



FACULTAD de
CIENCIAS EMPRESARIALES
y del TRABAJO de SORIA
Universidad de Valladolid

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y DEL TRABAJO DE
SORIA**

Relaciones Laborales y Recursos Humanos

TRABAJO FIN DE GRADO

**Protección de los consumidores y usuarios:
una especial alusión a la protección del
consumidor online**

Presentado por Mireia Plaza Magaña

Tutelado por: Flora Martín Moral

Soria, 30 de junio de 2015.



Universidad de Valladolid

Abreviaturas:

AECOSAN: Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimenticia y Nutrición.

CCAA: Comunidades Autónomas

CE: Constitución Española

INC: Instituto Nacional de Consumo

JA: Junta Arbitral

JAC: Junta Arbitral de Consumo

LA: Ley de Arbitraje

LEC: Ley Enjuiciamiento Civil

LGDCU: Ley General Defensa Consumidores y Usuarios

LODA: Ley orgánica reguladora del Derecho de Asociación

LOPDGP: Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal

LSSICE: Ley de la Sociedad de la información y Comercio Electrónico

OPASAC: Oferta Pública de Adhesión al Sistema Arbitral de Consumo

RD: Real Decreto

RDDPC: Real Decreto por el que se regula el Distintivo Público de Confianza

RDSAC: Real decreto, Sistema Arbitral de Consumo

SAC: Sistema Arbitral de Consumo

TR- LGDCU: Texto Refundido, Ley General de la Defensa de Consumidores y Usuarios.

TR: Texto Refundido

UE: Unión Europea

Resumen:

El trabajo analiza la protección de los consumidores y usuarios. En un primer capítulo se muestra la evolución de las leyes en materia de consumo hasta la actualidad. En una segunda parte, se detallan los derechos que existen para los consumidores y usuarios, mostrando en el tercer capítulo las diferentes alternativas para hacer valer estos derechos a través de la vía judicial o extrajudicial. Se concluye haciendo una alusión al consumidor online y las particulares derivadas del medio por el que se contrata así como la presencia física de las partes, se motiva la existencia de una protección diferente.

Abstract:

The dissertation analyses consumer rights and the laws of consumer protection. First of all, it shows the evolution of consumer laws to date. In second place, it is concerned with the rights witch there are for the consumers and on-line consumers. The third chapter shows the various legal routes open to consumers to enforce their rights. The dissertation concludes with a consideration of protection for the on-line consumer and incoming the issues particular to this from is procurement.

Palabras Clave

Consumidor, usuario, consumidor online, sistema arbitral de consumo, derechos, protección, comercio electrónico.

Key Words:

Consumer, user, on-line consumer, consumer arbitration system, rights, protection, on-line trade.

Abreviaturas

ÍNDICE

Introducción.....	8
-------------------	---

CAPÍTULO 1

CRONOLOGÍA NORMATIVA Y CONCEPTOS BÁSICOS

1.1 Régimen jurídico	12
1.1.1 Antecedentes	12
1.1.2 Principales leyes y sus sucesivas modificaciones en materia de protección de consumidores y usuarios.....	13
1.1.2.1 Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios	13
1.1.2.2 Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.	14
1.2 Protección constitucional del consumidor	15
1.3 Marco jurídico.....	16
1.3.1 Normativa internacional.....	16
1.3.2 Normativa europea	16
1.3.3 Normativa nacional.....	17
1.3.4 Normativa autonómica.....	18
1.4 Noción de consumidor – usuario y empresario	18
1.4.1 Consumidor - Usuario.....	19
1.4.2 Empresario	21

CAPÍTULO 2

DERECHOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

2.1 Introducción.....	24
2.2 Clasificación	24
2.2.1 Derechos sustantivos	24
2.2.2 Derechos instrumentales.....	28
2.2.3 Derechos innecesarios	29
2.3 Derechos sectoriales de consumo	29
2.3.1 Derechos de los pasajeros del transporte aéreo.	30
2.3.1.1 Denegación de embarque por <i>overbooking</i> grandes retrasos y cancelaciones.....	30
2.3.1.2 Derechos de los pasajeros de viajes combinados.....	34
2.3.2. Derechos de los viajeros de autobús y autocar.....	36
2.3.3. Derechos de los usuarios de los Servicios de Telecomunicaciones ...	37

**CAPÍTULO 3
VÍA JUDICIAL Y VÍA EXTRAJUDICIAL PARA LA PROTECCION DE LOS
CONSUMIDORES Y USUARIOS**

3.1 Vía judicial	41
3.1.1 Introducción.....	42
3.1.2 Tipos de intereses	42
3.3 Vía extra judicial	43
3.3.1 Introducción.....	43
3.3.2 Objeto del Real Decreto del Sistema Arbitral de Consumo	45
3.3.3 Organización del Sistema Arbitral de Consumo	46
3.3.3.1 Juntas arbitrales de consumo.....	46
3.3.3.2 Comisión de las Juntas Arbitrales de Consumo	47
3.3.3.3. Consejo general regulado en los art. 12 al 15	48
3.3.3.4 Órganos arbitrales.....	49
3.4 Convenio Arbitral de consumo	50
3.5 Procedimiento Arbitral	53
3.6 Arbitraje de consumo colectivo	57

**CAPÍTULO 4
CONSUMIDOR ONLINE**

4.1 Introducción	59
4.2 Contratos celebrados a distancia y fuera del establecimiento mercantil	60
4.2.1 Contratos « A distancia»	60
4.2.2 Contratos fuera del establecimiento mercantil.....	61
4.3 Comunicaciones comerciales	62
4.3.1 Derecho de información precontractual.....	63
4.3.2 Derecho de información previa a la celebración del contrato.....	63
4.3.3 Derechos en los requisitos formales de la contratación	64
4.3.4 Derecho desistimiento	65
4.3.4.1 Obligaciones y responsabilidades del consumidor (art.108 TR- LGDCU).....	66
4.3.5 Derechos en la ejecución del contrato a distancia	66
4.4 Riesgos derivados de la contratación electrónica	67
4.4.1. Riesgo derivado de la información registrada en la plataforma.....	67
4.4.2 Riesgo por publicidad engañosa	68
4.4.3. Riesgo por el uso de condiciones generales de contratación:.....	69
4.4.4 Otros riesgos en la red	69
4.5 Medidas para proteger los derechos del consumidor online	70

Índice	
4.5.1 Medidas técnicas.....	70
4.5.2 Medidas judiciales y extrajudiciales.....	71
4.5.2.1 Protección judicial:.....	71
4.5.2.2 Protección extra-judicial	72
CONCLUSIONES:	77
BIBLIOGRAFÍA	79

INTRODUCCIÓN

En el ámbito del Derecho Mercantil, se ha hablado siempre de «soberanía del consumidor». Siempre ha habido y habrá libertad de elegir las compras de los consumidores y usuarios.

La distribución de los bienes y servicios está en continua evolución y cambio debido a la sociedad económica en la que nos encontramos. Consumidores y usuarios no pueden conocer con exactitud todas las particularidades de los productos y servicios que están a disposición en el mercado.

En determinadas ocasiones, puede haber una falta de libertad de elección debido a situaciones de monopolio u oligopolio. Esto puede llevar a una posición subordinada de consumidores y usuarios cuando no obtienen el servicio deseado o cuando adquieren un producto defectuoso.

El objetivo de este trabajo se centra en ver cómo se ha ido desarrollando la protección del consumidor, desde su origen, con la promulgación de la Constitución Española en 1978, hasta la actualidad. Como esta protección se ha ido adaptando a la sociedad y al nuevo consumo derivado del aumento de las nuevas tecnologías, que conlleva a la contratación en masa. Analizar los derechos de los consumidores y usuarios que se les otorgan por encontrarse en una situación «desprotegida» frente a las empresas. Además de desarrollar las diferentes vías de solución de conflictos entre empresarios y consumidores, como son la vía judicial y vía extra judicial, que se ponen a disposición de consumidores y usuarios para desarrollar el ejercicio de sus derechos.

El presente trabajo se ha realizado a través de un análisis de jurisprudencia y doctrina de manera descriptiva, para acabar con una opinión crítica plasmada en las conclusiones.

En la primera parte de este trabajo, tratamos de situar toda la legislación vigente en materia de protección de los consumidores y usuarios que se ha ido adaptando conforme la evolución de la sociedad. También se analizará a quien se atañe esta protección y las personas involucradas, realizando un estudio de qué entiende el Texto Refundido de la Ley general para la Defensa de los Consumidores y Usuarios por consumidor – usuario y empresario. Debido a que es uno de los mayores problemas que se presentan por el galimatías de leyes que lo conforman.

Para el desarrollo del primer capítulo, se van a utilizar fundamentalmente normas como la Constitución, la Ley de Consumidores y Usuarios de 1984 y sus reformas hasta constituir el actual TR-LGDUCU, dicho Texto Refundido será nombrado y analizado durante todo el trabajo. Además en este primer capítulo se tendrán en cuenta las valoraciones que han determinado algunos autores respecto a los conceptos que el TR califica como consumidor- usuario y empresario.

Introducción

La segunda parte del trabajo, tratará de los derechos otorgados a consumidores y usuarios. De una parte, los básicos que vienen recogidos en el TR-LGDCU y otros específicos con carácter sectorial. Se puede observar que tienen bastantes derechos, ello es debido a que los consumidores y usuarios se encuentran en una posición subordinada frente al empresario y con ello conlleva a la imposición de una serie de obligaciones a los empresarios.

Para el desarrollo de este capítulo, se va a analizar en un primer momento los derechos básicos que se regulan en el TR-LGDCU atendido a una clasificación de Bercovitz, catedrático en derecho mercantil. En segundo lugar se examinarán algunos derechos sectoriales. Para el sector del transporte aéreo se detalla el Reglamento (CE) 261/2004 por el que se establecen normas comunes de compensación y asistencia a los pasajeros aéreos en caso de denegación de embarque y cancelación o gran retraso de los vuelos; y el TR-LGDCU para los viajes combinados. Para los viajeros de autobús y autocar se detallarán los derechos que atribuye el reglamento 181/2011 sobre los derechos de los viajeros de autobús y autocar. Para finalizar el capítulo se mencionarán los servicios de Telecomunicaciones, a través del Real Decreto 899/2009, de 22 de mayo por el que se aprueba la carta de derechos del usuario de los servicios de telecomunicaciones.

En el tercer capítulo nos centramos en las vías que los consumidores y usuarios cuentan para hacer efectivos sus derechos. Se encuentra la vía extrajudicial, en la que se hace una especial mención debido a las ventajas que otorga frente a la vía judicial

Para la vía extrajudicial, se va a tener en cuenta, además del TR-LGDCU el Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero por el que se regula el Sistema Arbitral de consumo y la Ley60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje, por el que se regula el arbitraje y los actos electrónicos.

Culminaremos con el consumidor online, ya que, como se ha comentado, las Leyes se van modificando para adaptarse a la situación actual y la sociedad de la información en la que estamos inmersos tiene una especial relevancia. Nos encontramos en un momento en el que no contamos con la presencia física del empresario y eso hace que a la hora de hacer valer los derechos sea un poco más difícil

En este capítulo, protección al consumidor online, seguiremos analizando el TR-LGDCU en lo relativo a los contratos celebrados fuera del establecimiento mercantil y los celebrados a distancia. Haciendo una mención especial a la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio electrónico. También se tendrán en cuenta estudios realizados por la Agencia Española de Protección de Datos, así como la Ley de publicidad engañosa y la Ley de competencia desleal.

Introducción

La elección por el tema de la protección y derechos de los consumidores y usuarios es debida a su vinculación con las competencias exigidas del título. El presente trabajo recoge aspectos del marco regulador del Derecho Civil y Derecho Mercantil. Además se trata de una materia directamente relacionada con las prácticas que tuve oportunidad de realizar en una Oficina Municipal de Información al Consumidor de Tudela tras haber realizado un grado superior: «Servicios al Consumidor». En el que adquirí competencias en inspección de consumo y en resolución de conflictos, tanto con un acuerdo previo entre consumidor y empresario y asistiendo a las Juntas Arbitrales de consumo como se detalla en el trabajo.

CAPÍTULO 1

CRONOLOGÍA NORMATIVA Y CONCEPTOS BÁSICOS

1.1 Régimen jurídico

1.1.1 Antecedentes:

En España han existido mecanismos que han garantizado de algún modo la protección de los derechos del consumidor, sobre todo en el Código Civil¹ y en el Código de Comercio². También se ha procedido a la defensa de estos derechos mediante la promulgación de leyes intervencionistas en diversos sectores «como el transporte aéreo, defensa de la competencia, la publicidad comercial, la venta a plazos de bienes muebles y la de viviendas en construcción, el contrato de seguro y alguna otra de carácter sancionador³».

En la Constitución Española de 1978⁴ se incluye el art.51 dedicado exclusivamente a la protección de los consumidores y usuarios, siguiendo la tendencia europea en relación a este tema y muy influenciado por el Programa Preliminar de la Comunidad Económica Europea, del 14 de abril de 1975⁵.

Para desarrollar el art. 51 de la CE dentro de una Ley que recogiese con mayor amplitud la defensa de los derechos de los consumidores se promulgó la Ley 26/1984 del 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios⁶. Esta ley «estableció un catálogo de derechos mínimos, un régimen de garantías y responsabilidades para proteger al consumidor».⁷

En 2006 se promulga la Ley 44/2006 del 29 de diciembre, de mejora de la protección de los consumidores y usuarios⁸. Esta Ley se promulga con el fin de introducir modificaciones, por un lado para cumplir con la Sentencia del Tribunal de Justicia⁹ de las Comunidades Europeas y por otro lado para mejorar la protección de los consumidores en los ámbitos que se ha considerado necesario.

¹ art. 1255; art. 1256; art. 1102; art. 1288 en: España. Real Decreto de 24 de Julio de 1889, del Código Civil. Boletín Oficial del Estado, de 25 de julio de 1889, 206: 249 - 259

² art. 59 en: España. Real Decreto de 22 de agosto de 1885 por el que se publica el Código de Comercio. Boletín Oficial del Estado, 16 de octubre de 1885, 289: 169 - 170

³ (ACEDO PENCO, A. 2012:13)

⁴ Constitución Española (1978)

⁵ ACEDO PENCO, A. (2003)

⁶ ACEDO PENCO, A. (2012).

⁷ (Acedo Apenco, A. 2012: 14).

⁸ TR-LGDCU (2007)

⁹ Sentencia de 9 de septiembre de 2004, Asunto C-70/2003, el Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas declara que el Reino de España había incumplido las obligaciones que le incumben en virtud de la Directiva 93/13/CEE del Consejo, de 5 de abril de 1993, sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores. En concreto, el Tribunal de Justicia entiende que España no ha adaptado correctamente su Derecho interno a los artículos 5 y 6, apartado 2, de la citada directiva. La Directiva 93/13/CEE ha sido incorporada a nuestro Derecho interno mediante la Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre Condiciones Generales de Contratación, la cual, a través de su disposición adicional primera, modifica la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

Cronología normativa y conceptos básicos

El artículo 83.5 de la CE, autoriza al Gobierno a refundir textos legales. Es en la Ley 44/2006 de mejora de protección de los consumidores y usuarios en su Disposición final quinta donde habilita al Gobierno para que en plazo de un año elabore un Texto Refundido de la Ley 26/1984 General para la Defensa de los Consumidores y usuarios y las normativas de las Directivas comunitarias en relación con la protección de consumidores y usuarios.

Así en el 2007 se promulgó el Real Decreto Legislativo 1/2007 del 16 de noviembre que aprobó el Texto refundido de la Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias¹⁰. Este texto derogó la Ley de 1984, el contenido de esta norma se transcribió de manera íntegra y se completó con otras leyes y normas estatales recogiendo todo lo concerniente a los derechos y protección de los consumidores y usuarios¹¹.

1.1.2 Principales leyes y sucesivas modificaciones de la protección de los consumidores y usuarios:

1.1.2.1 Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios¹²

Fue la primera ley específica que se promulgó con la intención de abarcar toda la materia relativa a la protección de los consumidores y usuarios. La propia Ley menciona que para su realización se han contemplado los principios y directrices vigentes en materia de protección al consumidor en la Comunidad Económica Europea.

Esta ley no suplanta otros desarrollos normativos, tales como: «la legislación mercantil, penal o procesal y las normas sobre seguridad industrial, higiene y salud pública, ordenación de la producción y comercio interior», así la propia norma lo señala en las Disposiciones Generales.

Objetivo de la Ley:

1. Establecer los procedimientos eficaces para la defensa de los consumidores y usuarios.
2. Disponer del marco legal adecuado para favorecer el desarrollo en este campo.
3. Declarar los principios, criterios, obligaciones y derechos que configuran la defensa de los consumidores y usuarios. En el marco de lo establecido en la Constitución Española, los poderes públicos en sus actuaciones y posteriores desarrollos legislativos, tendrán en cuenta lo dispuesto en esta Ley.

¹⁰ TRLGDCU (2007)

¹¹ ACEDO PENCO, A. (2012)

¹² Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

Capítulo 1

Estructura de la Ley:

Se estructura en 10 capítulos con un total de 41 artículos, 4 disposiciones finales y una disposición derogatoria, abordando cada capítulo un campo de la protección al consumidor.

- Capítulo I: Ámbito de aplicación y derechos de los consumidores.
- Capítulo II: Protección de la salud y seguridad.
- Capítulo III: Protección de los intereses económicos y sociales.
- Capítulo IV: Derecho a la información.
- Capítulo V: Derecho a la educación y formación en materia de consumo.
- Capítulo VI: Derecho de representación, consulta y participación.
- Capítulo VII: Situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión.
- Capítulo VIII: Garantías y responsabilidades.
- Capítulo IX: Infracciones y sanciones.
- Capítulo X: Competencias.

1.1.2.2 Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias¹³.

Objetivo de la Ley

Este Real Decreto es creado debido a la disposición final quinta de la Ley 44/2006, que permite al Gobierno refundir todas las leyes anteriores en materia de protección al consumidor en un único texto.

Las leyes que quedan refundidas son: «Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, la Ley 26/1991, de 21 de noviembre, sobre contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles; la regulación dictada en materia de protección a los consumidores y usuarios en la Ley 47/2002, de 19 de diciembre, de reforma de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista, para la transposición al ordenamiento jurídico español de la Directiva sobre contratos a distancia; la Ley 23/2003, de 10 de julio, de Garantías en la Venta de Bienes de Consumo, la Ley 22/1994, de 6 de julio, de Responsabilidad Civil por los daños causados por productos defectuosos y la Ley 21/1995, de 6 de julio, sobre viajes combinados».

