solicitados polo consumidor ou usuario, salvo cando o ben ou servizo en cuestión sexa un ben ou servizo de substitución subministrado de conformidade co establecido na lexislación vixente sobre contratación a distancia cos consumidores e usuarios.

3. Informar expresamente o consumidor ou usuario de que o traballo ou o sustento do empresario ou profesional corren perigo se o consumidor ou usuario non contrata o ben ou servizo.

CAPÍTULO IV

Accións derivadas da competencia desleal

Artigo 32. *Accións.*

1. Contra os actos de competencia desleal, incluída a publicidade ilícita, poderanse exercer as seguintes accións:

1.^a Acción declarativa de deslealdade.

2.^a Acción de cesación da conduta desleal ou de prohibición da súa reiteración futura. Así mesmo, poderase exercer a acción de prohibición, se a conduta aínda non se puxo en práctica.

3.^a Acción de remoción dos efectos producidos pola conduta desleal.

4.^a Acción de rectificación das informacións enganosas, incorrectas ou falsas.

5.^a Acción de resarcimento dos danos e perdas ocasionados pola conduta desleal, se interveu dolo ou culpa do axente.

6.^a Acción de enriquecemento inxusto, que só procederá cando a conduta desleal lesione unha posición xurídica amparada por un dereito de exclusiva ou outra de análogo contido económico.

2. Nas sentenzas estimatorias das accións previstas no punto anterior, números 1.^a a 4.^a, o tribunal, se o considera procedente, e con cargo ao demandado, poderá acordar a publicación total ou parcial da sentenza ou, cando os efectos da infracción se poidan manter ao longo do tempo, unha declaración rectificadora.

Artigo 33. *Lexitimación activa.*

1. Calquera persoa física ou xurídica que participe no mercado, cuxos intereses económicos resulten directamente prexudicados ou ameazados pola conduta desleal, está lexitimada para o exercicio das accións previstas no artigo 32.1, 1.^a a 5.^a

Fronte á publicidade ilícita está lexitimada para o exercicio das accións previstas no artigo 32.1, 1.^a a 5.^a, calquera persoa física ou xurídica que resulte afectada e, en xeral, aqueles que teñan un dereito subxectivo ou un interese lexítimo.

A acción de resarcimento dos danos e perdas ocasionados pola conduta desleal poderana exercer, igualmente, os lexitimados conforme o previsto no artigo 11.2 da Lei 1/2000, do 7 de xaneiro, de axuizamento civil.

A acción de enriquecemento inxusto só poderá ser exercida polo titular da posición xurídica violada.

2. As accións recollidas no artigo 32.1, 1.^a a 4.^a, poderanas exercer ademais as asociacións, corporacións profesionais ou representativas de intereses económicos, cando resulten afectados os intereses dos seus membros.

3. Posúen lexitimación activa para o exercicio das accións previstas no artigo 32.1, 1.^a a 4.^a, en defensa dos intereses xerais, colectivos ou difusos, dos consumidores e usuarios:

a) O Instituto Nacional do Consumo e os órganos ou entidades correspondentes das comunidades autónomas e das corporacións locais competentes en materia de defensa dos consumidores e usuarios.

b) As asociacións de consumidores e usuarios que reúnan os requisitos establecidos no texto refundido da Lei xeral para a defensa dos consumidores e usuarios ou, de ser o caso, na lexislación autonómica en materia de defensa dos consumidores e usuarios.

c) As entidades doutros Estados membros da Comunidade Europea constituídas para a protección dos intereses colectivos e dos intereses difusos dos consumidores e usuarios que estean habilitadas mediante a súa inclusión na lista publicada para tal fin no «Diario Oficial de las Comunidades Europeas».

4. O Ministerio Fiscal poderá exercer a acción de cesación en defensa dos intereses xerais, colectivos ou difusos, dos consumidores e usuarios.

Artigo 34. *Lexitimación pasiva.*

1. As accións previstas no artigo 32 poderanse exercer contra calquera persoa que realizase ou ordenase a conduta desleal ou cooperase na súa realización. Non obstante, a acción de enriquecemento inxusto só se poderá dirixir contra o beneficiario do enriquecemento.

