

La futura Ley de Consumo Sostenible: del marketing vacío al compromiso real

España se prepara para dar un salto normativo con la **Ley de Consumo Sostenible**, prevista para entrar en vigor en 2026. Este cambio transformará la relación entre empresas, consumidores y medio ambiente, estableciendo nuevos estándares de transparencia y responsabilidad en un mercado donde la sostenibilidad ha dejado de ser una opción para convertirse en un imperativo estratégico.

Por **Silvia Urarte Gómez**

www.silviaurarte.com



Evergreen
SOLUTIONS

Fin del greenwashing: solo hechos, no promesas

Uno de los aspectos más disruptivos de la futura Ley de Consumo Sostenible es la prohibición explícita de la publicidad de productos contaminantes. Esto incluirá restricciones para anuncios de gasolina, carbón o vuelos de corto radio cuando exista una alternativa ferroviaria en menos de 2,5 horas. Este cambio representa una transformación cultural comparable a la prohibición de la publicidad del tabaco: no solo afecta a la comunicación, sino que cuestiona el papel de ciertos productos en el mercado futuro.

La norma también atacará frontalmente el *greenwashing*, ese lavado de imagen ecológico que ha proliferado en los últimos años. Expresiones como "100% ecológico", "neutro en carbono" o "respetuoso con el medio ambiente" deberán estar respaldadas por pruebas verificables y científicas. Ya no bastará con utilizar el color verde o imágenes de naturaleza para sugerir sostenibilidad; las afirmaciones deberán sustentarse en hechos contrastables.

"La comunicación corporativa dejará de ser aspiracional para convertirse en basada en evidencias. Se acabó el marketing vacío: las marcas deberán demostrar, con hechos, su compromiso."



- ⊗ Las empresas que no puedan demostrar sus afirmaciones medioambientales se enfrentarán a sanciones y, lo que es más importante, a una pérdida de credibilidad en un mercado cada vez más exigente.

Afirmaciones prohibidas sin evidencia

- "100% sostenible" o "totalmente ecológico"
- "Neutral para el planeta" sin certificaciones
- Sellos ambientales no oficiales o autoimpuestos

Comunicación permitida

- Datos verificables sobre reducción de emisiones
- Certificaciones oficiales (Ecolabel EU, etc.)
- Información específica sobre materiales y procesos

Del usar y tirar al derecho a reparar



La Ley de Consumo Sostenible ataca directamente uno de los problemas más preocupantes del modelo actual: la obsolescencia programada. Frente a la cultura del "usar y tirar", la nueva normativa establece un marco para fomentar la durabilidad y reparabilidad de los productos, especialmente los electrónicos y electrodomésticos.

Disponibilidad de repuestos Los fabricantes deberán garantizar la disponibilidad de piezas de repuesto durante al menos diez años desde la salida del producto al mercado.	Contribución al coste Las marcas tendrán que asumir parte del coste de la reparación, incluso cuando el producto esté fuera del período de garantía legal.	Información técnica Se garantizará el acceso a manuales de reparación y se prohibirán diseños que impidan la sustitución de componentes esenciales.

Este enfoque transformará el panorama empresarial, abriendo un espacio de innovación para la economía circular. Surgirán oportunidades de negocio en áreas como el mantenimiento especializado, el reacondicionamiento de productos y la gestión de segunda vida para dispositivos electrónicos.

Para los consumidores, reparar dejará de ser una decisión costosa y marginal para convertirse en la opción natural, tanto por razones económicas como por conciencia ambiental. Las empresas que se anticipen a este cambio, diseñando productos modulares y reparables, contarán con una ventaja competitiva sustancial.

Transparencia como ventaja competitiva



La nueva ley abordará fenómenos cotidianos que actualmente minan la confianza del consumidor y distorsionan el mercado. Dos ejemplos significativos de estas prácticas que serán reguladas son:

1

Reduflación

El fenómeno por el que se reduce la cantidad de producto manteniendo o incluso aumentando el precio deberá ser comunicado de forma clara y visible. Las marcas no podrán ocultar estos cambios en la letra pequeña o con envases engañosos.