Estructuración de la Ley:

Se estructura en cuatro libros divididos en 12 títulos, 37 capítulos y 165 artículos, 3 disposiciones transitorias y tres disposiciones finales.

Libro I: «Disposiciones Generales»

- Título primero: «Ámbito de aplicación y derechos básicos de los consumidores y usuarios»

¹³ TR-LGDCU (2007)

Cronología normativa y conceptos básicos

- Título segundo: « Derecho de representación, consulta y participación y régimen jurídico de las asociaciones de consumidores y usuarios »
- Título tercero: «Cooperación institucional »
- Título cuarto: «Potestad sancionadora»
- Título quinto: «Procedimientos judiciales y extrajudiciales de protección de los consumidores y usuarios»

Libro II: «Contratos y garantías»

- Título primero: «Contratos con los consumidores y usuarios»
- Título segundo: «Condiciones generales y cláusulas abusivas»
- Título tercero: «Contratos celebrados a distancia y contratos celebrados fuera del establecimiento mercantil»
- Título cuarto: «Garantías y servicios posventa»

Libro III: « Responsabilidad civil por bienes o servicios defectuosos»

- Título primero: « Disposiciones comunes en materia de responsabilidad
- Título segundo: «Disposiciones específicas en materia de responsabilidad »

Libro IV: «Viajes combinados»

- Título primero: «Disposiciones generales»
- Título segundo: «Disposiciones relativas a la resolución del contrato y responsabilidades»

Este texto continúa vigente en la actualidad, aunque desde su promulgación ha sufrido un total de cuatro reformas:

- Ley 12/2009 de 23 de diciembre.
- Ley 31/2009 de 28 de diciembre.
- Ley 03/2014 de 28 de marzo.
- Ley 03/2015 de 02 de marzo.

1.2 Protección constitucional del consumidor

El Derecho de Consumo no se considera como una disciplina autónoma consolidada de nuestro ordenamiento jurídico, como pueden serlo el Derecho Civil o el Derecho Mercantil. Sin embargo, esta rama del Derecho ha ido cobrando importancia a lo largo de la historia.

La primera norma jurídica que en España impulsó la protección de los consumidores y usuarios fue la propia Constitución de 1978. El art. 51, ubicado en el Capítulo tercero, «Principios rectores de la política social y económica», del Título I, «Derechos y deberes fundamentales», de nuestra Norma Suprema, llama a la acción de los poderes públicos en defensa del consumidor:

Capítulo 1

«1. Los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos.

2. Los poderes públicos promoverán la información y la educación de los consumidores y usuarios, fomentarán sus organizaciones y oirán a éstas en las cuestiones que puedan afectar a aquéllos, en los términos que la ley establezca»

El art. 53 CE dispone que, los «principios reconocidos en el Capítulo tercero informarán la legislación positiva, la práctica judicial y la actuación de los poderes públicos», y que «sólo podrán ser alegados ante la jurisdicción ordinaria de acuerdo con lo que dispongan las leyes que los desarrollen». Ello nos conduce a afirmar, que el art. 51 CE no es una norma de aplicación inmediata, sino que requiere un desarrollo legislativo para poder ser alegado en juicio. El ejercicio de los derechos de los consumidores y usuarios fue regulado en 1981 por la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, dotando a los consumidores y usuarios de un instrumento legal de protección y defensa de sus derechos¹⁴.

1.3 Marco jurídico

La normativa actual relativa a los consumidores y usuarios tiene como finalidad proteger sus derechos y asegurar el cumplimiento de las obligaciones en las que se comprometen las partes.

1.3.1 Normativa internacional

En el ámbito internacional no se ha aprobado una normativa que regule estos derechos. Lo que existe son recomendaciones y guías de la OCDE, fruto de los encuentros entre los ministros de los diferentes Estados. Tiene especial la Guía de Protección de Consumidores, que fue aprobada en 1998 y que recoge marca los siguientes objetivos:

- Vigilar el fraude en el comercio electrónico.
- Resolver problemas derivados del comercio en la red y la devolución de objetos.
- Garantizar la privacidad de los datos del consumidor en las transacciones a través de internet.

1.3.2 Normativa europea

La regulación de los derechos sobre la protección de los consumidores en el ámbito europeo está recogida en Directivas:

Directiva 93/13/CEE del Consejo, de 5 de abril, sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores.

¹⁴ PEÑAS MOYANO (2006)

Cronología normativa y conceptos básicos

Directiva 2011/83/CE, de 25 de Octubre, del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre determinados aspectos de la venta y las garantías de los bienes de consumo.

Directiva 2009/22/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de abril, sobre las acciones de cesación en materia de protección de los intereses de los consumidores.

Además de las citadas directivas es importante mencionar también la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, que trata determinados aspectos jurídicos del comercio electrónico en el mercado interior. Ha servido como guía para la redacción en España de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSICE), que se ocupa de la regulación sobre la prestación de servicios de la Sociedad de la Información

1.3.3 Normativa nacional

La primera ley estatal concerniente al tema de los derechos de los consumidores online fue la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista: Esta ley tenía como finalidad regular las ventas especiales y actividades comerciales (art.1).

El Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias. (en la adelante, TR – LGDCU) regula, independientemente de lo que establece la LSSICE, en relación con los contratos electrónicos, los contratos celebrados a distancia y los celebrados fuera del establecimiento mercantil.

El objeto de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, es regular los servicios prestados en la Sociedad de la información y el Comercio electrónico estableciendo, unas obligaciones a los prestadores de servicios y las sanciones previstas cuando vulneren lo dispuesto a la Ley.

Cuando un consumidor o usuario, adquiere un bien o servicio fuera de España, serán de aplicación los derechos que vienen recogidos en el TR-LGDCU. No obstante, siempre que el lugar donde se ha realizado la compra esté vinculado con un Estado miembro de la UE, se aplicará la LSSICE. Sin embargo, si la compra se realiza en un Estado ajeno a la UE se aplicará el TR – LGDCU.

Respecto a las condiciones generales de contratación, deberán ser firmadas y aceptadas tanto por el consumidor o usuario como por el empresario, incluyéndolas en el contrato. Siempre se aplicarán las condiciones más beneficiosas para el consumidor o usuario. Si las generales son más favorables hacia el consumidor que las específicas, se establecerán las generales. Para ello hay que remitirse a la Ley/1998, de 13 de abril, sobre Condiciones, Generales de la Contratación.

Capítulo 1

Esta norma persigue obtener una mayor protección de los consumidores y usuarios online, ya que generalmente en este tipo de contratos son frecuentes los de adhesión, en los que el consumidor no tiene poder de decisión y deben de aceptar las condiciones que interpone el empresario.

En los contratos online, cabe la posibilidad de anular alguna cláusula pero el contrato seguirá existiendo. Se puede eliminar alguna condición pero no puedes desistir de las condiciones que estén bien.

Los contratos electrónicos son regulados principalmente por la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio electrónicos que adquieren su validez después de cumplir con el consentimiento de ambas partes y cumpliendo todos los requisitos formales¹⁵.

1.3.4 Normativa autonómica

En los artículos 148 y 149 de la Constitución, se atribuyen una serie de competencias a las CCAA y al Estado respectivamente.

La defensa del consumidor y usuario no se encuentra recogida en ninguno de estos artículos. Por ello, en base a lo establecido en el artículo 149.3, las CCAA pueden asumir las competencias que no han sido atribuidas al Estado en el artículo 149, a través de sus Estatutos.

Castilla y León tiene asumida la protección y defensa de los consumidores en su Estatuto de autonomía. En su artículo 16.16 alude a la protección de los consumidores y usuarios, como uno de los principios rectores de las políticas públicas. En este artículo se hace un llamamiento a los poderes públicos de Castilla y León para que promulguen y adopten las medidas oportunas para otorgar, entre otros, la «La protección de los consumidores y usuarios, que incluye el derecho a la protección de la salud y la seguridad y de sus legítimos intereses económicos y sociales».

El art. 71 del Estatuto de Autonomía de Castilla y León otorga a la comunidad las competencias de desarrollo y ejecución en materia de defensa de los consumidores y usuarios (art. 71. 5ª) ».

1.4 Noción de consumidor – usuario y empresario

Según Castañeda, en una sociedad de consumo, un individuo puede desempeñar dos papeles. El de «productor intermediario» o «empresario», al que se le exigirán unas obligaciones que deberán de cumplir el bien o servicio que ofrezca. Y el de «consumidor» al que se le ampara mediante una legislación especial ya que se encuentra en una posición de inferioridad en el

¹⁵ Agencia Española De Protección De Datos:

http://www.agpd.es/portalwebAGPD/canaldocumentacion/publicaciones/common/Guias/intecoaeprd_privacy_and_security_social_networks_web_accessible.pdf (06/06/2015)

Cronología normativa y conceptos básicos
mercado. Es por ello conveniente analizar qué entiende la Ley por «consumidor» para saber a quién le atañe esta protección¹⁶.

1.4.1 Consumidor - Usuario

En el artículo 3 del TR-LGDCU se desarrolla este concepto de consumidor y usuario:

«A efectos de esta norma y sin perjuicio de lo dispuesto expresamente en sus libros tercero y cuarto, son consumidores o usuarios las personas físicas que actúen con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión.

Son también consumidores a efectos de esta norma 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».

Parecería lógico, que al hablar del concepto de «consumidor» y «usuario», la norma realizase una distinción entre ambos términos. Debido a que un «consumidor» es aquel que adquiere un bien y «usuario» el que contrata un servicio. Pero durante la redacción del TR-LGDCU estos dos preceptos van unidos, como «consumidor o usuario» o «como usuario y consumidor» sin distinguirlos de ninguna manera.

Cámara, apela que lo correcto sería haber explicado ambos conceptos en una definición conjunta como ya ha sido desarrollado en algunas Comunidades Autónomas. Por otro lado, también critica que este sistema no es del todo correcto, ya que se observan erratas al referirse a «consumidor», «por ejemplo en servicios financieros (art. 85.2), ya que por su naturaleza jurídica sólo cabría la posibilidad de que sea un «usuario de servicios», «parece apelar una sola categoría en que la misma persona consume y usa a la vez¹⁷».

El artículo comienza afirmando que «A efectos de esta norma y sin perjuicio de lo dispuesto expresamente en sus libros tercero y cuarto [...]». Lo que requiere que nos refiramos al contenido del libro III del Texto Refundido que habla de «la responsabilidad civil por bienes o servicios defectuosos», refiriéndose a una responsabilidad hacia cualquier persona física, a la que afecten los daños causados por el bien o servicio contratado».

El libro IV redacta los «Viajes combinados» articulando la responsabilidad del «organizador y del detallista» frente al consumidor. Éste puede ser tanto el que contrata el viaje ya sea físico o jurídico como quien lo disfruta¹⁸. El consumidor al que se refieren estos libros es más general que al que se refiere el artículo 3 del TR - LGDCU como se va a ver a continuación.

Siguiendo el tenor literal del precepto tenemos que separar por un lado las personas físicas, y por otro las personas jurídicas o entes sin personalidad

¹⁶ CASTAÑEDA, J. (2002)

¹⁷ (CÁMARA LAPUENTE, S. 2011: 128-129)

¹⁸ BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A. (2009)

Capítulo 1

jurídica. Ya que cada uno posee unas características diferentes para poder ser considerados como consumidor o usuario. Atendiendo a la definición que se ha comentado anteriormente se puede clasificar de la siguiente manera;

El precepto está dividido en dos párrafos en los que se separa a las personas físicas y a las personas jurídicas o entes sin personalidad jurídica.

Una parte de la doctrina¹⁹ señala que al utilizar la palabra «actúen» se refiere al «acto de consumo» recogido en el artículo 1 de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios²⁰. Además a las personas jurídicas o entes sin personalidad se les exige que ese acto de consumo se realice sin ánimo de lucro, requisito no exigible para las personas físicas que, aunque disfruten de un bien o servicio con ánimo de lucro sí serán consideradas en todo caso como «consumidor».

Por otra parte, argumentan que hubiera bastado con que en la definición se hablase únicamente de «actividad empresarial», entendiéndose que dentro de ella queda incluida la «actividad profesional».

Las personas físicas para ser consideradas como consumidor o usuario, deben realizar este acto de consumo con un «propósito ajeno a su actividad comercial...». Refiriéndose sólo a su actividad profesional habitual pero no para cualquier otra.

Sin embargo, las personas jurídicas o entes sin personalidad jurídica serán consideradas como consumidores o usuarios cuando actúen sin «ánimo de lucro en un ámbito ajeno a una actividad comercial o empresarial», lo que quiere decir que no irá destinado ni a su actividad habitual ni a cualquier otra actividad comercial o empresarial.

Cabe la posibilidad de que una persona adquiera un bien o servicio para uso personal y profesional, Marín afirma que puede haber varias soluciones; el que lo adquiere siempre será consumidor, pues también lo utiliza para fines personales; que nunca sea considerado como tal ya que lo utiliza para su actividad profesional; o bien establecer dónde se utiliza más el producto o servicio²¹.

La Directiva 2011/89/UE, en su artículo 17 establece que «En contratos celebrados con doble finalidad, si el contrato se celebra con un objeto en parte relacionado y en parte no relacionado con la actividad comercial de la persona y el objeto comercial es tan limitado que no predomina en el contexto general del contrato, dicha persona deberá ser considerada como consumidor²²».

¹⁹ CAMARA LAPUENTE (2011) Y MARIN (2013)

²⁰ España. Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. Boletín Oficial del Estado, de 24 de marzo de 1984 núm. 175 y 176; art.1:

«son consumidores o usuarios las personas físicas o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales, bienes muebles o inmuebles, productos, servicios, actividades o funciones, cualquiera que sea la naturaleza pública o privada, individual o colectiva de quienes los producen, facilitan, suministran o expiden»

²¹ MARÍN (2013)

²² (CÁMARA LAPUENTE, S. 2011: 130-133) y (MARÍN LÓPEZ, MJ. 2013: 2-4)

Cronología normativa y conceptos básicos

Un ejemplo es cuando un empresario se compra un ordenador y lo utiliza tanto para uso personal como profesional y no se puede demostrar en qué ámbito lo utiliza más.

CONSUMIDOR	
REQUISITOS	
PERSONAS FÍSICAS	PERSONAS JURÍDICAS O ENTIDADES SIN PERSONALIDAD JURÍDICA
“ACTÚEN”	
	SIN ÁNIMO DE LUCRO
PROPÓSITO AJENO	ÁMBITO AJENO
A SU ACTIVIDAD COMERCIAL, EMPRESARIAL, OFICIO O PROFESIÓN	A UNA ACTIVIDAD COMERCIAL O EMPRESARIAL

Elaboración propia 1.1

1.4.2 Empresario

El TR -LGDCU otorga una protección a los consumidores por considerarlos « la parte más débil de la relación de consumo» frente al empresario. Otorgando a estos últimos una serie de obligaciones a la hora de ofertar el producto²³. A estos sujetos, el legislador los define de la siguiente manera en su artículo 4:

«A efectos de lo dispuesto en esta norma, se considera empresario a toda persona física o jurídica, ya sea privada o pública, que actúe directamente o a través de otra persona en su nombre o siguiendo sus instrucciones, con un propósito relacionado con su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión». Parece que es un concepto más amplio que el de empresario mercantil.²⁴

²³ (CANOSA USERA, R; ET.AL RODRIGUEZ – ARANA MUÑOZ JAIME, 2008: 107)

²⁴ Art. 1 Cód. Comercio: Son comerciantes para los efectos de este Código:1.º Los que, teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, se dedican a él habitualmente 2.º Las compañías mercantiles o industriales que se constituyen con arreglo a este Código.

Capítulo 1

Que la definición de empresario se refiera a personas físicas y jurídicas conlleva que se hable de «empresarios individuales» y «empresarios sociales y colectivos». Estos últimos adquieren su personalidad jurídica mediante lo establecido en el Código de Comercio a la hora de crear sociedades mercantiles. También existen otras personas jurídicas como asociaciones y fundaciones públicas o privadas.

La definición de empresario incluye también a las entidades sin personalidad jurídica como «sociedades irregulares, uniones temporales de empresas, sociedades civiles²⁵, etc.»

Como ya se ha comentado, tanto en la definición de consumidor y usuario, cómo en la de empresario habría sido suficiente con referirse a la actividad profesional o comercial.

En este sentido, Cámara Lapuente ofrece una solución: hubiese bastado con incluir la definición de actividad profesional o comercial en el TR-LGDCU. Considerarla aquella actividad que, independientemente de su forma jurídica y siendo desarrollada por el empresario o por un representante: oferte bienes o servicios en el mercado, se realice constantemente, sea estructurada y por cuenta propia.

²⁵ (CÁMARA LAPUENTE, S. 2011:164 – 165) y (SANCHEZ-CALERO GUILLARTE, J. 2013:80-82)

CAPÍTULO 2:

DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

2.1 Introducción

La Constitución hace que el Estado otorgue una protección a los consumidores y usuarios, en su art.51 obliga a los poderes públicos a garantizar su defensa, proteger la seguridad, su salud e intereses económicos, promover información y educación sobre sus derechos y la actuación de las organizaciones de consumidores y usuarios.

Todos estos derechos se recogen en el TR-LGDCU y sin perjuicio a lo establecido en otras normas sectoriales que regulan unos servicios o productos determinados otorgándoles una mayor protección específica.

En este capítulo comenzaremos analizando los derechos básicos que otorga el TR-LGDCU a los consumidores y usuarios, finalizando con algunas normas sectoriales relativas al transporte aéreo, viajes combinados, transporte de autobús o autocar y servicios de telecomunicaciones²⁶.

2.2 Clasificación

El artículo 8 del TR-LGDCU establece los derechos básicos de los consumidores y usuarios. Bercovitz los clasifica en tres grupos; Derechos sustantivos para referirse a los derechos fundamentales que debe de contener la norma; derechos instrumentales destinados a complementar a los primeros²⁷; y derechos innecesarios, que no hubiese sido necesario incluirlos en la norma ya que es regulada por el Código Civil.

2.2.1 Derechos sustantivos

Es el derecho de protección a la seguridad y salud del consumidor, y el derecho de sus intereses legítimos, económicos y sociales los que Bercovitz considera más importantes recogidos en la norma. La Ley dispone en el desarrollo de dichos derechos lo siguiente:

a) Derecho a la protección contra los riesgos que puedan afectar su salud o seguridad.