2. Se a conduta desleal a realizasen traballadores ou outros colaboradores no exercicio das súas funcións e deberes contractuais, as accións previstas no artigo 32.1, 1.^a a 4.^a, deberanse dirixir contra o principal. Respecto ás accións de resarcimento de danos e de enriquecemento inxusto observarase o disposto polo dereito civil.

Artigo 35. *Prescripción.*

As accións de competencia desleal previstas no artigo 32 prescriben polo transcurso dun ano desde o momento en que se puideron exercer e o lexitimado tivo coñecemento da persoa que realizou o acto de competencia desleal; e, en calquera caso, polo transcurso de tres anos desde o momento da finalización da conduta.

A prescripción das accións en defensa dos intereses xerais, colectivos ou difusos, dos consumidores e usuarios, réxese polo disposto no artigo 56 do texto refundido da Lei xeral para a defensa dos consumidores e usuarios e outras leis complementarias.

Artigo 36. *Dilixencias preliminares.*

1. Quen pretenda exercer unha acción de competencia desleal poderá solicitar do xuíz a práctica de dilixencias para a comprobación daqueles feitos cuxo coñecemento resulte obxectivamente indispensable para preparar o xuízo.

2. Tales dilixencias tramitaranse de acordo co previsto nos artigos 129 a 132 da Lei 11/1986, do 20 de marzo, de patentes, e poderanse estender a todo o ámbito interno da empresa.»

Doce. Engádesse un novo capítulo, o V, á Lei de competencia desleal, do seguinte teor:

«CAPÍTULO V

Códigos de conduta

Artigo 37. Fomento dos códigos de conduta.

1. As corporacións, asociacións ou organizacións comerciais, profesionais e de consumidores poderán elaborar, para que sexan asumidos voluntariamente polos empresarios ou profesionais, códigos de conduta relativos ás prácticas comerciais cos consumidores, co fin de elevar o nivel de protección dos consumidores e garantindo na súa elaboración a participación das organizacións de consumidores.

2. Os códigos de conduta respectarán a normativa de defensa da competencia e daráselles unha publicidade suficiente para o seu debido coñecemento polos destinatarios.

3. As administracións públicas promoverán a participación das organizacións empresariais e profesionais na elaboración a escala comunitaria de códigos de conduta con este mesmo fin.

4. Os sistemas de autorregulación dotaranse de órganos independentes de control para asegurar o cumprimento eficaz dos compromisos asumidos polas empresas adheridas. Os seus códigos de conduta poderán incluír, entre outras, medidas individuais ou colectivas de autocontrol previo dos contidos publicitarios, e deberán establecer sistemas eficaces de resolución extraxudicial de reclamacións que cumpran os requisitos establecidos na normativa comunitaria e, como tales, sexan notificados á Comisión Europea, de conformidade co previsto na Resolución do Consello do 25 de maio de 2000 relativa á rede comunitaria de órganos nacionais de solución extraxudicial de litixios en materia de consumo ou calquera disposición equivalente.

5. O recurso aos órganos de control dos códigos de conduta en ningún caso suporá a renuncia ás accións xudiciais previstas no artigo 32.

Artigo 38. Accións fronte a códigos de conduta.

1. Fronte aos códigos de conduta que recomenden, fomenten ou impulsen condutas desleais ou ilícitas poderanse exercer as accións de cesación e rectificación previstas no artigo 32.1, 2.^a e 4.^a

2. Con carácter previo ao exercicio das accións previstas no punto anterior, dirixidas fronte aos responsables dos códigos de conduta que reúnan os requisitos establecidos no artigo 37.4, deberase instar do responsable do dito código a cesación ou rectificación da recomendación desleal, así como o compromiso de absterse de realizala cando aínda non se producisen.

A solicitude deberase realizar por calquera medio que permita ter constancia do seu contido e da data da súa recepción.

O responsable do código de conduta estará obrigado a emitir o pronunciamento que proceda no prazo de 15 días desde a presentación da solicitude, prazo durante o cal, quen iniciase este procedemento previo non poderá exercer a correspondente acción xudicial.

