



## Modificaciones a la Ley de Competencia Desleal: más control del mercado online

*El Real Decreto-ley 24/2021 califica como desleales nuevas prácticas en materia de imitaciones, búsquedas y reseñas online*

### Antecedentes

El Real Decreto-ley 24/2021, de 2 de noviembre, traspuso al derecho español varias directivas europeas, con especial incidencia en materia de consumidores y prácticas comerciales. A través de esta norma, se introducen multitud de modificaciones en nuestro ordenamiento, entre otras, en la Ley de Ordenación del Comercio Minorista o en la Ley General de Consumidores y Usuarios. En este comentario destacamos principalmente las modificaciones introducidas en la Ley 3/1991, de Competencia Desleal ("LCD").

### No a la calidad dual

Entre los actos de engaño listados en el artículo 5 de la LCD, el Real Decreto añade un nuevo supuesto. Se considera desleal cualquier operación de comercialización de un bien como idéntico a otro comercializado en otros Estados miembros, cuando dicho bien presente una composición o unas características significativamente diferentes, a menos que esté justificado por factores legítimos y objetivos. La finalidad de esta prohibición es luchar contra el denominado fenómeno de calidad dual y la discriminación de mercados.

### Búsquedas online

También se modifica el artículo 26 de la LCD, sobre prácticas comerciales encubiertas, para considerar desleal otorgar una clasificación superior a un bien en los resultados de

búsquedas en respuesta a las consultas en línea efectuadas por un consumidor, sin revelar que la clasificación de los resultados obedece a publicidad retribuida o a un pago específico.

### Fake reviews

El artículo 27 de la LCD, sobre otras prácticas engañosas, incluirá como desleal (i) la inclusión de reseñas que se identifiquen como de consumidores sin que se tomen medidas "razonables y proporcionadas" para garantizar que realmente pertenecen a los mismos, y (ii) encargar a terceros que incluyan reseñas o aprobaciones de consumidores falsas, o distorsionarlas, con el fin de promocionar bienes o servicios.

También se modifica la Ley General de Consumidores y usuarios, introduciendo nuevas normas sobre información necesaria en la oferta comercial de bienes y servicios. La empresa que facilite acceso a reseñas sobre productos y servicios deberá informar si garantiza o no que las reseñas han sido realizadas por consumidores que verdaderamente hayan adquirido el producto. Además, si se facilitan resultados de búsquedas, debe informarse sobre los criterios tenidos en cuenta a la hora de posicionar resultados y su relevancia.

Todas estas modificaciones conducen a una mayor transparencia en las operaciones comerciales online, favoreciendo un mayor acceso a la información previa a la contratación online.