

BREVES COMENTARIOS ACERCA DE LA LEY 3/2014, DE 27 DE MARZO, POR LA QUE SE MODIFICA EL TEXTO REFUNDIDO DE LA LEY GENERAL PARA LA DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS Y OTRAS LEYES COMPLEMENTARIAS, APROBADO POR EL REAL DECRETO LEGISLATIVO 1/2007, DE 16 DE NOVIEMBRE.

NOTAS RELEVANTES

LA NUEVA LEY DE DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES:

OBJETIVO DE LA NORMA

Mediante esta Ley, que ha entrado en vigor el pasado 29 de marzo, se procede a modificar el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, a fin de transponer al derecho interno la **Directiva 2011/83/UE**, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre los derechos de los consumidores, bajo los criterios de fidelidad al texto de la directiva y de mínima reforma de la actual normativa.

Su contenido más relevante es el siguiente:

Algunos conceptos:

- **Concepto de consumidor y usuario:** Se modifica el concepto de consumidor y usuario, que ahora engloba a las *personas físicas que actúen con **un propósito ajeno a su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión.*** Son también consumidores y usuarios a efectos de la ley, las *personas jurídicas y las entidades sin personalidad jurídica que actúen sin ánimo de lucro en un ámbito ajeno a una actividad comercial o empresarial* (Art.3).
- **Concepto de empresario:** Se define como empresario a toda *persona física o jurídica, **ya sea privada o pública,** que actúe,* incluso a través de otra persona en su nombre o siguiendo sus instrucciones, con un **propósito relacionado con su actividad comercial, empresa, oficio o profesión.**



- **Nuevo concepto de establecimiento mercantil:** Ahora comprende todo tipo de instalaciones (*Ej.: tiendas, puestos o camiones*) que sirvan al empresario como local de negocios **permanente o habitual**.

Sin embargo, los espacios accesibles al público, como calles, centros comerciales, playas, instalaciones deportivas, *stands* y transportes públicos, que el empresario utilice de forma **excepcional** para su actividad empresarial, así como los domicilios privados o lugares de trabajo, **no** se consideran establecimientos mercantiles.

El **texto de la reforma de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios**, dará una cobertura legal más actual sobre todo a las transacciones por Internet.

La norma aprobada, adapta a la legislación española la citada **Directiva**, que se refiere a *contratos a distancia y realizados fuera de establecimientos mercantiles*. Al mismo tiempo modifica la normativa europea sobre determinados *aspectos de la venta y las garantías de los bienes de consumo* e incluye las directrices del Tribunal Europeo de Justicia sobre cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores.

I.- NOVEDADES SOBRE LA REGULACIÓN DE OFICINAS Y SERVICIOS DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE (art. 21.2 y 3)

Las empresas que pongan a disposición del consumidor y usuario este tipo de oficinas deberán asegurar que éste tenga constancia de sus quejas y reclamaciones, mediante la **entrega de una clave identificativa y un justificante por escrito**, en papel o en cualquier otro soporte duradero. Si tales servicios utilizan la atención telefónica o electrónica para llevar a cabo sus funciones deberán garantizar una atención personal directa, más allá de la posibilidad de utilizar complementariamente otros medios técnicos a su alcance.



Estas oficinas y servicios de información y atención al cliente seguirán los principios de **accesibilidad universal** y, en su caso, medios alternativos para garantizar el acceso a los mismos a *personas con discapacidad o personas de edad avanzada*.

Se **deberán identificar claramente** los servicios de **atención al cliente** en relación a las otras actividades de la empresa, prohibiéndose expresamente la utilización de este servicio para la utilización difusión de actividades de comunicación comercial de todo tipo.

En caso de que **el empresario** ponga a disposición de los consumidores y usuarios una línea telefónica a efectos de comunicarse con él en relación con el contrato celebrado, el uso de tal línea no podrá suponer para el consumidor y usuario un coste superior a la tarifa básica, sin perjuicio del derecho de los proveedores de servicios de telecomunicaciones de cobrar por este tipo de llamadas. A tal efecto, se entiende por tarifa básica el coste ordinario de la llamada de que se trate, siempre que no incorpore un importe adicional en beneficio del empresario.