Transcorrido o prazo previsto no parágrafo anterior sen que se lle notificase ao reclamante a decisión ou cando esta sexa insatisfactoria ou fose incumplida, quedará expedita a vía xudicial.

Artigo 39. *Accións previas fronte a empresarios e profesionais adheridos a códigos de conduta.*

1. Cando a acción se fundamente nas causas previstas no artigo 5.2, instarase, con carácter previo ao exercicio das accións previstas no artigo 32.1, 2.^a e 4.^a, ante o órgano de control do código de conduta, a cesación ou rectificación do acto ou a práctica comercial daqueles que de forma pública estean adheridos a el, así como o compromiso de absterse de realizar o acto ou a práctica desleal cando estes aínda non se producisen.

O órgano de control estará obrigado a emitir o pronunciamento que proceda no prazo de 15 días desde a presentación da solicitude, prazo durante o cal, quen iniciase este procedemento previo, non poderá exercer a correspondente acción xudicial.

Transcorrido o prazo previsto no parágrafo anterior, sen que se lle notificase ao reclamante a decisión ou cando esta sexa insatisfactoria ou fose incumplida, quedará expedita a vía xudicial.

2. No resto dos supostos de accións dirixidas a obter a cesación ou a rectificación dunha conduta desleal daqueles que publicamente estean adheridos a códigos de conduta que reúnan os requisitos do artigo 37.4, a acción previa ante o órgano de control prevista no punto anterior será potestativa.»

Trece. Engádesse unha disposición adicional, coa seguinte redacción:

«Disposición adicional única. *Definición de publicidade.*

Para os efectos desta lei enténdese por publicidade a actividade así definida no artigo 2 da Lei 34/1988, do 11 de novembro, xeral da publicidade.»

Artigo segundo. *Modificación da Lei 34/1988, do 11 de novembro, xeral de publicidade.*

Un. Modifícanse o artigo 1 e o título II da Lei 34/1988, do 11 de novembro, xeral de publicidade, que quedan redactados nos seguintes termos:

«Artigo 1. *Obxecto.*

A publicidade rexerese por esta lei, pola Lei de competencia desleal e polas normas especiais que regulen determinadas actividades publicitarias.»

«TÍTULO II

Da publicidade ilícita e das accións para facela cesar

Artigo 3. *Publicidade ilícita.*

É ilícita:

a) A publicidade que atente contra a dignidade da persoa ou vulnere os valores e dereitos recoñecidos na Constitución, especialmente aqueles a que se refiren os seus artigos 14, 18 e 20, número 4.

Entenderanse incluídos na previsión anterior os anuncios que presenten ás mulleres de forma vexatoria ou discriminatoria, ben utilizando particular e directamente o seu corpo ou partes del como mero obxecto desvinculado do produto que se pretende promocionar, ben a súa imaxe asociada a comportamentos estereotipados que vulnere os fundamentos do noso ordenamento coadxuvando a xerar a violencia a que se refire a Lei orgánica 1/2004, do 28 de decembro, de medidas de protección integral contra a violencia de xénero.

b) A publicidade dirixida a menores que os incite á compra dun ben ou dun servizo, explotando a súa inexperiencia ou credulidade, ou na cal aparezan persuadindo da compra a pais ou tiores. Non se poderán, sen un motivo xustificado, presentar os nenos en situacións perigosas. Non se deberá inducir a erro sobre as características dos produtos, nin sobre a súa seguridade, nin tampouco sobre a

capacidade e aptitudes necesarias no neno para utilizalos sen producir dano para si ou a terceiros.

c) A publicidade subliminal.

d) A que infrinxa o disposto na normativa que regule a publicidade de determinados produtos, bens, actividades ou servizos.

e) A publicidade enganosa, a publicidade desleal e a publicidade agresiva, que terán o carácter de actos de competencia desleal nos termos previstos na Lei de competencia desleal.