La protección de la seguridad y la salud se encuentra desarrollada en los artículos 11 al 16 del TR-LGDCU.

Dichos artículos establecen desde cuándo un producto o servicio es seguro, hasta cómo debe ser la información y las obligaciones de los

²⁶ Según informa: <http://consumo-inc.gob.es/guiaCons/derecho/home.htm>

²⁷ BERCOVITZ RODRIGUEZ – CANO, A. (2009)

Derechos de los consumidores y usuarios

empresarios de tomar una serie de medidas y qué información sobre el producto o servicio deben conocer los consumidores y usuarios.

También hace un llamamiento al desarrollo vía reglamento, la actuación de la Administración en este campo y las medidas que habría que tomar en situaciones extremas.

El artículo 11 establece que todo producto o servicio en el mercado debe de ser seguro. Para que se dé esta circunstancia, el consumidor o usuario al utilizar ese bien o servicio en condiciones normales no debe ocasionarle ningún riesgo para su seguridad o salud.

En los artículos 12 y 13 del TR-LGDCU se establecen las obligaciones del empresario de proporcionar la información sobre los riesgos de productos o servicios. Los requisitos que debe cumplir son los siguientes:

- Información antes de adquirir el bien o servicio.
- Información facilitada por el empresario.
- Información adecuada, es decir, comprensible y fácil de reconocer e interpretar por el comprador.
- Información sobre los riesgos que puede entrañar por su naturaleza, características y especificar los destinatarios.
- Información en el etiquetado siempre que sea posible, sino se utilizarán otros mecanismos.
- Información de productos peligrosos: envasado seguro advirtiendo del riesgo en el etiquetado.

Los empresarios tienen otras obligaciones específicas tales como:

- No tener ni almacenar productos ni bebidas prohibidas desde el momento de su producción hasta su distribución.
- Identificar bien los productos que contengan alguna sustancia calificada como peligrosa.
- No podrán vender a domicilio alimentos y bebidas. Con excepción comerciantes autorizados en algunas zonas del territorio nacional, o por la normativa local o de las CCAA.
- Establecer las marcas de seguridad ó identificación del responsable del producto.
- Retirar productos o servicios que puedan suponer algún riesgo para la seguridad o salud del consumidor o usuarios.
- Especial atención a los productos manufacturados.

Capítulo 2

- Utilización de ingredientes y demás materiales que no entrañen riesgos.

El TR-LGDCU en su artículo 14 llama al desarrollo vía reglamento para que las Administraciones Públicas puedan desarrollar unas medidas más específicas en base a lo establecido en este artículo: en lo relativo a la fabricación, producción, condiciones sanitarias, información, publicidad y aspectos de cualquier índole que puedan afectar al consumidor, además de las sanciones que prevea la Administración por incumplimiento.

En el artículo 15 del TR-LGDCU se encuentran desarrolladas otras actuaciones de las Administraciones Públicas con competencia en materia de consumo. Estas, pueden adoptar las medidas necesarias para paliar una situación de riesgo. Los costes que deriven de la intervención para llevar a cabo esta actuación deberán ser sufragados por quien haya originado el citado riesgo.

Las Administraciones deberán informar a los consumidores y usuarios del riesgo que hayan detectado, así como las medidas y precauciones que deben tomar. Para ello, pueden utilizar cualquier medio de comunicación y asegurarse de que llega a toda la población.

Cuando el producto o servicio que entrañe algún riesgo proceda de fuera de la UE, los responsables de las aduanas deberán trasladar la información a través de un sistema de alerta a todos los miembros de la Unión. Desde 2004 existe un sistema llamado «RAPEX²⁸». Este consiste en que si un país de la UE (China y Reino Unido también) detecta un producto que pueda suponer un riesgo o amenaza hace llegar la alerta a los demás países que se ponen en marcha para retirar el producto de todos los mercados.

Si el riesgo derivado del producto o servicio afecta a más de una Comunidad Autónoma, el artículo 16 del TR -LGDCU establece que se creará un órgano para paliar la situación, garantizando la seguridad y salud, sus intereses económicos y sociales y la reparación de los daños ocasionados.

b) Derecho a la protección de los intereses económicos y sociales.

Este derecho lo encontramos regulado en los artículos 19 al 21 del TR-LGDCU. Para Larrosa²⁹, la regulación de este derecho básico es innecesaria ya que esta protección viene desarrollándose a lo largo de todo el TR-LGDCU debido a que el objeto de la norma es proteger a los consumidores y usuarios.

Además de todo lo dispuesto en esta norma, los consumidores y usuarios tienen derecho a que se complemente lo establecido en este TR con las normas civiles, mercantiles, comunitarias estatales y autonómicas que puedan afectar a su protección social o económica (art.19).

²⁸ Comprender las políticas de la Unión Europea: Consumidores: (2014)

²⁹ LARROSA AMANTE, MJ. (2011)

Derechos de los consumidores y usuarios

Para las prácticas comerciales³⁰, el artículo 19 del TR-LGDCU establece que los empresarios deberán respetar también la Ley de Competencia Desleal y la Ley del Comercio Minorista.

Las prácticas desleales de los empresarios a los consumidores, vienen reguladas en los artículos 21 al 31 de la Ley de Competencia Desleal.

Los consumidores tienen derecho, a que el empresario no realice a la hora de comercializar los productos o servicios: prácticas engañosas en relación con los códigos de conducta o sellos de calidad; prácticas comerciales que induzcan a engaño; engañar al consumidor o usuario en cuanto a las características del producto o servicio, así como su disponibilidad; ofertar al consumidor una promoción de un producto o servicio a cambio de una compensación; dar lugar a la confusión o que no esté claramente especificado; prácticas agresivas por coacción o acoso...

En definitiva, los consumidores y usuarios tienen derecho, al adquirir un bien o servicio, a que la publicidad o comercialización no sea vulnerada por el empresario y esté sujeta a la Ley. En el caso de los consumidores o usuarios que adquieran un servicio financiero o bienes inmuebles prevalecerán las normas o reglamentos que les otorguen una mayor protección.

Los consumidores y usuarios al adquirir un bien o servicio, el cual contenga información sobre sus características, tienen derecho a conocer como mínimo, estos requisitos que el artículo 20 expone:

«Nombre, razón social y domicilio completo del empresario responsable de la oferta comercial y, en su caso, nombre, razón social y dirección completa del empresario por cuya cuenta actúa.

Las características esenciales del bien o servicio de una forma adecuada a su naturaleza y al medio de comunicación utilizado.

El precio final completo, incluidos los impuestos, desglosando, en su caso, el importe de los incrementos o descuentos que sean de aplicación a la oferta y los gastos adicionales que se repercutan al consumidor o usuario

Procedimientos de pago, entrega y ejecución del contrato.
Sistema de tratamiento de las reclamaciones».

Este derecho sigue desarrollándose en el artículo 21 estableciendo unos criterios para que el consumidor o usuario tenga unas garantías frente al

³⁰ A efectos del TR-LGDCU se consideran prácticas comerciales de los empresarios con los consumidores y usuarios todo acto, omisión, conducta, manifestación o comunicación comercial, incluida la publicidad y la comercialización, directamente relacionada con la promoción, la venta o el suministro de un bien o servicio a los consumidores y usuarios, con independencia de que sea realizada antes, durante o después de una operación comercial.

Capítulo 2

empresario y un conocimiento sobre los mecanismos de reclamación y la certeza de que éstas van a quedar reflejadas.

2.2.2 Derechos instrumentales

c) Derecho a la información, formación y educación³¹.

Los consumidores y usuarios tienen derecho a disponer de una información sobre el producto o servicio que van a contratar para poder realizar un adecuado uso y disfrute del mismo. Esto viene regulado en los artículos 17 y 18 del TR-LGDCU.

Según el artículo 17, consumidores y usuarios tienen derecho a conocer toda la información sobre los productos y servicios destinados a la venta de una manera clara y entendible. A través de asociaciones de consumidores o cualquier órgano interesado, deberán ser informados y educados.

En relación con el etiquetado y presentación del bien o servicio el artículo 18 establece unos requisitos mínimos que debe contener. Datos que no induzcan a error y unas exigencias mínimas de información que debe contener el bien o servicio.

Los datos que no deben llevar a error son los que contribuyen a la descripción del producto o servicio deben estar claramente especificados y en castellano así como no contener información falsa que pueda inducir a error o atribuir una exclusividad que no es cierta.

d) Derecho de representación, consulta y participación de las asociaciones de consumidores y usuarios

Este derecho viene recogido en los artículos 22 al 54 del TR-LGDCU, para determinar quienes tienen derecho a la representación consulta y participación en las asociaciones de consumidores de usuarios, la normativa nos remite a Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, Reguladora del Derecho de Asociación.³²

En su artículo 2, establece que todo el mundo tiene derecho a asociarse libremente a asociaciones de consumidores. Constata que el asociacionismo deber ser libre, nadie puede ser obligado a asociarse ni permanecer en ella, también dice que toda persona puede crear una nueva asociación. Los consumidores y usuarios que pertenezcan a una asociación no pueden suponer ventajas ni desventajas frente a los poderes públicos.

Los derechos que la Ley atribuye a los asociados vienen recogidos en el artículo 21 de la LODA, el cual otorga el derecho a la participación, tanto en sus actividades como en la organización de la asociación para establecer los órganos de gobierno que les van a representar.

³¹ Véase también art. 44, 60, 64, 69, 81, 97, a 100, 152 a 154 y 156 TR-LGDCU

³² Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, Reguladora del Derecho de Asociación.

Derechos de los consumidores y usuarios

Tienen derecho a ser informado del estado de las cuentas y de cómo desempeñan sus funciones. En el caso de que una asociación deba establecer una acción contra el asociado, estos tienen derecho a ser oídos previamente y haciendo las alegaciones oportunas antes de que le impongan una sanción.

e) Derecho a la protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, en especial ante situaciones de inferioridad subordinación e indefensión

Los consumidores y usuarios tienen derecho a ser defendidos frente al empresario a través de dos vías, judicial y extrajudicial³³. Ambas vienen reguladas en el TR-LGDCU en los artículos 53 al 58. Puesto que es un tema de especial importancia en el siguiente capítulo lo desarrollaremos con más amplitud.

2.2.3 Derechos innecesarios

f) Derecho a la protección contra los riesgos que puedan afectar a la seguridad o salud.

Este derecho viene regulado en los artículos 128-131 del TR-LGDCU en el que dice que todo consumidor o usuario perjudicado tiene derecho a ser indemnizado por daños y perjuicios.

Para Bercovitz³⁴, la inclusión de este derecho en el TR-LGDCU es innecesaria, pues es repetir y otorgar más responsabilidades y obligaciones al empresario que ya son reguladas en los artículos 135 al 146 del TR-LGDCU sobre productos defectuosos y el artículo 148 sobre la responsabilidad por la prestación de servicios.

2.3 Derechos sectoriales de consumo

El artículo 59 del TR-LGDCU regula el ámbito de aplicación de los contratos de los consumidores y expresa lo siguiente:

«1. Son contratos con consumidores y usuarios los realizados entre un consumidor o un usuario y un empresario.

2. Los contratos con consumidores y usuarios se registrarán, en todo lo que no esté expresamente establecido en esta norma o en leyes especiales, por las disposiciones legales que regulan los contratos civiles y mercantiles.

³³ Sistema Arbitral de Consumo: es el sistema extrajudicial de resolución de conflictos entre los consumidores y usuarios y los empresarios a través del cual, sin formalidades especiales y con carácter vinculante y ejecutivo para ambas partes, se resuelven las reclamaciones de los consumidores y usuarios, siempre que el conflicto no verse sobre intoxicación, lesión o muerte o existan indicios racionales de delito.

³⁴ Cit. BERCOVITZ RODRIGUEZ – CANO (2009)

Capítulo 2

La regulación sectorial de los contratos con los consumidores, en todo caso, debe respetar el nivel mínimo de protección dispensada en esta norma».

Lo que expresa este artículo, es que en caso de que exista una disposición sectorial a la hora de establecer un contrato entre el empresario y el usuario, deberá aplicarse dicha disposición en vez del régimen general del consumo. Todo ello se hará siempre que la protección otorgada en la Ley especial sea superior a la que viene regulada en la Ley general, el TR-LGDCU³⁵.

Además de todos los derechos básicos del consumidor desarrollados en el apartado anterior regulados por el TR-LGDCU. Existen otros derechos con una regulación específica como son: Derechos de los pasajeros del transporte aéreo, de los viajeros de autobús y autocar, de los usuarios de servicios de telecomunicaciones

2.3.1 Derechos de los pasajeros del transporte aéreo.

Estos derechos son regulados por la Agencia Estatal de Seguridad Aérea³⁶ por el Real Decreto 184/2008, de 8 de febrero, por el que se aprueba el Estatuto de la Agencia Estatal de Seguridad Aérea.

2.3.1.1 Denegación de embarque por *overbooking* grandes retrasos y cancelaciones

- Denegación de embarque³⁷

La denegación de embarque consiste en la negación de la compañía a transportar a los viajeros si no existen razones de peso para ello. Con ello, la compañía puede llegar a un acuerdo con el pasajero o no.

- **Derecho a la información**

En el caso de que el pasajero haya llegado a un acuerdo y voluntariamente decida no embarcar, no tendrán derecho a reclamar otros beneficios que no hayan sido pactadas con el transportista aéreo a la hora de renunciar. Pero si tendrán derecho a ser informados a través de un documento por parte del transportista en el que consten las normas de compensación y asistencia.

- **Derecho a la compensación**

Además tiene derecho al reembolso del importe del billete o al acceso a otro transporte diferente para llegar a su destino que no ha podido ser por la cancelación del vuelo.

³⁵ Centro De Estudios De Consumo (2015)

³⁶ AESA: Agencia Estatal de Seguridad Aérea

³⁷ AESA: <http://www.seguridadaerea.gob.es> (24/05/2015)

Derechos de los consumidores y usuarios

Los viajeros pueden optar o bien por la cantidad íntegra de lo que le costó el billete en los 7 días siguientes. La compañía buscará otro transporte lo más rápido posible para hacer llegar al pasajero a su destino o en una fecha posterior que convenga más al pasajero

- **Derecho a la atención:**

También tienen derecho a la atención durante el tiempo que se encuentren en el aeropuerto ofreciéndoles comida, refrescos, y llamadas telefónicas o similares. En el caso de que el medio de transporte ofrecido para que el pasajero llegue a su destino salga al día siguiente o cualquier circunstancia de índole parecida, los pasajeros tienen derecho a un alojamiento gratuito así como los gastos de ir y venir al aeropuerto.

Los pasajeros que no estén de acuerdo con la denegación de embarque tendrán los mismos derechos que los voluntarios y al no llegar a un acuerdo con el transportista, tendrá derecho a la compensación.

- **Derecho compensación:**

La compensación por parte de la compañía varía según los kilómetros del viaje que pretendía hacer y si el vuelo es intracomunitario o extracomunitario, la cuantía se ve reflejada en la siguiente tabla:

Distancia (Km)	Dentro UE	Fuera UE
0-1500 Km.	250€	250€
1500-3500Km.	400€	400€
Más de 3500 Km.	400€	600€

Elaboración propia 2.2

Si la compañía ofrece al pasajero otro medio de transporte y no hay una diferencia de 3 horas con la hora de llegada prevista por el avión denegado, las cuantías pueden ser reducidas hasta un 50%.

Distancia (Km)	Dentro UE	Fuera UE
0-1500 Km.	No más de 2 horas (125€)	No más de 2 horas (125€)
1500-3500Km.	No más de 3 horas (200€)	No más de 3 horas (200€)
Más de 3500 Km.	No más 3 horas (200€)	No más de 4 horas (300€)

Elaboración propia 2.3

- Retrasos³⁸

Los vuelos que se retrasen en función de la distancia que tenían prevista dan lugar a unos derechos a los pasajeros, información, atención y reembolso del billete³⁹.

- Derecho a la información.

En retrasos de hasta dos horas, los pasajeros tienen derecho a recibir por parte de la compañía el impreso con las normas de compensación y asistencia.

- Derecho al reembolso

Si el retraso dura 5 horas o más, el pasajero tienen derecho a no viajar voluntariamente, y la compañía deberá devolverle en 7 días la cuantía íntegra del billete del viaje. Si requiere de un transporte para regresar al punto donde inició el viaje también será reembolsado por la compañía.

- Derecho a la atención

Lo mismo que se establece para los viajeros de denegación de embarque.

- Derecho compensación económica

Si el pasajero, a causa de un retraso del vuelo, llega 3 horas más tarde a su destino y no es justificado por razones objetivas, tienen derecho a una compensación económica en función de la distancia del punto de partida con el destino del vuelo.

³⁸AESA: <http://www.seguridadaaerea.gob.es> (24/05/2015)

³⁹Reglamento por el que se establecen normas comunes por compensación y asistencia a los pasajeros aéreos en caso de denegación de embarque y cancelación o gran retraso de los vuelos(CE) 261/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo

Derechos de los consumidores y usuarios

Distancia (Km)	0-2 Horas	2-3 Horas	3 o más horas
0-1500 Km.	No	No	250€
1500-3500Km.	No	No	400€
Más de 3500 Km.	No	No	Dentro UE: 600€ Fuera UE:400€

Elaboración propia 2.4

- Cancelaciones⁴⁰

- Contempla los mismos derechos de información que los anteriores
- Derecho a la compensación económica

Si el vuelo se cancela por razones extraordinarias y son justificadas por la compañía, el pasajero carecerá de derechos. Tampoco en el caso de que el vuelo sea cancelado con antelación por la compañía, si se da esta circunstancia deberá asegurarse de que todos los pasajeros han sido informados.

Si la compañía avisa con más de 14 días de la cancelación del vuelo, los pasajeros no tendrán derecho alguno de compensación económica. En cambio si avisan con una antelación de 7 a 14 días tendrán derecho a una compensación económica, de no ser que la compañía ofrezca otro vuelo que salga con 2 horas de antelación como máximo y llegue a su destino con menos de 4 horas de retraso de la hora prevista.

Si la compañía informa de la cancelación el mismo día o en los seis anteriores de su salida tendrán derecho a compensación de no ser que ofrezcan otro vuelo que salga una hora antes de la salida esperada y que llegue a su destino como máximo con dos horas de retraso a la llegada prevista.

Si la compañía no ha avisado a los pasajeros con el tiempo suficiente, estos tendrán derecho a una compensación económica en función de los kilómetros del vuelo y si este era o no comunitario.