Asimismo, los empresarios pondrán a disposición de los consumidores y usuarios información sobre la dirección postal, número de teléfono y número de fax o dirección de correo electrónico en la que el consumidor y usuario, cualquiera que sea su lugar de residencia, pueda interponer sus quejas y reclamaciones o solicitar información sobre los bienes o servicios ofertados o contratados. Los empresarios comunicarán su dirección legal si esta no coincide con su dirección habitual para la correspondencia.

Los empresarios deberán dar **respuesta a las reclamaciones** recibidas en el plazo más breve posible y en todo caso en el **plazo máximo de un mes** desde la presentación de la reclamación.

Los **empresarios** tendrán nuevas **obligaciones informativas** (nuevos arts. 21, 60 y 97 TRLGDC) que cumplir: en concreto, deberán proporcionar información **precontractual** de forma **clara y comprensible**. *"Se trata en definitiva de eliminar lo conocido como la **letra pequeña** para que todos los usuarios sepan qué producto o servicios adquieren y también qué derechos tienen"*.



II.- REFUERZO DE LOS DERECHOS DE INFORMACIÓN PRECONTRACTUAL DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS:

Algunos ejemplos de las nuevas obligaciones que, como información previa, el empresario debe cumplir frente al consumidor, además de otras que ahora no se citan son:

- a. Las **características principales** de los bienes o servicios, en la medida adecuada al **soporte utilizado** y a los bienes o servicios.
- b. La **identidad del empresario**, incluidos los datos correspondientes a la razón social, el nombre comercial, su dirección completa y su número de teléfono y, en su caso, del empresario por cuya cuenta actúe.
- c. Derecho a **conocer si va a ser necesaria alguna garantía financiera**, incluidas aquellas por las que se bloquee un importe en la tarjeta de crédito o débito del consumidor.
- d. Asimismo, obligación de informar (incluida la publicidad), del **precio total** (desglosando, en su caso, el importe de los incrementos o descuentos que sean de aplicación, de los gastos que se repercutan al consumidor y usuario y de los gastos adicionales por servicios accesorios, financiación, utilización de distintos medios de pago u otras condiciones de pagos similares), incluidos todos los impuestos y tasas. Si por la naturaleza de los bienes o servicios el precio no puede calcularse razonablemente de antemano o está sujeto a la elaboración de un presupuesto, el hecho de que puede ser necesario abonar dichos gastos adicionales (Art. 60.2 c).
- e. **Información de los servicios posventa**, y de las **garantías comerciales** que las empresas otorgan con la compra, además del recordatorio de la existencia de una garantía legal.
- f. En el caso de que sean **productos o suministros de contenido digital**, deben informar sobre las posibles limitaciones tecnológicas, con objeto de

describir la información relativa a los aparatos y los programas estándar con los que el contenido digital es compatible, por **ejemplo el sistema operativo**, la **versión** necesaria o determinados elementos de los **soportes físicos (art. 60)**.

- g.** En el **comercio electrónico** las **páginas web** deben indicar de forma **clara** y legible al inicio de la compra las modalidades de pago aceptadas y si hay alguna restricción en la entrega.
- h.** Los **procedimientos de pago, entrega y ejecución**, la fecha en que el empresario se compromete a entregar los bienes o a ejecutar la prestación del servicio.
- i.** El **procedimiento para atender las reclamaciones** de los consumidores y usuarios, así como, en su caso, la **información sobre el sistema extrajudicial** de resolución de conflictos prevista en el artículo 21.4.
- j.** La **existencia** del derecho de **desistimiento** que pueda corresponder al consumidor y usuario, el **plazo y la forma de ejercitarlo**.
- k.** La **duración del contrato**, o, si el contrato es de duración **indeterminada**, las condiciones de resolución. **Expresamente**, deberá indicarse la existencia de **compromisos de permanencia** o **vinculación de uso exclusivo** de los servicios de un determinado prestador **así como las penalizaciones** en caso de baja en la prestación del servicio.