Artigo 4. *Publicidade subliminal.*

Para os efectos desta lei, será publicidade subliminal a que, mediante técnicas de produción de estímulos de intensidades fronteirizas cos limiares dos sentidos ou análogas, poida actuar sobre o público destinatario sen ser conscientemente percibida.

Artigo 5. *Publicidade sobre determinados bens ou servizos.*

1. A publicidade de materiais ou produtos sanitarios e daqueles outros sometidos a regulamentacións técnico-sanitarias, así como a dos produtos, bens, actividades e servizos susceptibles de xerar riscos para a saúde ou seguridade das persoas ou do seu patrimonio, ou se trate de publicidade sobre xogos de sorte, envite ou azar, poderá ser regulada polas súas normas especiais ou sometida ao réxime de autorización administrativa previa. O dito réxime poderá, así mesmo, establecerse cando a protección dos valores e dereitos constitucionalmente recoñecidos así o requiran.

2. Os regulamentos que desenvolvan o disposto no número precedente e aqueles que ao regular un produto ou servizo conteñan normas sobre a súa publicidade especificarán:

a) A natureza e características dos produtos, bens, actividades e servizos cuxa publicidade sexa obxecto de regulación. Estes regulamentos establecerán a existencia de que na publicidade destes produtos se recollan os riscos derivados, de ser o caso, da súa utilización normal.

b) A forma e condicións de difusión das mensaxes publicitarias.

c) Os requisitos de autorización e, de ser o caso, rexistro da publicidade, cando fose sometida ao réxime de autorización administrativa previa.

No procedemento de elaboración destes regulamentos será preceptiva a audiencia das organizacións empresariais representativas do sector, das asociacións de axencias e de anunciantes e das asociacións de consumidores e usuarios, de ser o caso, a través dos seus órganos de representación institucional.

3. O outorgamento de autorizacións deberá respectar os principios de libre competencia, de modo que non se poida producir prexuízo doutros competidores.

A denegación de solicitudes de autorización deberá ser motivada.

Unha vez vencido o prazo de contestación que as normas especiais establezan para os expedientes de autorización, entenderase outorgado este por silencio administrativo positivo.

4. Os produtos estupefacientes, psicotrópicos e medicamentos, destinados ao consumo de persoas e animais, soamente poderán ser obxecto de publicidade nos casos, formas e condicións establecidos nas normas especiais que os regulen.

5. Prohíbese a publicidade de bebidas con graduación alcohólica superior a 20 graos centesimais, por medio da televisión.

Queda prohibida a publicidade de bebidas alcohólicas naqueles lugares onde esta prohibida a súa venda ou consumo.

A forma, contido e condicións da publicidade de bebidas alcohólicas serán limitados regulamentariamente para a protección da saúde e a seguridade das

persoas, tendo en conta os suxeitos destinatarios, a non indución directa ou indirecta ao seu consumo indiscriminado e en atención aos ámbitos educativos, sanitarios e deportivos.

Cos mesmos fins que o parágrafo anterior o Goberno poderá, regulamentariamente, estender a prohibición prevista neste punto a bebidas con graduación alcohólica inferior a 20 graos centesimais.

6. O incumprimento das normas especiais que regulen a publicidade dos produtos, bens, actividades e servizos a que se refiren os puntos anteriores, terá consideración de infracción para os efectos previstos na Lei xeral para a defensa dos consumidores e usuarios e na Lei xeral de sanidade.

Artigo 6. Accións fronte á publicidade ilícita.

1. As accións fronte á publicidade ilícita serán as establecidas con carácter xeral para as accións derivadas da competencia desleal polo capítulo IV da Lei 3/1991, do 10 de xaneiro, de competencia desleal.

2. Adicionalmente, fronte á publicidade ilícita por utilizar de forma discriminatoria ou vexatoria a imaxe da muller, están lexitimados para o exercicio das accións previstas no artigo 32.1, 1.^a a 4.^a da Lei de competencia desleal:

- a) A Delegación do Goberno para a Violencia de Xénero.
- b) O Instituto da Muller ou o seu equivalente no ámbito autonómico.
- c) As asociacións legalmente constituídas que teñan como obxectivo único a defensa dos intereses da muller e non inclúan como asociadas persoas xurídicas con ánimo de lucro.
- d) O Ministerio Fiscal.»

