

PRÓXIMOS CAMBIOS EN LA LEY DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

Se amplía el plazo legal para que el consumidor pueda desistir del contrato a un mínimo de catorce días naturales (en caso de no haber recibido la información precisa, se amplía hasta doce meses). Las empresas deberán mostrar el precio final antes de que se concluya la transacción, que deberá ser aceptado por el usuario. En los contratos telefónicos el consumidor solo quedará vinculado una vez haya firmado la oferta o enviado su acuerdo por escrito en papel, por fax, correo electrónico o SMS. Además, se obliga a que las líneas habilitadas por las empresas para comunicarse con sus clientes (por ejemplo, teléfonos que comienza con 902 o similares "llamadas de atención al cliente") no tengan un precio superior al de la tarifa básica.

El Proyecto de Ley por la que se modifica el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios, actualmente en trámite parlamentario, introduce cambios importantes que tratan fundamentalmente de proteger a los consumidores contra las prácticas abusivas en las contrataciones de servicios a distancia o en las compras *on line*.

Con esta norma se adaptará a la legislación española una Directiva comunitaria de 2011 sobre los derechos de los consumidores. Se trata de una regulación necesaria, si se tiene en cuenta el importante crecimiento del comercio electrónico y las transacciones a distancia en los últimos años en España.

PRINCIPALES EJES DE LA REFORMA

1. **Información.** Se amplía la información precontractual que, por Ley, habrá que facilitar a los consumidores y usuarios, en general y, en particular, cuando formalicen contratos a distancia. Tendrá que ser clara y comprensible.
2. **Derecho de desistimiento.** Se introducen nuevas garantías en cuanto a la posibilidad de renunciar o desistir del contrato. Asimismo, se amplía el plazo en el que se puede ejercer: **de los siete días hábiles actuales a catorce días naturales**. En el caso de que no se hubiera informado al consumidor de que puede ejercer este derecho, **el plazo queda automáticamente ampliado a doce meses**. La nueva norma, además, incorporará un formulario de desistimiento común en Europa, que facilita el ejercicio de este derecho y que se tendrá que facilitar junto con la información previa al contrato.
3. **Nuevos derechos.** El Proyecto dota a los consumidores de nuevos derechos, referidos a la forma y los plazos de entrega y el riesgo de pérdida o deterioro del bien adquirido, entre otros.

PRINCIPALES NOVEDADES

1. Concepto más amplio de consumidor y usuario

- Entre las definiciones nuevas que incluye la norma, cabe destacar el concepto de consumidor y usuario que 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.
- En cuanto al concepto de empresario, se define como tal 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.

2. Nueva definición de contrato a distancia y concepto de establecimiento mercantil

- Se incorpora a la norma una nueva definición de contrato a distancia que abarca 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.
- Dicha definición abarca también las situaciones en las que el consumidor y usuario únicamente visita el establecimiento mercantil de la empresa con el propósito de recabar información sobre los bienes o los servicios y la negociación y celebración subsiguiente del contrato tienen lugar a distancia. El concepto de sistema organizado de prestación de servicios o de venta a distancia incluye los sistemas ofrecidos por un tercero distinto del empresario pero utilizado por éste, como una plataforma en línea. No obstante, no cubre los casos en los que las páginas Web ofrecen información solamente sobre el empresario, sus bienes o servicios y sus datos de contacto.
- La 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.
- 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 incorpora el concepto de establecimiento mercantil, que comprende todo tipo de instalaciones (como tiendas, puestos o camiones) que sirvan al empresario como local de negocios permanente o habitual. Si cumplen esta condición, los puestos de mercados y los stands de feria se consideran también como establecimientos mercantiles. Asimismo, se considera un establecimiento mercantil la instalación de venta al por menor en la que el empresario ejerce su actividad de forma estacional,

por ejemplo, durante la temporada turística en una estación de esquí o en una zona de playa, puesto que el empresario ejerce allí su actividad de forma habitual. Sin embargo, los espacios accesibles al público, como calles, centros comerciales, playas, instalaciones deportivas 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.

2. Se amplía la información que deberá ser facilitada a los consumidores

La nueva ley supondrá un reforzamiento de la información al consumidor y usuario, a través de la ampliación de los requisitos de información precontractual exigibles en los contratos con consumidores y usuarios, que en el caso de los contratos a distancia y los contratos celebrados fuera del establecimiento del empresario han sido objeto de plena armonización por parte de la directiva europea.