⁴⁰ AESA:

http://www.seguridadaaerea.gob.es/lang_castellano/particulares/pasajeros/dchos_pax/denegacion_em_barque/cancelaciones.aspx (24/05/2015)

Capítulo 2

Distancia (Km)	Dentro UE	Fuera UE
0-1500 Km.	250€	250€
1500-3500Km.	400€	400€
Más de 3500 Km.	400€	600€

Elaboración propia 2.5

Si la compañía ofrece otro medio de transporte para realizar el viaje que no se ha podido hacer por la cancelación, y el pasajero no tarda más de tres horas en llegar de lo previsto, también tendrá derecho a una compensación.

Distancia (Km)	Dentro UE	Fuera UE
0-1500 Km.	No más de 2 horas (125€)	No más de 2 horas (125€)
1500-3500Km.	No más de 3 horas (200€)	No más de 3 horas (200€)
Más de 3500 Km.	No más 3 horas (200€)	No más de 4 horas (300€)

Elaboración propia 2.6

2.3.1.2 Derechos de los pasajeros de viajes combinados

La Directiva 90/314 de la CEE del Consejo de 13 de junio recoge los derechos aplicables a los viajeros de todos los países de la Unión. Esta Directiva ha sido transpuesta en España por el TR-LGDCU, en sus artículos 150 a 165 regulando lo relativo a viajes combinados.

Según el artículo 150 del TR-LGDCU, establece que, la agencia de viajes de acuerdo con la normativa administrativa, que ofrezca un servicio conminado con distintos elementos como puede ser transporte y alojamiento cuya duración sea de más de 24 horas o brinde al menos una noche de estancia, será considerado como viaje combinado.

El artículo 153 insta a los consumidores y usuarios a ser informado por parte del organizador todas las características del viaje detallado; destinos, tiempo estimado del viaje y excursiones, el alojamiento, tipo de pensión donde van a alojarse, la documentación que deben aportar, el

Derechos de los consumidores y usuarios

precio detallado de todo el viaje, así como los anticipos o fianza que deben dar y demás información que pueda ser de interés del viaje que le ofrecen.

En siguientes artículos el TR-LGDCU regula otros derechos al consumidor o usuario, así en el artículo 155 crea el derecho a todos los contratantes o bien beneficiarios del viaje contratado a conceder la reserva a otra persona. Para ello deben comunicarlo con una antelación de 15 días antes de la fecha prevista de la salida del viaje, de no ser que anteriormente hayan pactado otra cosa. Los contratantes o beneficiarios y la persona a quien le haya cedido el viaje combinado deberán correr con los gastos ocasionados que deriven de la cesación.

Además de la obligación de información de las características del viaje que hemos hablado en el artículo 153, se establece en el artículo 156 otra información que debe ser conocida fehacientemente por el contratante o beneficiario del viaje, como tarde en la confirmación de la reserva del viaje lo siguiente:

Todos los medios de transporte que van a utilizar en el viaje combinado, el horario, así como escalas, desplazamiento de un transporte a otro y la categoría en la que van a viajar. Además deben conocer todos los datos para localizar al organizador o detallista en cada lugar del viaje.

Si el viaje es al extranjero y hay menores deben tener un teléfono directo con los responsables del viaje. También tienen derecho a establecer un seguro privado que sufragan los gastos por cancelación ó traslado al punto de partida en el caso de que concurra algún accidente, enfermedad o fallecimiento.

El artículo 157 y 158 dan unos derechos al consumidor o usuario a la hora de posibles revisiones y modificaciones del contrato. Así en el primero de ellos dice que tienen derecho a que los precios no se vean modificados ni para aumentarlo ni disminuirlo, en definitiva no pueden ser revisados salvo que se establezca en alguna cláusula esta posibilidad. En tal caso, la revisión sólo puede darse en relación de los medios de transporte. Todo ello debe ser comunicado al usuario 20 días antes del inicio del viaje.

El artículo 158 dice que si por obligación se precisa de cambiar alguna cláusula del contrato, el organizador tiene que comunicarlo sin demoras al usuario. De tal manera si se da esta circunstancia el contratante o beneficiario del viaje puede rescindir el contrato sin ninguna represalia, en el caso de aceptar la modificación tiene derecho a que no varíe el precio que ya habían pactado. Si no notifica su decisión en tres días se entenderá que cancela la reserva.

En el caso de cancelación en el artículo 159 establece el derecho al usuario a que le devuelvan todo el importe que ha pagado o a que se le ofrezca siempre que sea posible otro viaje de similares características o superiores. Si el viaje ofrecido es de cuantía inferior tiene derecho a que le reembolsen el diferencia íntegra.

Capítulo 2

El artículo 160 insta del derecho al usuario de finalizar el contrato y que el organizador o detallista le devuelva el importe que haya dado hasta el momento pero deberá pagar una indemnización. De no ser que concurra dicha cancelación por causa mayor.

2.3.2. Derechos de los viajeros de autobús y autocar.

Los derechos de los viajeros de autobús y autocar vienen regulados a través del Reglamento nº 181/2011 del Parlamento Europeo y el Consejo que regula los derechos de los viajeros de autobús y autocar, aplicado desde el 1 de marzo de 2013.

El Reglamento regula principalmente los servicios regulares⁴¹ estableciendo cinco derechos mínimos para los usuarios de este servicio, que se aplicaran sin importar la distancia del viaje:

1. Derecho a no ser discriminado a la hora de contratar o disfrutar de un servicio por razones de nacionalidad (art.4).
2. Derecho por fallecimiento, lesiones o pérdida o deterioro del equipaje (art. 7).

Este artículo hace alusión tanto a los viajeros que fallezcan, o que se lesionen como a la pérdida o deterioro que sufra el equipaje por causalidad de un accidente del autobús o autocar. Si el viajero fallece, la indemnización que le corresponde a dicho pasajero se les aplica a las personas que tenga a cargo o con las que hubiese tenido alguna obligación de alimentos.

3. Derecho a la no discriminación y asistencia a las personas con discapacidad y movilidad reducida.

El artículo nueve regula los derechos de pasajeros con discapacidad o movilidad reducida. Estos tienen los mismos derechos que los demás pasajeros. En ningún caso en la reserva o en la compra de los billetes no le deberá suponer ningún coste adicional.

4. Derecho de los viajeros por cancelación o retraso:

Este derecho viene recogido en el artículo 19 del Reglamento. Si por razones justificadas el transportista prevé que un trayecto regular se va a cancelar o se va a producir un retraso con una duración de más de 120 minutos a su salida o bien se produzca un overbooking. Los viajeros tendrán derecho a elegir:

- En caso de cancelación:
 - Derecho a un medio de transporte alternativo sin coste adicional. Deberá transportarse hasta el lugar de destino en el menor tiempo posible y en condiciones similares.

⁴¹Art. 3 Reglamento 181/2011: Servicios regulares

Derechos de los consumidores y usuarios

- Derecho a que se le reembolse el precio todo el billete inclusive la vuelta al punto de partida.
- En el caso de retraso de más de 120 minutos:
- Derecho a una indemnización de hasta el 50% de cantidad íntegra del billete cuando el transportista no encuentre un transporte alternativo.

Si el viajero se acoge a estos derechos, no impide que no puedan solicitar otras indemnizaciones por daños y perjuicios a los tribunales oportunos.

5. Derecho a la información

En los artículos 21 y 21 del Reglamento, se establece la información que deben conocer los pasajeros de autobús y autocar, tanto en caso de cancelación o retraso como los que el presente Reglamento establece.

Los viajeros que contraten un servicio de larga distancia, (superior a 250 km), tienen derecho a ser informados lo antes posible (máxime 30 minutos después de la salida programada) si se va a producir una cancelación o retraso y la hora estimada de llegada de producirse una de estas dos situaciones.

Si por tal motivo, los usuarios pierden otro servicio de transporte que hubiesen contratado para llegar a su destino, deberán buscarle otras conexiones alternativas.

Para todos los usuarios de servicios regulares, sea su recorrido de larga distancia o no, tienen derecho a ser informados, a través de cualquier formato accesible, información adecuada de los derechos que le corresponden en base al presente Reglamento. Así como la los organismos competente del Estado a los que pueden dirigirse en caso necesario.

2.3.3. Derechos de los usuarios de los Servicios de Telecomunicaciones

El Real Decreto 899/2009, de 22 de mayo por el que se aprueba la carta de derechos del usuario en los servicios de telecomunicaciones, regula el servicio universal de telecomunicaciones y por otro lado unos derechos a los usuarios que contraten un servicio.

Además de ampararse en este RD, los usuarios gozan de una mayor protección ya que también se encuentran protegidos bajo el TR-LGDCU y la normativa de su Comunidad Autónoma que haya asumido la competencia.

En el artículo 3 de la Carta, se citan los derechos que corresponden a los usuarios de telecomunicaciones (además de los ya mencionados del artículo 8 del TR-LGDCU).

El primer derecho que otorga la carta se encuentra en el art. 4 y dice textualmente: «Derecho a obtener una conexión a la red telefónica públicas

Capítulo 2

desde una ubicación fija, que posibilite el acceso funcional a Internet, y acceder a la prestación del servicio telefónico, así como al resto de prestaciones incluidas en el servicio universal, con independencia de su localización geográfica, a un precio asequible y con una calidad determinada».

En los art. 5 -11 de la Carta viene regulado el derecho a celebrar y rescindir los contratos. El derecho a cambiar de operadora conservando el número de teléfono. Además de poder rescindir el contrato sin penalización antes de acabar con la permanencia siempre que existan motivos específicos.

El Derecho a la información viene regulado en los art. 12 y 13. Antes de contratar el servicio, los usuarios deben conocer todas las cláusulas del contrato. En especial aspectos jurídicos y económicos (art.12).

En base al art. 13, los usuarios de telecomunicaciones deben de recibir una información concreta verídica y detallada sobre las ofertas comerciales así como su temporalidad si la hubiera dentro de los medios publicitarios utilizados.

El artículo 14 regula el derecho a que en la página de internet de la operadora consten los datos de calidad y facturación. Así como las medidas y métodos que han empleado para su medición. « Derecho recibir servicios de comunicaciones electrónicas con garantías de calidad, así como a recibir información comparable, pertinente y actualizada sobre la calidad de los servicios de comunicaciones electrónicas disponibles al público (art.14)».

En los artículos 15 al 21 se regulan los derechos del usuario cuando se produce una irrupción del servicio ya se a instancia propia o por la operadora.

Si se da alguna interrupción del servicio, (si no es por causa mayor), el usuario tiene derecho a una indemnización automáticamente por la compañía en la facturación del mes que haya ocurrido esta circunstancia.

En el caso de que se produzca una suspensión del servicio por impago del usuario. Este tiene derecho a las llamadas a cobro revertido y a las llamadas de urgencia. Si la suspensión es solicitada por el usuario, tiene derecho, siempre que la suspensión no sea inferior a un mes ni superior a 3 meses. Se le reducirá la cuota proporcional al tiempo que la línea esté en suspensión.

El derecho a una factura desglosada y la posibilidad de prescindir de algunos servicios así como la elección del medio por el que se va a realizar el pago viene regulado en los art. 21 al 35. Dice que todos los usuarios tienen derecho a recibir las facturas del servicio contratado y de los gastos que haya ocasionado con todos los precios de las distintas tarifas que ofertan, así como la facturación desglosada de los diferentes gastos por los distintos servicios que haya incurrido el usuario.

También tienen derecho a renunciar a servicios determinados, la desconexión se realizará 10 días después desde que la operadora tenga una constancia fehaciente de su petición.

Derechos de los consumidores y usuarios

A la hora de realizar el contrato, los usuarios tienen derecho a elegir el medio de pago que quieren utilizar.

Las compañías según el artículo 26 deben tener un servicio de atención al usuario para atender cualquier duda, reclamación de los usuarios. Los clientes tienen derecho a que estas consultas o reclamaciones no les suponga coste alguno teniendo constancia de todas las gestiones que haya realizado con el operador.

El artículo 27 instaura el derecho de los usuarios a resolver sus reclamaciones, además del sistema de mediación o arbitraje, pueden dirigirse a la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la información y estos tienen el plazo de 6 meses para resolver la controversia. De optar por esta vía tienen derecho a que a través del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio se les amplíe o suspenda el servicio a petición del usuario.

En los artículos 28 y 29 regula un servicio especial de acceso para personas con algún tipo de discapacidad física y unas garantías también para que las personas tanto discapacitadas como con una renta baja tengan acceso a un servicio universal con coste inferior.

Derecho de los usuarios con discapacidad física que conlleve la dificultad de utilizar el servicio en condiciones normales a una telefonía fija en un lugar público adaptándose a sus necesidades.

Jubilados y pensionistas cuyos ingresos sean inferiores a lo que determine la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos tienen derecho a una bonificación en sus cuotas todos los meses.

Invidentes o usuarios con gran discapacidad visual tienen derecho a una oferta en el servicio de consulta telefónica sobre números de abonados así como a disponer de la factura en un formato accesible que ellos puedan descifrar (braille, letra con el tamaño aumentado...)

Sordos o con graves problemas auditivos tienen derecho a un servicio adaptado a una terminal de texto

El art.31 establece que debe haber una protección de datos a la hora de elaborar las guías de teléfono público. En las llamadas con fines comerciales o referentes a la localización del usuario no se podrán dar datos personales⁴².

⁴² No obstante, esta protección es regulada por la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones, por el título V del Reglamento aprobado por el Real Decreto 424/2005, de 15 de abril y, en lo no previsto por dichas normas, por lo dispuesto en la legislación vigente sobre protección de datos de carácter personal.

CAPÍTULO 3

VÍA JUDICIAL Y VÍA EXTRAJUDICIAL PARA LA PROTECCIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

3.1 Vía judicial⁴³

3.1.1 Introducción

Antes de la entrada en vigor de la Ley Enjuiciamiento Civil, consumidores y usuarios ya contaban con leyes específicas y generales para hacer valer sus derechos destacando: LGDCU de 1984, Ley General de Publicidad de 1988, Ley de Competencia Desleal de 1991, Ley Condiciones Generales de la Contratación de 1988.

La LEC 1/2000 de 7 de enero, no llega a conseguir un tratamiento específico

Para la resolución de este tipo litigios, ya que los procedimientos de consumo siguen tratándose como procedimientos ordinarios y no especiales

». Una de las principales novedades que introduce es la legitimación de los grupos de consumidores, la denlos colectivos como son las asociaciones de consumidores.

Esto se promulga debido a la contratación en masa y la protección frente a las grandes empresas ya que las reclamaciones del consumidor individual son de pequeños importes económicos, pero si se aúnan tienen una gran transcendencia.

3.1.2 Tipos de intereses

En el art.11 de la LEC nombra distintos tipos de intereses de acceso a la defensa.

- a) Interés individual para el ejercicio de las acciones indemnizatorias por daños ocasionados por el consumo o utilización de un producto o servicio.
Si dicho interés es común con otros individuos puede convertirse en un interés colectivo o de grupo.
- b) Legitimación de las asociaciones de consumidores y usuarios legalmente constituidas para la defensa de los intereses generales de estos, legitimación por representación.

⁴³ LARROSA AMANTE, MJ. Y Ley Enjuiciamiento Civil

Vía judicial y vía extra judicial para la protección de consumidores y usuarios

Tiene dos categorías:

- Intereses difusos: la legitimación corresponde a la asociación de consumidores y usuarios con mayor representación.
- Intereses colectivos: vienen recogidos dentro de los intereses difusos, pero siendo un concepto más amplio. Para defender estos intereses en un juicio, tendrá legitimación el representante del grupo sin necesidad de estar presente todas las personas involucradas en la relación jurídica.

3.3 Vía extra judicial

En este punto, se hace especial hincapié a la vía extra judicial debido a que es el método más utilizado por el consumidor común. Por su facilidad de acceso, comodidad y rapidez como se expone a continuación. El hecho de la vía judicial crea un cierto temor o respeto en el ciudadano de a pie.

3.3.1 Introducción

Antiguamente existían dos organismos estatales encargados de la protección y seguridad de los consumidores y usuarios. (Instituto Nacional de Consumo y Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición). Es por el RD 19/2014 DE 17 de enero cuando el Instituto Nacional de Consumo y la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición se fusionan en un solo órgano asumiendo las competencias de ambos, actuando bajo una sola dirección. Así se constituye AECOSAN⁴⁴, Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición siendo la Secretaría General de Sanidad y Consumo la encargada de supervisarle.



Ilustración 3.1. Fuente: AECOSAN

Dentro de AECOSAN, existe una Subdelegación General de arbitraje y derechos de consumo. Esta subdelegación es asesorada y coordinada por el Consejo General del Sistema Arbitral de Consumo.

Destacamos las siguientes normas aplicables al arbitraje de consumo

- Los art. 57 y 58 del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General

⁴⁴ AECOSAN: <http://www.aecosan.msssi.gob.es/> (25/05/2015)

Capítulo 3

para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias

- Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo.
- Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje.

El artículo 51 de la CE⁴⁵ se establece que «los poderes públicos [...] protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad y salud de los legítimos intereses económicos de los mismos ». Es este el principio rector del TR que da cumplimiento a ese «procedimiento eficaz» a través del sistema arbitral que será el encargado de resolver las reclamaciones y quejas de los consumidores de manera vinculante y ejecutivo.

Este procedimiento extrajudicial debemos ponerlo en relación con el artículo 24 de la CE, el cual garantiza una tutela judicial efectiva. El SAC busca una vía más ágil que la vía judicial para los casos de reclamaciones de pequeña cuantía, ya que estos son los más abundantes y se alargan excesivamente.

Estas reclamaciones “menores” debemos situarlas en el contexto del artículo 103.1 que establece que los procedimientos administrativos deben aportar entre otras cosas, flexibilidad. Estas premisas del art. 103.1 se consiguen a través del SAC.

- TR-LGDCU

El artículo 17 del TR-LGDCU regula el sistema arbitral de consumo, y lo define como un medio de resolución de conflictos extrajudicial entre los consumidores y usuarios y empresarios. La resolución será vinculante y ejecutiva para ambas partes siempre y cuando no exista un motivo de intoxicación, lesión o muerte o esté relacionado con sospechas de delito.

El artículo 57.2 llama al desarrollo del SAC a través de Reglamento. Dicho Reglamento podrá prever la decisión en equidad, salvo que las partes elijan expresamente un árbitro en derecho. También debe contener el procedimiento del arbitraje de consumo electrónico. Además debe disponer cuando las reclamaciones pueden interponerse en la JAN frente a las territoriales. Así como cuando es posible que actúe un árbitro o un colegio de árbitros.