Dous. Os artigos 9 a 24 do título III pasan a reenumerarse como artigos 7 a 22.

Artigo terceiro. Modificación do texto refundido da Lei xeral para a defensa dos consumidores e usuarios e outras leis complementarias, aprobado polo Real decreto legislativo 1/2007, do 16 de novembro.

Modifícanse os artigos 8, 18, 19, 20, 47.3, 49.1, 60, 63 e 123 do texto refundido da Lei xeral para a defensa dos consumidores e usuarios e outras leis complementarias, aprobado polo Real decreto legislativo 1/2007, do 16 de novembro:

Un. Modifícase o artigo 8, alínea b), que quedará redactado nos seguintes termos:

«b) A protección dos seus lexítimos intereses económicos e sociais; en particular fronte ás prácticas comerciais desleais e a inclusión de cláusulas abusivas nos contratos.»

Dous. Suprímese o número 4 do artigo 18.

Tres. Modifícase o artigo 19, que pasará a ter a seguinte redacción:

«Artigo 19. *Principio xeral e prácticas comerciais.*

1. Os lexítimos intereses económicos e sociais dos consumidores e usuarios deberán ser respectados nos termos establecidos nesta norma, aplicándose, ademais, o previsto nas normas civís, mercantís e as demais normas comunitarias, estatais e autonómicas que resulten de aplicación.

2. Sen prexuízo do disposto nos puntos seguintes, para a protección dos lexítimos intereses económicos e sociais dos consumidores e usuarios, as prácticas comerciais dos empresarios dirixidas a eles están suxeitas ao disposto nesta lei, na Lei de competencia desleal e na Lei de ordenación do comercio retalista.

Para estes efectos, considéranse prácticas comerciais dos empresarios cos consumidores e usuarios todo acto, omisión, conduta, manifestación ou comunicación comercial, incluída a publicidade e a comercialización, directamente relacionada

coa promoción, a venda ou a subministración dun ben ou servizo aos consumidores e usuarios, con independencia de que sexa realizada antes, durante ou despois dunha operación comercial.

Non teñen a consideración de prácticas comerciais as relacións de natureza contractual, que se rexerán conforme o previsto no artigo 59.

3. O disposto no punto anterior non obsta para a aplicación de:

a) As normas que regulen as prácticas comerciais que poidan afectar a saúde e seguridade dos consumidores e usuarios, incluídas as relativas á seguridade de bens e servizos.

b) As normas sobre certificación e grao de pureza dos obxectos fabricados con metais preciosos.

4. As normas previstas nesta lei en materia de prácticas comerciais e as que regulan as prácticas comerciais en materia de medicamentos, etiquetaxe, presentación e publicidade dos produtos, indicación de prezos, aproveitamento por quenda de bens inmoables, crédito ao consumo, comercialización a distancia de servizos financeiros destinados aos consumidores e usuarios, comercio electrónico, investimento colectivo en valores mobiliarios, normas de conduta en materia de servizos de investimento, oferta pública ou admisión de cotización de valores e seguros, incluída a mediación e calquera outra norma que regule aspectos concretos das prácticas comerciais desleais previstos en normas comunitarias prevalecerán en caso de conflito sobre a lexislación de carácter xeral aplicable ás prácticas comerciais desleais.

5. En relación coas prácticas comerciais relativas a servizos financeiros e bens inmoables, poderanse establecer normas legais ou regulamentarias que ofrezan unha maior protección ao consumidor ou usuario.»

Catro. Modifícase o artigo 20, que pasará a ter a seguinte redacción:

«Artigo 20. *Información necesaria na oferta comercial de bens e servizos.*

1. As prácticas comerciais que, dun modo adecuado ao medio de comunicación utilizado, inclúan información sobre as características do ben ou servizo e o seu prezo, posibilitando que o consumidor ou usuario tome unha decisión sobre a contratación, deberán conter, se non se desprende xa claramente do contexto, polo menos a seguinte información:

a) Nome, razón social e domicilio completo do empresario responsable da oferta comercial e, de ser o caso, nome, razón social e enderezo completo do empresario por cuxa conta actúa.

b) As características esenciais do ben ou servizo dunha forma adecuada á súa natureza e ao medio de comunicación utilizado.

c) O prezo final completo, incluídos os impostos, desagregando, de ser o caso, o importe dos incrementos ou descontos que sexan de aplicación á oferta e os gastos adicionais que se repercutan ao consumidor ou usuario.