2

Reventa abusiva

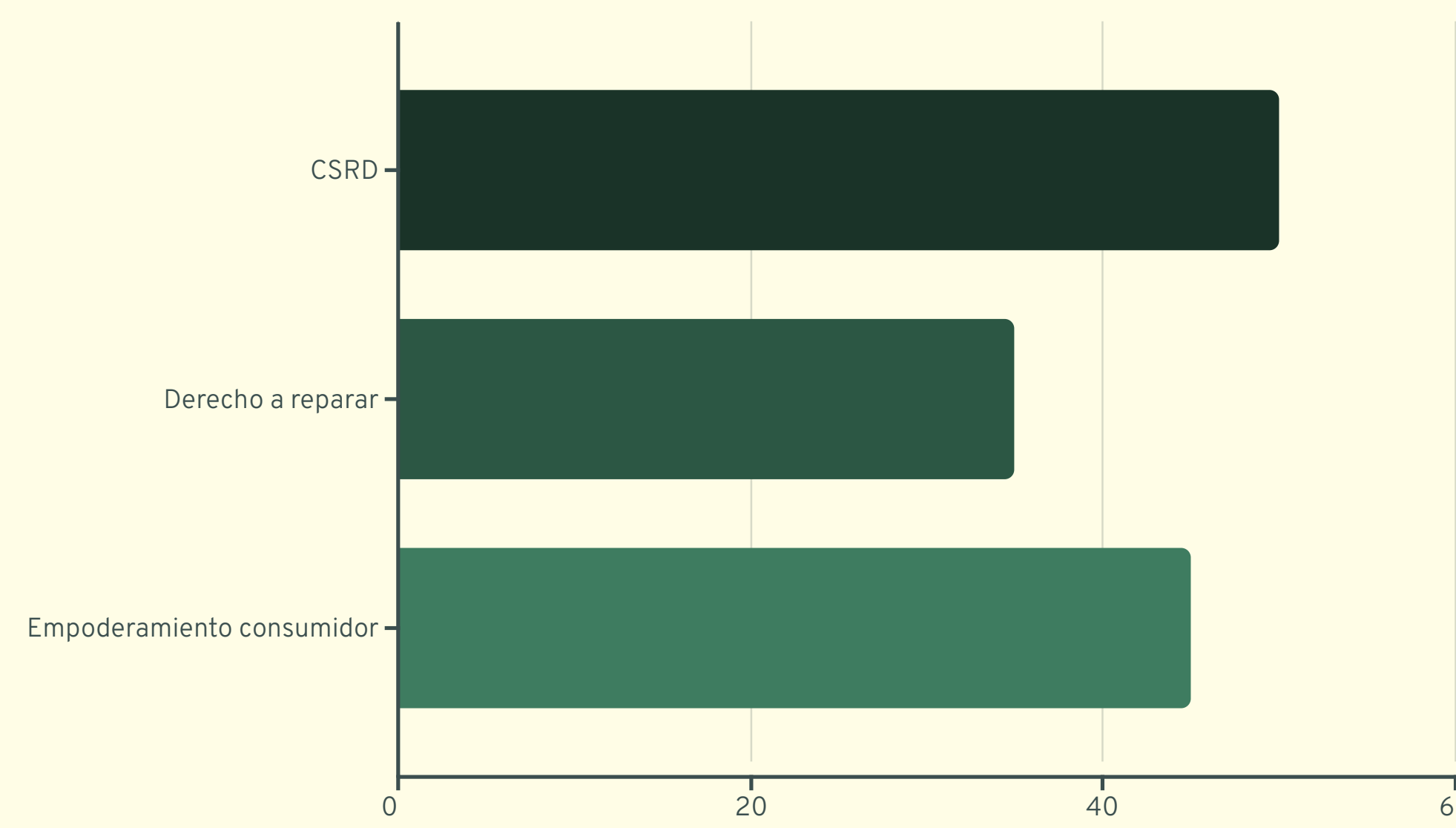
La práctica de comprar masivamente entradas para eventos y revenderlas a precios inflados contará, por primera vez, con un marco regulado que protegerá tanto a consumidores como a organizadores de eventos.

En este nuevo contexto normativo, la honestidad dejará de ser un valor añadido para convertirse en un requisito legal ineludible. Las empresas que se anticipen e incorporen la transparencia como parte de su ADN corporativo estarán mejor posicionadas para generar confianza y fidelización entre los consumidores cada vez más informados y exigentes.