El artículo 58 establece la voluntad de las partes para iniciar el procedimiento. Debe de ser voluntario y constar su decisión de aceptar o no por escrito por cualquier medio electrónico que deje constancia. Los empresarios que estén en concurso de acreedor no pueden establecer un convenio arbitral ni optar a las ofertas públicas de adhesión.

⁴⁵ GOMEZ PUENTE, M. http://consumo-inc.gob.es/publicac/EC/2001/EC59/Ec59_12.pdf (29/05/2015)

Vía judicial y vía extra judicial para la protección de consumidores y usuarios

- RD 231/2008, por el que se regula el SAC

Este Real Decreto se dicta en desarrollo a lo dispuesto en el apartado 57.2 del TE-LGDCU que hemos comentado anteriormente. En todo lo no previsto en los artículos 57 y 58 del TR-LGDCU y en este RDSAC, se aplicará supletoriamente la Ley 60/2003 de Arbitraje.

A este RDSAC le corresponde regular la « organización, gestión y administración» y «el procedimiento de resolución de conflictos» cuyo objetivo es proteger la jurídicamente a las partes y establecer un sistema uniforme para resolver los conflictos.

- Ventajas para el consumidor

Cuando consumidores y usuarios tienen alguna reclamación frente a la empresa no sale rentable reclamar a través de los Tribunales de Justicia ya que sería más costoso (en la mayoría de los casos) que el coste de la cosa reclamada. La ventaja que otorga el SAC es que el sistema es gratuito. Las partes únicamente deberían participar en los gastos derivados de la contratación de un perito en caso de ser necesario.

Otra de las ventajas es la rapidez del sistema el cual cuenta con el plazo máximo de 6 meses para resolver la reclamación. Cosa que con la vía judicial no sería posible ya que se demoran más debido a los plazos que les otorga la Ley.

Esta vía se resuelve mediante un laudo que tiene la misma eficacia que en las sentencias, por lo que la resolución tiene carácter vinculante. Por todo ello este sistema es el más adecuado para los consumidores y usuarios y hacer valer por este procedimiento sus derechos sin coste rápido y de carácter vinculante⁴⁶.

3.3.2 Objeto del Real Decreto del Sistema Arbitral de Consumo

El objetivo del RDSAC según sus artículos 1 y 2 es organizar y establecer el procedimiento del SAC que lo desarrollaremos en los siguientes apartados del capítulo. Únicamente podrán acceder a este sistema las reclamaciones del consumidor o usuario versus empresario. No obstante en el artículo 2 establece unas excepciones que no podrán ser objeto de resolución por este sistema:

- 1) Si se ha abierto la vía judicial.
- 2) Si quien inicia el sistema es un empresario que ha adquirido un bien o servicio para su actividad profesional.
- 3) Cuando deba intervenir el Ministerio Fiscal.

⁴⁶ Ministerio De Sanidad Política Social e Igualdad <http://arbitrajedeconsumo.mspsi.es/ayuda.html> (29/05/2015)

- 4) Por infracciones penales ó intoxicación, lesión o muerte.

3.3.3 Organización del Sistema Arbitral de Consumo

Es importante señalar que las reclamaciones que sean de origen no contractual cuando por ejemplo se haya adquirido un producto defectuoso y haya derivado en un daño a terceros no pueden resolverse por esa vía. Únicamente se resuelven controversias de consumo, en las que se ha establecido un contrato entre el consumidor o usuario y empresario⁴⁷.

La organización del sistema viene regulada en el capítulo II del RDSAC, se encuentra dividido en cuatro secciones regulando en cada una de ellas la figura de las Juntas Arbitrales, su comisión, el consejo y los órganos arbitrales respectivamente.

3.3.3.1 Juntas arbitrales de consumo

El artículo 5 del RDSAC expone que las Juntas Arbitrales de consumo son las encargadas de la administración y gestión. Su competencia se aplica tanto a las partes objeto de la controversia y a los árbitros.

Existen dos tipos de Juntas, por un lado tenemos la Junta Arbitral Nacional y de otro lado las Juntas Arbitrales territoriales que podrán ser constituidas por territorio o bien por sectores.

A través de un acuerdo del INC y La Administración pública se crearon nuevas Juntas Arbitrales, como autonómicas, provinciales, mancomunadas de municipios, y municipales. No existe una regulación específica de cada una de ellas por lo que se les atribuye las mismas funciones que otorga el presente RDSAC a las nacionales y sectoriales.

Las funciones las JAC vienen recogidas en el artículo 6 y están relacionadas con la administración del arbitraje y son las siguientes:

- 1) Documentación, aceptación o rechazo de la empresa o profesional adherida al SAC.
- 2) Actualización de empresas adheridas.
- 3) Publicidad de ofertas públicas de adhesión.
- 4) Colaborar con los árbitros acreditados de la Junta Arbitral.
- 5) Promulgar la mejora del funcionamiento arbitral.
- 6) Poner a disposición de consumidores y usuarios así como de empresarios y profesionales formularios de arbitraje, contestación y aceptación y ofertas públicas adhesión

Su composición viene detallada en el artículo 7 del RDSAC nombrando figuras como presidente y secretario que serán elegidos por la JAC que le corresponda según el territorio donde se encuentre.

⁴⁷ MARÍN LÓPEZ, MJ. (2008): <https://www.uclm.es/centro/cesco/pdf/trabajos/19/2008/19-2008-1.pdf> (01/06/2015)

Vía judicial y vía extra judicial para la protección de consumidores y usuarios

Cuando estos dicen una solución a la controversia se entenderá como finalizada la vía administrativa. Con la excepción según el art. 36 de interponer un recurso de admisión o inadmisión de la solicitud de arbitraje.

Secretario debe avalar el la administración de la Junta siendo responsable de todas sus notificaciones y actas. En caso de existir Juntas Arbitrales territoriales o sectoriales pueden cogerse a la opción de designar presidentes y secretarios.

El presidente será el encargado de habilitar los órganos arbitrales para que conozcan la controversia de los ámbitos en el que no milite una Junta Arbitral territorial o delegaciones de la JAC.

Las solicitudes para iniciar el procedimiento de arbitraje individual deben interponerse según el artículo 8 a la JAC que ambas partes por acuerdo establezcan. Si no llegan a un acuerdo será la Junta arbitral territorial donde el consumidor tenga su domicilio.

En caso de existir varias juntas territoriales, la competencia será asumida por la de inferior ámbito. Cosa distinta es lo que ocurre con el arbitraje colectivo que se verá desarrollado en el último punto del capítulo⁴⁸. En los casos de OPASAC limitada la JA competente será en la que el empresario esté adherido y si coexisten varias, la que elija el consumidor.

Para Marín López, este último apartado debería ser suprimido, ya que si acudimos al artículo 27.1 del presente RDSAC vemos como si existen varias juntas será la de ámbito superior quien resuelva la controversia y no la que quiera el consumidor.

Si no hay convenio arbitral ni OPASAC, la JA correspondiente será a la que el consumidor haya dirigido su reclamación. De existir OPASAC con limitación territorial, la JA arbitral competente será la que delimite la misma oferta. Cuando haya OPASAC sin limitación habrá que resolver respecto al artículo 8 del RDSAC, es decir, por acuerdo entre las partes, o la JA correspondiente conforme al domicilio del consumidor.⁴⁹

3.3.3.2 Comisión de las Juntas Arbitrales de Consumo

La siguiente figura viene regulada en los artículos 9 al 11 del RDSAC, es la denominada Comisión de las Juntas Arbitrales de Consumo. El artículo 9 el objeto de la Comisión el cual es dar un sistema uniforme al sistema y dar soluciones en los caso de admisión o inadmisión de la solicitud de arbitraje

Estas competencias vienen más detalladas en el artículo 11 del RDSAC y son las siguientes:

⁴⁸ MARÍN LÓPEZ, MJ. (2008): <https://www.uclm.es/centro/cesco/pdf/trabajos/19/2008/19-2008-1.pdf> (01/06/2015)

⁴⁹ MARÍN LÓPEZ, MJ. (2008): <https://www.uclm.es/centro/cesco/pdf/trabajos/19/2008/19-2008-1.pdf> (01/06/2015)

Capítulo 3

- 1) Exposición de informes, ideas o recomendaciones que sirvan de ayuda a los árbitros en el ejercicio de sus funciones.
- 2) Emisión de informes sobre las ofertas públicas de adhesión limitada al SAC. Su decisión será vinculante y se procederá a conceder o no la inclusión al sistema. Deberán quitarse o ponerse en un plazo de 15 días desde la comunicación de la Comisión de la JA competente
- 3) Tiene la potestad de eximir al árbitro de sus funciones cuando este incumpla sus funciones o deje de hacerlas no cumpliendo los requisitos que se le exigen para su acreditación como son la honorabilidad y cualificación.

3.3.3.3. Consejo general regulado en los art. 12 al 15

El Consejo general⁵⁰ se crea el 24 de febrero de 2009. Su creación surge de la necesidad de reafirmar y dar un impulso al SAC.

El Consejo General del SAC es el encargado de la representación y participación en el arbitraje según el art. 12 del RDSAC.

El funcionamiento de este órgano viene regulado en el art. 16 del RDSAC enumerando las siguientes funciones:

- 1) Búsqueda y sustento de propuestas de mejoramiento del SAC.
- 2) Aprobar las memorias anuales así como los programas de formación de los árbitros estableciendo los requisitos de los mismos en cuanto a honorabilidad y cualificación requerida para ejercer sus funciones. También deberán aprobar planes estratégicos para la promoción del sistema.
- 3) Elaborar las líneas que se van a establecer a la hora de realizar las ofertas públicas de adhesión limitada.
- 4) A la hora de constituir una Junta Arbitral territorial, deberán hacerles una propuesta de un convenio marco.
- 5) Colaborar y fomentar la cooperación y comunicación entre las JAC y los árbitros.
- 6) Publicación y definición de los informes, dictámenes de la Comisión de la CJAC Y de los laudos emitidos por las JAC.
- 7) Uniformidad de los criterios para la instauración de nuevos órganos sectoriales y especializados.

⁵⁰Aecosan:<http://consumo-inc.gob.es/noticias/Notasdeprensa/2009/arbitraje.htm> (28/05/2015)

3.3.3.4 Órganos arbitrales

La Administración, asociaciones de consumidores, organizaciones empresariales y en algún caso las Cámaras de comercio serán las que propongan al presidente de la JAC correspondiente un árbitro. Dicha propuesta va acompañada de una solicitud para integrarse en la lista de árbitros colegiados que deberá ser aprobada o rechazada y la aceptación del cargo (art.16).

El Consejo General del Sistema Arbitral de Consumo establece unas obligaciones para poder ser acreditado como árbitro de consumo. En el artículo 17 se instauran los requisitos como son la honorabilidad y cualificación. Los árbitros que proponga la Administración además de reunir las citadas características y ser licenciados en derecho.

Los órganos arbitrales dirigen el procedimiento y se encargan de dictar el laudo. Pueden ser unipersonales o colegiados. La presencia del órgano le corresponde al secretario arbitral este será el secretario de la JAC o el que haya designado el presidente de la JAC y en el artículo 18 detalla sus funciones que son las siguientes:

- 1) Hacer que todas las soluciones que tomen en los conflictos sean cumplirlas.
- 2) Garantizar y dejar constancia de todos los medios y procedimientos que utilicen para dictar el laudo. Así como de todos los expedientes del procedimiento arbitral.
- 3) Registrar todos los documentos que aporten las partes
- 4) Informar del estado del procedimiento. Siempre que no sean declaradas como reservadas.
- 5) Levantar el acta de las audiencias.

Como hemos visto, el art. 18.1 del RDSAC admite que los órganos pueden ser unipersonales o colegiados y es en los capítulos 19 y 20 donde dedica un artículo a cada uno de ellos.

Así el art. 19 del RDSAC establece que habrá un árbitro único cuando las ambas partes lo soliciten, en caso de que una de las partes se oponga, se asignará un colegio arbitral. O a instancia del presidente de la JAC, en los casos de reclamaciones de fácil resolución y de una cuantía inferior a 300 euros.

Marín López dice que con la designación de un único árbitro se pretende reducir los gastos que derivan al contratar tres árbitros. También dice que gran parte del éxito del arbitraje se debe a que el empresario se siente involucrado ya que uno de los árbitros es propuesto por las organizaciones empresariales o profesionales.⁵¹

⁵¹ MARÍN LÓPEZ, MJ. (2008): <https://www.uclm.es/centro/cesco/pdf/trabajos/19/2008/19-2008-1.pdf> (01/06/2015)

Capítulo 3

El árbitro único será el designado por la Administración Pública de no ser que las partes acuerden a otro árbitro por la especialidad del tema que trate.

El colegio arbitral viene regulado en el artículo 20. Está compuesto por tres árbitros, propuestos entre la Administración Pública, asociaciones consumidores y usuarios y entre las organizaciones empresariales o profesionales.

La presidencia la ostenta el designado por la Administración. Salvo que por la complejidad del tema a tratar o debido a que una parte de la controversia esté vinculada con la Administración, que en estos casos pondrán a instancia de las partes solicitar otro presidente distinto.

La designación se regula en el artículo 21 del RDSAC siendo el presidente de la JAC el encargado de designar a los árbitros. Si el arbitraje debe resolverse en derecho, los árbitros deberán ser licenciados en derecho.

La designación se realizará mediante una lista donde se encuentren todos los árbitros acreditados. Hay que distinguir entre los generales y los especializados para los supuestos que por su complejidad lo requieran. Al mismo tiempo hay que designar los suplentes sin que ello suponga perder el turno si no ejercen funciones como tal.

3.4 Convenio Arbitral de consumo

En el artículo 24 del RDSAC define convenio arbitral como un documento que puede ir acompañado del contrato o acuerdo de ambas partes en el que se pronuncie la voluntad de ambas partes para resolver la controversia por el SAC. Exige que se haga por escrito a través de cualquier medio que pueda dejar constancia.

- Oferta Pública de Adhesión al Sistema Arbitral De Consumo

Los artículos del 25 al 31 del RDSAC tratan las ofertas públicas de adhesión al SAC. En el art. 25 se define a la OPASAC como «oferta unilateral de adhesión al sistema arbitral de consumo» a instancia del empresario o profesional.

En la formulación el empresario o profesional deberá hacer constar si las controversias que surjan se resolverán en derecho o equidad, si no marca ninguna de las dos opciones se entenderá que resuelve a través de equidad. También deberá constar el plazo de validez de la OPASAC y si acepta o no la mediación previa si no figura tal manifestación se entenderá por indefinida y que acepta la mediación.

Cuando el empresario se adhiere a una OPASAC se traslada a todo el SAC. Pero cuando surja un conflicto no todas las JA van a tener competencia

Vía judicial y vía extra judicial para la protección de consumidores y usuarios

para resolver dicha controversia, hay que irse al artículo 8⁵² del RDSAC para saber qué junta tendrá la competencia para resolver.

Existe otro tipo de OPASAC, la limitada. Manuel Marín la define como aquella que tiene «algún tipo de limitación» ya sea por que la oferta se delimita en un horizonte temporal o porque solo se acoge a un determinado territorio. No se consideran limitadas cuando la adhesión se formaliza a más de un año, tampoco cuando los empresarios se adhieren en el territorio donde prestan habitualmente su actividad.

La Comisión será quien admita la adhesión a la OPASAC limitada. En el artículo 26 establece dos casos que pueden adherirse de este modo y dice textualmente: « en particular, en sectores que presenten un importante número de consultas y reclamaciones o en los que no exista una suficiente implantación del sistema». Sin embargo al afirmar «en particular», el sistema no se limita solo a estas dos causas sino que lo deja abierto para otros posibles casos en los que será la comisión quien admita o no la OPASAC limitada⁵³.

La aceptación de la OPASAC según regula el artículo 27, corresponde a la JA territorial donde el empresario preste de forma habitual sus funciones. De haber varias Juntas será la de ámbito superior quien asuma dicha competencia para aceptar o no dicha adhesión la cual tiene un plazo de 10 días para resolver si acepta o no la adhesión al sistema y deberá comunicarlo a la Comisión de Juntas Arbitrales.

- Distintivos

Una vez resuelta la OPASAC y siendo esta aceptada, se otorgará por parte del presidente de la JA competente al empresario, un sello distintivo, el empresario deberá exhibirlo para que sus clientes sepan que está adherido. Poseer esta pegatina en la empresa o exponiéndola en las ofertas comerciales hace que la confianza del consumidor aumente ya que si surge una controversia esta será resuelta por el SAC, un sistema eficaz, más rápido y gratuito que la vía judicial⁵⁴.

⁵² Artículo 8. Competencias para conocer de las solicitudes individuales de arbitraje.

1. Será competente para conocer de las solicitudes individuales de arbitraje de los consumidores o usuarios, la Junta Arbitral de Consumo a la que ambas partes, de común acuerdo, sometan la resolución del conflicto.

2. En defecto de acuerdo de las partes, será competente la Junta Arbitral territorial en la que tenga su domicilio el consumidor, salvo lo previsto en el apartado siguiente.

Si conforme a este criterio existieran varias Juntas Arbitrales territoriales competentes, conocerá el asunto la de inferior ámbito territorial.

3. Cuando exista una limitación territorial en la oferta pública de adhesión al Sistema Arbitral de Consumo, será competente la Junta Arbitral de Consumo a la que se haya adherido la empresa o profesional, y si éstas fueran varias, aquélla por la que optó el consumidor.

⁵³ MARÍN LÓPEZ, MJ. (2008): <https://www.uclm.es/centro/cesco/pdf/trabajos/19/2008/19-2008-1.pdf> (01/06/2015)

⁵⁴ MARÍN LÓPEZ, MJ. (2008): <https://www.uclm.es/centro/cesco/pdf/trabajos/19/2008/19-2008-1.pdf> (01/06/2015)



Es una pegatina compuesta de cuatro partes. La primera se encuentra en la parte superior en el que debe aparecer la JA ó el territorio válido de la OPASAC. En el segundo elemento debe constar en horizontal textualmente «ESTABLECIMIENTO ADHERIDO». La tercera parte situada en el centro del distintivo es un cuadrado en el que se plasma el logotipo de Arbitraje en blanco. En la última parte debe figurar textualmente «ARBITRAJE DE CONSUMO» dividido en dos líneas.

Cuando se trate de una OPASAC limitada tendrá un distintivo distinto. Aunque en base a los criterios de la oferta pública limitada el presidente de la JA podrá negar al empresario o profesional la utilización de este sello.