Se facilitará **información precontractual** (art. 97), sobre los **gastos asociados** al medio de pago, sobre los gastos de transporte, entrega o postales y “cualquier otro gasto” (art. 97 e). Correlativamente, si el comerciante no ha cumplido los requisitos de información precontractual, el consumidor no deberá abonar los gastos o tasas asociadas al medio de pago utilizado. Además, en la **contratación electrónica**, el empresario tendrá que instaurar los mecanismos adecuados para que el consumidor, al realizar un pedido,



confirme que es consciente de que éste implica una obligación de pago. De este modo, el usuario siempre tendrá que aceptar el precio final antes de que concluya la transacción.

Además, el empresario, en un **contrato a distancia** que ha de ser **celebrado por medios electrónicos**, que implique obligaciones de pago para el consumidor y usuario, deberá velar por que éste, al efectuar el pedido, **confirme expresamente** que es consciente de que éste implica una obligación de pago (Art. 98.2).

Si la realización de un pedido se hace activando un botón o una función similar, el botón o la función similar deberán etiquetarse, de manera que sea fácilmente legible, únicamente con la expresión **«pedido con obligación de pago»** o una formulación análoga no ambigua que indique que la realización del pedido implica la obligación de pagar al empresario. En caso contrario, el consumidor y usuario no quedará obligado por el contrato o pedido.

En **contratos** celebrados a través de una **técnica de comunicación a distancia** en la que el espacio o el tiempo para facilitar la información son limitados, el empresario facilitará en ese soporte específico, antes de la celebración de dicho contrato, como mínimo la información precontractual sobre las características principales de los bienes o servicios, la identidad del empresario, el precio total, el derecho de desistimiento, la duración del contrato y, en el caso de contratos de duración indefinida, las condiciones de resolución.

Además, la nueva ley hace suya la regulación ya contenida en la Ley 16/2009, de 13 de noviembre, de Servicios de Pago y establece que los empresarios no podrán facturar al consumidor cargos por el uso de determinados medios de pago que superen el coste al que tienen que hacer frente ellos por el uso de los mismos (arts. 21 y 24.3 LSP).

III.- NOVEDADES EN EL DERECHO DE DESISTIMIENTO

Se establece una nueva regulación que incorpora un **formulario normalizado** al respecto que el consumidor y usuario podrá utilizar opcionalmente, al tiempo que **se amplía el plazo** para su ejercicio a **catorce días naturales**. Destacamos algunos aspectos:

- La determinación de un **modelo de formulario** normalizado a través del cual el consumidor puede, si lo desea, ejercitar este derecho, el cual también puede estar disponible *on-line*.
- La ***ampliación del plazo para su ejercicio de 7 días hábiles a 14 días naturales*** y, en el caso de que no se facilite la información sobre el derecho de desistimiento, hasta 12 meses.
- La posibilidad de que la **empresa** pueda **exigir al consumidor** el pago de los gastos de devolución, si así le ha informado al consumidor (art. 97.1 j).
- En caso de que un consumidor y usuario desee que la prestación de servicios, dé comienzo durante el plazo de desistimiento previsto en el artículo 104, el **empresario exigirá que el consumidor** y usuario presente una solicitud expresa en tal sentido (art. 98.).
- En cuanto a **excepciones** a este derecho, no será aplicable, al suministro de *bienes que puedan deteriorarse o caducar con rapidez*, suministro de bienes *precintados que no sean aptos para ser devueltos por razones de protección de la salud o de higiene* y que hayan sido desprecintados tras la entrega, suministro de *bienes que después de su entrega y teniendo en cuenta su naturaleza se hayan mezclado de forma indisociable con otros bienes*, suministro de *grabaciones sonoras o de vídeo precintadas o de programas informáticos precintados* que hayan sido desprecintados por el consumidor y usuario después de la entrega, suministro de *prensa diaria, publicaciones periódicas o revistas*, con la excepción de los contratos de suscripción para el suministro de tales publicaciones, suministro de *contenido digital* que no se preste en un soporte material cuando la ejecución haya comenzado con el



previo consentimiento expreso del consumidor y usuario con el conocimiento por su parte de que en consecuencia pierde su derecho de desistimiento.