"La transparencia no será solo un deber legal, sino una auténtica ventaja competitiva en un mercado que premiará la coherencia y la claridad."

¿Por qué empezar a prepararse ya?

Aunque la Ley de Consumo Sostenible española tiene prevista su entrada en vigor en 2026, muchas de sus medidas están alineadas con directivas europeas que ya están en marcha y que afectarán a miles de empresas mucho antes. No estamos hablando de un futuro lejano, sino de una realidad normativa que ya está transformando el mercado europeo.



Directiva	Impacto empresarial	Entrada en vigor
CSRD (información en sostenibilidad)	Más de 50.000 empresas deberán reportar impactos ESG con estándares equiparables a los financieros	2025
Derecho a reparar (2024/1799)	Obligaciones sobre reparabilidad, repuestos y servicios técnicos	2025-2026
Empoderamiento del consumidor ecológico (2024/825)	Prohíbe el greenwashing y exige pruebas verificables	2026

La armonización regulatoria europea hace que las empresas españolas no puedan permitirse esperar hasta 2026 para comenzar su adaptación. De hecho, aquellas compañías que operan en varios mercados europeos deberán anticiparse para evitar costes operativos duplicados, posibles sanciones y, sobre todo, una significativa pérdida de competitividad frente a empresas que ya están ajustando sus modelos de negocio.

⚠ Las empresas que no inicien ahora su adaptación a los nuevos requisitos podrían enfrentarse no solo a sanciones económicas, sino también a barreras de entrada en determinados mercados europeos y a una desventaja competitiva frente a organizaciones más proactivas.

El régimen sancionador

El anteproyecto de la Ley de Consumo Sostenible contempla un sistema de sanciones progresivo y contundente que busca garantizar el cumplimiento efectivo de la normativa. Este régimen sancionador va más allá de las habituales multas económicas, incorporando medidas que pueden afectar directamente a la operativa de las empresas infractoras.

Sanciones económicas

Multas proporcionales a la gravedad de la infracción y al tamaño de la empresa, pudiendo alcanzar porcentajes significativos de la facturación anual en casos de incumplimientos graves o reiterados.

Restricciones publicitarias

Prohibición temporal de realizar campañas publicitarias para empresas reincidentes en prácticas de greenwashing o comunicación engañosa sobre aspectos de sostenibilidad.

Retirada de productos

En casos de infracciones graves relacionadas con la seguridad o el impacto ambiental, las autoridades podrán ordenar la retirada inmediata de productos del mercado.