Vía judicial y vía extra judicial para la protección de consumidores y usuarios

Esta pegatina es similar a la anterior salvo que en la parte izquierda donde se encuentra el logotipo debe incluir en vertical y textualmente «OFERTA LIMITADA».

Estos sellos deben aparecer en castellano o en las demás lenguas que algunas comunidades autónomas utilicen como puede ser valenciano, euskera, catalán... Las empresas pueden utilizar este distintivo en su publicidad. En el caso de los empresarios o profesionales que tengan la adhesión limitada, deben informar los consumidores en qué ámbito tienen la oferta de adhesión. Tanto la autorización del sello como la retirada serán públicas y podrá consultarse en el diario oficial de ámbito territorial que corresponda.

En el artículo 30 del RDSAC se enumeran los motivos por el que se puede retirar el distintivo. La potestad para retirarlo es el presidente de la JA que se lo hubiese concedido el cual también podrá darle de baja en el registro público de empresas adheridas.

- 1) Finalización o denuncia del tiempo por el que se realizó la oferta.
- 2) Uso con dolo o engaño del sello.
- 3) Cuando no cumplan con lo dictado en el laudo.
- 4) Cuando cometa numerosas infracciones o respecto a la protección de los consumidores y usuarios y las administraciones públicas lo hayan sancionado.

El artículo 31 establece que es el INC es el encargado de establecer un registro público de empresas adheridas al SAC. Este, debe establecer unas directrices para que las JAC notifiquen al registro, cualquier modificación que concierna a los datos de los profesionales o empresarios adheridos al sistema.

En el último artículo que regula la adhesión al SAC, EL 32 propone mecanismos para fomentar la adhesión. Serán las Administraciones públicas las encargadas de dar a conocer a todas las empresas la OPASAC ofreciendo facilidades para aquellas que faciliten el acceso a esta vía a los consumidores y usuarios.

3.5 Procedimiento Arbitral

El arbitraje se resolverá siempre en equidad de no ser que las partes, por mutuo acuerdo hayan decidido hacerlo en derecho. En el caso de que el empresario o profesional en la OPASAC haya elegido la opción en derecho, el consumidor o usuario deberá dar su consentimiento a resolverlo de tal manera. Si no llegan a un acuerdo la solución del litigio se hará conforme está previsto para las empresas no adheridas (art. 33).

Capítulo 3

-Presentación de solicitudes:

Cuando un consumidor o usuario decida iniciar el procedimiento deberá presentar una solicitud que conforme a lo previsto en el art. 34 deberá contener lo siguiente:

«a) Nombre y apellidos, domicilio, lugar señalado a efectos de notificaciones y nacionalidad del solicitante, y, en su caso, de su representante; en el caso de ciudadanos españoles, se expresará el número del documento nacional de identidad y, tratándose de extranjeros, se expresará el número de identidad de extranjero o, en su defecto, el de su pasaporte o documento de viaje.

b) Nombre y apellidos o razón social y domicilio del reclamado, así como, si fuera conocido por el reclamante, el domicilio a efecto de notificaciones, o, en último caso, si el consumidor o usuario no dispone de tales datos, cualquier otro que permita la identificación completa del reclamado.

c) Breve descripción de los hechos que motivan la controversia, exposición sucinta de las pretensiones del reclamante, determinando, en su caso, su cuantía y los fundamentos en que basa la pretensión.

e) En su caso, copia del convenio arbitral.

f) En el caso de que existiera oferta pública de adhesión al arbitraje en derecho, el reclamante deberá indicar si presta su conformidad a que se resuelva de esta forma.

g) Lugar, fecha y firma, convencional o electrónica (art.34)».

Además de todos los requisitos detallados anteriormente, si el consumidor o usuario tiene pruebas podrán aportarse con la solicitud.

Según el artículo 35 será el presidente de la JA, quien podrá rechazar aquellas solicitudes que resulten infundadas y aquellas que resultarán el fin de la vía administrativa. Aquellos que considere que no vulneran los derechos e intereses económicos de los consumidores, además de los casos en que traten sobre intoxicación, lesión o muerte.

El artículo 36 establece la posibilidad de recurrir sobre ello trasladándolo en el plazo de 15 días ante la Comisión de Juntas Arbitrales de Consumo, debiendo comunicar su resolución durante los tres meses siguientes, de no obtener respuesta se entenderá como desestimada.

-Iniciación del procedimiento (art. 37):

Lo primero que hay que hacer es determinar qué JA es la competente. Una vez hecho esto y cuando no existan causas de inadmisión, el presidente puede proceder de dos modos según exista o no convenio arbitral.

Vía judicial y vía extra judicial para la protección de consumidores y usuarios

- 1) Si existe convenio arbitral: Se comienza con el procedimiento y se comunica a las partes. En el documento en el que se acepta la admisión de la solicitud, debe contener la cláusula en la que se da la opción a las partes a resolver el litigio mediante la mediación y el derecho del reclamado a que en un plazo de 15 días aporte las alegaciones ó pruebas que considere oportunas.
- 2) Si no existe convenio arbitral: El empresario tiene un plazo de 15 días para expresar si acepta o no la solicitud de arbitraje y la mediación. Así como la posibilidad de presentar alegaciones y pruebas que considere necesarias. Si acepta se iniciará el procedimiento el mismo día que acepte. Si no acepta o no contesta el presidente de la JA deberá archivar la solicitud.

La mediación se dedica expresamente en otros artículos es el 38 del RDSAC le que le dedica más importancia. La mediación se hace con la intención de que las partes lleguen a un acuerdo antes de seguir con el procedimiento.

Según la exposición de motivos del RDSAC, son las CCAA las encargadas de regular la mediación. Sin embargo es al secretario de la JA a quien le corresponde fijar la fecha de inicio y fin de la mediación.

El mediador, actuará bajo los principios que se le requieren a los árbitros: «independencia, imparcialidad y confidencialidad». Es una persona ajena a las partes que intenta mediar para que las partes lleguen a un acuerdo⁵⁵.

En cuanto al procedimiento arbitral, según el art. 41 deberá atenderse a los principios de «audiencia, contradicción, igualdad entre las partes y gratuidad» así como la obligación de todos a no difundir información del procedimiento.

En base a lo establecido en los artículos 42 u 43, todas las alegaciones y pruebas que aporten las partes, así como los documentos que aporten los peritos si los hubiere, deberán ser conocidas por ambos a través de los árbitros. Durante todo el proceso pueden aportar o incluir más pruebas o alegaciones a la solicitud.

-Audiencia.

En cuanto al trámite de audiencia, el artículo 44 dicta que podrá ser por escrito u oral presencialmente o a través de cualquier medio electrónico. Deberá ser comunicada a las partes con un periodo de tiempo amplio y haciéndoles saber que podrán presentar más alegaciones o pruebas al proceso.

⁵⁵ MARÍN LÓPEZ, MJ. (2008): <https://www.uclm.es/centro/cesco/pdf/trabajos/19/2008/19-2008-1.pdf> (01/06/2015)

Capítulo 3

- Prueba

A razón de las pruebas que aporten las partes, el art. 45 dispone que será el órgano arbitral quien las acepte o no, comunicando a las partes la decisión. El órgano arbitral, podrá también formular a las partes pruebas complementarias que consideren oportunas. Deberá reunir a las partes cuando sea necesario para constatar las pruebas.

Los gastos que se deriven de la aportación de pruebas deberán sufragarlas aquél que las haya propuesto. Menos las básicas que correrán en gastos ambas partes. Si son a petición del órgano arbitral, las costeará la JA.

- Laudo

Cuando se establece un órgano de colegiados a la hora de dictar el laudo, se basarán en lo que diga la mayoría, de no poder darse esta situación será el presidente quien lo decida según dicta el artículo 47.

En cuanto a la forma y el contenido del laudo hay que remitirse al art. 37 de la Ley de 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje.

▪ Forma.

El laudo debe expresarse de forma escrita y debe contener la firma de los árbitros que haya participado en el arbitraje manifestando si está a favor o en contra de la resolución. Si se ha establecido un colegio arbitral deberá contener la firma de la mayoría o sólo la del presidente alegando los motivos de la falta de firmas de los demás árbitros.

▪ Contenido

El laudo debe contener la fecha y el lugar donde se ha producido el arbitraje. Los árbitros deben hacer constar en el los gastos que ha supuesto para el sistema y para las partes.

El artículo 48 del RDSAC dice que si antes de dictar la solución del laudo, las partes han llegado a un acuerdo, se pondrá fin al conflicto incorporando al laudo dicha solución a la que han llegado las partes.

El órgano también podrá poner fin y dictará laudo cuando concurra alguna de las siguientes causas y con ellas queda abierta la vía judicial.

- 1) Por causa del reclamante cuando no de a conocer claramente los derechos que le han sido vulnerados o cuando no reúna las pruebas necesarias.
- 2) Por causa de ambas partes al dar terminadas las actuaciones.

Vía judicial y vía extra judicial para la protección de consumidores y usuarios

3) Por el órgano arbitral cuando haya agotado todas las actuaciones y no pueda llegar a una solución.

- Plazo

El plazo para dictar el laudo consta en el art. 49 y establece que será desde el día siguiente que se inicia el procedimiento, el laudo será resuelto en el plazo de seis meses. El órgano puede pedir una prórroga no superior a dos meses.

3.6 Arbitraje de consumo colectivo

El arbitraje de consumo colectivo viene regulado en el artículo 56 del RDSAC. Es el destinado para solucionar varios conflictos que hayan afectado a varios consumidores en un único procedimiento.

La JA a la que le corresponderá iniciar el procedimiento en base al art.27 es la de ámbito territorial donde resida el domicilio de los consumidores y usuarios. Si de tal manera, derivan a más de una Comunidad Autónoma, la JA competente será la JAN.

El procedimiento se iniciará, según establecer el artículo 57 bien por el presidente de la JA o por las asociaciones de consumidores y usuarios. Una vez iniciado el procedimiento se enviará una notificación al empresario y en el plazo de 15 días deberá manifestar si aceptación o rechazo a resolver las reclamaciones en un solo proceso por el SAC. Si no acepta, se archivará el caso.

Si el empresario o profesional acepta el arbitraje, las Juntas competentes deberán notificar a los afectados en el plazo de dos meses y se designará el órgano arbitral. El artículo 60 expresa que en caso de existir un procedimiento individual que no se hayan iniciado todavía actuaciones, se suspenderá y se incluirá en el arbitraje colectivo.

En el artículo 62 establece el plazo para dictar laudo que es el mismo que para el arbitraje individual, 6 meses desde que se publica la notificación en el Diario Oficial a los interesados.

CAPÍTULO 4

CONSUMIDOR ONLINE

4.1 Introducción

El constante desarrollo de las nuevas tecnologías ha obligado a legislar sobre la materia, respondiendo a los continuos cambios y avances que la tecnología experimenta.

Los contratos en papel y los intercambios convencionales han dado paso a los negocios electrónicos. La creciente utilización de la telemática por una amplia mayoría de la sociedad y la incapacidad de las normas tradicionales para regular ciertos ámbitos de esta nueva realidad han propiciado la aparición de una serie de medidas a nivel estatal y europeo.

Tales medidas tratan de establecer un marco de protección para las empresas y los consumidores, partiendo de la base de que el consentimiento electrónico por sí mismo tiene validez legal. Hecho que permite la existencia del contrato telemático⁵⁶.

4.2 Contratos celebrados a distancia y fuera del establecimiento mercantil

El TR- LGDCU recoge el régimen de los contratos a distancia y los realizados fuera del establecimiento mercantil. El aspecto más importante que establece la normativa es el ámbito personal, es decir, la falta de presencia física de las partes como veremos a continuación o el lugar donde han sido celebrados. Esto es lo que le diferencia de la LSSICE⁵⁷, cuyo objetivo es regular el medio por el que se contrata.

4.2.1 Contratos « A distancia»

El artículo 92 del TR-LGDCU contempla dos tipos de contratos, los celebrados «a distancia, sin la presencia física del consumidor o usuario y empresario» y los contratos realizados «fuera del establecimiento mercantil» que van a ser regulados en los posteriores artículos de la norma.

«Se registrarán por lo dispuesto en este título los contratos celebrados a distancia con los consumidores y usuarios en el marco de un sistema organizado de venta o prestación de servicios a distancia, sin la presencia física simultánea del empresario y del

⁵⁶ GARCIA ONRUBIA, J. (2004) en: <http://repositorio.bib.upct.es/dspace/bitstream/10317/4272/1/tfm375.pdf> (05/06/2015) y GISMERA TIerno, L. en: http://www.ugr.es/~sevimeco/revistaeticanet/Numero3/Articulos/Formateados/Proteccion_del_consumidor.pdf (05/06/2015)

⁵⁷ Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico

consumidor y usuario, y en el que se hayan utilizado exclusivamente una o más técnicas de comunicación a distancia hasta el momento de la celebración del contrato y en la propia celebración del mismo.

Entre otras, tienen la consideración de técnicas de comunicación a distancia: el correo postal, Internet, el teléfono o el fax.

Todos los contratos y ofertas celebrados fuera del establecimiento mercantil se presumen sometidos a las disposiciones de este título, correspondiendo al empresario la prueba en contrario. (art.97 TR-LGDCU)».

De la lectura del citado art.97 del TR-LGDCU mostraremos los principales elementos los contratos celebrados a distancia.

- 1) En primer lugar, se requiere que sea, contratos que se hallen «en el marco de un sistema organizado» el empresario debe de seguir un régimen específico de este tipo de venta.
- 2) Otro elemento esencial es «la ausencia de presencia física». Si se formaliza un contrato personalmente, no sería de aplicación la normativa regulada bajo este régimen.
- 3) La utilización del adverbio «exclusivamente», interpretaremos que si no cumple con todas las exigencias que contempla la norma no será de aplicación el régimen de los contratos a distancia.⁵⁸

4.2.2 Contratos fuera del establecimiento mercantil

La regulación de los contratos «fuera del establecimiento mercantil» también se encuentra en el art. 97 del TR-LGDCU. Serán considerados como tal los contratos que cumplen los requisitos siguientes:

- 1) Que se celebren en un lugar distinto al establecimiento mercantil del empresario.
- 2) Que habido un acercamiento físico antes de establecer el contrato, como, por ejemplo, en casa del consumidor o en una feria y luego el contrato se ha realizado en el establecimiento mercantil o a través de alguna comunicación electrónica.
- 3) El empresario puede celebrar excursiones para dar a conocer y vender sus productos, en tal caso, si celebra algún contrato también será regulado por esta normativa.

El art. 93 del TR-LGDCU alude a determinados tipos de contratos que a pesar de reunir los requisitos que se han expresado en el apartado anterior, no se registrarán por el TR-LGDCU. Como son los relacionados con servicios sociales, con la salud, por juego, con los servicios financieros, servicios de transporte, los relacionados con la construcción o modificación de edificios y los referentes a los viajes combinados. También quedan excluidos los contratos de

⁵⁸ Cit. GARCIA ONRUBIA, J (2014)

bienes de consumo que son suministrados por el empresario en un lugar habitual señalado por el consumidor y usuario.

4.3 Comunicaciones comerciales

El art. 94 del TR-LGDCU dispone que la hora de regular comunicaciones comerciales y la contratación a distancia, además de lo previsto en el TR-LGDCU, haya que atender a la Ley de servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico.

En el artículo 96 del TR-LGDCU se expresa como deben ser las comunicaciones comerciales y los derechos que consumidores y usuarios tienen en relación con estas comunicaciones.

- Los consumidores y usuarios tienen derecho cuando se produzca una comunicación comercial telefónica, a conocer la identidad de la persona que llama así como la intención de la llamada. Las llamadas comerciales deben de encuadrarse dentro de un horario, desde las 9:00 hasta las 21:00. En ningún caso puede producirse antes o después, tampoco en días festivos así como en fines de semanas.
- Cuando las comunicaciones comerciales se realicen automáticamente, consumidores y usuarios tienen derecho a dar antes su consentimiento o no.
- Consumidores y usuarios que no figuren en las guías de comunicaciones electrónicas, tienen derecho a no recibir ni publicidad, ni peticiones de incorporación a las guías.
- Igualmente, tienen derecho a renunciar a recibir ofertas comerciales por cualquier vía. En los medios de comunicación debe expresarse de forma clara los medios para no recibir más ofertas comerciales de manera sencilla y gratuita.
- Si la oferta se realiza por vía telefónica, el número debe aparecer identificado y el operador comunicará al consumidor o usuario su derecho a no recibir más ofertas comerciales. Si lo desean, tienen derecho a que el empresario les haga un justificante manifestando que está exento de recibir futuras ofertas comerciales.
- A la hora de establecer comunicaciones comerciales con menores y respetando la intimidad debemos remitirnos a la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.

La LOPDCP en su artículo 30.2 dispone que en cada comunicación deba reflejar la identidad del operador así como los derechos que tienen los consumidores y usuarios. Este apartado nos conduce al artículo 5.5 de la LPDCP en el que señala que : «No será de aplicación lo dispuesto en el apartado anterior, cuando expresamente una ley lo prevea, cuando el

tratamiento tenga fines históricos estadísticos o científicos, o cuando la información al interesado resulte imposible o exija esfuerzos desproporcionados, a criterio de la Agencia de Protección de Datos o del organismo autonómico equivalente, en consideración al número de interesados, a la antigüedad de los datos y a las posibles medidas compensatorias.

4.3.1 Derecho de información precontractual

Según García Onrubia cuando los consumidores o usuarios adquieren o simplemente pasan por el escaparate de un establecimiento mercantil, van a adquirir más información (como la identidad del empresario o el precio, incluso antes de adquirir el bien o servicio, así como los medios de pago) que si lo hacen a distancia.

Si el consumidor o usuario decide comprar en ese momento se producirá el contrato del producto o el servicio y el pago de los mismos.

No ocurre lo mismo cuando la compra se realiza por vía electrónica, lo que puede conllevar una desconfianza por parte del consumidor o usuario a la hora de comprar. Por ello se van a establecer unos requisitos para que empresarios y consumidores antes de celebrar un contrato dispongan de una información previa.

4.3.2 Derecho de información previa a la celebración del contrato.

Este derecho lo encontramos en el art. 97 del TR – LGDCU considera que el empresario debe informar a los consumidores y usuarios antes de celebrar el contrato la siguiente información:

Las características básicas de los bienes o servicios; datos que identifiquen al empresario, así como todo lo referente al establecimiento (dirección, teléfono, correo...); el precio total del servicio o bien que se va a adquirir (inclusive iva, transporte, gastos de entrega...); las vías de pago, como se va a efectuar y la fecha prevista de entrega y los sistemas de reclamaciones; en caso de desistimiento, deberá constar como realizarse, plazos con los que cuenta y el formulario para la petición de dicho desistimiento y si los tiene, los gastos de devolución que conlleva; garantía del producto o servicio y los servicios postventa; la duración de las obligaciones del consumidor o usuario; los mecanismos del empresario para ofrecer otro producto similar si no ha podido cumplir con su contrato.