No resto dos casos en que, debido á natureza do ben ou servizo, non se poida fixar con exactitude o prezo na oferta comercial, deberase informar sobre a base de cálculo que permita ao consumidor ou usuario comprobar o prezo. Igualmente, cando os gastos adicionais que se repercutan ao consumidor ou usuario non poidan ser calculados de antemán por razóns obxectivas, débese informar do feito de que existen os ditos gastos adicionais e, se se coñece, o seu importe estimado.

d) Os procedementos de pagamento, prazos de entrega e execución do contrato e o sistema de tratamento das reclamacións, cando se aparten das exixencias da dilixencia profesional, entendendo por tal a definida no artigo 4.1 da Lei de competencia desleal.

e) De ser o caso, existencia do dereito de desistencia.

2. O incumprimento do disposto no punto anterior ou nas disposicións a que se refire o artigo 19.4 será considerado en todo caso práctica desleal por enganosa, en iguais termos que o disposto no artigo 21.2 da Lei de competencia desleal.»

Cinco. Modifícase o artigo 47.3, ao cal se lle dá a seguinte redacción:

«3. As autoridades competentes en materia de consumo sancionarán, así mesmo, as condutas tipificadas como infraccións en materia de defensa dos consumidores e usuarios dos empresarios dos sectores que contén con regulación específica e as prácticas comerciais desleais cos consumidores ou usuarios.»

Seis. Modifícase o artigo 49.1, dando unha nova redacción á súa alínea l) e engadindo dúas alíneas, m) e n), que queda redactado nos seguintes termos:

«l) O uso de prácticas comerciais desleais cos consumidores ou usuarios.

m) As condutas discriminatorias no acceso aos bens e á prestación dos servizos, e en especial as previstas como tales na Lei orgánica 3/2007, do 22 de marzo, para a igualdade efectiva de mulleres e homes.

n) O incumprimento dos requisitos, obrigas ou prohibicións establecidas nesta norma ou disposicións que a desenvolvan, nos termos previstos na lexislación autonómica que resulte de aplicación.»

Sete. Modifícase o artigo 123, engadíndolle un novo punto, o número 3, pasando os números 3 e 4 a ser o 4 e 5, do seguinte teor:

«3. O vendedor está obrigado a entregar ao consumidor ou usuario que exerza o seu dereito á reparación ou substitución, xustificación documental da entrega do produto, na cal conste a data de entrega e a falta de conformidade que orixina o exercicio do dereito.

Do mesmo modo, xunto co produto reparado ou substituído, o vendedor entregará ao consumidor ou usuario xustificación documental da entrega en que conste a data desta e, de ser o caso, a reparación efectuada.»

Artigo cuarto. *Modificación da Lei 7/1996, do 15 de xaneiro, de ordenación do comercio retalista.*

Modifícanse os artigos 18, 22, 23 e 32 da Lei 7/1996, do 15 de xaneiro, de ordenación do comercio retalista, no sentido seguinte:

Un. Modifícase o artigo 18, engadíndolle un novo número, o 3, do seguinte teor:

«3. A utilización das denominacións antes sinaladas que non se axuste á regulación respectivamente establecida para cada unha das actividades de promoción de vendas nesta lei reputarase desleal cando concorran as circunstancias previstas no artigo 5 da Lei de competencia desleal.»