- La obligación de la empresa de devolver todos los importes que el consumidor hubiese satisfecho, excepto los gastos de entrega que sean **superiores** a los **gastos de entrega normal** de los bienes, en el plazo de 14 días contados desde el día en el que manifestó que deseaba ejercitar el derecho de desistimiento (art. 107.2).

No obstante, salvo en caso de que la empresa se haya ofrecido a recoger los bienes, la empresa puede retener el reembolso hasta haber recibido los bienes, o hasta que el consumidor haya presentado una prueba de la devolución de los bienes.

IV.- ASPECTOS NOVEDOSOS SOBRE LA REGULACIÓN DE LA CONTRATACIÓN TELEFÓNICA DE SERVICIOS

La nueva Ley, en los casos en los que la empresa sea la que se ponga en contacto telefónico con el usuario para formalizar el contrato, el consumidor deberá confirmar por escrito la aceptación de la oferta en un soporte duradero, salvo que él mismo diga lo contrario (mediante el envío de su acuerdo por escrito, art. 98.6). Por tanto, la oferta no será vinculante hasta que la haya aceptado mediante su firma o el envío de su acuerdo por escrito. Asimismo:

- Las empresas deberán asimismo **identificarse** desde el inicio de la llamada y, si procede, también la persona que la realiza, aclarando a su interlocutor que la llamada tiene un objetivo comercial.
- La nueva Ley de Consumo **prohibirá** las **llamadas** telefónicas de '**spam**' desde las **21.00** horas de la noche hasta las **9.00** horas de la mañana entre semana, así como los fines de semana y días festivos. (Art. 96).
- La utilización por parte del empresario de técnicas de comunicación que consistan en un **sistema automatizado** de llamadas sin intervención humana o el telefax necesitará el **consentimiento expreso previo** del consumidor y usuario.

- El consumidor tendrá derecho a **no recibir**, sin su consentimiento, **llamadas** con fines de **comunicación comercial** que se efectúen mediante sistemas distintos de los referidos anteriormente, **cuando hubiera decidido no figurar en las guías de comunicaciones electrónicas disponibles al público**.
- En aquellos casos en que una oferta comercial no deseada se realice por teléfono, las llamadas deberán llevarse a cabo desde un número de **teléfono identificable**.

V.- PAGOS ADICIONALES

Otra novedad que recoge la ley, referida en este caso a los ***pagos adicionales***, impone al empresario la obligación de que antes de que el consumidor y usuario quede vinculado por un contrato u oferta, aquel deberá obtener su **consentimiento expreso** para todo pago adicional a la remuneración acordada para la obligación contractual principal y si el empresario no ha obtenido el consentimiento expreso del consumidor y usuario, pero lo ha deducido utilizando opciones por defecto que el consumidor y usuario debe rechazar para evitar el pago adicional, éste tendrá derecho al reembolso de dicho pago (Artículo 60 bis. Pagos adicionales). *(Ej. Si no desea recibir la factura telefónica detallada al coste de 2 € por factura, marque esta casilla).*

Asimismo, dispone que corresponde al empresario probar el cumplimiento de las obligaciones a que este artículo se refiere.

VI.- TRANSMISIÓN DEL RIESGO

Cuando el **empresario** envíe al consumidor y usuario los bienes comprados, el riesgo de pérdida o deterioro de éstos se transmitirá al consumidor y usuario cuando él o un tercero por él indicado, distinto del transportista, haya adquirido su posesión material. No obstante, en caso de que sea el consumidor y usuario el que encargue el transporte de los bienes o el transportista elegido no estuviera entre los propuestos por el empresario, el riesgo se transmitirá al consumidor y usuario con la entrega de los bienes al transportista, sin perjuicio de sus derechos frente a éste (Art. 66 ter).