- Los empresarios deberán informar a los consumidores y usuarios de la existencia y las condiciones de los depósitos u otras garantías financieras que, en su caso, tengan que pagar o aportar a solicitud del empresario, incluidas aquellas por las que se bloquee un importe en la tarjeta de crédito o débito del consumidor y usuario.
- También deberán informar de la existencia de la garantía legal de conformidad de los bienes, así como de la existencia y condiciones de los servicios posventa y de las garantías comerciales que otorguen, en su caso. Además, en los contratos de suministro de contenido digital, deberán informar de las distintas formas de utilización del mismo y de cualquier limitación técnica, como son la protección a través de la gestión de los derechos digitales o la codificación regional, así como de toda interoperabilidad relevante con los aparatos y programas conocidos por el empresario o que quepa razonablemente esperar que deba conocer, 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.
- En los contratos a distancia, se adaptan los requisitos de información para tener en cuenta las restricciones técnicas de ciertos medios de comunicación, como las limitaciones de número de caracteres en determinadas pantallas de teléfono móvil o de tiempo en los anuncios de ventas televisivos. En tales casos, el empresario deberá respetar un conjunto mínimo de requisitos de información y remitir al consumidor y usuario a otra fuente de información, por ejemplo facilitando un número de teléfono gratuito o un enlace a una página Web del empresario donde la información pertinente esté directamente disponible y sea a fácilmente accesible.
- Se regula igualmente los requisitos formales de los contratos a distancia y de los celebrados fuera del establecimiento, y 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.

3. Regulación más amplia del derecho de desistimiento

Se regulan como novedades sobre el derecho de desistimiento:

- 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.
- 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. 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.

2. Medidas contra los “cargos encubiertos”

- La reforma busca acabar con los "cargos encubiertos" de las compras por Internet. Así, a partir de ahora las empresas deberán mostrar el precio final antes de que se concluya la transacción, que deberá ser aceptado por el usuario. El empresario tendrá que velar porque el consumidor, al realizar un pedido a través de Internet, 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.
- Se establece la obligación de los empresarios de facilitar de forma precontractual la información sobre los gastos que irán vinculados a la forma de pago, transporte, entrega u otros. De esta forma, las empresas deberán mostrar el precio final antes de formalizar la contratación.
- Así mismo, en lo que se refiere a los medios de pago, se impide facturar al consumidor un coste superior al que debe satisfacer el empresario. Un ejemplo claro de ello lo tenemos con la compra de un billete de avión a través de Internet, donde si el pago se realiza mediante tarjeta de crédito ello comporta un cargo mayor.
- Como consecuencia, se prevé que si el empresario no cumple con dichos requisitos de información, el consumidor no estará obligado al pago de dichos gastos, pudiendo recuperar la diferencia entre el coste inicial y el final. Si el empresario no obtiene el

consentimiento expreso del consumidor para un pago adicional al acordado y, en su lugar, lo deduce utilizando opciones por defecto, el usuario tendrá derecho al reembolso del pago.

Números 902 o similares

- En el caso de que el empresario decida habilitar una línea telefónica para comunicarse con sus clientes en relación al contrato, el uso de esta línea no podrá suponer un coste superior al de la tarifa básica.
- Esta medida trata de que los usuarios para comunicarse con las compañías se vean obligados a llamar a un número 902 o similares, cuyo coste es superior a las llamadas entre fijos o móviles. Sin embargo, no se especifica que se entiende por tarifa básica y si estará incluida en las tarifas planas o no.

Contratos telefónicos

- En los casos en los que la empresa sea la que se ponga en contacto telefónico con un usuario para formalizar el contrato, deberá confirmar la oferta por escrito o, salvo oposición expresa del consumidor, en un soporte duradero.
- La oferta no será vinculante hasta que el consumidor haya firmado la oferta o enviado su acuerdo por escrito, ya sea en papel, por fax, correo electrónico o por un mensaje de SMS. De este modo, se asegura que el consumidor es plenamente consciente de lo que está aceptando al garantizarse adecuadamente que recibe la información precontractual obligatoria, algo que no es posible si el proceso completo se lleva a cabo en una única conversación telefónica.

Otras novedades

- Con respecto a la entrega de los bienes, la norma prevé que en aquellos casos en que el empresario no ha hecho entrega de los mismos en el plazo convenido con el consumidor y usuario, este último, antes de poder resolver el contrato, debe emplazar al empresario a que le haga la entrega en un plazo adicional razonable y tendrá derecho a resolver el contrato si el empresario tampoco entrega los bienes en dicho plazo adicional.
- En relación con el uso de medios de pago por parte de los consumidores y usuarios, se prohíbe a los empresarios el cobro de cargos que excedan el coste soportado por éstos por el uso de tales medios de pago.
- En cuanto al riesgo de pérdida o deterioro de los bienes, la norma establece disposiciones dirigidas a proteger al consumidor y usuario de todo riesgo que pueda tener lugar antes de que haya adquirido la posesión material de los mismos.

Pueden ponerse en contacto con este despacho profesional para cualquier duda o aclaración que puedan tener al respecto.