Dous. Modifícase o artigo 22, que quedará redactado nos seguintes termos:

«Artigo 22. *Venda multinivel.*

1. A venda multinivel constitúe unha forma especial de comercio en que un fabricante ou un comerciante retalista vende os seus bens ou servizos a través dunha rede de comerciantes e/ou axentes distribuidores independentes, pero coordinados dentro dunha mesma rede comercial e cuxos beneficios económicos se obteñen mediante unha única marxe sobre o prezo de venda ao público, que se distribúe mediante a percepción de porcentaxes variables sobre o total da facturación xerada polo conxunto dos vendedores integrados na rede comercial, e proporcionalmente ao volume de negocio que cada compoñente creou. Para os efectos do disposto neste artigo, os comerciantes e os axentes distribuidores

independentes consideraranse en todo caso empresarios para os efectos previstos no texto refundido da Lei xeral para a defensa dos consumidores e usuarios e outras leis complementarias.

2. Queda prohibido organizar a comercialización de bens e servizos cando:

a) Constitúa un acto desleal cos consumidores conforme o previsto no artigo 26 da Lei 3/1991, do 10 de xaneiro, de competencia desleal.

b) Non se garanta adecuadamente que os distribuidores contén coa oportuna contratación laboral ou cumpran cos requisitos que veñen exixidos legalmente para o desenvolvemento dunha actividade comercial.

c) Exista a obriga de realizar unha compra mínima dos produtos distribuídos por parte dos novos vendedores, sen pacto de recompra nas mesmas condicións.

4. En ningún caso o fabricante ou vendedor por xunto titular da rede poderá condicionar o acceso a esta ao aboamento dunha cota ou canon de entrada que non sexa equivalente aos produtos e material promocional, informativo ou formativo entregados a un prezo similar ao doutros homólogos existentes no mercado e que non poderán superar a cantidade que se determine regulamentariamente.

Nos supostos en que exista un pacto de recompra, os produtos teranse que admitir a devolución sempre que o seu estado non impida claramente a súa posterior comercialización.»

Tres. Modifícase o artigo 23, que quedará redactado na seguinte forma:

«Artigo 23. *Prohibición de vendas en pirámide.*

Son prácticas de venda piramidal as previstas no artigo 24 da Lei 3/1991, do 10 de xaneiro, de competencia desleal; serán nulas de pleno dereito as condicións contractuais contrarias ao disposto no dito precepto.»

Catro. Modifícase o título do capítulo VI do título II, e o artigo 32, que pasan a ter a seguinte redacción:

«CAPÍTULO VI

Vendas con obsequio ou prima

Artigo 32. *Concepto.*

1. Son vendas con obsequio aquelas que con finalidade de promover as vendas ofertan, xa sexa en forma automática ou ben mediante a participación nun sorteo ou concurso, un premio, calquera que sexa a natureza deste.

Son vendas con prima aquelas que ofrezan calquera incentivo ou vantaxe vinculado á adquisición dun ben ou servizo.

2. Cando o incentivo consista nun sorteo, o disposto nesta lei será aplicable sen prexuízo do establecido na lexislación sectorial correspondente.

3. As vendas con obsequio ou prima repútanse desleais nos supostos previstos na Lei de competencia desleal.»

Disposición adicional única.

Para os efectos desta lei teranse en conta os dereitos das persoas con discapacidade, de conformidade coa Convención sobre os dereitos das persoas con discapacidade, feita en Nova York o 13 de decembro de 2006.

Disposición transitoria única.

O empresario ou profesional que realice propostas comerciais por teléfono, fax, correo electrónico ou outros medios de comunicación a distancia terá de prazo dous meses,

desde a entrada en vigor desta lei, para ter en funcionamento os sistemas oportunos que debe utilizar, segundo o número 2 do artigo 29, que lle permitan ao consumidor deixar constancia da súa oposición a seguir recibindo propostas comerciais do dito empresario ou profesional.