VII.- OTRAS NOVEDADES

Se da una nueva **definición** de los **contratos a distancia**: para abarcar todos los casos en que los contratos se celebran entre el empresario y el consumidor y usuario en el marco de un sistema organizado de venta o prestación de servicios a distancia, exclusivamente mediante el uso de una o varias técnicas de comunicación, como pueden ser la *venta por correo, Internet, teléfono o fax*, hasta el momento en que se celebra el contrato y con inclusión de ese momento.

En este tipo de Contratos, que utilicen medios de comunicación con restricciones técnicas, por ejemplo la limitación del número de caracteres en un teléfono móvil, las empresas deberán remitir a los consumidores a otra fuente para completar la información, que puede ser un teléfono gratuito o una página web.

- Nueva definición de **contrato celebrado fuera del establecimiento mercantil**:

Esta definición abarca también aquellas situaciones en que se establece contacto personal e individual con el consumidor y usuario fuera del establecimiento, aunque luego el contrato se celebre inmediatamente después en el establecimiento mercantil del empresario o a través de un medio de comunicación a distancia. Por ejemplo, las compras realizadas en el curso de una excursión organizada por el empresario durante la cual éste promociona y vende los productos que se adquieren, se consideran también contratos celebrados fuera del establecimiento.

Se contempla como novedad la **exigencia** de que los sitios web de comercio indiquen de **modo claro y legible**, a más tardar al inicio del procedimiento de

compra, si se aplica alguna **restricción de suministro** y cuáles son las **modalidades de pago** que se aceptan.

- La expedición de la **factura electrónica**, estará condicionada a que el empresario haya obtenido previamente el consentimiento expreso del consumidor. La solicitud del consentimiento deberá precisar la forma en la que se procederá a recibir la factura electrónica, así como la posibilidad de que el destinatario que haya dado su consentimiento pueda revocarlo y la forma en la que podrá realizarse dicha revocación.

El derecho del consumidor y usuario a recibir **la factura en papel no** podrá quedar condicionado al **pago de cantidad** económica alguna (art. 63).

- En cuanto a los **cargos por utilización de medios de pago**, estos no podrán superar el coste soportado por el empresario por el uso de tales medios. Corresponde al empresario probar el cumplimiento de las obligaciones a que este artículo se refiere (art.60 ter).
- **Entrega de los bienes** adquiridos deberá de realizarse en un plazo máximo de **30 días naturales** a partir de la celebración del **contrato de venta**, salvo que las partes acuerden otra cosa (art. 66 bis).

VIII.- MODIFICACIONES DE OTRAS LEYES INTRODUCIDAS POR LA NORMA:

a) Se modifica el párrafo f) del artículo 5.1 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, para su adecuación al artículo 6 de la Directiva 2005/29/CE, en relación a los actos de engaño.

b) Se modifica la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista y se derogan sus artículos 39 a 48, con objeto de evitar la confusión que genera la existencia de un *régimen duplicado para los contratos de venta a distancia* en esta norma y en la citada ley, cuyo contenido sobre venta a distancia resulta desfasado.

GABINETE ALMAGRO

c) Se modifica el artículo 11 de la Ley 1/2000, de 7 de enero de Enjuiciamiento Civil, dando nueva redacción a su apartado cuarto e incorporando un nuevo apartado cinco, legitimando al Ministerio Fiscal, para ejercitar cualquier acción en defensa de los intereses de los consumidores y usuarios.

d) Se deroga el apartado 4 del artículo 5 de la Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación, en cuanto a que a la *redacción de las cláusulas generales deberá ajustarse a los criterios de transparencia, claridad, concreción y sencillez*.

e) Se deroga el Real Decreto 1906/1999, de 17 de diciembre, por el que se regula la contratación telefónica o electrónica con condiciones generales en desarrollo del artículo 5.3 de la Ley 7/1998, de 13 de abril, de condiciones generales de la contratación, cuyas disposiciones resultan incompatibles con el enfoque de armonización máxima de la Directiva que se transpone.