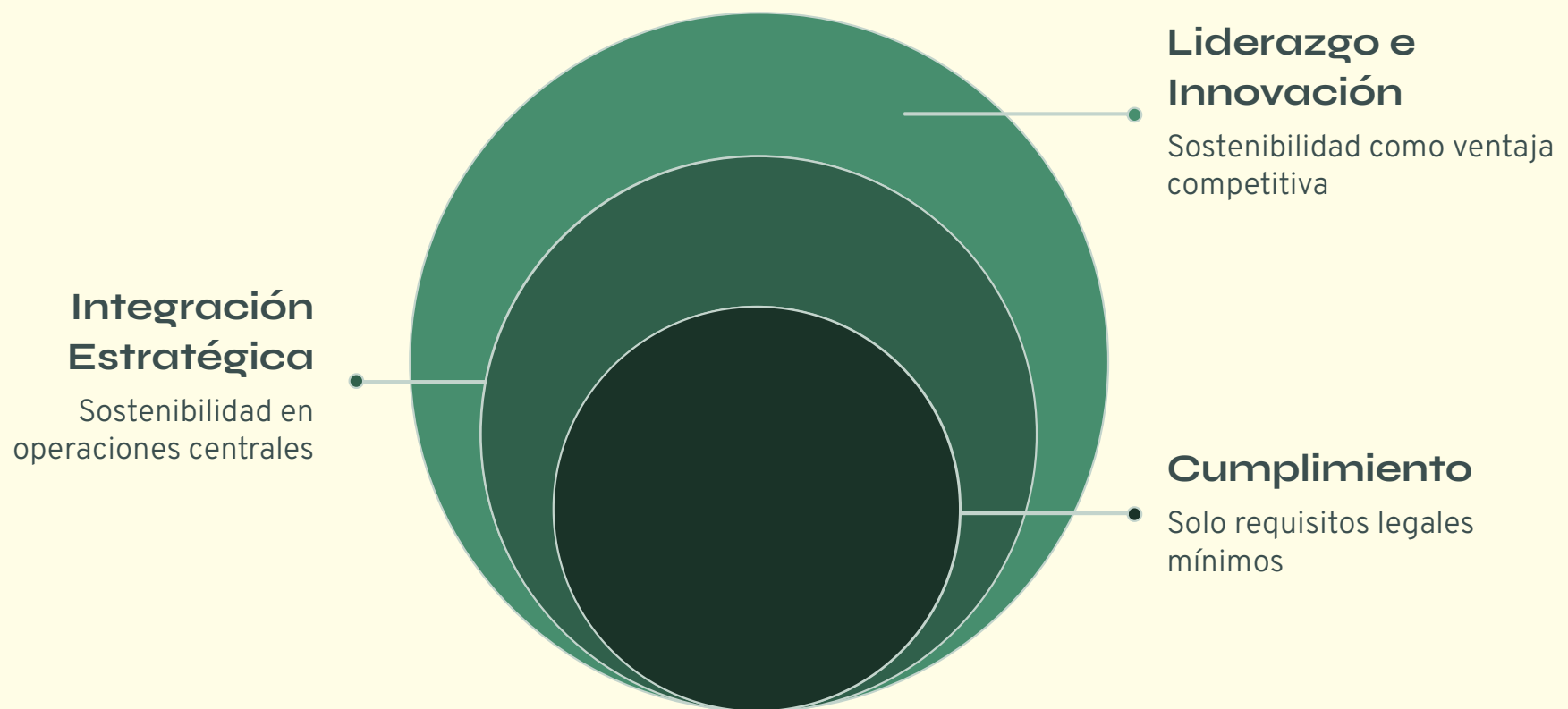
Responsabilidad directiva

Establecimiento de responsabilidad directa para los ejecutivos y responsables de marketing que aprueben mensajes engañosos o sin base científica verificable.

El mensaje que transmite este régimen sancionador es inequívoco: la sostenibilidad ha dejado de ser un elemento opcional o meramente reputacional para convertirse en un requisito legal con consecuencias tangibles. El marco normativo exigirá coherencia entre el discurso público de las empresas y sus prácticas reales, poniendo fin a la era del greenwashing sin consecuencias.

"Las sanciones no buscan solo castigar, sino fundamentalmente cambiar comportamientos empresariales y establecer un nuevo estándar de integridad en la comunicación sobre sostenibilidad."

Mucho más que una ley: una invitación a liderar



La futura Ley de Consumo Sostenible trasciende el ámbito puramente normativo para convertirse en una auténtica invitación a la transformación empresarial. No se limita a prohibir o sancionar: establece las bases para un nuevo modelo económico donde la sostenibilidad es el eje vertebrador de la relación entre empresas, consumidores y entorno.

Las organizaciones que comiencen desde ahora a adaptar sus modelos de negocio, procesos productivos y estrategias de comunicación estarán mejor posicionadas para competir en un mercado que premiará cada vez más la coherencia, la responsabilidad y la innovación sostenible.

Oportunidad empresarial

Para las empresas, la ley representa una oportunidad para redefinir su propuesta de valor, diferenciarse de la competencia y conectar con consumidores cada vez más concienciados.

Impulso a la innovación

La normativa estimulará la innovación en modelos de negocio circulares, diseño de productos reparables y sistemas de información transparentes.



Garantía para consumidores

Los consumidores contarán con la garantía de que lo que compran responde a criterios verificables y sostenibles, no a promesas vacías o estrategias de marketing engañosas.

Alineación europea

Para España, la ley supone una palanca para alinearse con Europa y situarse a la vanguardia del consumo responsable, anticipándose a futuras regulaciones más estrictas.

El consumo del futuro será inevitablemente sostenible, circular y transparente. Esta ley no lo impone: simplemente acelera una transformación que ya está en marcha y que definirá quiénes serán los líderes empresariales de las próximas décadas.

"Las empresas tienen ante sí una disyuntiva clara: adaptarse reactivamente cuando la ley entre en vigor o aprovechar este período para transformarse proactivamente y construir una ventaja competitiva sostenible."