Disposición derogatoria única. *Derogación normativa.*

1. Derróganse as seguintes disposicións:

a) O título IV e a disposición adicional da Lei 34/1988, do 11 de novembro, xeral de publicidade.

b) O artigo 59.2 do Regulamento da Lei de obxectos fabricados con metais preciosos, aprobado polo Real decreto 197/1988, do 22 de febreiro.

c) O artigo 8.1 e 2 do Real decreto 58/1988, do 29 de xaneiro, sobre protección dos dereitos do consumidor no servizo de reparación de aparellos de uso doméstico.

d) O artigo 12.1 do Real decreto 1457/1986, do 10 de xaneiro, polo que se regulan a actividade industrial e a prestación de servizos nos talleres de reparación de vehículos automóbiles, dos seus equipamentos e compoñentes.

e) O artigo 4 do Real decreto 1453/1987, do 27 de novembro, polo que se aproba o Regulamento regulador dos servizos de limpeza, conservación e tinguidura de produtos téxtiles, coiros, peles e sintéticos.

2. Así mesmo, quedan derogadas cantas disposicións de igual ou inferior rango se opoñan ao disposto nesta lei.

Disposición derradeira primeira. *Modificación da Lei 1/2000, do 7 de xaneiro, de axuízamento civil.*

Introdúcese un novo parágrafo no número 1 do artigo 15 coa seguinte redacción:

«O Ministerio Fiscal será parte nestes procesos cando o interese social o xustifique. O tribunal que coñeza dalgún destes procesos comunicará a súa iniciación ao Ministerio Fiscal para que valore a posibilidade de se constituír en parte.»

Disposición derradeira segunda. *Título competencial.*

1. Os artigos primeiro, terceiro, punto sete, e cuarto constitúen lexislación mercantil, lexislación procesual e bases das obrigas contractuais ditados polo Estado en virtude do artigo 149.1.6.^a e 8.^a da Constitución.

2. O artigo segundo constitúe lexislación mercantil ditada polo Estado en virtude do artigo 149.1.6.^a da Constitución.

3. O artigo terceiro, puntos un, dous, tres e catro, ten carácter básico e dítase ao abeiro das competencias do Estado sobre bases e coordinación da planificación xeral da actividade económica do artigo 149.1.13.^a da Constitución.

4. O artigo terceiro, puntos cinco e seis, dítase ao abeiro das competencias do Estado para a regulación das condicións básicas que garantan a igualdade de todos os españois no exercicio dos dereitos e no cumprimento dos deberes constitucionais do artigo 149.1.1.^a da Constitución e ao abeiro das competencias do Estado sobre bases e coordinación da planificación xeral da actividade económica do artigo 149.1.13.^a da Constitución.

Disposición derradeira terceira. *Incorporación do dereito da Unión Europea.*

Esta lei incorpora ao ordenamento xurídico interno a Directiva 2005/29/CE do Parlamento Europeo e do Consello, do 11 de maio de 2005, relativa ás prácticas comerciais desleais das empresas nas súas relacións cos consumidores no mercado interior, que modifica a Directiva 84/450/CEE do Consello, as directivas 97/7/CE, 98/27/CE e 2002/65/CE do Parlamento Europeo e do Consello e o Regulamento (CE) n.º 2006/2004 do Parlamento Europeo e do Consello.

Igualmente, incorpórase nesta lei a Directiva 2006/114/CE do Parlamento Europeo e do Consello, do 12 de decembro de 2006, sobre publicidade enganosa e publicidade comparativa.

Disposición derradeira cuarta. *Cumprimento.*

As administracións públicas competentes que, no exercicio das súas competencias, incumpriren o disposto nesta lei ou no dereito comunitario afectado, dando lugar a que o Reino de España sexa sancionado polas institucións europeas, asumirán, na parte que lles sexa imputable, as responsabilidades que deriven de tal incumprimento. No procedemento de imputación de responsabilidade que se tramite garantirase, en todo caso, a audiencia da Administración afectada, e poderase compensar o importe que se determine con cargo ás transferencias financeiras que esta reciba.

Disposición derradeira quinta. *Entrada en vigor.*

Esta lei entrará en vigor o día seguinte ao da súa publicación no «Boletín Oficial del Estado».

Por tanto,
Mando a todos os españois, particulares e autoridades, que cumbran e fagan cumprir esta lei.

Madrid, 30 de decembro de 2009.

JUAN CARLOS R.

O presidente do Goberno,
JOSÉ LUIS RODRÍGUEZ ZAPATERO