



GUÍA SOBRE LA TRANSPOSICIÓN DE LA DIRECTIVA ÓMNIBUS

MAYO 2022

 **adigital**

 **CONFIANZA ONLINE**

ÍNDICE

| | |
|--|---|
| ¿Qué es la Directiva Ómnibus? | 3 |
| ¿Cuándo serán aplicables las modificaciones? | 3 |
| ¿A quién se aplican las modificaciones? | 3 |
| ¿Cómo se modifica el régimen sancionador? | 3 |
| ¿Qué nuevas definiciones se incorporan? | 4 |
| ¿Qué nuevas obligaciones deberán cumplir los <i>marketplaces</i> ? | 4 |
| ¿Cómo afecta a la indicación de precios? | 4 |
| ¿Y a las reseñas y los comentarios? | 4 |
| ¿Qué nuevas prácticas desleales se introducen? | 5 |

¿QUÉ ES LA DIRECTIVA ÓMNIBUS?

La **Directiva Ómnibus** 2019/2161 es una norma de la Unión Europea aprobada en el año 2019 que establece nuevos criterios para la protección de los consumidores en la UE que afectan de manera directa a las empresas que ofertan productos y servicios online. En España se ha **desarrollado** a finales de 2021, para lo cual se han modificado la **Ley de Consumidores y Usuarios**, la **Ley de Comercio Minorista** y la **Ley de Competencia Desleal**.

A continuación se recoge, a modo meramente informativo y divulgativo, sin que pueda considerarse como asesoramiento legal, un resumen de las principales modificaciones producidas por el desarrollo de la Directiva Ómnibus en España.

¿CUÁNDO SERÁN APLICABLES LAS MODIFICACIONES?

Las modificaciones serán aplicables **a partir de 28 de mayo de 2022**.

¿A QUIÉN SE APLICAN LAS MODIFICACIONES?

Las modificaciones serán de aplicación a todos los **comercios electrónicos, marketplaces y plataformas** que ofrecen productos y servicios a consumidores en nuestro país.

¿CÓMO SE MODIFICA EL RÉGIMEN SANCIONADOR?

Se realiza una **profunda revisión del régimen sancionador en materia de consumo**, que afecta a:

- Los principios aplicables en caso de que concurren infracciones administrativas y delitos penales o varias infracciones administrativas.
- La prescripción de las infracciones y de las sanciones de cinco, tres y un año, según sea la infracción muy grave, grave o leve.
- El otorgamiento a las asociaciones de consumidores legalmente constituidas de la condición de interesado en los procedimientos que versen sobre intereses generales, colectivos o difusos, de los consumidores.

- La caducidad del procedimiento sancionador a los nueve meses de haberse iniciado, aunque puede ser suspendido de forma motivada.
- La cooperación entre las autoridades españolas y el resto de autoridades europeas responsables de la aplicación de la normativa sobre consumidores.
- La determinación de las comunidades autónomas como administraciones competentes para tramitar procedimientos sancionadores cuando la infracción se haya producido aunque sea parcialmente en su territorio.
- El establecimiento de mecanismos de colaboración en el seno de la Comisión Sectorial de Consumo cuando sean competentes más de una comunidad autónoma.
- La determinación de la competencia a favor del Estado cuando la infracción se haya realizado por parte de una entidad con domicilio o residencia fuera de la Unión Europea y se produzcan lesiones o riesgos de forma generalizada, ya sea en el territorio de la UE o en más de una comunidad autónoma, que puedan afectar a la unidad de mercado y a la competencia a nivel nacional.
- Las conductas que pueden ser sancionadas.
- La calificación y la graduación de las infracciones.
- La responsabilidad de las personas jurídicas responsables, así como de los responsables que integren sus órganos de dirección y los técnicos.
- La posibilidad de finalizar el procedimiento sancionador sin sanción, cuando se proponga un compromiso por parte del infractor de corregir su conducta.
- El **importe de las multas**. Se establecen tres niveles:
 - Infracciones leves: multa de **entre 150 y 10.000 euros**, pudiéndose sobrepasar esas cantidades hasta alcanzar entre dos y cuatro veces el beneficio ilícito obtenido.
 - Infracciones graves: multa de **entre 10.001 y 100.000 euros**, pudiéndose sobrepasar esas cantidades hasta alcanzar entre cuatro y seis veces el beneficio ilícito obtenido.
 - Infracciones muy graves: multa de **entre 100.001 y 1.000.000 euros**, pudiéndose sobrepasar esas cantidades hasta alcanzar entre seis y ocho veces el beneficio ilícito obtenido.



- Los criterios para graduar el importe de la multa, entre los cuales se incluye el posible beneficio ilícito obtenido.
- Se establece como posibles sanciones accesorias el **decomiso de los productos, el cierre temporal y la publicidad de las sanciones**, según los casos.