Estos requisitos de información previa a la celebración del contrato son adicionales a los que establecidos en la Ley/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio y en el art. 10 de la LSSICE⁵⁹.

⁵⁹ Detallado en el punto 4.4.1 de este trabajo.

4.3.3 Derechos en los requisitos formales de la contratación

- Contratos a distancia

Las características principales del producto o servicio deben de ser proporcionadas por el empresario en la lengua que se haya establecido en el contrato y, como mínimo, en castellano. Ello, también puede hacerse en las técnicas de comunicación que se haya establecido el contrato siempre que pueda dejar constancia duradera y fácil de leer.

- Si en la contratación a distancia por medios electrónicos supone algún coste para el consumidor o usuario, el empresario antes de efectuar el pedido debe de poner en conocimiento las características del producto o servicio, el coste total, la duración del contrato y la duración de las obligaciones del consumidor o usuario.
- Empresario deberá hacer constar en su página web el procedimiento de la compra y existe alguna limitación de entrega y el modo de pago.

Si el contrato se realiza a través de una llamada telefónica, el empresario debe aportar su identidad al comienzo de la conversación y la identidad de la persona que está efectuando la llamada en su nombre e «indicar el objeto comercial de la misma».

Si es el empresario quien se ponga en contacto vía telefónica, debe celebrar la oferta mediante un medio electrónico que pueda dejar constancia, confirmándolo por escrito siempre y cuando el consumidor no se imponga. El contrato solo dará efectos cuando sea firmado por el consumidor, haciendo llegar el escrito o bien por medios como correo, fax o sms.

- Contratos celebrados fuera del establecimiento

Por esta vía, los requisitos son similares a los de «los contratos celebrados a distancia». La información precontractual debe ser proporcionada en castellano, de una manera comprensible para el consumidor o usuario y expresada claramente de tal manera que no induzca a error.

El empresario debe proporcionar al consumidor o usuario una copia del contrato. En papel o a través de otro medio que pueda dejar constancia duradera.

Será responsabilidad del empresario velar por que se cumplan todos los requisitos formales de la contratación. Éste debe contar con alguna sistemática para contactar e identificar a los consumidores y usuarios.

Del incumplimiento de alguno de estos requisitos derivan una serie de consecuencias. Así en el art. 100 TR-LGDCU se establece que si el consumidor o usuario no recibe una copia del contrato o su confirmación puede pedir la anulación del contrato. El empresario no puede acogerse a esta opción salvo que el consumidor haya incumplido alguna de sus obligaciones. La carga de la prueba corresponde al empresario.

4.3.4 Derecho desistimiento

Cuando consumidores o usuarios adquieren un bien o servicio a distancia, no pueden contrastar la información aportada por el empresario hasta que no lo adquieren físicamente. Es por ello que la ley prevé, junto con esa información el derecho a extinguir el contrato realizado si el producto o servicio no cumple con las expectativas de quien lo haya adquirido⁶⁰.

El art. 102 del TR-LGDCU hace alusión al derecho de desistimiento estableciendo que los consumidores o usuarios tienen derecho a desistir el contrato salvo algunas excepciones⁶¹ en un periodo de 14 días naturales sin justificación alguna. En ningún caso el empresario podrá penalizar por este motivo al consumidor o usuario. El plazo viene más detallado en el art. 104 del TR-LGDCU.

El dies a quo para el cómputo de esos 14 días naturales en el caso de contratos de servicios será a contar desde la fecha en que se celebró el contrato. Y en caso de los contratos de venta, el día en que el consumidor adquiriera físicamente el bien.

En caso de incumplimiento del empresario de la obligación de informar a consumidores y usuarios sobre este derecho de desistimiento, en tal caso el art. 105 TR-LGDCU plantea dos supuesto. En primer lugar si no la ha facilitado antes de establecer el contrato (como hemos visto en la información obligatoria precontractual).

Si el empresario no informa del deber de desistimiento tiene un plazo adicional de 12 meses para desistir a contar desde la finalización del plazo inicial, es decir, después de los 14 días naturales comienza el siguiente de 12 meses. Si durante estos meses el empresario da la información que plantea el art. 104, el consumidor o usuario tiene 14 días naturales para desistir a partir de la fecha en que se le haya informado.

En los artículos 107 – 108 TR-LGDCU se establecen una serie de obligaciones y derechos del empresario y de los consumidores y usuarios en caso de desistimiento.

En cuanto a las obligaciones y derechos del empresario vienen reguladas en el art.107 TR-LGDCU y dice que debe de abonar al trabajador todos los costes que le haya supuesto al consumidor o usuario antes de los 14 días naturales desde que tenga conocimiento del desistimiento por parte del consumidor.

Si este se retrasa sin motivo justificado, el consumidor puede pedir que le devuelva el doble del importe que le debe, además de una indemnización por daños y perjuicios que haya podido ocasionar.

⁶⁰ GARCIA ONRUBIA, J (2004)

⁶¹ Véase art. 103 TR- LGDCU sobre excepciones de desistimiento.

Capítulo 4

Si el consumidor o usuario ha elegido una modalidad para el reembolso diferente a la proporcionada por el empresario y esto supone un gasto adicional será el consumidor quien asuma dichos costes.

El empresario puede no reembolsar la cantidad que ha sido abonada por el consumidor hasta que el bien no haya sido devuelto o hasta que reciba un justificante del consumidor de que va a devolver los bienes.

4.3.4.1 Obligaciones y responsabilidades del consumidor (art.108 TR-LGDCU).

El consumidor debe devolver el bien al empresario y a una persona que previamente haya autorizado en el plazo autorizado, 14 días después de comunicar su decisión como se ha comentado anteriormente.

Los gastos que debe conllevar al consumidor de esta devolución solo pueden ser los directos de la devolución, salvo que el empresario haya decidido asumírselos o no le haya dicho anteriormente que los debía de soportar.

En los contratos celebrados fuera del establecimiento mercantil, los bienes que ya hayan sido entregados en el domicilio y no puedan devolverse mediante correo debido a la naturaleza del bien, será el empresario quien recoja en el domicilio los bienes y quien soporte los gastos será el empresario.

En el caso de que el bien este dañado por una mala manipulación por el consumidor o usuario, será el responsable y no podrá achacárselo al empresario. El empresario sólo será responsable de los daños que sufra el bien que no hayan sido informados previamente al consumidor.

4.3.5 Derechos en la ejecución del contrato a distancia

La ejecución del contrato a distancia se produce con la entrega por parte del empresario el bien o servicio que ha contratado al consumidor o usuario. Cuando ese contrato cobra todos sus efectos⁶².

Una vez establecido el contrato su ejecución deberá ser lo antes posible, se establece un plazo de 30 días naturales desde el día que se celebra (art.109 TR-LGDCU).

Si el bien no se encuentra disponible en ese plazo, el empresario debe de informar al consumidor o usuario y le devolveré la cantidad embolsada lo más rápido posible. Si este se demora sin justificación, el consumidor puede reclamarle el doble de la cantidad e indemnización por daños y perjuicios en base a lo establecido en el art. 110 TR-LGDCU.

El art. 111 TR-LGDCU establece la posibilidad, de que si el bien o servicio no se encuentra disponible, el empresario puede ofrecerle uno de características similares. Sin que ello suponga ningún aumento del precio acordado anteriormente.

⁶² GARCIA ONRUBIA, J. (2004)

En este caso el consumidor también tiene derecho al desistimiento en las mismas condiciones que si se tratase del bien o servicio acordado desde el principio.

En el art. 112 TR-LGDCU se regulan el pago con tarjeta y dice que si el cargo a la tarjeta del consumidor o usuario sea superior al acordado o se ha utilizado por otros fines, este podrá reclamar directamente la anulación de dicho cargo en el menor tiempo posible.

En caso de descambiar cualquier producto por causa propia, el consumidor deberá abonar en su caso los gastos que procedan ya sean por costes de envío o comisiones, todos los daños y perjuicios.

El art. 113 TR-LGDCU establece la responsabilidad solidaria se realiza a través de un mandatario o comisionista, la responsabilidad se establece a medias entre el que lo ha vendido y el empresario, es decir, este art. otorga una responsabilidad solidaria.

4.4 Riesgos derivados de la contratación electrónica

El objetivo de la LSSICE es « regular el régimen jurídico de los servicios de la sociedad de la información y de la contratación por vía electrónica, la información previa y posterior a la celebración de los contratos electrónicos y las condiciones relativas a su validez y eficacia (art.1 LSSICE)»

La normativa regula los contratos celebrados a través de cualquier medio electrónico que « transmiten por medio de equipos electrónicos de tratamiento y almacenamiento de datos, conectados a una red de telecomunicaciones».

De esta contratación pueden derivar riesgos que atañen directamente al consumidor o usuario como vamos a ver a continuación⁶³.

4.4.1. Riesgo derivado de la información registrada en la plataforma

El consumidor online, al registrarse en una plataforma de venta online asume unas consecuencias derivadas de la información que pueda aportar en las mismas.

Para evitar este riesgo la LSSICE establece unas obligaciones a los prestadores de la sociedad garantizado a los consumidores y usuarios un derecho de información. Así el art. 10 de la LSSICE detalla una información que el empresario debe de poner en conocimiento a través de los medios oportunos tanto a los consumidores o usuarios como a los órganos competentes y de manera gratuita lo siguiente:

⁶³ GARCIA ONRUBIA, J. (2004)

Capítulo 4

- El nombre o razón social de su empresa, así como datos que permitan contactar con el directamente.
- Datos donde se encuentre inscrito en Registro Mercantil ó los relativos a autorizaciones.
- Su DNI o NIE.
- Códigos de conducta
- Si es un profesional liberal debe constar los datos relativos al Colegio que esté inscrito y su número, el título que tenga así como el lugar donde lo consignó y los medios oportunos para conocer las normas de su profesión.
- Si hace referencia a los precios, deberán ser expresados claramente y incluyendo si los impuestos vienen incluidos o serán aplicados posteriormente. Así como los gastos de envío si los hubiere.
- Si de la compra de un servicio o producto deriva alguna tarificación adicional deberá ser consentida por el consumidor o usuario y debe de hacerle saber la siguiente información:

«a) Las características del servicio que se va a proporcionar.

b) Las funciones que efectuarán los programas informáticos que se descarguen, incluyendo el número telefónico que se marcará.

c) El procedimiento para dar fin a la conexión de tarificación adicional, incluyendo una explicación del momento concreto en que se producirá dicho fin

d) El procedimiento necesario para restablecer el número de conexión previo a la conexión de tarificación adicional (art.10 LSSICE)».

Toda esta información debe presentarse de manera identificable y de manera clara para consumidores y usuarios y organismos competentes como hemos señalado.

4.4.2 Riesgo por publicidad engañosa

La publicidad⁶⁴ ofrecida en las plataformas online tiene como fin promover la contratación de un bien o servicio destinado a todas las personas que vean esa publicidad. Esta publicidad puede estar sesgada y conducir a error al consumidor o usuario, lo que se denomina publicidad engañosa y puede afectar económicamente al consumidor.

Para ello la Ley 34/1988 de 11 de noviembre, General de Publicidad establece determinadas prácticas comerciales que serán consideradas como ilícitas. Así en su artículo 3 cita, entre otras, las siguientes:

- Publicidad que ataque a la dignidad de las personas.
- Publicidad que persuada a los menores de la compra de un bien o servicio.
- Publicidad subliminal, engañosa, desleal, agresiva...

⁶⁴ Ley publicidad engañosa

Para denunciar la publicidad engañosa el consumidor o usuario puede protegerse ejerciendo sus derechos que otorga la Ley de Competencia desleal. En el art. 33 dice que todas las personas que puedan ver afectados sus intereses económicos tienen legitimación para ejercer las siguientes acciones contra el empresario:

- «1 Acción declarativa de deslealtad.
- 2 Acción de cesación de la conducta desleal o de prohibición de su reiteración futura. Asimismo, podrá ejercerse la acción de prohibición, si la conducta todavía no se ha puesto en práctica.
3. Acción de remoción de los efectos producidos por la conducta desleal.
4. Acción de rectificación de las informaciones engañosas, incorrectas o falsas.
5. Acción de resarcimiento de los daños y perjuicios ocasionados por la conducta desleal, si ha intervenido dolo o culpa del agente.
6. Acción de enriquecimiento injusto, que sólo procederá cuando la conducta desleal lesione una posición jurídica amparada por un derecho de exclusiva u otra de análogo contenido económico. (art. 32)»

4.4.3. Riesgo por el uso de condiciones generales de contratación:

Como hemos visto, el TR- LGDCU y la LSSICE comprenden una serie de obligaciones precontractuales que el empresario debe de hacer saber al consumidor o usuario. Pero pueden aparecer unas cláusulas abusivas.

El art.81 del TR-LGDCU considera « todas aquellas estipulaciones no negociadas individualmente y todas aquéllas prácticas no consentidas expresamente que, en contra de las exigencias de la buena fe causen, en perjuicio del consumidor y usuario, un desequilibrio importante de los derechos y obligaciones de las partes que se deriven del contrato».

Toda cláusula que vulnere algunos de los derechos básicos⁶⁵ reconocidos en el TR –LGDCU también se considerará como cláusula abusiva.

4.4.4 Otros riesgos en la red

Otro riesgo que contraen al comprar en el comercio electrónico, es que terceras personas pueden copiar los datos de la tarjeta del consumidor o usuario. Para ello hay que proteger a los usuarios mediante técnicas entre la comunicación del usuario con la red.

Con el aumento de las tecnologías y la expansión de las actividades comerciales en la red, también hay que añadir, que han aumentado las prácticas abusivas que son sancionadas por el código penal.

⁶⁵ Art. 8 TR- LGDCU

La LSSICE no regula la información o archivos que el consumidor o usuario suba a la red, por lo que será responsable de su licitud. La ley sólo regula la relación entre consumidores o usuarios y las empresas⁶⁶.

4.5 Medidas para proteger los derechos del consumidor online

4.5.1 Medidas técnicas

Las plataformas online cuentan con un sistema de identificación electrónica a través de la firma digital que permiten identificar tanto al consumidor o usuario como al empresario, garantizan el consentimiento de ambos a la hora de realizar un contrato y autenticación del origen de los datos de la transacción.

De tal manera que se permite al consumidor o usuario conocer los datos del empresario que oferte online. Además tiene pruebas fehacientes del día y la hora concreta que aceptó la compra del producto o servicio y del precio que pagó por el mismo.

Algunas plataformas online cuentan con otros servidores de seguridad como son Secure Socket o SSL, los cuales si garantizan que en las operaciones comerciales no van a ser accesibles a terceras personas.

Además todas ellas, cuentan con un TPV⁶⁷ proporcionado por una entidad financiera, estableciendo el pago mediante un protocolo de seguridad que certifica que el establecimiento no va a tener acceso a los datos de la tarjeta de los consumidores o usuarios que decidan comprar en este establecimiento online.

En relación con este tema, debemos mencionar el Paypal, el cual garantiza que en el caso del pago y en las futuras devoluciones que puedan derivar del producto o servicio contratado el consumidor o usuario cuente con la seguridad de que no se va a producir ningún error.

El Paypal y medios similares, es un sistema que funciona a través del correo electrónico y tarjetas de crédito que suponen que las transacciones económicas se van a realizar bajo un marco seguro y gratuito.

Con este tipo de sistemas (Paypal) el consumidor o usuario conoce de antemano las garantías, plazos de devolución, gastos de envío.... Lo cual aporta al consumidor una mayor seguridad⁶⁸.

⁶⁶ Agencia Española de Protección de datos

⁶⁷ TPV: Terminal puerto de venta

⁶⁸ Agencia Española de Protección de datos

4.5.2 Medidas judiciales y extrajudiciales

Dado el aumento de las compras a través de internet, el legislador tiene que realizar una mejora de los procesos judiciales y extrajudiciales de las posibles controversias que derivan de esta contratación online⁶⁹. Para ello, el capítulo V de la LSSICE, se dedica a la «Solución judicial y extrajudicial de conflictos».

4.5.2.1 Protección judicial:

En los artículos 30 y 31 de la LSSICE, se contempla la acción de cesación de manera exclusiva. Esta acción de cesación, debe completarse con la acción de cesación que recogen todas las normas ya sean generales o específicas que tengan como objeto la protección de los consumidores y usuarios.

Las pretensiones que pueden surgir del comercio electrónico son amplias y pueden derivar al orden jurisdiccional civil por la relación privada que existe entre las partes. También hay que destacar otros litigios que encajan en el orden penal el cual se encarga, por ejemplo, de estafas, usurpación de datos, publicidad engañosa...

Las conductas que vulneren lo establecido en la LSSICE, no solo pueden dar lugar a acciones de cesación como expresa el art. 30 de la LSSICE. También las prácticas realizadas en el comercio electrónico pueden dar lugar a pretensiones «mero declarativas», «constitutivas» o «condena».

El art. 30 de la LSSICE dispone en su primer apartado que «contra las conductas contrarias a la presente Ley que lesionen los intereses colectivos y difusos de los consumidores podrá interponerse acción de cesación».

En el segundo apartado expresa que «la acción de cesación se dirige a obtener una sentencia que condene al demandado a cesar en la conducta contraria a la presente Ley y a prohibir su reiteración futura. Así mismo, la acción de cesación podrá ejercerse para prohibir la realización de una conducta cuando esta haya finalizado al tiempo de ejercitar la acción, si existen indicios suficientes que hagan temer su reiteración de modo inminente».

El objeto de los párrafos 1 y 2 del art.30 LSSICE es condenar al prestador de servicios que haya desempeñado una conducta contraria a la Ley, y esta acción haya derivado en un daño a los intereses colectivos o difusos de los consumidores.

También cabe la posibilidad de que se ejecute una acción para prohibir la conducta en un futuro, aun cuando el procedimiento haya finalizado, pero se presume que el prestador de servicios pueda reincidir.

⁶⁹ GONZALEZ GRANDADA, P. (2007)

Capítulo 4

González Granda⁷⁰ afirma que dicha tutela contiene una doble finalidad, por un lado la «acción de cesación en sentido estricto» y por otro la «acción de prohibición».

