

El 27 de septiembre cambia la forma de informar sobre garantías: aviso europeo obligatorio y etiqueta GARAN

A partir del próximo 27 de septiembre de 2026 entra en aplicación, en toda la Unión Europea, un sistema común de información sobre garantías de los productos. Coincide además con la fecha en la que deben aplicarse las medidas nacionales de transposición de la Directiva (UE) 2024/825, conocida como Directiva de empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica.

Para las empresas que venden bienes a consumidores, el mensaje de fondo es sencillo: el derecho no se recorta, pero la obligación de explicarlo se refuerza y se estandariza. Y las consecuencias van más allá de colocar un cartel nuevo en la tienda.

Qué cambia exactamente

El Reglamento de Ejecución (UE) 2025/1960 fija el diseño y el contenido de dos instrumentos llamados a convivir en el punto de venta:

Instrumento	Carácter	Función
Aviso armonizado sobre la garantía legal de conformidad	Obligatorio para el vendedor	Recordar al consumidor que existe una garantía legal, explicar qué cubre y qué puede exigir
Etiqueta GARAN para la garantía comercial de durabilidad	Obligatoria si el productor ofrece esa garantía	Identificar los bienes con una garantía comercial gratuita, de producto completo y superior a dos años

El aviso debe mostrarse de forma destacada: en el establecimiento (por ejemplo, junto a la caja) y, en el comercio electrónico, en la propia interfaz de venta antes de que el cliente quede vinculado. Ninguno de sus elementos gráficos es editable, incorpora un código QR y, cuando se imprime, no puede ser inferior a un A4. En tienda puede reproducirse en blanco y negro; en línea debe verse en color.

Tres ideas que conviene dejar claras

Primera: la garantía legal española no cambia. El plazo general sigue siendo de tres años desde la entrega para los bienes nuevos, y en los bienes de segunda mano puede pactarse un plazo menor, nunca inferior a un año. La afirmación de que la garantía europea reduce la protección a dos años es un error que está circulando y que conviene desmentir ante clientes y equipos comerciales.

Segunda: garantía legal y garantía comercial son cosas distintas. La primera deriva de la ley y existe aunque no se anuncie; la segunda es un compromiso voluntario que vincula en los términos en que se ofrezca. La etiqueta GARAN sirve para identificar la segunda, y no puede utilizarse para reducir ni sustituir la primera.

Tercera: el esfuerzo real está en los procesos, no en el distintivo. Cambiar el cartel es la parte fácil. Lo que exige trabajo es revisar fichas de producto, condiciones generales, publicidad, documentación comercial, configuración del proceso de compra y protocolos de posventa para que toda la información sea coherente.

Lo que no debe confundirse: garantía y desistimiento

Son derechos independientes y con plazos distintos. La garantía actúa cuando el producto presenta una falta de conformidad: no funciona, tiene un defecto o no responde a lo anunciado. El desistimiento permite, con carácter general, devolver una compra a distancia en catorce días naturales sin alegar defecto alguno. Confundirlos en el mostrador o en la atención al cliente genera reclamaciones evitables.

Una fecha, dos reformas

La misma fecha de 27 de septiembre activa la parte de la Directiva (UE) 2024/825 relativa a las alegaciones ambientales. Desde entonces, expresiones como «ecológico», «sostenible» o «neutro en carbono» exigen justificación verificable, los sellos de sostenibilidad deben responder a sistemas transparentes y supervisados, y no puede atribuirse a todo un producto una cualidad que solo corresponde a un componente o a una fase de su ciclo de vida.

En España, la transposición nacional llega a través de la Ley de Consumo Sostenible, aún en tramitación, y el retraso ha dado lugar a un procedimiento de infracción abierto por la Comisión Europea. Esa demora no suspende la aplicación de la normativa europea ni las exigencias que ya derivan de la legislación de consumo vigente.

Por eso recomendamos abordar ambas reformas de forma conjunta: el mismo consumidor que lee el aviso de garantía lee también la etiqueta del envase, la ficha del producto y la alegación medioambiental de la campaña.

NUESTRA RECOMENDACIÓN:

Quien venda bienes a consumidores debería tratar esta adaptación como una revisión de la información y de los procesos de venta, no como una gestión de diseño. La etiqueta se cambia una vez; la coherencia entre lo que se promete en publicidad lo que se entrega y lo que se explica en el mostrador es lo que sostiene la posición de la empresa frente a una reclamación, una inspección o una acción de competencia desleal.