¿QUÉ NUEVAS DEFINICIONES SE INCORPORAN?

Se incorporan a la normativa española nuevas definiciones, como son:

- **Mercado en línea:** un servicio que emplea programas (software), incluidos un sitio web, parte de un sitio web o una aplicación, operado por el empresario o por cuenta de éste, que permite a los consumidores celebrar contratos a distancia con otros empresarios o consumidores.
- **Proveedor de un mercado en línea:** todo empresario que pone a disposición de los consumidores un mercado en línea.
- **Clasificación:** la preeminencia relativa atribuida a los bienes y servicios, en su presentación, organización o comunicación por parte del empresario, independientemente de los medios tecnológicos empleados para dicha presentación, organización o comunicación.

¿QUÉ NUEVAS OBLIGACIONES DEBERÁN CUMPLIR LOS MARKETPLACES?

Las empresas proveedoras de *marketplace* deberán **informar de forma clara, comprensible y adecuada**, en una sección específica de la web o de la app que sea fácil y directamente accesible, sobre:

- Los **principales parámetros que determinan la clasificación de las ofertas** presentadas obtenidas como resultado de las búsquedas que realicen los clientes, y la importancia relativa de dichos parámetros frente a otros.
- Si el vendedor es una empresa o no, según lo que le haya manifestado.
- Cuando el vendedor no sea un empresario, la mención expresa de que la normativa en materia de protección de los consumidores no es de aplicación al pedido.

- Cuando proceda, **cómo se reparten las obligaciones relacionadas con el pedido entre el vendedor y la empresa proveedora del marketplace**, sin perjuicio de la responsabilidad que puedan tener en virtud de otra normativa que no sea sobre consumidores.
- Las **garantías y seguros** ofrecidos por la empresa proveedora del *marketplace*.
- Los **métodos de resolución de conflictos** y el papel desempeñado por la empresa proveedora del *marketplace* en la solución de controversias.

Puedes encontrar más información en la [Guía sobre derechos de los consumidores](#) que ha actualizado la Comisión Europea en relación con (i) obligaciones de los mercados en línea; (ii) transparencia de los resultados de la búsqueda; (iii) precios personalizados; y (iv) derecho de desistimiento de los contratos de contenido digital en línea.

¿CÓMO AFECTA A LA INDICACIÓN DE PRECIOS?

- Se mantiene la obligación, cuando se oferten artículos con reducción de precio, de indicar con claridad, en cada uno de ellos, **el precio anterior junto con el precio reducido**, entendiéndose por precio anterior el menor que hubiese sido aplicado sobre productos idénticos **en los treinta días precedentes**.
- Se obliga a informar, cuando proceda, sobre el hecho de que los precios se fijan de forma personalizada de acuerdo a **decisiones obtenidas de forma automatizada**.

Puedes encontrar más información en la [Guía sobre indicación de precios](#) que la Comisión Europea ha actualizado en relación con la transparencia de las reducciones de precios.

¿Y A LAS RESEÑAS Y LOS COMENTARIOS?

Cuando se ofrecen valoraciones u opiniones de consumidores, se establece la obligación (y la carga de prueba) de informar sobre si las reseñas publicadas han sido efectuadas por **consumidores que han utilizado o adquirido realmente el bien o servicio, y sobre la forma como se procesan las reseñas**.



¿QUÉ NUEVAS PRÁCTICAS DESLEALES SE INTRODUCEN?

- La **comercialización de un bien como idéntico** a otro comercializado en otro Estado miembro, **cuando presenta características diferentes**.
- **No informar de forma clara sobre si tienen carácter publicitario o son retribuidos los contenidos** relacionados con un producto o servicio que se publiquen en medios de comunicación como, por ejemplo, redes sociales, reseñas y búsquedas.
- **Revender entradas de espectáculos si fueron adquiridas empleando medios automatizados para sortear cualquier límite** impuesto al número de entradas que puede adquirir cada persona o cualquier otra norma aplicable a la compra de entradas.
- Afirmar que las reseñas de un bien o servicio son añadidas por consumidores y usuarios que han utilizado o adquirido realmente el bien o servicio, **sin tomar medidas razonables y proporcionadas para comprobar que dichas reseñas** pertenecen a tales consumidores y usuarios.
- **Añadir o encargar la inclusión de reseñas o aprobaciones de consumidores falsas, o que distorsionen reseñas** de consumidores o usuarios o aprobaciones sociales, con el fin de promocionar bienes o servicios.

Puedes encontrar más información en la [Guía sobre prácticas desleales](#) que la Comisión Europea ha actualizado en relación con (i) obsolescencia programada; (ii) obligaciones de las plataformas y mercados en línea; (iii) transparencia de los resultados de la búsqueda; (iv) reseñas; (v) marketing de influencers; (v) personalización basada en datos; y (vi) reclamaciones sobre daños medioambientales.