La acción de cesación está dirigida a conseguir el cese de la actuación que está teniendo lugar, a modo de ejemplo, el envío de publicidad sin consentimiento expreso del consumidor o usuario, es una conducta prohibida bajo el art. 21 de la LSSICE, por lo que en este caso, la acción de cesación se dirige a cesar esta publicidad sin autorización o consentimiento a los consumidores y usuarios.

La acción de prohibición tiene como fin impedir la reiteración de una conducta en un futuro. Esto sólo puede hacerse si se tienen unos indicios razonables. Siguiendo el ejemplo de los envíos de publicidad sin consentimiento, se ejercerá la acción de prohibición para que no se reitere ni repita a lo largo del tiempo.

En el apartado 30.3 de la LSSICE cita textualmente que «la acción de cesación se ejercerá conforme a las prescripciones de la LEC para esta clase de acciones». Por lo que se observa que no contiene una regulación procesal distinta para el resto de consumidores y usuarios. No obstante existe una previsión especial para la legitimación activa en el art. 31 de la LSSICE.

El artículo 31 LSSICE establece los sujetos legitimados para interponer la acción de cesación son:

- 1) Toda persona física o jurídica que haya visto algún derecho vulnerado.
- 2) Grupos de consumidores o usuarios afectados
- 3) Asociaciones de consumidores y usuarios
- 4) El Ministerio Fiscal.
- 5) Instituto Nacional de consumo y demás órganos competentes de las CCAA y Corporaciones Locales.
- 6) Entidades de otros países de la UE que tengan asumida la protección de los consumidores y que estén reconocidas ante la Comisión Europea, apareciendo en la lista del Diario Oficial de las Comunidades Europeas.

4.5.2.2 Protección extra-judicial

Los conflictos que versen de la contratación online pueden ser resueltos mediante arbitraje tal y como señala el TR-LGDCU y la Ley de arbitraje⁷¹.

Tanto los consumidores o usuarios como los empresarios que presten sus servicios en la sociedad de la información tal y como redacta el art. 33 LSSICE pueden solicitar información a la Administración pública competente de los derechos y obligaciones que nacen del contrato electrónico, las vías de resolución de conflictos que les pertenecen y informarse de los órganos que pueden proporcionarles asistencia o una información más detallada sobre la contratación electrónica.

⁷⁰ GONZALEZ GRANADA P. (2009)

⁷¹ Capítulo 3 del presente trabajo

Consumidor Online

El árbitro o colegio arbitral deben trasladar al Ministerio de Justicia todos los laudos y resoluciones que consideren importantes. Los árbitros deben guardar sigilo sobre los datos personales de las partes.

Los códigos de conducta protegen a los consumidores y usuarios que adquieran un bien o servicio en un establecimiento online, siempre y cuando el prestador de servicios esté adherido.

En la exposición de motivos de la LSSICE se hace un llamamiento a la elaboración de un código de conducta y así adaptar las características de cada sector. Y es en el art. 18.2 donde los regula.

«En la elaboración de dichos códigos, habrá de garantizarse la participación de las asociaciones de consumidores y usuarios y la de las organizaciones representativas de personas con discapacidades físicas o psíquicas, cuando afecten a sus respectivos intereses.

Cuando su contenido pueda afectarles, los códigos de conducta tendrán especialmente en cuenta la protección de los menores y de la dignidad humana, pudiendo elaborarse, en caso necesario, códigos específicos sobre estas materias.

Los poderes públicos estimularán, en particular, el establecimiento de criterios comunes acordados por la industria para la clasificación y etiquetado de contenidos y la adhesión de los prestadores a los mismos.»

López Jimenez, en su estudio «Los Códigos de Conducta como Solución a La Falta de Seguridad en Materia de Comercio Electrónico» define código de conducta en el comercio online como:

«Un documento, de carácter voluntario que incluyen un conjunto de principios, reglas o, en definitiva, buenas prácticas, certificables por una tercera parte independiente, en cuya redacción se han tenido en consideración los intereses de los consumidores y usuarios, discapacitados u otros colectivos afectados, que disciplinan materias relativas al procedimiento precontractual, contractual y post - contractual por lo que la contratación electrónica respecta, sin perjuicio de otras cuestiones como la publicidad interactiva, la protección integral de los menores de edad, la privacidad y la seguridad electrónicas amén de otras conexas, cuya finalidad es la instauración y consolidación del potencial consumidor y usuario⁷²»

El objetivo de estos es aumentar la confianza en el consumidor y que de ante mano sabrá que el prestador del servicio está dispuesto bajo condiciones éticas y legales a resolver posibles controversias que puedan surgir de la compra en su plataforma online.

Las ventajas que ofrece este código de conducta son la «implicación» y la «eficacia».

⁷² (LOPEZ, JIMENEZ, D.. 2009:215)

Capítulo 4

Implicación ya que quien asume este código es por voluntad propia y lo considera como parte de su moral ya que también han formado parte de su elaboración. Eficacia, porque se asume este código como el elemento para el buen funcionamiento de su actividad comercial.

Estos códigos, al realizarse por sectores y por personas que están en esa actividad comercial, se «adaptan al problema concreto que quieren solucionar⁷³»

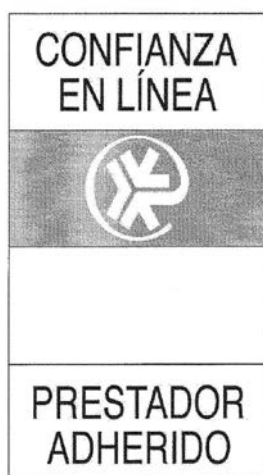
Los prestadores de servicios pueden incluir en sus comunicaciones comerciales y en sus páginas Web, un sello como que está adherido a los códigos de conducta.

Este sello es regulado por el Real Decreto 1163/2005, de 30 de septiembre, por el que se regula el distintivo público de confianza en los servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, así como los requisitos y el procedimiento de concesión.

El órgano competente para conceder y retirar el distintivo corresponde al órgano competente en materia de consumo en la CA donde se encuentre la entidad promotora. Estas instituciones deberán comunicar al INC la concesión o retirada de las empresas a las que se les haya otorgado o retirado el sello. (art.10 RDDPC).

El INC publicará en su página aquellos códigos de conducta a los que se conceda el distintivo. Las entidades que participen en dicho código, así como los prestadores de servicios adheridos. (Art.13 RDDPC)

Tanto las entidades que se les haya concedido utilizar y administrar los códigos, y los prestadores adheridos, pueden usar en su página web, ya sea en comunicaciones comerciales y campañas de publicidad el distintivo de seguridad en línea. (Art. 13 RDDPC).



La imagen muestra el Distintivo Público de Confianza en línea. Es un rectángulo dividido en cuatro figuras. En el primer rectángulo se observa a frase

⁷³ (LOPEZ, JIMENEZ, D. 2009:216)

Consumidor Online

«Confianza en línea». En el segundo recuadro se ve la imagen que es una fusión entre el logo de Arbitraje de Consumo y un arroba. En el tercer rectángulo hay un espacio en blanco para situar el logotipo de la entidad (aunque también puede prescindirse del recuadro en blanco). Y por último en mayúsculas aparece «PRESTADOR ADHERIDO».

Los prestadores de servicios que no cumplan con los códigos de conductas o exhiban el sello de adhesión sin estar inscritos, podrán ser sancionados como dispone la LSSICE, ya que estarían ofreciendo un servicio que no cumplen. El usuario podría haber comprado en su establecimiento debido a que le estaba dando confianza por contener el sello y de no ser así, estaría engañado⁷⁴.

⁷⁴ LOPEZ JIMENEZ, D. (2009)

CONCLUSIONES:

A partir del reconocimiento constitucional observamos el gran avance que ha tenido España en la protección del consumidor. La entrada de España en la Comunidad Europea, ha obligado a adaptar sus leyes y normas a las Directivas Europeas. En lo relativo a España el principal cuerpo normativo es el Texto Refundido Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias donde es más fácil estar más informado sobre los derechos como consumidores.

No obstante, aún existen normas dispersas, sería deseable disponer de un código de consumo con sus ramas y normas bien definidas y estructuradas, además de contar con sus respectivos Tribunales como ocurre con el Código Civil o Mercantil.

Se establecen una serie de derechos a los consumidores y usuarios que derivan en obligaciones a los empresarios, de este modo, se establece una protección a la hora de comprar productos o servicios en el mercado de manera fiable y segura.

La sociedad y la tecnología avanza más rápido que la Ley. Esta tiene que ser viva y adaptarse cuanto antes a esa evolución. Las leyes deben ir modificándose para evitar la desprotección del consumidor por vacíos legales.

La Sociedad de la Información y la contratación online derivan en una contratación en masa que es complicado controlar. Es el consumidor online el sujeto más desprotegido a la hora de contratar online debido a la falta de la presencia física del empresario, lo que conlleva la desconfianza del consumidor a la hora de realizar estas operaciones.

Además, queda reflejado, como las controversias que pueden producirse en la compra de productos o servicios se pueden resolver por vía judicial o extra judicial. Se observa la especial eficiencia del arbitraje particularmente eficaz. Con ello consumidores y usuarios, que interpongan una reclamación, independientemente de su cuantía, no requieren de la vía judicial, que además de resolverse en un largo horizonte temporal, sería más costoso que la cantidad monetaria de la reclamación. Es cierto que las reclamaciones individuales no tienen un gran valor en el mercado, pero todas ellas juntas pueden ser trascendentes. El arbitraje de consumo colectivo es eficaz para resolver las reclamaciones individuales de varios consumidores individuales, pero no es eficiente para reparar sus daños individuales ya que sólo podrá ver resuelta la controversia si el laudo es favorable.

BIBLIOGRAFÍA

NORMATIVA

España. Constitución Española. *Boletín Oficial del Estado*, 29 de diciembre de 1978, 311.1:29313-29424.

España. Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. *Boletín Oficial del Estado*, 24 de julio de 1984, 176: 21686 – 21691.

España. Real Decreto de 22 de agosto de 1885 por el que se publica el Código de Comercio. *Boletín Oficial del Estado*, 16 de octubre de 1885, 289: 169 – 170.

España. Ley 34/1988 de 11 de noviembre, General de Publicidad. *Boletín Oficial del Estado*, 15 de noviembre de 1988, 274: 32464-32467.

España. Real Decreto de 24 de Julio de 1889, del Código Civil. *Boletín Oficial del Estado*, de 25 de julio de 1889, 206: 249 – 259.

España. Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal. *Boletín Oficial del Estado*, 11 de enero de 1991, 10:959-962.

España. Ley 7/ 1996, de 15 de enero de Ordenación del Comercio Minorista. *Boletín Oficial del Estado*, 17 de enero de 1996, 15: 1243-1254.

España. Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal. *Boletín Oficial del Estado*, 14 de diciembre de 1999, 298: 43088-43099.

España. Ley 1/2000 de 7 de enero de Enjuiciamiento Civil. *Boletín Oficial del Estado*, 8 de enero de 2000,7:575-728.

España. Ley 1/2002 de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación. *Boletín Oficial del Estado*, 26 de marzo de 2002, 73:11981-11991.

España. Ley 34/ 2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio electrónico. *Boletín Oficial del Estado*, 12 de julio de 2002, 166: 25388-25403.

España. Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje. *Boletín Oficial del Estado*, 26 de diciembre 2003, 309: 46097-46109.

España. Real Decreto 1163/2005, de 30 de septiembre, por el que se regula el distintivo público de confianza en los servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. *Boletín Oficial del Estado*, 8 de octubre de 2005, 241: 33070-33074.

Bibliografía

España. Real Decreto Legislativo 1/2007 del 16 de noviembre que aprobó el Texto refundido de la Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias. *Boletín Oficial del Estado*, 30 de noviembre de 2007, 287: 49181 -49215.

España. Ley Orgánica 14/2007, de 30 de noviembre, de reforma del Estatuto Autonomía Castilla y León. *Boletín Oficial del Estado*, 1 de diciembre de 2007, 288: 4986-49505.

España. Real Decreto 184/2008, de 13 de febrero, por el que se aprueba el Estatuto de la Agencia Estatal Seguridad Aérea. *Boletín Oficial del Estado*, 14 de febrero de 2008, 39:8047-8060.

España. Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo. *Boletín Oficial del Estado*, 25 de febrero de 2008,48:11072-11086.

España. Real Decreto 899/2009, de 22 de mayo por el que se aprueba la carta de derechos del usuario en los servicios de telecomunicaciones, *Boletín Oficial del Estado*, 30 de mayo de 2009,131: 45389-45408.

Unión Europea. Reglamento nº 181/2011 del Parlamento Europeo y el Consejo que regula los derechos de los viajeros de autobús y autocar, aplicado desde el 1 de marzo de 2013. *Boletín Oficial del Estado*, 26 de febrero 2011,5: 1-12.

LIBROS:

BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A. (2011): *Comentarios al Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios*. Thomson – Aranzadi, Cizur Menor.

CAMARA LAPUENTE, S. (2011): *Comentarios a las normas de protección de los consumidores. Texto refundido (RDL/ 2007) y otras leyes y reglamentos vigentes en España y en la Unión Europea*. COLEX, Madrid.

GALAN CORONA, E. (1994): *Reforma del Derecho Privado y Protección del Consumidor*, Jornadas organizadas por la Universidad de Salamanca y el Centro Asociado de la UNED de Ávila. Valladolid.

LARROSA AMANTE, MJ. (2011): *Derecho del Consumo. Protección Legal del Consumidor*. El Derecho y Quantor SL, Madrid

SANCHEZ CALERO, F. Y SANCHEZ CALERO, J. (2013): *Principios de Derecho Mercantil*. Thomson-Aranzadi, Cizur Menor.

Documentos electrónicos:

GARCIA ONRUBIA, J. (2014): «Aspectos jurídicos de la Contratación a Distancia en España». En <http://repositorio.bib.upct.es/dspace/bitstream/10317/4272/1/tfm375.pdf>

GISMERA TIERNO, L. (2007): «Protección del consumidor y del usuario en Internet». En http://www.ugr.es/~sevimeco/revistaeticanet/Numero3/Articulos/Formateados/Proteccion_del_consumidor.pdf

GOMEZ PUENTE, M.: «Sobre la organización, función, y naturaleza del Sistema Arbitral de Consumo». En: http://consumoinc.gob.es/publicac/EC/2001/EC59/Ec59_12.pdf

LARROSA AMANTE, MJ. (2003): «Mecanismos Procesales para el acceso de los consumidores a la justicia». En: http://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CCYQFjAB&url=http%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F668794.pdf&ei=ATaRVcWKGIOxUaumgbAE&usq=AFQjCNGK2j3UXCRykRZS usJIF9bEZ86_PA&sig2=y-GnE8CB_wVEybRzemYqYg

LOPEZ, JIMENEZ, D. (2009): «Los Códigos de Conducta como Solución a la Falta de Seguridad en Materia de Comercio Electrónico». En: http://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=books&cd=1&ved=0CCoQFjAA&url=http%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F3291664.pdf&ei=0TaRVfyKEMvvUuHNrtgL&usq=AFQjCNF5luQyT4QvCzSaK929MA7-2huHXQ&sig2=WE0YQzeTxi8RRs6WY_9ZLA&bvm=bv.96783405,d.d24

MARIN LOPEZ, MJ. (2008): «Análisis del Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, que regula el Sistema Arbitral de Consumo». Centro de Estudios de consumo. En: <https://www.uclm.es/centro/cesco/pdf/trabajos/19/2008/19-2008-1.pdf>

MARÍN LÓPEZ, MJ. (2013). «Comentarios al proyecto de Ley de reforma de la LGDCU. El “nuevo” concepto de consumidor y empresario en la inminente reforma del TRLGDCU». En <http://blog.uclm.es/cesco/files/2013/12/MANUEL-MAR%C3%8DN-24-NOV-TEXTO-Concepto-consumidor-en-Proy-modif-TRLGDCU.pdf>

PEÑAS MOYANO, B. (2006): «El Derecho protector de los Consumidores y Usuarios en la Comunidad Autónoma de Castilla y León». En http://www.jcyl.es/web/jcyl/binarios/652/497/RJ9-07_B.Pe%C3%B1as.pdf?blobheader=application%2Fpdf%3Bcharset%3DUTF-8

Bibliografía

Agencia Española de Protección de Datos (2009): «Study on the Privacy of Personal Data and on the Security of Information in Social Networks». En http://www.agpd.es/portalwebAGPD/canaldocumentacion/publicaciones/common/Guias/intecoaepe_privacy_and_security_social_networks_web_accessible.pdf

Revistas:

ACEDO PENCO, A. (2003). «Los Derechos Básicos de los consumidores reconocidos en el artículo 51 de la Constitución y ulterior desarrollo mediante el Estatuto de los consumidores de Extremadura». Anuario de la Facultad de Derecho., XXI: 339- 354

ACEDO PENCO, A. (2012). «Fundamentos constitucionales de la protección jurídica de los consumidores en el ordenamiento español y en la Unión Europea». IUS, 29: 7-29 En: <http://www.scielo.org.mx/pdf/rius/v6n29/v6n29a2.pdf>

CANOSA USERA, R; Y RODRIGUEZ – ARANA MUÑOZ J. (2008) «Derecho de los consumidores y usuarios: una perspectiva integral». Centro universitario Villanueva. Madrid.2008: 392. En: <http://ruc.udc.es/bitstream/2183/11814/2/9788497452557.pdf>

CASTAÑEDA, J. (2002): «Nota breve sobre el concepto de consumidor». Cuadernos de estudios empresariales.UCM. Vol. 12: 315-321.En: <https://revistas.ucm.es/index.php/CESE/article/viewFile/CESE0202110315A/9898>

GONZALEZ GRANDADA, P. (2007): «Protección judicial de consumidores y usuarios en el ámbito del comercio electrónico». InDret Revista para el Análisis del Derecho Barcelona. En http://www.indret.com/pdf/480_es.pdf

ZURUTZA ARIGITA, I. (2013): «Perspectiva comunitaria, estatal y autonómica del concepto de consumidor». Revista Doctrinal Aranzadi Civil-Mercantil num.6/2013 parte Estudio Editorial Aranzadi, SA, Pamplona.

PAGINAS WEB:

AECOSAN: <http://www.aecosan.msssi.gob.es/>

AESAN: <http://www.seguridadaerea.gob.es>

MINISTERIO DE SANIDAD POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD:

<http://arbitrajedekonsumo.mspsi.es/ayuda.html>

BASES DE DATOS:

ARANTZADI

IUSTEL

La Ley Digital